

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย  
**ผู้ศึกษา** นายชาญชัย เจริญทองกุล **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ สุภาสินี ตันติศรีสุข **ปีการศึกษา** 2547

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยการใช้ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) เป็นเครื่องมือในการศึกษา พบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลก แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นมาตามลำดับ โดยค่า RCA ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 0.05 ในปี พ.ศ.2533 เป็น 0.51 ในปี พ.ศ.2546 เมื่อพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์ พบว่ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และรถจักรยานยนต์มีค่า RCA เท่ากับ 2.28 และ 1.49 ในปี พ.ศ.2543 และปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 2.52 และ 1.76 ตามลำดับ ในปี พ.ศ.2546 ซึ่งแสดงว่าผลิตภัณฑ์ทั้งสองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลก ในขณะที่รถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลก แต่มีความได้เปรียบที่เพิ่มขึ้น โดยรถยนต์นั่งและชิ้นส่วนยานยนต์มีค่า RCA ที่เพิ่มขึ้นจาก 0.07 และ 0.33 ในปี พ.ศ.2533 เป็น 0.18 และ 0.50 ตามลำดับ ในปี พ.ศ.2546

เมื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญ พบว่า รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาด ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย แต่ไม่มีความได้เปรียบในตลาดสิงคโปร์ และ ญี่ปุ่น รถจักรยานยนต์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาด สหรัฐอเมริกา ฟิลิปปินส์ และ กรีซ รถยนต์นั่งมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาด ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย แต่ไม่มีความได้เปรียบในตลาด ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น และชิ้นส่วนยานยนต์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาด ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย แต่ไม่มีความได้เปรียบในตลาดสหรัฐอเมริกา

การส่งออกรถยนต์นั่งไปตลาดสิงคโปร์ และการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปตลาด ญี่ปุ่น ของไทยไม่มีการได้เปรียบหรือเสียเปรียบจากการแข่งขัน

## กิตติกรรมประกาศ

การทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ สุภาสินี ตันติศรีสุข ที่ได้ให้คำแนะนำ และคอยแก้ไขตลอดจนติดตามการทำงาน การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ และขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย ที่เสียสละเวลาตรวจสอบและให้ คำแนะนำต่างๆ ที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านทั้งสองเป็นอย่างยิ่ง

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้จนสามารถทำการศึกษาค้นคว้าอิสระใน ครั้งนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาเอกสาร ต่างๆ

ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในพระคุณของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง หากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคุณคตินี้เป็นการขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาของ ผู้ศึกษาด้วยดีเสมอมา

ชาญชัย เจริญทองกุล

พฤษภาคม 2548

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ ภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ .....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	12
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	12
สมมติฐานการวิจัย .....	16
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	17
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	18
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	38
ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก .....	38
ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นรายผลิตภัณฑ์ ในตลาดโลก .....	50
ความสามารถในการแข่งขันของไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นรายผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศคู่ค้า .....	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	142
สรุปผลการศึกษา .....	142
อภิปรายผล .....	146
ข้อเสนอแนะ .....	148
บรรณานุกรม .....	150
ภาคผนวก ก.....	155
ภาคผนวก ข.....	175
ภาคผนวก ค.....	191
ประวัติผู้ศึกษา.....	206

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	มูลค่าการส่งออก ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ในช่วงปี พ.ศ.2536-พ.ศ.2546..... 39
ตารางที่ 4.2	ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกยานยนต์ (Automotive Products) ในปี ค.ศ.1980, ค.ศ.1990, ค.ศ.1995 และช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 ..... 41
ตารางที่ 4.3	สัดส่วนการนำเข้ายานยนต์ (Automotive Products) ของผู้นำเข้าในตลาดโลก ในปี ค.ศ.1980, ค.ศ.1990, และช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 ..... 43
ตารางที่ 4.4	การเปลี่ยนแปลงเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.1995-ค.ศ.2000 (พ.ศ.2538-พ.ศ.2543) และ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ..... 45
ตารางที่ 4.5	เปรียบเทียบ RCA อุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive Products) ของไทย กับประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออก ในปี ค.ศ.1980, ค.ศ.1995, และ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 ..... 46
ตารางที่ 4.6	เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546).....51
ตารางที่ 4.7	เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย เทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546).....55
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยเทียบกับ ประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546)..... 58
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ของไทย เทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546) .....62
ตารางที่ 4.10	มูลค่าการส่งออกสินค้าและส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า.....66
ตารางที่ 4.11	มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งและส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า.... 68
ตารางที่ 4.12	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดออสเตรเลีย..... 69
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546).....71
ตารางที่ 4.14	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดอินโดนีเซีย.....72

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่งใน ในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546)..... 74
ตารางที่ 4.16	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดฟิลิปปินส์ ..... 76
ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546)..... 77
ตารางที่ 4.18	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดสิงคโปร์..... 79
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546)..... 81
ตารางที่ 4.20	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น ..... 83
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546)..... 85
ตารางที่ 4.22	มูลค่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และส่วนแบ่งตลาดของไทย ในแต่ละประเทศคู่ค้า ..... 87
ตารางที่ 4.23	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้า ในตลาดออสเตรเลีย ..... 88
ตารางที่ 4.24	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเทียบกับ ประเทศคู่แข่งในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546) ..... 90
ตารางที่ 4.25	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้า ในตลาดอินโดนีเซีย ..... 92
ตารางที่ 4.26	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเทียบกับ ประเทศคู่แข่งในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546) ..... 94
ตารางที่ 4.27	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้า ในตลาดฟิลิปปินส์ ..... 96
ตารางที่ 4.28	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเทียบกับ ประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546)...98

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้า ในตลาดสิงคโปร์ .....	100
ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเทียบกับ ประเทศคู่แข่งในในตลาดสิงคโปร์ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) ...	102
ตารางที่ 4.31 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้า ในตลาดญี่ปุ่น .....	104
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเทียบกับ ประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) .....	106
ตารางที่ 4.33 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และส่วนแบ่งตลาดของไทย ในแต่ละประเทศคู่ค้า .....	108
ตารางที่ 4.34 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้า ในตลาดอินโดนีเซีย .....	109
ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) .....	111
ตารางที่ 4.36 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น .....	113
ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546) .....	115
ตารางที่ 4.38 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดมาเลเซีย.....	117
ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในตลาดมาเลเซีย ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) .....	119
ตารางที่ 4.40 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้า ในตลาดสหรัฐอเมริกา .....	121
ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546).....	123
ตารางที่ 4.42 มูลค่าการส่งออกจักรยานยนต์และส่วนแบ่งตลาดของไทย ในแต่ละประเทศคู่ค้า .....	125
ตารางที่ 4.43 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดกรีซ .....	126

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

	หน้า
ตารางที่ 4.44	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในในตลาดกรีซ ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) ..... 128
ตารางที่ 4.45	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น..... 130
ตารางที่ 4.46	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) .....132
ตารางที่ 4.47	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดฟิลิปปินส์ .....134
ตารางที่ 4.48	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003(พ.ศ.2543-2546) .....136
ตารางที่ 4.49	มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถจักรยานยนต์ของผู้นำเข้า ในตลาดสหรัฐอเมริกา ..... 138
ตารางที่ 4.50	เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเทียบกับประเทศ คู่แข่งในในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-2546) ..... 140
ตารางที่ 5.1	สรุปค่าดัชนี RCA ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในช่วงปี พ.ศ.2533-2546 .....144
ตารางที่ 5.2	สรุปดัชนี RCA ของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในประเทศคู่ค้า ช่วงปี พ.ศ.2533-2546 ..... 145



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงการลงทุนขนาดใหญ่ของบริษัทต่างๆในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ช่วงปี พ.ศ.2534-พ.ศ.2545 .....	3
ภาพที่ 1.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ข้อบังคับและผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย .....	9
ภาพที่ 1.3 แสดงภาพเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย .....	10
ภาพที่ 4.1 แสดงประเทศส่งออกยานยนต์สูงสุดในปี ค.ศ.2000 ตามมูลค่าการส่งออก.....	48
ภาพที่ 4.2 แสดงประเทศส่งออกยานยนต์สูงสุดในปี ค.ศ.2003 ตามมูลค่าการส่งออก.....	49
ภาพที่ 4.3 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก ของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	53
ภาพที่ 4.4 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออก รถยนต์นั่งในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	54
ภาพที่ 4.5 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดโลกของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	57
ภาพที่ 4.6 แสดงส่วนแบ่งตลาดของประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	57
ภาพที่ 4.7 แสดงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้นำของเอเชียในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	60
ภาพที่ 4.8 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออก ชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	61
ภาพที่ 4.9 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำในการส่งออกรถจักรยานและรถจักรยานยนต์ ในตลาดโลก ของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	64
ภาพที่ 4.10 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกจักรยานและ จักรยานยนต์ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	64
ภาพที่ 4.11 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปี พ.ศ.2543 –พ.ศ.2546 .....	70
ภาพที่ 4.12 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	73

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.13 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	75
ภาพที่ 4.14 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	80
ภาพที่ 4.15 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	84
ภาพที่ 4.16 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	89
ภาพที่ 4.17 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	93
ภาพที่ 4.18 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	97
ภาพที่ 4.19 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	101
ภาพที่ 4.20 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	105
ภาพที่ 4.21 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	110
ภาพที่ 4.22 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	114
ภาพที่ 4.23 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	118
ภาพที่ 4.24 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003.....	122
ภาพที่ 4.25 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดกรีซ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003 .....	127

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.26 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003.....	131
ภาพที่ 4.27 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003.....	135
ภาพที่ 4.28 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003.....	139

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 40 ปี นับตั้งแต่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเริ่มต้นด้วยการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2504 ในระยะเริ่มแรกการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์เกิดจากการดำเนินนโยบายทดแทนการนำเข้า (Import Substitution Policy) โดยการให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น การตั้งกำแพงภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป การบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Content Requirement) และการห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป เป็นต้น

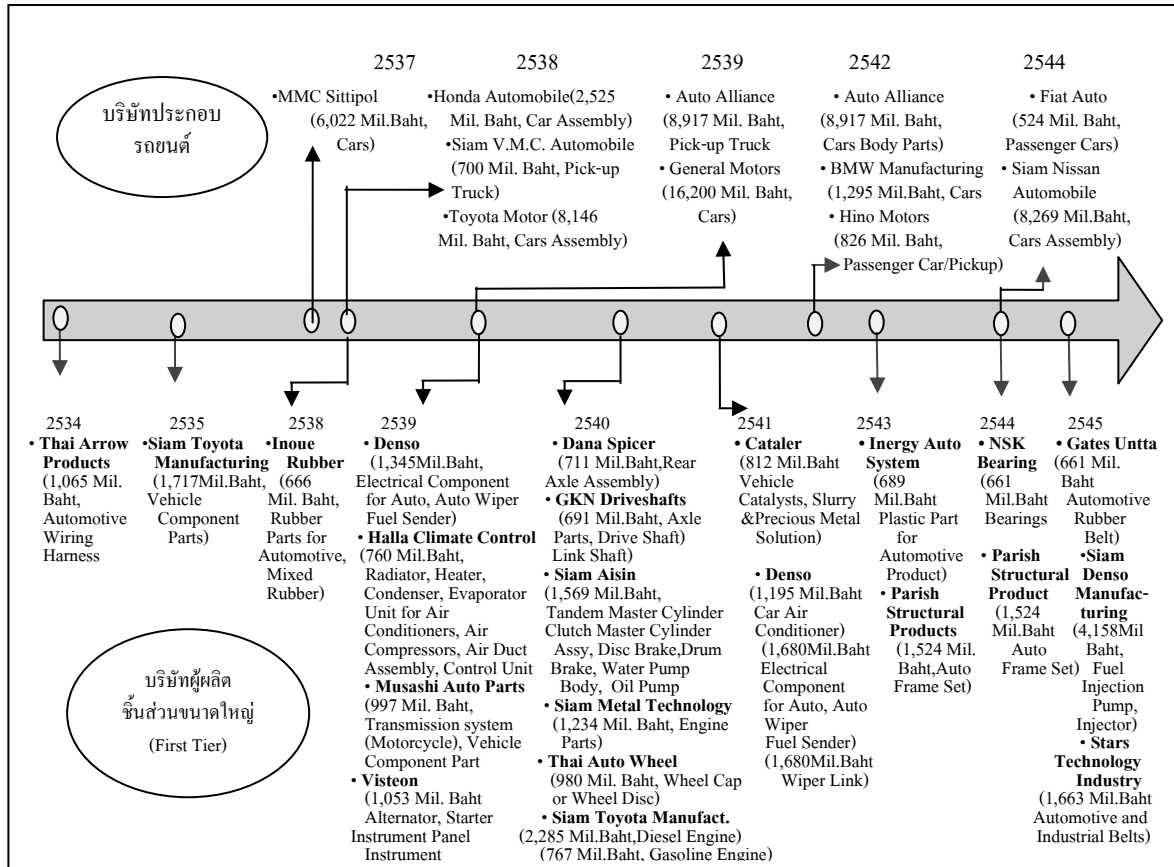
อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมสาขาหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ที่รัฐบาลให้ความสำคัญถือเป็นยุทธศาสตร์การแข่งขันของประเทศ โดยในปี พ.ศ.2547 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถสร้างมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบได้ 228,382 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5.82 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และขึ้นมาเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทยในอันดับ 2 รองจากเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเท่านั้น ส่วนโครงสร้างสินค้าเข้าของไทยในหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ในปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าการนำเข้า 150,440 ล้านบาท อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นรายได้เงินตราต่างประเทศมากกว่า 77,942 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาปัจจุบัน ของประเทศ มีการจ้างงานในปี พ.ศ.2546 รวมประมาณ 376,300 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.6 ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดนอกจากนี้การจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้อุตสาหกรรมต้องประสบภาวะการหดตัวอย่างรุนแรงในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้ปลดคนงานเป็นจำนวนมาก

เหมือนอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากผู้ผลิตได้หันมามุ่งการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น และประกอบกับบริษัทรถยนต์รายใหญ่ของโลกทุกกลุ่มได้เข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ประเทศไทยก็ยังจัดว่ามีฐานการผลิตยานยนต์ที่มีขนาดค่อนข้างเล็กในระดับโลก แต่จัดว่ามีขนาดค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชีย ทำให้โดยรวมแล้วอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีสมรรถนะด้านการส่งออกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ก็มีสัดส่วนการส่งออกน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ นอกภูมิภาค

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และกำลังพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกที่สำคัญในภูมิภาคจากการเข้ามาลงทุนของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลก โดยใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก ดังแสดงในภาพที่ 1.1

ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์เป็น 1 ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ที่รัฐบาล ในปัจจุบัน ให้ความสำคัญในเชิงศักยภาพการแข่งขัน และมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้นการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีผลิตภัณฑ์หลัก 4 ผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ซึ่งมีรถปิคอัพเป็นส่วนใหญ่ รถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนรถยนต์



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ภาพที่ 1.1 แสดงการลงทุนขนาดใหญ่ของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยช่วงปี พ.ศ.2534 - 2545

สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในปัจจุบันมีแนวโน้มในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น หลังจากการประกาศยกเลิกนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2543 ตามพันธกรณีภายใต้ข้อตกลงขององค์การการค้าโลก การยกเลิกนโยบายดังกล่าว ประกอบกับการดำเนินการในโครงการความร่วมมือตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยเฉพาะข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่ประเทศไทยได้ทำไว้กับประเทศต่างๆ เช่น ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ที่ประเทศสมาชิกอาเซียนจะดำเนินการปรับลดภาษีนำเข้าสินค้าในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนแก่ประเทศสมาชิกในอาเซียนให้เหลือร้อยละ 0-5 ในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนมีการแข่งขันกันมากขึ้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจึงต้องดำเนินการในการเตรียมความพร้อมในการรองรับและตอบสนองกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง

## 1.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเกิดจากการใช้มาตรการส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้มีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้ารถยนต์ โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีด้วยการลดหย่อนอากรขาเข้าของชิ้นส่วนรถยนต์แบบแยกส่วนที่ประกอบครบชุด (Completely Knocked Down : CKD) ให้ต่ำกว่าอากรขาเข้าสำหรับรถยนต์ประกอบสำเร็จรูป (Complete Built Up : CBU) จึงทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเริ่มต้นด้วยการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2504 โดยในระยะแรกเป็นการประกอบรถยนต์สหรัฐอเมริกา และยุโรปเป็นหลัก ต่อมาเริ่มมีการประกอบรถญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2505 ปริมาณการประกอบรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การประกอบรถยนต์ในขณะนั้นยังเป็นเพียงการนำเข้าชิ้นส่วน Completely Knocked Down หรือ CKD จากบริษัทแม่ในต่างประเทศ มาประกอบเป็นรถยนต์สำเร็จรูปเป็นหลัก

### 1.1.1 การเริ่มบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า (พ.ศ.2512-พ.ศ.2533)

แม้จะมีการผลิตรถยนต์ภายในประเทศไทย แต่ชิ้นส่วนทั้งหมดจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็มีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศจำนวนมาก ทำให้มีรถยนต์มากมายหลายแบบ ขณะที่ตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็กจึงไม่มีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงและไม่ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

- ปีพ.ศ.2512
- คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ออกประกาศงดรับคำขอเพื่อรับการส่งเสริมการประกอบรถยนต์เนื่องจากได้ให้การส่งเสริมไปแล้วมากถึง 10 ราย และหันไปเน้นส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการชิ้นส่วนแทน
  - คณะรัฐมนตรีได้จัดตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์” ขึ้นเพื่อกำหนดนโยบาย และวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์

- กรมศุลกากรได้ออกประกาศให้ยาง แบริดเดอร์ หม้อน้ำ และแหวนดับ ไม่นับรวมในชิ้นส่วน CKD ที่อยู่ในข่ายเสียอากรขาเข้าในอัตราพิเศษ เพื่อส่งเสริมให้ใช้ชิ้นส่วนเหล่านี้ที่ผลิตในประเทศแทนการนำเข้า
- ปีพ.ศ.2514 ● กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศกำหนดให้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ประกอบในประเทศ (local content) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ภายในสิ้นปีพ.ศ. 2516 เพื่อส่งเสริมการผลิตชิ้นส่วนในประเทศ แต่ในปีถัดมาก็ได้มีการชะลอการบังคับใช้เป็นภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2518 เป็นต้นไป
- ปีพ.ศ.2517 ● กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีนโยบายส่งเสริมการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จึงได้ออกประกาศกำหนดให้รถบรรทุกและรถโดยสารประเภท Chassis with Engine ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2518 เป็นต้นไป
- นโยบายเหล่านี้นับเป็นการบังคับให้บริษัทประกอบรถยนต์ในประเทศต้องหันมาใช้ชิ้นส่วนในประเทศมากขึ้น มิฉะนั้น จะต้องยกเลิกการประกอบรถยนต์ในไทย จึงนับเป็นการเริ่มต้นยุคทองสำหรับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ บริษัทประกอบรถยนต์ต้องพยายามพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าตนเองจะสามารถใช้ชิ้นส่วนในประเทศได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยบางกรณีจะต้องให้ความช่วยเหลือทางเทคโนโลยีแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเพื่อให้ผลิตชิ้นส่วนที่ตนเองต้องการใช้
- ปีพ.ศ.2521 ● การประกอบรถยนต์ในประเทศยังคงใช้ชิ้นส่วนนำเข้าในอัตราสูง ขณะเดียวกันไทยยังประสบปัญหาขาดดุลการค้าสูงมาก อันเป็นผลจากวิกฤตการณ์น้ำมัน จำเป็นต้องลดการนำเข้าโดยเร่งด่วน
- กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้กำหนดให้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากเดิมร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 ภายใน 5 ปี โดยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 35 ในช่วง 2 ปีแรก และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 ต่อปี จนครบร้อยละ 50 ภายในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2526



- ปีพ.ศ.2522 ● กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีนโยบายเพิ่มการใช้ชิ้นส่วนรถบรรทุกในประเทศ เช่นเดียวกัน จึงได้ประกาศปรับปรุงหลักเกณฑ์การใช้ชิ้นส่วนในประเทศสำหรับรถบรรทุกโดยกำหนดให้ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 25 ภายใน 5 ปี จนถึงเกณฑ์กำหนด
- ปีพ.ศ.2529 ● กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศเพิ่มเติมอีกหลายครั้ง เพื่อเพิ่มอัตราส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศให้สูงขึ้นเรื่อยๆ จนหลังสุดได้กำหนดให้ใช้ชิ้นส่วนในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 54 สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ร้อยละ 60-72 สำหรับรถปิคอัพ และร้อยละ 45 สำหรับรถบรรทุกขนาดใหญ่
- มาตรการส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนในประเทศในสัดส่วนที่มากขึ้น ส่งผลให้บริษัทรถยนต์สหรัฐฯ และยุโรป คือ ฟอร์ด GM และ เพียต ได้ถอนตัวจากประเทศไทย เนื่องจากไม่สามารถดำเนินการตามเงื่อนไขใช้ชิ้นส่วนในประเทศได้
- ปีพ.ศ.2530 ● รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังของ 6 ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก คือ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เยอรมนี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และแคนาดา ได้มีข้อตกลงในปี 2528 ที่เรียกว่า Plaza Agreement ซึ่งกำหนดให้ประเทศต่างๆ เพิ่มค่าเงินของตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐฯ อันจะส่งผลให้ค่าเงินสหรัฐฯ อ่อนตัวลง เพื่อแก้ไขปัญหาขาดดุลการค้าของสหรัฐฯ ส่งผลให้ค่าเงินสหรัฐฯ ต่อเงินเยนอ่อนตัวลงมากจากเดิม 240 เยน/เหรียญสหรัฐฯ ลดลงเหลือเพียง 130 เยน/เหรียญสหรัฐฯ ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าในญี่ปุ่นเมื่อคิดเป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐฯ สูงขึ้นมาก กระตุ้นให้บริษัทญี่ปุ่นต้องพยายามลดต้นทุนการผลิตโดยหันไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะมาลงทุนในไทยจำนวนมาก ทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว
- ปีพ.ศ.2532 ● เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้ชิ้นส่วนในประเทศมากขึ้นอีก กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศกำหนดให้การประกอบรถยนต์ปิคอัพต้องใช้เครื่องดีเซลที่ผลิตภายในประเทศ นับตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2532 เป็นต้นไป

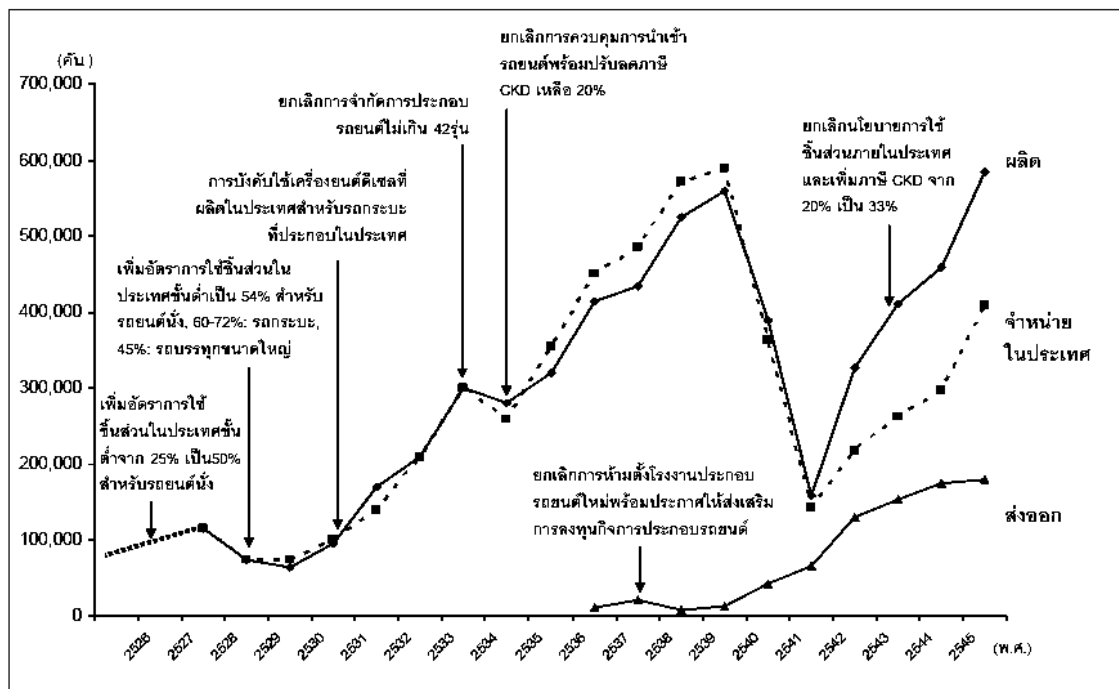
- นอกจากนี้ กระทรวงฯ ยังได้กำหนดเงื่อนไขว่า การผลิตเครื่องยนต์ดีเซลดังกล่าวข้างต้น จะต้องใช้ชิ้นส่วนในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 กรณีผลิตโดยโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน และไม่ต่ำกว่าร้อยละ 52 กรณีผลิตโดยโครงการที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
- อย่างไรก็ตาม การกำหนดเงื่อนไขการใช้ชิ้นส่วนในประเทศดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องจากการผลิตชิ้นส่วนบางรายการต้องการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ซึ่งหากผู้ผลิตชิ้นส่วนแยกกันผลิต ก็จะมีต้นทุนการผลิตสูงมาก จึงมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการรถยนต์ทั้ง 3 ค่าย คือ โตโยต้า นิสสัน และฮิอุซุ ในการผลิตชิ้นส่วน ทั้งนี้ ค่ายมิตซูบิชิไม่ได้เข้าร่วมวงด้วย เนื่องจากในขณะนั้น โครงการผลิตรถยนต์ปีคอปของค่ายนี้ ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งทำให้เงื่อนไขการใช้ชิ้นส่วนในประเทศอยู่ในระดับต่ำกว่า

### 1.1.2 เปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อส่งเสริมการส่งออก (ปี พ.ศ. 2534-ปัจจุบัน)

- ปีพ.ศ.2534
- กระทรวงอุตสาหกรรมมีนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงอุตสาหกรรมรถยนต์ด้วย โดยประกาศยกเลิกการควบคุมการนำเข้าทั้งที่เป็นรถยนต์ใหม่และใช้แล้ว
  - รัฐบาลได้ลดภาษีชิ้นส่วน CKD เหลือเพียงร้อยละ 20 ซึ่งกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศระดับหนึ่ง แต่ไม่มากนัก เนื่องจากยังคงมีเงื่อนไขการใช้ชิ้นส่วนในประเทศเช่นเดิม
- ปีพ.ศ.2537
- กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งใหม่ เพื่อให้เกิดการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จากนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้บริษัทรถยนต์ค่ายตะวันตกหันมาสนใจตั้งฐานการประกอบรถยนต์ในไทย

- ภายหลังจากปิดให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการประกอบรถยนต์มาเป็นเวลา 25 ปี คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ออกประกาศที่ ส.4/2537 เปิดให้ส่งเสริม “กิจการประกอบรถยนต์” อีกครั้งหนึ่ง โดยเน้นสนับสนุนโรงงานประกอบรถยนต์ เพื่อส่งออกและกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค
  - บริษัทรถยนต์ต่างๆ ได้เริ่มจัดตั้งโรงงานของตนในส่วนภูมิภาค จากเดิมที่กระจุกตัว ในกรุงเทพมหานคร และสมุทรปราการ เริ่มจากบริษัทโตโยต้าได้ตั้งฐานการ ประกอบรถยนต์แห่งที่ 2 จังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนบริษัทฮอนด้าได้ย้ายฐานการ ประกอบรถยนต์จากเขตกรุงเทพมหานคร ไปยังโรงงานแห่งใหม่ที่จังหวัดอยุธยา บริษัท เอ็มเอ็มซีสิทธิผล จำกัด ได้ลงทุนตั้งฐานการผลิตรถปิคอัพมิติซูบิชิแห่งที่ 2 ในจังหวัดชลบุรี
- ปีพ.ศ.2539 ● แม้ในระยะแรก เป็นการลงทุนของบริษัทญี่ปุ่น แต่ต่อมาเริ่มมีการเข้ามาของบริษัท รถยนต์สหรัฐฯ หลังยกเลิกการประกอบรถยนต์ในไทยนานนับ 20 ปี เริ่มจากฟอร์ด และมาสด้าตกลงเป็นพันธมิตรร่วมลงทุนจัดตั้งฐานการประกอบรถยนต์ปิคอัพที่ จังหวัดระยอง โดยก่อสร้างโรงงานเสร็จและเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2543
- การนำเข้าของบริษัทรถยนต์สหรัฐฯ ส่งผลให้บริษัทผลิตชิ้นส่วนของสหรัฐฯ และ ยุโรปเริ่มเข้ามาลงทุนในไทยเพื่อป้อนชิ้นส่วนแก่บริษัทฟอร์ด และ GM
- ปีพ.ศ.2542 ● ด้วยความกดดันจากกระแสการค้าเสรีทั่วโลกซึ่งถูกผลักดัน โดยองค์การค้าโลก (WTO) ประกอบกับการหาทางออกเพื่อรักษาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้อยู่รอด หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลจึงประกาศยกเลิกมาตรการบังคับใช้ ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศซึ่งดำเนินการมาตลอดระยะ 30 ปี ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543
- ทั้งนี้ได้มีมาตรการเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วน CKD จากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 33 เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการรถยนต์ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศต่อไป

จากพัฒนาการของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ข้อบังคับ และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยได้ดังแสดงในภาพที่ 1.2

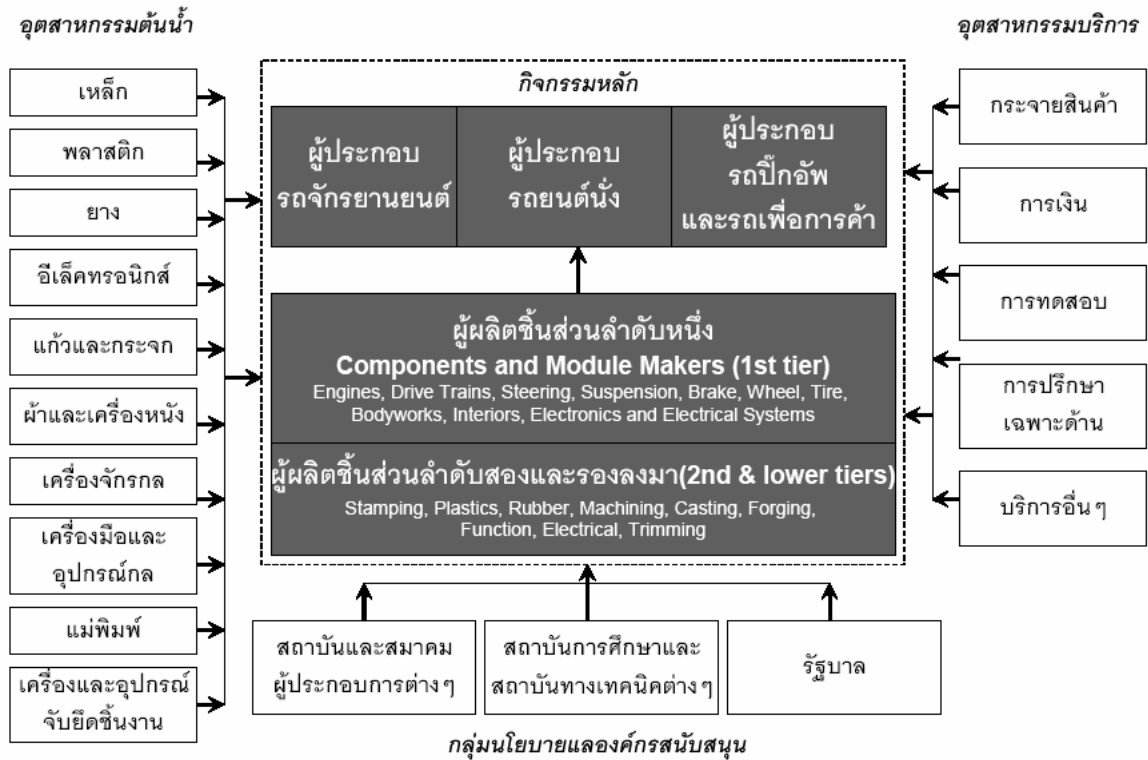


ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

ภาพที่ 1.2 การเปลี่ยนแปลงนโยบาย ข้อบังคับและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

## 1.2 โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย (Thai automotive cluster) ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (Core activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Supporting activities) ดังแสดงในภาพที่ 1.3 ภาพเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย



ที่มา: Michael E. Porter, Thailand Competitiveness: Creating the Foundation for Higher Productivity  
Presentation Paper

ภาพที่ 1.3 ภาพเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

จากแผนภาพที่ 1.3 จะเห็นได้ว่า **กิจกรรมหลัก (Core activities)** ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย คือกลุ่มผู้ประกอบยานยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มผู้ประกอบยานยนต์ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบรถยนต์ปิกอัพ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการแข่งขันสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมด ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จะจำแนกตามระดับ โครงสร้างการผลิตได้ดังนี้

- ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 1 (First Tier) เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนประเภทอุปกรณ์ป้อนโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง ซึ่งผู้ผลิตจะต้องมีความสามารถทางเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนตามมาตรฐานที่ผู้ประกอบรถยนต์กำหนด
- ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 2 (Second Tier) เป็นการผลิตชิ้นส่วนย่อยเพื่อป้อนผู้ผลิตในลำดับที่ 1 อีกต่อหนึ่ง โดยจะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 1

- ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 3 (Third Tier) เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบป้อนให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 1 หรือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับ 2 อีกต่อหนึ่ง

**กิจกรรมสนับสนุน (Supporting activities)** คือ กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และกลุ่มนโยบายและองค์กรสนับสนุน กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น เหล็ก กระจก พลาสติก หนัง ผ้า ยาง อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ผลิตจะผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตชิ้นส่วน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเครื่องจักร แม่แบบแม่พิมพ์ อุปกรณ์จับยึดชิ้นงาน และเครื่องมือต่างๆ

กลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกกลุ่มคือ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ บริการด้านการกระจายสินค้า บริการด้านการเงิน บริการด้านการตรวจสอบและทดสอบ

กลุ่มนโยบายและสนับสนุนประกอบด้วย 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ (1) กลุ่มภาครัฐ ซึ่งทำหน้าที่วางแผน และนโยบายระดับชาติ (2) กลุ่มสถาบันยานยนต์และสมาคมผู้ประกอบการ ซึ่งมีบทบาทในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และระหว่างภาคเอกชนด้วยกันเอง (3) กลุ่มสถาบันการศึกษาสถาบันทางเทคนิค เช่น คณะวิศวกรรมศาสตร์ยานยนต์ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายๆฝ่าย และเกี่ยวเนื่องกับหลายๆอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ทั้งในส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมสืบเนื่องในส่วนของอุตสาหกรรมบริการ หรือแม้แต่ในกลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนในลำดับต่างๆ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ให้การสนับสนุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้ก้าวขึ้นสู่การเป็น ศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย

#### **(Detroit of Asia)**

ดังนั้นการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก จึงเป็นเรื่องหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากตลาดยานยนต์ในประเทศไทยยังเป็นตลาดที่มีขนาดเล็ก แต่อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ดังนั้นอุตสาหกรรมนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันได้จึงจำเป็นต้องมีการผลิตที่มีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าคู่แข่งและช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia) ได้ จำเป็นต้องพึ่งพาการส่งออก

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก
- 2.2 เพื่อศึกษาถึงความสามารถเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศเอเชียในการส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นรายผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก
- 2.3 เพื่อศึกษาถึงความสามารถเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นรายผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนรถยนต์ และจักรยานยนต์ ในตลาดส่งออกที่เป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย และประเทศคู่แข่งกันในแต่ละตลาดที่เป็นประเทศคู่ค้า

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

3.1 ในการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันได้ใช้วิธีวัดความสามารถเปรียบเทียบด้วย **Revealed Comparative Advantage Index; RCA** เป็นเครื่องมือในการพิจารณา

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาที่เป็นข้อมูลภายในประเทศ เช่น ปริมาณการผลิต กำลังการผลิต และ ปริมาณการจำหน่าย เป็นต้น เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) และเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายปี อยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534 -พ.ศ. 2547

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) และเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายปีของมูลค่าการนำเข้า-ส่งออก ในอุตสาหกรรมยานยนต์และมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ.2533), ค.ศ.1995 (พ.ศ. 2538) และช่วงปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543)

ถึง ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546) ในการศึกษาทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และใช้ข้อมูลในช่วงปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ. 2543) ถึง ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546) ในการศึกษาอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นรายผลิตภัณฑ์ ตามหมวดสินค้า

### 3.4 การจำแนกหมวดสินค้าระหว่างประเทศใช้การจำแนกตามรหัส SITC Rev. 3

3.5 การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศในเอเชียจะเปรียบเทียบเฉพาะหมวดสินค้า 781 สำหรับรถยนต์นั่ง 782 สำหรับรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ 784 สำหรับชิ้นส่วนรถยนต์ และหมวด 785 สำหรับจักรยานและจักรยานยนต์ โดยจะเปรียบเทียบกับประเทศจีน ฮองกง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น จอร์แดน เกาหลีใต้ มาเลเซีย โอมาน ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ อินเดีย สิงคโปร์ และ ตุรกี

3.6 การศึกษาเป็นรายหมวดสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์จะพิจารณาเฉพาะในหมวดผลิตภัณฑ์ รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ชิ้นส่วนรถยนต์ และจักรยานยนต์

3.7 การศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นรายผลิตภัณฑ์ ตามข้อ 3.6 จะศึกษาเฉพาะในตลาดที่เป็นคู่ค้าตลาดส่งออกสำคัญของไทย พร้อมเปรียบเทียบกับคู่แข่งในแต่ละตลาดและแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้



1. ตลาดรถยนต์นั่ง SITC Rev. 3 Code 7812

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด
ออสเตรเลีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, ฝรั่งเศส และ อังกฤษ
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ สวีเดน
สิงคโปร์	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เกาหลีใต้ และ สวีเดน
ญี่ปุ่น	เยอรมนี, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, เบลเยียม, เม็กซิโก และสวีเดน

2. ตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ SITC Rev. 3 Code 7821

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด
ออสเตรเลีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, สิงคโปร์, สวีเดน และ ฝรั่งเศส
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, อังกฤษ, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ สวีเดน
สิงคโปร์	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เกาหลีใต้ และ สวีเดน
ญี่ปุ่น	เยอรมนี, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, แคนาดา และสวีเดน

3. ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ SITC Rev. 3 Code 784

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, สิงคโปร์, เยอรมนี, และ เกาหลีใต้
ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา, เยอรมนี, จีน, เกาหลีใต้, ฟิลิปปินส์ และอังกฤษ
มาเลเซีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อินโดนีเซีย, ออสเตรเลีย และฟิลิปปินส์
สหรัฐอเมริกา	แคนาดา, ญี่ปุ่น, เม็กซิโก, เยอรมนี และฝรั่งเศส

4. ตลาดรถจักรยานยนต์ SITC Rev. 3 Code 7851

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด
กรีซ	ญี่ปุ่น, อิตาลี, อินโดนีเซีย, สเปน และ เยอรมนี
ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, เยอรมนี, ฮองกง และจีน
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, อินโดนีเซีย, จีน, ฮองกง, อินเดีย และเวียดนาม
สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อิตาลี, ออสเตรีย และจีน

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 อุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในตลาดโลก ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546

จากผลการศึกษาในงานวิจัยของ Somsak Kongkalai ในช่วงปี พ.ศ. 2518 – พ.ศ. 2533 และ ผลการศึกษาของ รัชณี วีระวัฒน์ยิ่งยง ในช่วงปี พ.ศ. 2518 – พ.ศ. 2533 และรายงานของ UNICO INTERNATIONAL ในปี พ.ศ. 2538 มีความสอดคล้องกันที่ว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน ในช่วงเวลาดังกล่าว

4.2 ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง และชิ้นส่วนยานยนต์ ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546

จากผลการศึกษาในงานวิจัยของ Juanjai Ajanunt and Others พบว่าในปี พ.ศ. 2518 อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ และจากการศึกษาของ Trakul Chatdarong พบว่าในปี พ.ศ. 2514 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ

4.3 ประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และรถจักรยานยนต์ ในตลาดโลก ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546

จากผลการศึกษาในงานวิจัยของจิรายุส บงกชมาศ พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2537 – พ.ศ. 2540 อุตสาหกรรมรถยนต์ปีค้อพขนาด 1 ตัน (หมวดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์) ของไทย ไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ แต่มีการปรับตัวที่ทำให้ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์ปีค้อพขนาด 1 ตัน ในปี พ.ศ. 2541 และจากการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2526 – พ.ศ. 2533 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ ต่อมา

อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์ ได้ศึกษาพบว่าหลังจากปี พ.ศ. 2534 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทย กลับมามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

**5.1 ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA)** หมายถึง ดัชนีที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าโดยเปรียบเทียบทางอ้อมจากข้อมูลการส่งออกของประเทศ ในตลาดโลก หรือกลุ่มประเทศที่ศึกษา หรือตลาดในประเทศที่เป็นคู่ค้าที่ต้องการศึกษา

**5.2 ค่า RCA ที่คำนวณจากตลาดโลก** หมายถึง ค่าที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของประเทศหนึ่ง ต่อสัดส่วนการส่งออกสินค้า  $j$  ของทุกประเทศทั่วโลก

สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของประเทศหนึ่ง หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของประเทศนั้น ต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศนั้น

สัดส่วนการส่งออกสินค้า  $j$  ของทุกประเทศทั่วโลก หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของทุกประเทศทั่วโลก ต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของทุกประเทศทั่วโลก

เมื่อ  $j$  หมายถึงสินค้าใดๆ ที่ต้องการศึกษา

**5.3 ค่า RCA ที่คำนวณจากประเทศคู่ค้า** หมายถึง ค่าที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของประเทศหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้านั้น ต่อสัดส่วนการนำเข้าสินค้า  $j$  ของประเทศคู่ค้านั้นจากทุกประเทศทั่วโลก

สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $j$  ของประเทศหนึ่งไปยังประเทศคู่ค้า หมายถึง มูลค่าการนำเข้าสินค้า  $j$  จากประเทศนั้นไปยังประเทศคู่ค้า ต่อมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากประเทศนั้นไปยังประเทศคู่ค้าที่ศึกษา

สัดส่วนการนำเข้าสินค้า  $j$  ของประเทศคู่ค้านั้นจากทุกประเทศทั่วโลก หมายถึง มูลค่าการนำเข้าสินค้า  $j$  จากทุกประเทศทั่วโลกของประเทศคู่ค้า ต่อมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากทุกประเทศทั่วโลกของประเทศคู่ค้าที่ศึกษา

เมื่อ  $j$  หมายถึงสินค้าใดๆ ที่ต้องการศึกษา

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 ทำให้ทราบศักยภาพและความสามารถในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไปยังตลาดโลกว่าเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกในตลาดโลก
- 6.2 ทำให้ทราบศักยภาพและความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นรายผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนยานยนต์, และ รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลกว่าเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียด้วยกัน
- 6.3 ทำให้ทราบศักยภาพและความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นรายผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนยานยนต์, และรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศคู่ค้าที่เป็นตลาดสำคัญของประเทศไทยว่าเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในในตลาดนั้น
- 6.4 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของการส่งออกยานยนต์ไทยในตลาดโลก และประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญๆ มีดังนี้

##### 1.1 ทฤษฎีการค้าได้เปรียบสัมบูรณ์

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศมีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดของ อัดัม สมิท (Adam Smith) ที่ได้อธิบายไว้ในหนังสือชื่อ ความมั่งคั่งของชาติ (The Wealth of Nations) ว่า ความสามารถในการผลิต หรือ ผลิตภาพ (Productivity) ของแต่ละประเทศ และผลิตภาพจะมากน้อยเท่าไรก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของบุคคลที่มีความอิสระที่จะเลือกทำในสิ่งที่ตนเองสนใจมากที่สุดเท่านั้น ซึ่งความสนใจส่วนบุคคลนี้จะนำไปสู่การผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง การแลกเปลี่ยนสินค้าจะเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความสามารถในการผลิต และจะมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยผ่านการแบ่งงานกันทำ แนวความคิดนี้จึงเป็นแนวคิดเศรษฐกิจเสรีที่นำมาใช้อธิบายการค้าระหว่างประเทศ ที่เกิดจากความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ซึ่งมีหลักการว่า เมื่อประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง ขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งมากกว่าประเทศแรก ดังนั้นทั้งสองประเทศนี้จะได้รับประโยชน์จากการผลิตเฉพาะอย่างในสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบสัมบูรณ์ และการแลกเปลี่ยนสินค้ากันนั้นก็就会有ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตสินค้าดังกล่าว

##### 1.2 ทฤษฎีการค้าได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ได้ขยายแนวคิดของ อัดัม สมิท (Adam Smith) จากความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ไปสู่หลักการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative

Advantage) ว่าการค้าระหว่างประเทศไม่ได้ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของประเทศผู้ส่งออกเหนือคู่ค้าแต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างเชิงเปรียบเทียบของต้นทุนการผลิต กล่าวคือ ประเทศใดจะส่งออกสินค้าที่ตนเองมีต้นทุนเชิงเปรียบเทียบต่ำกว่าประเทศอื่น เช่น ประเทศที่ 1 ผลิตสินค้า A และ B อย่างละ 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 80 และ 90 ชั่วโมง ตามลำดับ ส่วนประเทศที่ 2 ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน โดยใช้แรงงาน 120 และ 100 ชั่วโมง ตามลำดับ ถ้าพิจารณาความได้เปรียบโดยสมบูรณ์แล้ว จะไม่มีการค้าระหว่างกัน เนื่องจากประเทศที่ 1 สามารถผลิตสินค้าโดยใช้แรงงาน (ต้นทุน) ต่ำกว่า ทั้งสินค้า A และสินค้า B แต่แนวคิดของ เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) หรือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบแล้ว ประเทศที่ 1 จะผลิตและส่งออกสินค้า A เพราะต้นทุนเชิงเปรียบเทียบของสินค้า A ต่ำกว่าสินค้า B (นั่นคือ  $80/120$  ต่ำกว่า  $90/100$ ) ในทางกลับกัน ประเทศที่ 2 จะผลิตและส่งออกสินค้า B ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศที่ 1 มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า A ส่วนประเทศที่ 2 มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า B และมีความเสียเปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า A

จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศข้างต้นเกิดจากความแตกต่างของฟังก์ชันการผลิต (Production Function) ของแต่ละประเทศ ซึ่งมีข้อสมมติว่า แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวที่ใช้กำหนดต้นทุนการผลิต และไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ และแรงงานในแต่ละประเทศก็มีประสิทธิภาพในการผลิตแตกต่างกัน ซึ่งต่อมา ฮีโล เฮคเซอร์ (Eli Heckscher) และ เบร์ทิล โอห์ลิน (Bertil Ohlin) ได้พัฒนาแนวคิด ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจนได้แบบจำลอง เฮคเซอร์- โอห์ลิน (The Heckscher- Ohlin Model) ซึ่งอธิบายว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากการที่แต่ละประเทศมีทรัพยากรภายในประเทศ (Factor Endowment) ที่แตกต่างกัน โดยแต่ละประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการขายสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากภายในประเทศ กล่าวคือประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน ประเทศนี้ก็จะส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นแรงงานอย่างเข้มข้น (Labor Intensive) และนำเข้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยทุนในการผลิตอย่างเข้มข้น (Capital Intensive) นั่นคือประเทศต่างๆ จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต ซึ่งตามแนวคิดนี้เป็นการอธิบายอยู่ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียง 2 ชนิด คือ ปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน และแต่ละประเทศนั้นมีทรัพยากรภายในประเทศที่แตกต่างกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การค้าระหว่างประเทศเกิดจากความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตและความชำนาญในการผลิตของแต่ละประเทศที่มีไม่เท่ากัน จึงทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าแตกต่างกัน นอกจากนี้การค้าระหว่างประเทศก็เกิดจากการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง (Increasing Return to Scale) แม้ว่าประเทศที่ทำการค้าระหว่างกันจะมีสภาพทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกันก็ตาม อุตสาหกรรมที่มีต้นทุน (Fixed Cost) สูง การขยายการผลิตจะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง ทำให้ผู้ผลิตได้กำไรและมีความชำนาญในการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ผลิตภาพของปัจจัยการผลิต (Factor Productivity) สูงขึ้นด้วย ดังนั้นถ้ามีการค้าระหว่างประเทศ ผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีในการผลิตในลักษณะ Increasing Return to Scale ก็จะได้ประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากตลาดสินค้าใหญ่ขึ้นทำให้สามารถขยายการผลิตได้ ส่วนประเทศที่นำเข้าสินค้าดังกล่าวก็จะได้ประโยชน์จากการที่ราคาสินค้าลดลงหรือถูกกว่าทำการผลิตเอง นอกจากนี้ความแตกต่างของเทคโนโลยี (Technology Gap) ก็มีส่วนทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีสูงมักมีรายได้และค่าจ้างสูงจะลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดการจ้างงาน ประเทศเหล่านี้จึงได้เปรียบในการผลิตสินค้าใหม่ที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศ ประเทศเหล่านี้จะส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่ำกว่า จนกว่าเทคโนโลยีดังกล่าวจะแพร่กระจายไปยังประเทศอื่นๆ

การวัดความสามารถในการแข่งขันนั้นสามารถวิเคราะห์ได้จากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตสินค้าโดยอาศัยทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากประเทศต่างๆ มีความสามารถในการผลิตสินค้าได้ไม่เท่ากันจากปัจจัยการผลิตที่เท่ากัน หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าอย่างเดียวกันด้วยปัจจัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน หรือใช้ต้นทุนที่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากในแต่ละประเทศนั้นมีปัจจัยการผลิตและประสิทธิภาพในการผลิตเชิงสัมพัทธ์ (Relative Productivity) ไม่เท่ากัน

จากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าจากประเทศต่างๆ นั้น ได้แก่ ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบ กล่าวคือ หากประเทศใดมีต้นทุนในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ก็แสดงว่าสินค้าจากประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันได้ดีกว่าประเทศอื่นๆ ที่นำมาเปรียบเทียบ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ได้แก่ ราคาของปัจจัยการผลิต ทรัพยากรมนุษย์



ทรัพยากรธรรมชาติ ระดับเทคโนโลยีในการผลิตสินค้า โครงสร้างอุตสาหกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่างๆ ตลอดจนนโยบายของรัฐบาล

### 1.3 แนวคิดการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

#### 1.3.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

##### (Revealed Comparative Advantage Index : RCA )

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA ) เป็นตัววัดที่ใช้วิเคราะห์ศักยภาพของการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเทียบกับศักยภาพรวมของโลกในสินค้าแต่ละชนิด ซึ่งมาจากแนวคิดพื้นฐานที่ว่า ประเทศต่างๆ จะเป็นผู้ส่งออกสินค้าที่ประเทศตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ดังนั้นการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าใดๆ นั้น สามารถใช้อัตราการส่งออกสินค้านั้นๆ ต่อการส่งออกสินค้านั้นๆ ของประเทศนั้นๆ เทียบกับอัตราการส่งออกของสินค้านั้นๆ ของโลกเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้

RCA. มีที่มาจากกรณีที่นักเศรษฐศาสตร์หลายคนพยายามพัฒนาเครื่องมือขึ้นมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศ และในปี ค.ศ.1965 Bela.Balassa ได้เสนอดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) มาใช้เป็นดัชนีสำหรับแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) มาประกอบการอธิบายแนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่ง RCA. ที่เสนอโดย Bela.Balassa เป็นการวิเคราะห์อย่างง่าย ๆ ของความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ทำการศึกษาในกลุ่มประเทศที่ต้องการศึกษาโดยเปรียบเทียบ

การที่สัดส่วนการส่งออกของสินค้านั้นๆ ของประเทศสูงกว่าเมื่อเทียบกับสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยของสินค้านั้นๆ เดียวกันในกลุ่มประเทศที่ศึกษา แสดงให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันของสินค้านั้นๆ ในกลุ่มประเทศที่ศึกษา แม้ว่ากลุ่มประเทศที่ศึกษาจะมีมาตรการทางภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีมาปกป้องสินค้าของตนในประเทศ การที่สินค้านั้นๆ ของประเทศผู้ส่งออกมีสัดส่วนการส่งออกที่สูงแสดงให้เห็น โดยนัยยะว่าประเทศผู้

ส่งออกดังกล่าวนี้มีต้นทุนการผลิตสินค้าข้างต้นที่สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศที่ต้องการจะเปรียบเทียบได้ จึงสามารถส่งออกสินค้าได้ในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตามดัชนี RCA สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา และกลุ่มประเทศที่ศึกษาเปรียบเทียบ ดังนั้น ณ เวลาหนึ่งประเทศหนึ่งอาจมีความสามารถในการแข่งขันสินค้าชนิดหนึ่งในกลุ่มประเทศที่ศึกษาเปรียบเทียบอย่างมาก แต่ในอนาคตสินค้าชนิดนี้ของประเทศผู้ส่งออกอาจจะไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยเปรียบเทียบได้เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะทางเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาลในแต่ละประเทศ ซึ่งการคำนวณหาค่าดัชนี RCA สามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_i) / (X_{wj} / \sum X_w)$$

$RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกชนิด  $j$  ของประเทศ  $i$

$X_{ij}$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด  $j$  ของประเทศ  $i$

$\sum X_i$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดของประเทศ  $i$

$X_{wj}$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด  $j$  ในตลาดโลก

$\sum X_w$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดในตลาดโลก

- ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใด  $>1$  แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบมากกว่าในการส่งออกสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลก
- ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใด  $<1$  แสดงว่าประเทศนั้นมีความเสียเปรียบมากกว่าในการส่งออกสินค้าชนิดนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลก

### **จุดเด่นของการใช้ดัชนี RCA เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์**

การสร้างดัชนี RCA จะให้ความสำคัญกับการส่งออกของสินค้าของประเทศเปรียบเทียบกับ การส่งออกของสินค้านิดเดียวกันในกลุ่มประเทศที่ต้องการศึกษา แทนการศึกษาถึงต้นทุนของการผลิตสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศ ซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศ นั้นเป็นเรื่องที่ยาก เพราะปัจจัยการผลิตและกระบวนการผลิตมีความซับซ้อน นอกจากนี้ หลายประเทศมิได้มีการเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบจนสามารถนำมาใช้เปรียบเทียบต้นทุนของสินค้า แต่ละประเภทในของแต่ละประเทศได้ และการใช้ดัชนี RCA ในการวิเคราะห์จะง่ายต่อการคำนวณ และการตีความ

### **จุดอ่อนของการใช้ดัชนี RCA เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์**

จุดอ่อนของดัชนี RCA คือ ไม่สามารถระบุได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เกิดขึ้น นั้นเป็นความได้เปรียบที่เกิดจากความสามารถในการผลิต หรือเกิดจากการใช้ นโยบายการค้าของ รัฐบาลทั้งประเทศผู้ส่งออกและนำเข้า และข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณเป็นข้อมูลรวมของมูลค่าสินค้า กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่สามารถแยกรายละเอียดของสินค้าได้ นอกจากนี้มูลค่ารวมของสินค้าของแต่ละ ประเทศส่งออกนั้นไม่เท่ากัน ทำให้ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกรวมสูงมีแนวโน้มที่จะมีค่า RCA ต่ำกว่าประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมทั้งประเทศน้อย

## **1.3.2 การหาค่าต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ**

### **(Domestic Resource Cost : DRC)**

การหาค่าต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ (Domestic Resource Cost :DRC) เป็น การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ ซึ่งในปี ค.ศ. 1972 M.Bruno ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Domestic Resource Cost :DRC ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจ ชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศ จะมีประโยชน์เปรียบเทียบจากการผลิต ถ้าทรัพยากรภายในประเทศที่ ใช้ในการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินตราต่างประเทศสุทธิ 1 หน่วย มีค่าน้อยกว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่ แท้จริง (Shadow Exchange Rate: SER) ของประเทศ นั้นคือ ถ้าค่า DRC/SER มีค่าน้อยกว่า 1 จะ

แสดงว่าการผลิตสินค้าชนิดนั้น มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในทางตรงกันข้ามถ้าค่า DRC/SER มีค่ามากกว่า 1 จะแสดงว่าการผลิตสินค้าชนิดนั้น ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

#### 1.4 แนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันแนวใหม่

**Michael E. Porter (ค.ศ. 1990)** ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ ดังนี้ ความได้เปรียบในการแข่งขันอาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนต่ำ และ ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง ความได้เปรียบในการแข่งขันทั้ง 2 ประเภทจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง ผู้ผลิตที่มีต้นทุนการผลิตต่ำจะทำการผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่าคู่แข่ง ส่วนผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าที่แตกต่างจะได้รับผลตอบแทนต่อหน่วยสูงกว่าคู่แข่ง

ต้นทุนต่ำเป็นความสามารถของผู้ผลิตในการผลิตสินค้า ออกแบบสินค้า และทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง ในราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง หรือต่ำกว่า และต้นทุนที่ต่ำกว่าหมายถึงการได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่า แต่ความได้เปรียบด้านต้นทุนมักจะมีคามยั่งยืนน้อยกว่าความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากถ้าผู้ผลิตรายอื่นมีการพบแหล่งทรัพยากรใหม่ๆ ซึ่งมีต้นทุนถูก ย่อมทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนหายไป พร้อมกันนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการทำให้ผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างสามารถทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนของสินค้าเก่ายาหายไป

ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างเป็นความสามารถของผู้ผลิตที่ได้จัดหาคุณค่าเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งให้แก่ผู้ซื้อสินค้าในรูปของคุณภาพสินค้า รูปลักษณ์เฉพาะ หรือการบริการหลังการขาย เป็นต้น ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จะทำให้ผู้ผลิตสามารถที่จะตั้งราคาที่สูงได้และนำไปสู่กำไรที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตอื่นที่มีต้นทุนใกล้เคียงกัน

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้ทบทวนงานวิจัยและรายงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยสามารถจำแนกประเด็นและข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้ดังนี้

## 2.1 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์

**Somsak Kongkalai (ค.ศ. 1975) Import Substitution by Way of Trade Protection** ซึ่งเป็นการศึกษาการคุ้มครองในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2506-พ.ศ. 2514 และได้ประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย โดยใช้วิธีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้วยการใช้ค่า DRC (Domestic Resource Cost) ซึ่งเป็นการวัดต้นทุนค่าเสียโอกาสในรูปของการใช้ปัจจัยการผลิตในประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อมในการผลิตสินค้านั้น เพื่อให้ได้มา หรือประหยัดเงินตราต่างประเทศสุทธิ 1 หน่วย แล้วนำมาเปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Shadow Exchange Rate: SER) Somsak ได้ทำการเปรียบเทียบค่า DRC ของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยกับค่า DRC ในอุตสาหกรรมเดียวกันของประเทศที่กำลังพัฒนา

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมประกอบยานยนต์ของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่น เนื่องจากพบว่าค่า DRC ของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีค่าสูงกว่าประเทศอื่นๆ ถึง ร้อยละ 281.73 และ ร้อยละ 444.45 ในปี พ.ศ. 2506 และปี พ.ศ. 2514 ตามลำดับ ส่วนค่า DRC ของอุตสาหกรรมประกอบรถบรรทุกของไทยมีค่าไม่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ มากนัก คือสูงกว่าเพียง ร้อยละ 26.06 และร้อยละ 60.21 ในปี พ.ศ. 2506 และปี พ.ศ. 2514 ตามลำดับ

**Trakul Chatdarong (ค.ศ.1975) ศึกษาเรื่อง Comparative Advantage in the Industrial Sector in Thailand : A Domestic Resource Cost Study** ที่ทำการประเมินความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอุตสาหกรรมต่างๆ ของไทยด้วยวิธี DRC โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมปี พ.ศ. 2514

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์นั่ง และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากค่า DRC ของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์มีค่าสูงมากถึง 74.281 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ และค่า DRC ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนมีค่าที่ยังค่อนข้างสูงคือ 58.859 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (SER) จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 25.229 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ และจะทำให้ค่า DRC/SER

จากทั้งสองอุตสาหกรรมมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งแสดงว่าอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ

**Juanjai Ajanunt and Others (ค.ศ.1984)** ได้เสนอรายงานเรื่อง **Trade and Industrialization in Thailand** ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงค่า DRC ของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัย-ผลผลิต ปี พ.ศ. 2518

ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพ แต่อุตสาหกรรมรถยนต์ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยค่า DRC ของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เท่ากับ 20.07 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เมื่อนำค่า DRC ดังกล่าวไปเปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (SER) ของปี พ.ศ. 2518 คือ 21.7709 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ จะพบว่าอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีค่า DRC/SER เท่ากับ 0.922 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 ส่วนอุตสาหกรรมรถยนต์มีค่า DRC เท่ากับ 26.67 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เมื่อนำค่า DRC ไปเปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (SER) พบว่ามีค่า DEC/SER เท่ากับ 1.225 ซึ่งมากกว่า 1 จึงเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ

**รัชนี้ วีระวัฒน์ยั้งยง (พ.ศ.2539)** ได้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยการใช้ค่า DRC

ผลการศึกษาพบว่า ค่า DRC ของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมในปี พ.ศ. 2518, 2523, 2528, และ 2533 ได้ค่า DRC เท่ากับ 26.599, 23.125, 35.827, และ 33.133 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ เมื่อนำค่า DRC ดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (SER) พบว่ามีค่า DEC/SER ในปี พ.ศ. 2518, 2523, 2528, และ 2533 เท่ากับ 1.208, 1.048, 1.216, และ 1.119 ตามลำดับ ซึ่งจากค่า DEC/SER ที่มากกว่า 1

ซึ่งจากการศึกษาได้สรุปว่าในช่วงเวลาดังกล่าว อุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การผลิตในอุตสาหกรรมนี้มีประสิทธิภาพต่ำ และมีความสามารถในการแข่งขันไม่สูง

จิรายุส บงกชมาศ (พ.ศ.2543) ได้ศึกษาถึงการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ภายใต้วิกฤติเศรษฐกิจ และได้มีการศึกษาถึงศักยภาพในการส่งออกกรณีศึกษาขนาด 1 ต้นของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2541 โดยอาศัยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) เป็นตัววัดที่ใช้วิเคราะห์ศักยภาพของการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเทียบกับศักยภาพรวมของโลกในส่งออกกรณีศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าค่า RCA ของรถยนต์ปีค้อพขนาด 1 ต้น ของไทยในปี พ.ศ. 2537 มีค่าเพียง 0.19 เมื่อเทียบกับญี่ปุ่นและอเมริกาที่มีค่า RCA ถึง 2.57 และ 0.96 ตามลำดับ แต่ค่า RCA ของไทยก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2539 ค่า RCA ของไทยเพิ่มขึ้นเป็น 0.38 และปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 0.95 ในปี พ.ศ.2540 และในปี พ.ศ.2541 ค่า RCA ได้เพิ่มขึ้นเป็น 1.30 ซึ่งเป็นการแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกรณีศึกษาขนาด 1 ต้น เพิ่มขึ้นตามลำดับ

## 2.2 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

Wuttipan Tavarangkoon (ค.ศ.1984) ทำการศึกษาเรื่อง **Comparative Advantage and Protection in Automobile Parts** ซึ่งเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและอัตราการคุ้มครองของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2525

ผลการศึกษาพบว่า ชิ้นส่วนรถยนต์นั่ง ซึ่งได้แก่ แบตเตอรี่, สตาร์ทเตอร์มอเตอร์, กันชน, ถังน้ำมัน, ที่ปิดน้ำฝน, หม้อน้ำ และเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากระแสสลับ ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ชิ้นส่วนยานยนต์ของรถบรรทุกขนาดเล็ก(ปีค้อพ) ได้แก่ สตาร์ทเตอร์มอเตอร์ และเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากระแสสลับ และชิ้นส่วนยานยนต์ของรถยนต์โดยสารและรถบรรทุก ได้แก่ สตาร์ทเตอร์มอเตอร์ เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดย Wuttipan ชี้ให้เห็นว่า ชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมักจะเป็นชิ้นส่วนที่ใช้ประกอบในรถแวน รถบรรทุกขนาดเล็ก (ปีค้อพ) รถโดยสารและรถบรรทุก ขณะที่ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นส่วนประกอบที่ใช้กับรถยนต์นั่ง ซึ่งมีสาเหตุมาจากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ต้องอาศัยการประหยัดจากขนาดในการผลิต (Economies of Scale) ประกอบกับจำนวนรุ่นของรถยนต์นั่งมีมากกว่าจำนวนรุ่นของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มาก ทำให้การผลิตชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์นั่งไม่เกิดการประหยัดจากขนาด ซึ่ง Wuttipan ได้เสนอแนะว่าการที่จะให้

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการลดจำนวนรุ่น และแบบของรถยนต์ลง

**Prapapan Monmahachinda (ค.ศ.1993)** ที่ได้ศึกษาเรื่อง **Factors Affecting the Exportation in Automobile Parts Industry in Thailand** โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่นำไปสู่ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในด้านต้นทุน (Comparative Cost Advantage) โดยเลือกศึกษาชิ้นส่วนรถยนต์ 3 ชนิด คือ หม้อน้ำ, กระจกนิรภัย, และแหวนดับ ซึ่งชิ้นส่วนเหล่านี้เป็นชิ้นส่วนที่อยู่ภายใต้บังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศและมีแนวโน้มการส่งออกสูง

ผลการศึกษาพบว่า นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศกลับทำให้ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ดังกล่าวลดลง เนื่องจากนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศกลับลดแรงจูงใจในการส่งออก เพราะนโยบายดังกล่าวเป็นการชักจูงให้บริษัททำการผลิตชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบรถยนต์ มากกว่า ชิ้นส่วนที่เป็นอะไหล่ ทั่วๆไป ชิ้นส่วนที่เป็นอะไหล่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้มากกว่า

**พัชรีย์ ลิโรธรส (พ.ศ.2536)** ได้ศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ หัวข้อเรื่อง การเมืองว่าด้วยการลงทุนของญี่ปุ่นและการกำหนดนโยบาย: วิเคราะห์อุตสาหกรรมยานยนต์

ผลการศึกษาพบว่า นโยบายและมาตรการอุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์ และการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเป็นมาตรการที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรถยนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่เข้ามาลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นอย่างมาก และนโยบายการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521-พ.ศ. 2534 ทำให้บริษัทรถยนต์ของญี่ปุ่นเติบโตและขยายกำลังการผลิตมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนที่เป็นกิจการร่วมทุนระหว่างญี่ปุ่นและไทยจะเติบโตได้ดีกว่า

จากรายงานของ **UNICO INTERNATIONAL (ค.ศ.1995)** ในหัวข้อ **The Study on Industrial Sector Development Supporting Industries in The Kingdom of Thailand** ที่ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศไทย โดยการศึกษาความเคลื่อนไหวของแหล่งเงินทุนญี่ปุ่นที่ลงทุนในไทย



ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กของผู้ประกอบการจะย้ายฐานการผลิตมาลงทุนในอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนในด้านความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ในรายงานของ UNICO INTERNATIONAL ได้กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากมีการผลิตรถยนต์จำนวนมากหลายแบบหลายรุ่น เพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดจำกัดทำให้ไม่มีการประหยัดต่อขนาด อีกทั้งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมากในอุปกรณ์การผลิตต่างๆ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการผลิตในปริมาณมากจึงจะคุ้มทุน แต่การผลิตรถยนต์จำนวนมากหลายแบบหลายรุ่น ทำให้ชิ้นส่วนรถยนต์ต่างๆ ใช้มาตรฐานที่ต่างกัน ไม่สามารถใช้ร่วมกันได้ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดในการผลิต

### 2.3 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (พ.ศ.2542) ได้ศึกษาถึงเรื่องการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน (รายงานทิศทางเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าระหว่างประเทศ) โดยใช้การหาดัชนี RCA และ การคำนวณหาค่า DRC ของอุตสาหกรรมต่างๆ ของไทย

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด จากในอดีตที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีการให้เหตุผลในช่วงปี พ.ศ. 2526 – พ.ศ. 2528 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ว่าเนื่องจากปริมาณการผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ และการผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ยังไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับตลาดส่งออกยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะตลาดในอินโดจีนยังประสบปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ ทำให้มีการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2526 – พ.ศ. 2528 มีมูลค่าการส่งออกน้อย ดังนั้นค่า RCA ในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีค่าต่ำกว่า 1 นอกจากนี้ทางสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้เปรียบเทียบค่า RCA ของอุตสาหกรรมต่างๆ ระหว่างไทย จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทย มีค่า RCA น้อยกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ แสดงว่า จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า ไทย แต่การศึกษาโดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ

(DRC) เป็นเครื่องมือ และใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิต-ผลผลิต ปี พ.ศ. 2533 กลับพบว่า อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตแต่ไม่มากนัก โดยมีค่า DRC/SER เท่ากับ 1.11 ซึ่งมากกว่า 1 เพียงเล็กน้อย

**อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์ (พ.ศ. 2544)** ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2534 – พ.ศ. 2540 โดยใช้การหาดัชนี RCA และการหาค่า DRC เป็นเครื่องมือในการศึกษา นอกจากนี้ อาภรณ์ ยังได้เปรียบเทียบค่า RCA ของไทย กับประเทศในเอเชีย คือ ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และ มาเลเซีย อีกด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ในปี พ.ศ. 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539 และ พ.ศ. 2540 สามารถคำนวณค่า RCA ได้เท่ากับ 0.683, 1.054, 1.259, 1.650, 1.897, 1.707 และ 1.731 ตามลำดับ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหลังจากปี พ.ศ. 2534 RCA ของไทยในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งผู้ศึกษาได้สรุปว่า ถ้าพิจารณาจากค่า RCA ที่ได้จะแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน และจากการเปรียบเทียบค่า RCA กับประเทศที่นำมาศึกษาเปรียบเทียบด้วย พบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมา คือ จีนและไทย ลำดับถัดไป คือ อินโดนีเซีย และ มาเลเซีย ตามลำดับ โดย มาเลเซีย มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 มาโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้ให้ความเห็นว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังกล่าวข้างต้น จะเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมาก ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ ผู้ผลิตจึงสามารถขยายการผลิตจนก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด อันเป็นคุณสมบัติของสินค้าอุตสาหกรรม

ส่วนการศึกษาโดยใช้ ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (DRC) เป็นเครื่องมือ และใช้การคำนวณหาค่า DRC ด้วยวิธีการคำนวณจากโครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ได้ค่า DRC ในปี พ.ศ. 2542 เท่ากับ 28.0273 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งน้อยกว่าค่า SER ที่คำนวณได้ทั้ง โดยวิธีของ Supote และ B.Balassa และ อัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงในตลาด ที่มีค่าเท่ากับ 37.13, 39.35 และ 37.8374 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ทำให้ค่า DRC/SER ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 1 ทั้ง 3 กรณี แสดงว่าผู้ประกอบการมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากความสามารถในการผลิตรถจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับการหาค่าดัชนี RCA ข้างต้น

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้ใช้ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) ที่เสนอโดย B. Balassa เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เนื่องจากการศึกษาดังกล่าว RCA จะให้ความสำคัญกับการส่งออกหรือนำเข้าสินค้าของประเทศเปรียบเทียบกับ การส่งออก หรือ นำเข้าของสินค้าชนิดเดียวกันในกลุ่มประเทศที่ต้องการศึกษา ซึ่งข้อมูลการนำเข้า-ส่งออก สินค้าของแต่ละประเทศมีการเก็บรวบรวมไว้อย่างค่อนข้างจะเป็นระบบตามหมวดหมู่ และมีการจำแนกแยกย่อยเป็นประเภทสินค้า ตามมาตรฐานการจำแนกหมวดหมู่สินค้าระหว่างประเทศที่ทุกประเทศยึดถือเป็นมาตรฐานเดียวกันในการรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ข้อมูลการส่งออกของประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งที่รายงานโดยประเทศผู้ส่งออกยังสามารถตรวจสอบได้จากรายงานของประเทศผู้นำเข้าได้อีกทางหนึ่งด้วย อีกทั้งองค์การระหว่างประเทศ ทั้ง WTO, UNCTAD และ United Nations ก็มีการรวบรวมข้อมูลการค้าระหว่างประเทศและใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวิเคราะห์การค้าในระบบเศรษฐกิจของโลกอีกด้วย ในขณะที่การวิเคราะห์ต้นทุนโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศนั้นเป็นเรื่องที่ยาก เพราะปัจจัยการผลิตและกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์มีความซับซ้อน นอกจากนี้ในหลายๆ ประเทศก็มิได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบจนสามารถนำมาใช้เปรียบเทียบต้นทุนของแต่ละประเทศได้ อีกทั้งผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่มีการเปิดเผยต้นทุนการผลิตของตนเอง ดังนั้นผู้ศึกษาวิจัยจึงต้องอาศัยข้อมูลจากสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมมาประมาณต้นทุนการผลิตเอง ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนและผิดพลาดได้มาก

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายปีของมูลค่าการนำเข้า-ส่งออก ในอุตสาหกรรมยานยนต์และมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ช่วงปี ค.ศ.2000 ถึง ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ. 2546) เนื่องจากปี พ.ศ.2543 เป็นปีที่รัฐบาลไทยยกเลิกมาตรการบังคับใช้เงินส่วนที่ผลิตในประเทศที่ดำเนินการมานานถึง 30 ปี และรัฐบาลในปัจจุบันให้ความสำคัญในเชิงศักยภาพการแข่งขันพร้อมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้ก้าวขึ้นสู่การเป็น ศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia)

ในขณะที่ศึกษาข้อมูลการค้าระหว่างประเทศที่รวบรวมโดย WTO UNCTAD และ United Nations มีการรวบรวมที่เป็นปัจจุบันที่สุดถึงปี พ.ศ.2546 และมีการศึกษาย้อนกลับในปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ.2533), และ ค.ศ.1995 (พ.ศ. 2538) เพื่อดูแนวโน้มในอดีตกับช่วงเวลาที่ศึกษา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาจำเป็นต้องมีวิธีการดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกจะพิจารณาจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าที่ส่งออก ซึ่งในการศึกษานี้จะใช้วิธี การหาดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) เป็นเครื่องมือในการศึกษาถึง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

##### 1.1 การหาค่า RCA ในตลาดโลก

ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index ; RCA) พัฒนาโดย B. Balassa ในปี ค.ศ. 1965 RCA. คืออัตราส่วนระหว่างสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งของประเทศหนึ่ง (คือมูลค่าสินค้าออกชนิดหนึ่งเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศนั้น) กับสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดนั้นในตลาดโลก (คือมูลค่าของสินค้าออกชนิดนั้นในตลาดโลกเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดในตลาดโลก) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_i) / (X_{wj} / \sum X_w)$$

- $RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกชนิด  $j$  ของประเทศ  $i$   
 $X_{ij}$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด  $j$  ของประเทศ  $i$   
 $\sum X_i$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดของประเทศ  $i$   
 $X_{wj}$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกชนิด  $j$  ในตลาดโลก  
 $\sum X_w$  = มูลค่าการส่งสินค้าออกรวมทั้งหมดในตลาดโลก

## 1.2 การหาค่า RCA ในตลาดส่งออก

ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index ; RCA) RCA. คืออัตราส่วนระหว่างสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งของประเทศนั้นไปในประเทศหนึ่ง (คือมูลค่าสินค้าออกชนิดหนึ่งเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศนั้นที่ส่งออกไปในประเทศหนึ่งที่เป็นตลาดส่งออกของประเทศนั้น) กับสัดส่วนการนำเข้าสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง (คือมูลค่าของสินค้านำเข้าชนิดนั้นเทียบกับมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดของประเทศผู้นำเข้าที่เป็นตลาดส่งออกของประเทศนั้น) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_i) / (X_{nj} / \sum X_n)$$

- $RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกชนิด  $j$  ของประเทศ  $i$  ในประเทศ  $n$   
 $X_{ij}$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้าชนิด  $j$  จากประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $n$   
 $\sum X_i$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมทั้งหมดจากประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $n$   
 $X_{nj}$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้าชนิด  $j$  ของประเทศ  $n$   
 $\sum X_n$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมทั้งหมด ของประเทศ  $n$

### 1.3 เกณฑ์การพิจารณาค่า RCA <sup>1</sup>

- ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใด  $>1$  แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบมากกว่าในการส่งออกสินค้านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลก
- ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใด  $<1$  แสดงว่าประเทศนั้นมีความเสียเปรียบมากกว่าในการส่งออกสินค้านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในตลาดโลก
- ถ้าค่า RCA ของสินค้าใดของประเทศใด  $= 1$  แสดงว่าประเทศนั้นมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้านั้น เท่ากับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก
- ถ้าเวลาผ่านไป ค่า RCA ของสินค้านั้นเพิ่มขึ้น แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านั้นเพิ่มขึ้น (แม้ว่าค่า RCA จะยังคง  $<1$ )
- ถ้าเวลาผ่านไป ค่า RCA ของสินค้านั้นลดลง แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้านั้นลดลง (แม้ว่าค่า RCA จะยังคง  $>1$ )

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเก็บรวบรวมได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยข้อมูลผู้ประกอบการได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, ธนาคารแห่งประเทศไทย, และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

<sup>1</sup> อัครยุทธ สุนทรวิภาต "การวัดความสามารถในการแข่งขัน" ใน ประมวลสาระชุดวิชาเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยที่ 15 ภาคผนวก ข. หน้า 331-332 นนทบุรี โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช พ.ศ.2545

ข้อมูลการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ส่วนข้อมูลการค้าและมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์การการค้าโลก (WTO), UNCTAD และ United Nations

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุผลการศึกษาและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น

#### 3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive method)

โดยนำข้อมูลของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ ได้แก่ ปริมาณการผลิต อัตราการใช้กำลังการผลิต ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และการค้าต่างประเทศ รวมถึงลักษณะต่างๆ ไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ มาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

#### 3.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative method)

การศึกษาถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในเชิงการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ด้วยการใช้ดัชนี RCA เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ดังนี้

1. วิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกยานยนต์ของประเทศไทยไปในตลาดโลก ซึ่งจะพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกยานยนต์ และมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย เปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกยานยนต์และมูลค่าการค้าในด้านการส่งออกรวมทั้งหมดในตลาดโลก พร้อมทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่า RCA ดังกล่าวกับประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกยานยนต์ในตลาดโลก และศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมไทย

ใน 4 ผลิตภัณฑ์หลัก คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนรถยนต์, จักรยานและจักรยานยนต์ โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศในแถบเอเชียที่ เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

2. วิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกรถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนรถยนต์ และจักรยานยนต์ ของประเทศไทยไปในตลาดที่เป็นประเทศคู่ค้า ซึ่งจะพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น และมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยที่ส่งออกไปในตลาดของประเทศคู่ค้า เปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยานยนต์ที่กำลังพิจารณา และมูลค่าการค้าในด้านการนำเข้ารวมทั้งหมดของประเทศคู่ค้า พร้อมทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่า RCA ดังกล่าวกับประเทศที่เป็นผู้แข่งขันของไทยในแต่ละผลิตภัณฑ์ยานยนต์ที่กล่าวข้างต้น โดยพิจารณาแยกตามตลาดที่เป็นคู่ค้าของประเทศไทย



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการส่งออกของประเทศไทย จากการค้นคว้าอิสระนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์จากการวัดดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) โดยแบ่งหัวข้อในการศึกษาเป็น 3 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไปยังตลาดโลก
2. ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นรายผลิตภัณฑ์ ไปยังตลาดโลก
3. ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกสินค้าเป็นรายผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนยานยนต์, และจักรยานยนต์ ไปยังประเทศคู่ค้า

#### 1. ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก

จากรายงานข้อมูลการส่งออก ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ<sup>1</sup> ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 จะพบว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีมูลค่า และการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์ต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด เช่นกัน ดังนั้นจากข้อมูลดังกล่าว

---

<sup>1</sup> ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หมายถึง สินค้าต่างๆ ดังนี้ 1 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ, 2 รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ, 3 รถจักรยานและส่วนประกอบ, 4 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบ, 5 เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับจุดระเบิดเครื่องยนต์, และ 6 ยานพาหนะอื่นๆ และส่วนประกอบ

จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการขยายตัวในการส่งออกที่ดี เมื่อเทียบกับการส่งออกของประเทศ และมีศักยภาพพอที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้

ตารางที่ 4.1 มูลค่าการส่งออก ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ในช่วงปี พ.ศ. 2536-พ.ศ. 2546

ปี พ.ศ.	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาทสหรัฐ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
2536	1,021.80	-	2.74
2537	1,454.40	42.34	3.20
2538	1,234.80	-15.10	2.18
2539	1,217.30	-1.42	2.18
2540	1,601.70	31.58	2.75
2541	1,773.20	10.71	3.25
2542	2,511.80	41.65	4.30
2543	3,186.00	26.84	4.58
2544	3,335.10	5.31	2.15
2545	3,749.70	11.76	5.50
2546	5,145.10	37.21	6.42

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

## 1.1 สัดส่วนการส่งออกของประเทศผู้นำในตลาดโลก

จากการพิจารณาการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก โดยใช้ข้อมูลของ UNCTAD จากตารางที่ 4.2 พบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกน้อยมากเพียงร้อยละ 0.5 ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2544-พ.ศ. 2546 และในปี พ.ศ. 2538 ซึ่งเป็นช่วงต้นๆ ที่ประเทศไทยมีการส่งออกรถยนต์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกเพียงร้อยละ 0.1 เท่านั้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยจึงมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 0.4 และในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยครองส่วนแบ่งในตลาดโลกอยู่ร้อยละ 0.5 ซึ่งเป็นอันดับที่ 13 ของโลกจากประเทศผู้นำในการส่งออกทั้ง 15 ประเทศ ตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.2 โดยมีกลุ่มสหภาพยุโรปครองส่วนแบ่งในตลาดโลกมากที่สุดประมาณครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกในอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก รองลงมาคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก และ เกาหลีใต้ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออทยานยนต์ (Automotive Products)

ในปี ค.ศ.1980, ค.ศ. 1990, ค.ศ. 1995 และช่วงปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ.2003 หน่วย: ร้อยละ

ประเทศผู้นำในการส่งออก	ค.ศ.	ค.ศ.	ค.ศ.	ค.ศ.	ค.ศ.	ค.ศ.	ค.ศ.
	1980	1990	1995	2000	2001	2002	2003
	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.
	2523	2533	2538	2543	2544	2545	2546
1.สหภาพยุโรป(15)	52.8	53.8	51.3	46.8	48.4	48.8	51.3
1.1 ส่งออกภายใน EU (15)	33.3	39.5	36.2	32.3	33.0	32.4	34.0
1.2 ส่งออกนอกตลาด EU (15)	19.5	14.3	15.1	14.5	15.4	16.4	17.3
2. ญี่ปุ่น	19.8	20.8	17.6	15.3	14.1	14.9	14.2
3. สหรัฐอเมริกา	11.9	10.2	11.4	11.7	11.1	10.8	9.6
4. แคนาดา	6.9	8.9	9.4	10.5	9.7	9.1	7.9
5. เม็กซิโก	0.3	1.5	3.1	5.3	5.4	5.0	4.2
6. เกาหลีใต้	0.1	0.7	2.0	2.6	2.7	2.8	3.1
7. สาธารณรัฐเช็ก	-	-	0.3	0.8	1.0	0.8	1.1
8. อังการี	0.6	0.2	0.1	0.8	0.9	1.0	1.0
9. โปแลนด์	0.6	0.1	0.2	0.7	0.7	0.8	1.0
10. บราซิล	1.1	0.6	0.6	0.8	0.8	0.8	0.9
11. สโลวัก	-	-	0.1	0.4	0.4	0.5	0.8
12. ตุรกี	0.0	0.0	0.1	0.3	0.4	0.5	0.7
<b>13. ไทย</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.4</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>
14. จีน	0.0	0.1	0.1	0.3	0.3	0.4	0.5
15. ใต้หวัน	-	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
16. อื่นๆ	5.9	2.8	3.2	2.9	3.2	2.9	2.8
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: รวบรวมและคำนวณจากข้อมูลของ UNCTAD

## 1.2 สัดส่วนการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าในตลาดโลก

เมื่อพิจารณาในด้านการนำเข้า ของประเทศที่มีการนำเข้าสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก โดยใช้ข้อมูลของ UNCTAD จากตารางที่ 4.3 พบว่าประเทศที่มีการนำเข้าในสัดส่วนที่สูงในตลาดโลก คือ กลุ่มสหภาพยุโรป มีการนำเข้ามากที่สุดประมาณ ร้อยละ 40 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก จีน ญี่ปุ่น และ ออสเตรเลีย ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก กับประเทศผู้นำเข้าอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก แล้ว พบว่าประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.2 ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศผู้นำเข้าอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกในสัดส่วนที่มากด้วย เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก และ ญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.3 สัดส่วนการนำเข้ายานยนต์ (Automotive Products) ของประเทศผู้นำเข้าในตลาดโลก  
ในปี ค.ศ.1980, ค.ศ. 1990 และช่วงปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ.2003

หน่วย: ร้อยละ

ประเทศผู้นำเข้า	ค.ศ.1980	ค.ศ.1990	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2523	พ.ศ.2533	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.สหภาพยุโรป(15)	37.5	47.0	39.3	41.0	40.0	42.6
1.1 นำเข้าจากภายใน EU (15)	32.2	39.7	31.7	33.0	31.9	33.5
1.2 นำเข้าจากภายนอก EU(15)	5.3	7.3	7.6	8.0	8.1	9.1
2. สหรัฐอเมริกา	20.3	24.7	28.9	29.0	28.0	24.7
3. แคนาดา	8.7	7.7	7.9	7.4	7.4	6.7
4. เม็กซิโก	1.8	1.6	3.4	3.4	3.3	2.7
5. จีน	0.6	0.6	0.6	0.9	1.1	1.7
6. ญี่ปุ่น	0.5	2.3	1.7	1.6	1.6	1.5
7. ออสเตรเลีย	1.3	1.2	1.5	1.3	1.4	1.5
8. สวิตเซอร์แลนด์	1.8	1.9	1.1	1.1	1.0	1.0
9. โปแลนด์	0.9	0.1	0.7	0.8	0.8	0.9
10. ตุรกี	-	0.4	1.0	0.4	0.4	0.8
11. ซาอุดีอาระเบีย	2.7	0.9	0.6	0.9	0.9	0.8
12. รัสเซีย	-	-	0.4	0.7	0.7	0.8
13. สาธารณรัฐเช็ก	-	-	0.4	0.6	0.6	0.7
14. ฮังการี	0.4	0.2	0.4	0.4	0.5	0.5
15. สโลวัก	-	-	0.2	0.3	0.3	0.5
16. อื่นๆ	23.5	11.4	11.9	10.2	12.0	12.6
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: รวบรวมและคำนวณจากข้อมูลของ UNCTAD

### 1.3 การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออกของประเทศผู้นำในตลาดโลก

จากการศึกษาในเรื่องส่วนแบ่งการครองตลาดของประเทศผู้นำในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์จะทำให้สามารถคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งในตลาดโลกของแต่ละประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ โดยในที่นี้จะคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของแต่ละประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกในช่วงระหว่างปี ค.ศ.1995-ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2538-พ.ศ.2543) และ ระหว่างปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546) ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปส่วนแบ่งการครองตลาดของแต่ละประเทศมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลงเพียงใด

จากการศึกษาดังกล่าวพบว่าในช่วงระหว่างปี ค.ศ.1995-ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2538-พ.ศ.2543) ประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกในอันดับที่ 1 และ 2 คือ สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น มีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการครองตลาดที่ลดลงเท่ากับ 4.45 % และ 2.30 % ตามลำดับ ส่วนประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งการครองตลาดที่เพิ่มขึ้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามทั้งกลุ่มสหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น ก็ยังมีมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ในปีค.ศ.2000 (พ.ศ.2543) ในปริมาณที่มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และ อันดับ 2 เหมือนเดิม เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการครองตลาดในช่วงต่อมาก็คือ ระหว่างปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546) พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าว กลุ่มสหภาพยุโรป สามารถพลิกฟื้นส่วนแบ่งการตลาดที่เคยลดลงในช่วงปีค.ศ.1995-ค.ศ.2000 ให้กลับมาเท่าเดิมได้ คือมีส่วนแบ่งการครองตลาดที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 4.45 % แต่ ญี่ปุ่นยังคงมีแนวโน้มที่จะเสียส่วนแบ่งการตลาดต่อไปถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะเพิ่มขึ้นก็ตาม นอกจากนี้ในช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546) ยังพบว่าประเทศ สหรัฐอเมริกา, แคนาดา และ เม็กซิโก ก็สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดไปเช่นเดียวกับ ญี่ปุ่น แต่ที่หนักกว่าคือ แคนาดา และ เม็กซิโก นอกจากจะสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดแล้ว ยังมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงจากเดิมอีกด้วย โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.4

ส่วนประเทศไทยมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการครองตลาดที่ลดลงจาก ร้อยละ 0.31 ในช่วงปี ค.ศ.1995-2000(พ.ศ. 2538-พ.ศ.2543) เป็น ร้อยละ 0.13 ในช่วงปี ค.ศ.2000-2003(พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) แต่มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจาก 2,401 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีพ.ศ.2543 เป็น 3,970 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีพ.ศ.2546

**ตารางที่ 4.4 การเปลี่ยนแปลงเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลก  
ช่วงปี ค.ศ.1995-2000(พ.ศ. 2538-พ.ศ.2543) และช่วงปี ค.ศ. 2000-2003(พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)**

ประเทศผู้นำในการส่งออก	การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาด		มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	
	ค.ศ.1995-2000	ค.ศ. 2000-2003	ค.ศ. 2000	ค.ศ. 2003
1. ไทย	<b>0.31</b>	<b>0.13</b>	<b>2,401</b>	<b>3,970</b>
2. สหภาพยุโรป(15)	-4.45	4.45	270,109	371,110
3. ญี่ปุ่น	-2.30	-1.08	88,082	102,730
4. สหรัฐอเมริกา	0.22	-2.08	67,195	69,250
5. แคนาดา	1.14	-2.65	60,656	56,950
6. เม็กซิโก	2.21	-1.15	30,655	30,130
7. เกาหลีใต้	0.64	0.46	15,194	22,360
8. สาธารณรัฐเช็ก	0.48	0.28	4,658	7,870
9. ฮังการี	0.68	0.17	4,765	7,210
10. โปแลนด์	0.47	0.29	3,976	7,120
11. บราซิล	0.17	0.09	4,682	6,530
12. ตุรกี	0.12	0.41	1,517	4,900
13. จีน	0.14	0.22	1,581	3,570
14. ไต้หวัน	0.02	0.04	2,226	3,050

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ UNCTAD



#### 1.4 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศผู้นำการส่งออกในตลาดโลก

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลกได้ใช้การวิเคราะห์ดัชนี RCA เป็นเครื่องมือในการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศผู้นำในการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก ซึ่งจากการวิเคราะห์สามารถคำนวณค่า RCA ของประเทศต่างๆ ในปี ค.ศ.1990 (พ.ศ.2533), ค.ศ.1995 (พ.ศ.2538) และช่วงปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.5

#### ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบ RCA อุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive Products) ของไทย

กับประเทศที่เป็นผู้นำในการส่งออก ในปี ค.ศ.1990, 1995 และช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003

ประเทศผู้นำในการส่งออก	ค.ศ.1990	ค.ศ.1995	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2533	พ.ศ.2538	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1. ไทย	0.05	0.10	0.38	0.44	0.43	0.51
2. สหภาพยุโรป(15)	1.24	1.28	1.33	1.31	1.31	1.34
3. ญี่ปุ่น	2.52	2.04	2.03	2.14	2.26	2.24
4. สหรัฐอเมริกา	0.91	1.00	0.95	0.93	0.98	0.98
5. แคนาดา	2.44	2.51	2.42	2.27	2.27	2.15
6. เม็กซิโก	1.27	2.01	2.03	2.08	1.96	1.87
7. เกาหลีใต้	0.39	0.82	0.97	1.10	1.07	1.19
8. สาธารณรัฐจีน	-	0.78	1.77	1.78	1.69	1.66
9. อังการี	0.74	0.58	1.88	1.87	1.77	1.74
10. โปแลนด์	0.3	0.49	1.39	1.26	1.29	1.37
11. บราซิล	0.71	0.71	0.94	0.89	0.83	0.92
12. ตุรกี	0.13	0.33	0.60	0.80	0.93	1.08
13. จีน	0.05	0.05	0.07	0.08	0.08	0.08
14. ใต้หวัน	0.14	0.17	0.17	0.19	0.19	0.22

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ UNCTAD

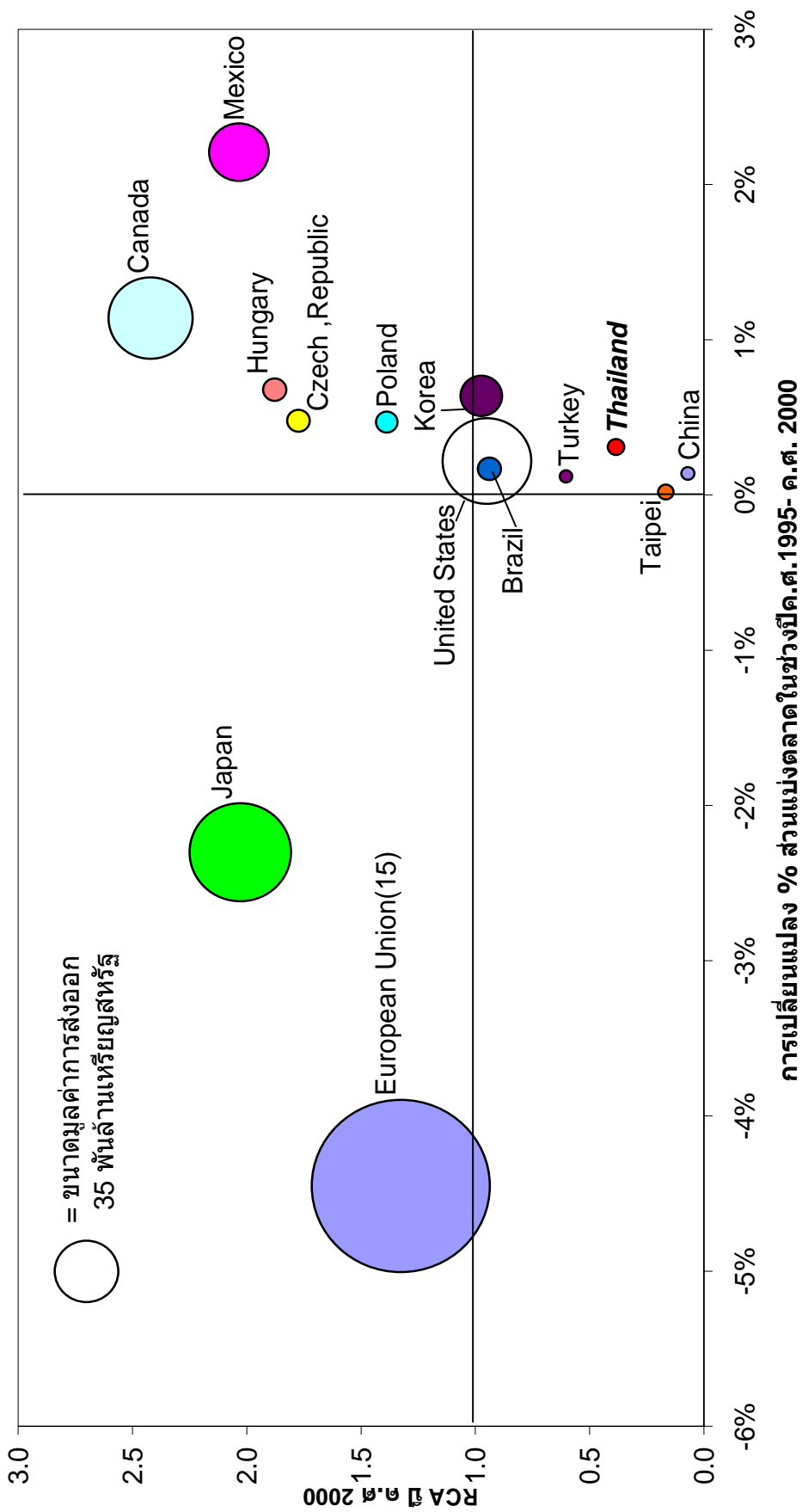
จากตารางที่ 4.5 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยจากค่าดัชนี RCA พบว่า ค่าดัชนี RCA ของไทยยังมีค่าน้อยกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์ในตลาดโลก แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA ในสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ.2533) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.05 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.51 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในโลก แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์ที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งดูได้จากการที่ค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม

เมื่อพิจารณาค่า RCA ของประเทศอื่นๆ ที่เป็นผู้นำในการส่งออกสินค้ายานยนต์ในตลาดโลก พบว่า ญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก ฮังการี สาธารณรัฐเชค กลุ่มสหภาพยุโรป 15 ประเทศ โปแลนด์ และเกาหลีใต้ เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยานยนต์ในตลาดโลก ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ญี่ปุ่น และแคนาดา เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบมากที่สุด และประเทศอื่นๆ ก็เรียงกันมาตามลำดับข้างต้น

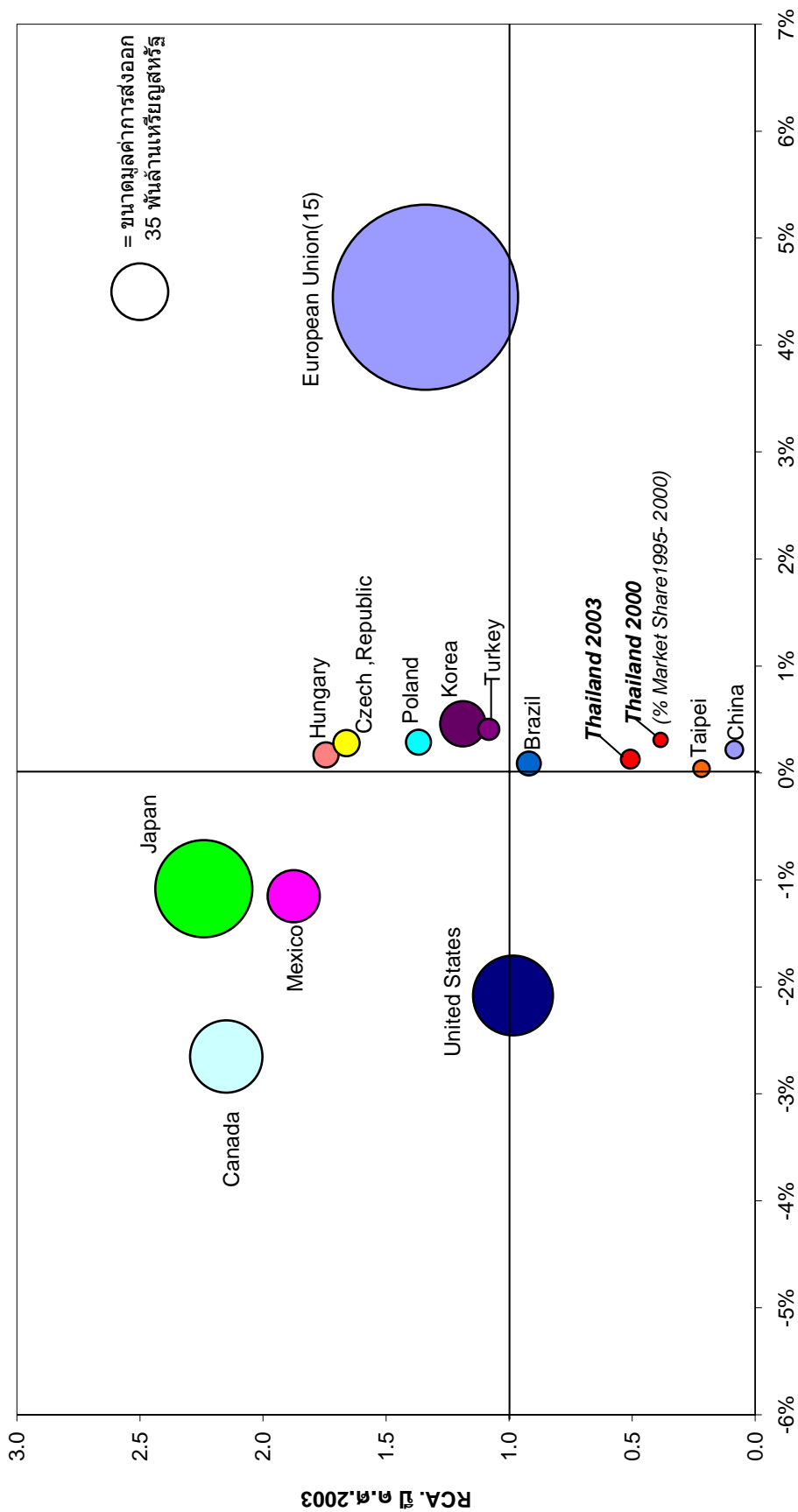
ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ใกล้เคียง 1 (ต่ำกว่า หรือ สูงกว่า 1 เพียงเล็กน้อย) ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา บราซิล และตุรกี ซึ่งแสดงว่าประเทศเหล่านี้มีศักยภาพในการผลิตยานยนต์ เพื่อการส่งออกใกล้เคียง หรือ เท่ากับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ในกลุ่มนี้ประเทศที่มีการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกยานยนต์มากที่สุด คือ ตุรกี เนื่องจากค่า RCA ของ ตุรกี มีการเพิ่มขึ้นอย่างมากและต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา โดยค่า RCA ของตุรกี เพิ่มขึ้นจาก 0.13 ในปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ.2533) เป็น 1.08 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546)

ประเทศที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 มาโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ไทย ใต้หวัน และ จีน ตามลำดับ โดยประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มากกว่าทั้งใต้หวัน และจีน

จากการวิเคราะห์ สัดส่วนการครองตลาด มูลค่าการส่งออก และค่าดัชนี RCA ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลก ตามที่กล่าวข้างต้นแล้วนั้น จะสามารถแสดงระดับศักยภาพของประเทศต่างๆ ในการส่งออกยานยนต์ในตลาดโลกได้ด้วยภาพที่ 4.1 และ ภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.1 ประเทศส่งออกยานยนต์สูงสุดในปี ค.ศ. 2000 ตามมูลค่าการส่งออก



การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาดในช่วงปี ค.ศ 2000- ค.ศ 2003

ภาพที่ 4.2 ประเทศส่งออกยานยนต์สูงสุดในปี ค.ศ.2003 ตามมูลค่าการส่งออก

จากภาพที่ 4.1 และภาพที่ 4.2 จะทำให้ทราบศักยภาพของประเทศผู้ส่งออกยานยนต์ในปี ค.ศ. 2000 และ ปี ค.ศ. 2003 ทั้งในส่วนของมูลค่าการส่งออก การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งในตลาดโลก ของช่วงเวลาที่ศึกษา พร้อมกับค่าดัชนี RCA ที่แสดงถึงความสามารถเปรียบเทียบโดยการส่งออกสินค้ายานยนต์

ดังนั้นผู้ศึกษาจะพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเฉพาะในส่วนของประเทศไทย โดยการลงตำแหน่งแสดงศักยภาพในการส่งออกสินค้ายานยนต์ของไทยจากภาพที่ 4.1 ลงในภาพที่ 4.2 ซึ่งทำให้เห็นได้ชัดว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและค่าความสามารถเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ. 2003 ซึ่งดูได้จากการที่ขนาดวงกลมที่แสดงปริมาณมูลค่าการส่งออก และ ค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ที่แสดงว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์ก็ตาม ในขณะที่ประเทศไทยมีแนวโน้มการส่งออกที่มากขึ้นแต่ส่วนแบ่งการครองตลาดของไทยกลับมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ลดลง

## 2. ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก

ในการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นผลิตภัณฑ์ นี้จะพิจารณาเฉพาะการส่งออก รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนยานยนต์, รถจักรยานและจักรยานยนต์ ไปยังตลาดโลก พร้อมเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียอีก 13 ประเทศที่มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยานยนต์ และได้นำข้อมูลปริมาณมูลค่าการส่งออกสินค้า และผลิตภัณฑ์ยานยนต์ต่างๆ ไว้ในภาคผนวก ข พร้อมภาพแสดง ความสัมพันธ์ระหว่าง มูลค่าการส่งออก – ค่า RCA ในปี ค.ศ. 2003 – การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาดในช่วงปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ. 2003 ในภาคผนวก ค

## 2.1 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง

### 2.1.1 การวิเคราะห์ ค่าดัชนี RCA

ซึ่งจากการวิเคราะห์ สามารถคำนวณหาค่าดัชนี RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชียช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออกปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003	มูลค่าการส่งออกปี พ.ศ.2546 (ล้านเหรียญ)
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	
1.ญี่ปุ่น	2.51	2.61	2.85	2.74	68,390.66
2.เกาหลีใต้	1.46	1.59	1.57	1.71	17,535.71
3.ตุรกี	0.48	0.59	0.71	0.89	2,197.52
4.โอมาน	0.71	0.55	0.70	0.70	430.97
5. จอร์แดน	0.30	0.35	0.23	0.24	43.43
<b>6.ไทย</b>	<b>0.07</b>	<b>0.21</b>	<b>0.20</b>	<b>0.18</b>	<b>780.79</b>
7.อินเดีย	0.05	0.04	0.07	0.19	554.04
8.ฮ่องกง	0.05	0.07	0.10	0.13	1,522.36
9.ฟิลิปปินส์	0.001	0.001	0.01	0.08	155.73
10.สิงคโปร์	0.01	0.01	0.01	0.02	171.09
11.มาเลเซีย	0.02	0.01	0.02	0.01	51.31
12.อินโดนีเซีย	0.002	0.002	0.01	0.01	30.14
13.ปากีสถาน	0.003	0.002	0.003	0.01	3.79
14. จีน	0.003	0.003	0.003	0.005	114.13

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก รยยนต์นั่งไปยังตลาดโลกพบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยมีค่าต่ำกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA รยยนต์นั่งของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปโดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.07 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.20 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์นั่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในโลก แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) - ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ซึ่งดูได้จากการที่ค่า RCA รยยนต์นั่งของไทยที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม แต่การเพิ่มขึ้นของดัชนี RCA ดังกล่าวกลับมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) โดยค่า RCA ลดลงมาจาก 0.20 ในปีค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) มาอยู่ที่ 0.18 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียแล้วศักยภาพในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยไปยังตลาดโลกอยู่ในลำดับที่ 6 รองจาก ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ตุรกี โอมาน และ จอร์แดน แต่มีศักยภาพใกล้เคียงกับอินเดีย

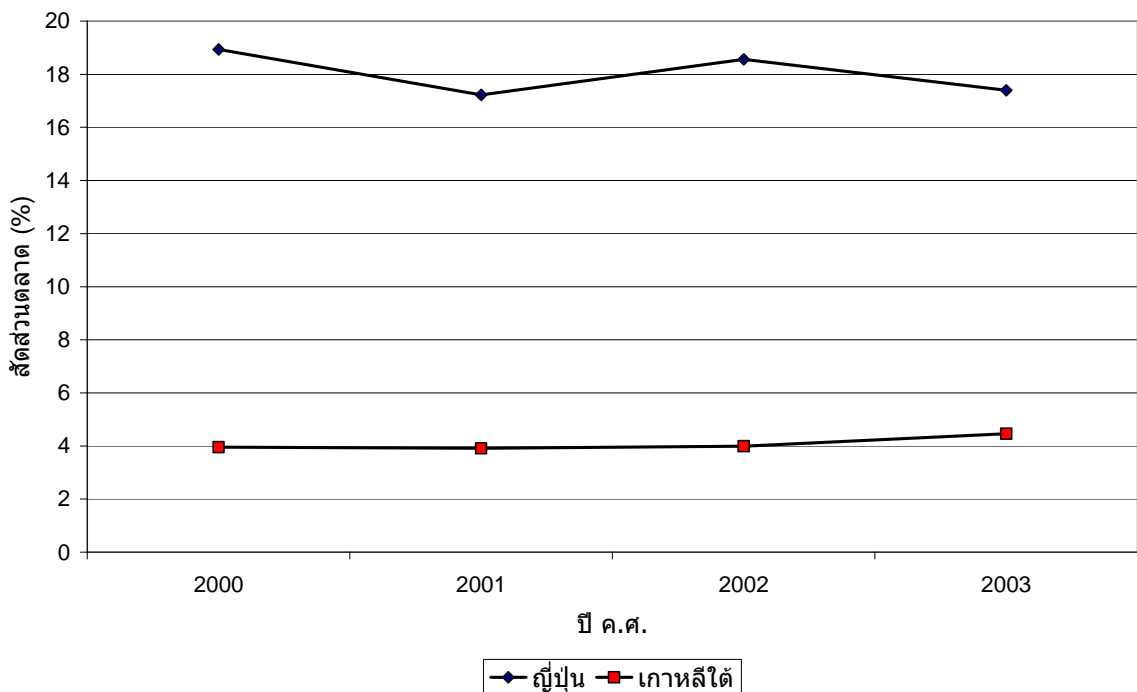
เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดโลกของประเทศอื่นๆ ในเอเชีย พบว่า ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดโลก ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือเกาหลีใต้

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก คือ ตุรกี และ โอมาน โดยเฉพาะประเทศ ตุรกี มีการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกรถยนต์นั่งได้มากที่สุด เนื่องจากค่า RCA ของ ตุรกี มีการเพิ่มขึ้นอย่างมากและต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา โดยค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดโลกของตุรกี เพิ่มขึ้นจาก 0.48 ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) เป็น 0.89 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546) ในขณะที่เดียวกันมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากจากมูลค่าการส่งออก 1,297.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) เป็น 2,197.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546)

ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำในการส่งออกรถยนต์นั่งในช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-2546) คือ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ปากีสถาน และ จีน เนื่องจากมี ค่าดัชนี RCA และมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งที่ต่ำมากในช่วงเวลาที่ศึกษา

### 2.1.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

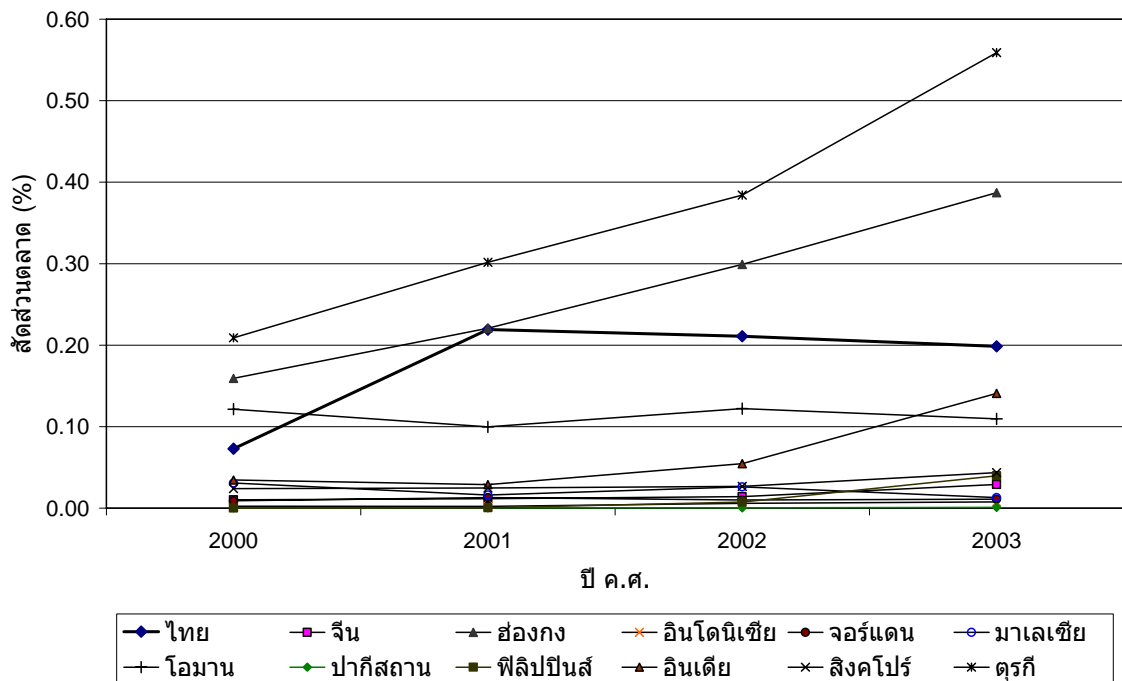
จากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกรถยนต์นั่ง ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.3 และ ภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.3 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก ของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากภาพที่ 4.3 ประเทศผู้นำของเอเชีย ในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก คือ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยในปี ค.ศ. 2003 ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 17.39 และ ร้อยละ 4.46 ตามลำดับ และจากภาพที่ 4.4 จะเห็นว่าประเทศ ตุรกี ฮองกง และ อินเดีย มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น ส่วนประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 0.07 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 0.22 ในปี ค.ศ. 2001 หลังจากนั้นส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย





ภาพที่ 4.4 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

## 2.2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

### 2.2.1 การวิเคราะห์ ค่าดัชนี RCA

ซึ่งจากการวิเคราะห์ สามารถคำนวณหาค่าดัชนี RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชียช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ของไทย

เทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003	มูลค่าการส่งออกปี พ.ศ.2546 (ล้านเหรียญ)
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	
1. ตุรกี	0.36	1.34	2.30	2.75	1,172.65
<b>2. ไทย</b>	<b>2.28</b>	<b>2.08</b>	<b>2.11</b>	<b>2.52</b>	<b>1,857.00</b>
3. ญี่ปุ่น	1.45	1.43	1.63	1.62	7,020.93
4. โอมาน	0.56	0.67	1.27	0.98	104.96
5. เกาหลีใต้	0.51	0.50	0.42	0.47	840.77
6. จอร์แดน	1.12	0.88	0.32	0.42	13.07
7. อินเดีย	0.18	0.13	0.06	0.12	60.11
8. จีน	0.05	0.04	0.05	0.06	238.81
9. สิงคโปร์	0.03	0.03	0.04	0.04	48.89
10. ฟิลิปปินส์	0.00	0.00	0.01	0.03	9.94
11. ฮองกง	0.01	0.01	0.02	0.02	37.31
12. มาเลเซีย	0.01	0.01	0.01	0.02	20.82
13. ปากีสถาน	0.02	0.04	0.02	0.02	2.12
14. อินโดนีเซีย	0.03	0.03	0.02	0.01	7.01

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลกพบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยมีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 2.28 และเพิ่มขึ้นเป็น 2.52 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียแล้วศักยภาพใน

การส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยไปยังตลาดโลกมีศักยภาพใกล้เคียงกับตุรกี

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลกของประเทศในเอเชีย พบว่า ตุรกี ไทย และ ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลก ในช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ตุรกี และไทย เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือญี่ปุ่น

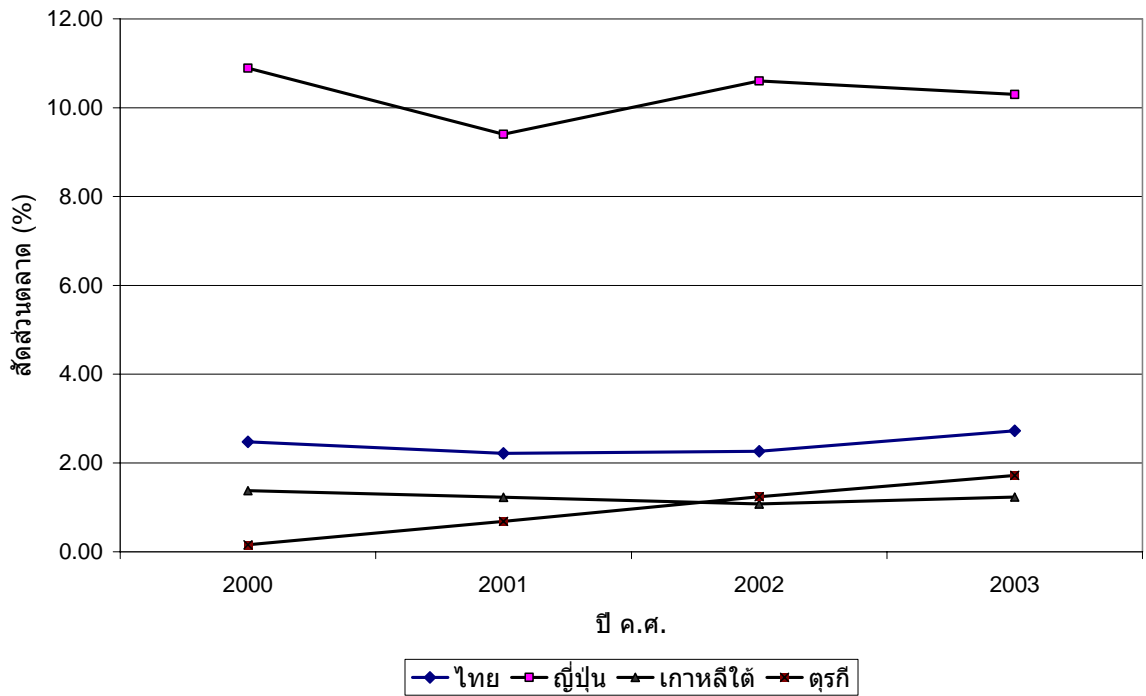
ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก คือ โอมาน มีค่า RCA เท่ากับ 0.56 ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ. 2543) และปรับเพิ่มขึ้นเป็น 1.27 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ. 2545) ก่อนที่ค่าดัชนี RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลก ของ โอมาน จะลดลงจนมีค่าเท่ากับ 0.98 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546) ซึ่งต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก ส่วนประเทศที่มีค่า RCA รองลงมาอีก คือ เกาหลีใต้ ที่มีค่าดัชนี RCA อยู่ในช่วงประมาณ 0.4-0.5 ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา

ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลกในช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) คือ จอร์แดน อินเดีย จีน สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ฮองกง มาเลเซีย ปากีสถาน และ อินโดนีเซีย ตามลำดับ เนื่องจากมีค่าดัชนี RCA และมูลค่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดโลกที่ต่ำมากในช่วงเวลาที่ศึกษา

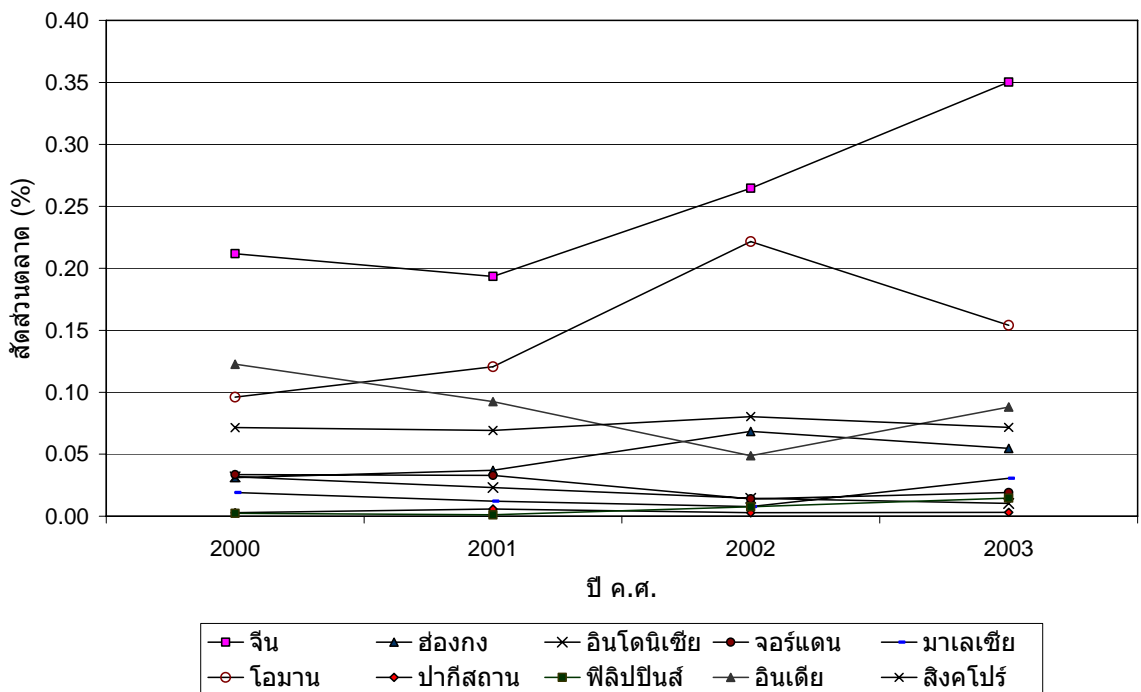
## 2.2.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

จากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.5 และภาพที่ 4.6

จากภาพที่ 4.5 ประเทศผู้นำของเอเชีย ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดโลก คือ ญี่ปุ่น ไทย ตุรกี และเกาหลีใต้ โดยในปี ค.ศ. 2003 ญี่ปุ่นไทย ตุรกี และเกาหลีใต้ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 10.30, 2.72, 1.72 และ ร้อยละ 1.23 ตามลำดับ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 2.48 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 2.72 ในปี ค.ศ. 2003 และจากภาพที่ 4.6 จะเห็นว่าประเทศจีน มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 0.19 ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 0.35 ในปี ค.ศ. 2003



ภาพที่ 4.5 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้ค้าในการส่งออกธัญพืชเพื่อการพาณิชย์ในตลาดโลกของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 -ค.ศ.2003



ภาพที่ 4.6 แสดงส่วนแบ่งตลาดของประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกธัญพืชเพื่อการพาณิชย์ ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 -ค.ศ.2003

## 2.3 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์

### 2.3.1 การวิเคราะห์ ค่าดัชนี RCA

ซึ่งจากการวิเคราะห์ สามารถคำนวณหาค่าดัชนี RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชียช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003	มูลค่าการส่งออกปี พ.ศ.2546 (ล้านเหรียญ)
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	
1.ญี่ปุ่น	1.63	1.73	1.74	1.78	20,204.28
2.ฟิลิปปินส์	0.64	0.85	0.88	1.06	932.37
3.ตุรกี	0.74	0.77	0.87	0.85	952.08
4.เกาหลีใต้	0.47	0.57	0.61	0.80	3,735.91
<b>5. ไทย</b>	<b>0.33</b>	<b>0.34</b>	<b>0.33</b>	<b>0.50</b>	<b>972.12</b>
6.โอมาน	0.72	0.77	0.88	0.43	121.57
7.อินเดีย	0.38	0.37	0.36	0.40	539.03
8.จอร์แดน	0.27	0.84	0.35	0.30	23.95
9.อินโดนีเซีย	0.17	0.21	0.22	0.26	391.72
10.จีน	0.20	0.23	0.24	0.23	2,437.40
11.สิงคโปร์	0.15	0.16	0.18	0.21	741.58
12.มาเลเซีย	0.06	0.07	0.07	0.09	217.99
13.ปากีสถาน	0.02	0.03	0.02	0.05	13.44
14.ฮ่องกง	0.03	0.03	0.03	0.02	115.19

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลกพบว่าค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีค่าต่ำกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดโลก แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA ในสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.33 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.50 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในโลก แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งดูได้จากค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียแล้วศักยภาพในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยไปยังตลาดโลกอยู่ในลำดับที่ 5 รองจาก ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ตุรกี และเกาหลีใต้

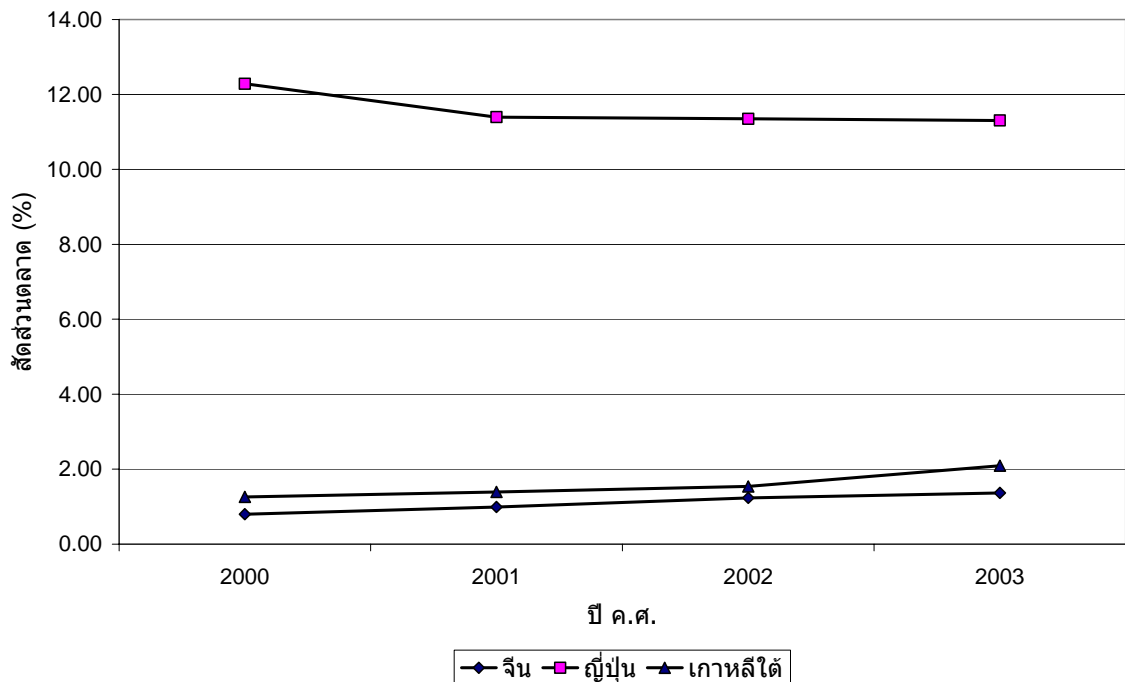
เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลกของประเทศอื่นๆ ในเอเชีย พบว่า ญี่ปุ่น เป็นประเทศเดียวที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลก ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) ในขณะที่ฟิลิปปินส์มีค่าดัชนี RCA ที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลกของฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้นจาก 0.64 ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) จนกระทั่งฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลก มีค่า RCA เท่ากับ 1.06 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546)

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก คือ ตุรกี และเกาหลีใต้ โดยค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดโลกของตุรกี และเกาหลีใต้ เพิ่มขึ้นจาก 0.74 และ 0.47 ตามลำดับ ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) เป็น 0.85 และ 0.80 ตามลำดับ ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ส่วนประเทศที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่อยู่ในระดับต่ำแต่มีแนวโน้มที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบยังคงเพิ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-2546) คือ อินเดีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และจีน ในขณะที่ค่าดัชนี RCA และมูลค่าในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของโอมานมีแนวโน้มที่ลดลงในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546)

ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-2546) คือ จอร์แดน มาเลเซีย ปากีสถาน และ ส่องกง เนื่องจากมีค่าดัชนี RCA และมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่ต่ำมากในช่วงเวลาที่ศึกษา

### 2.3.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

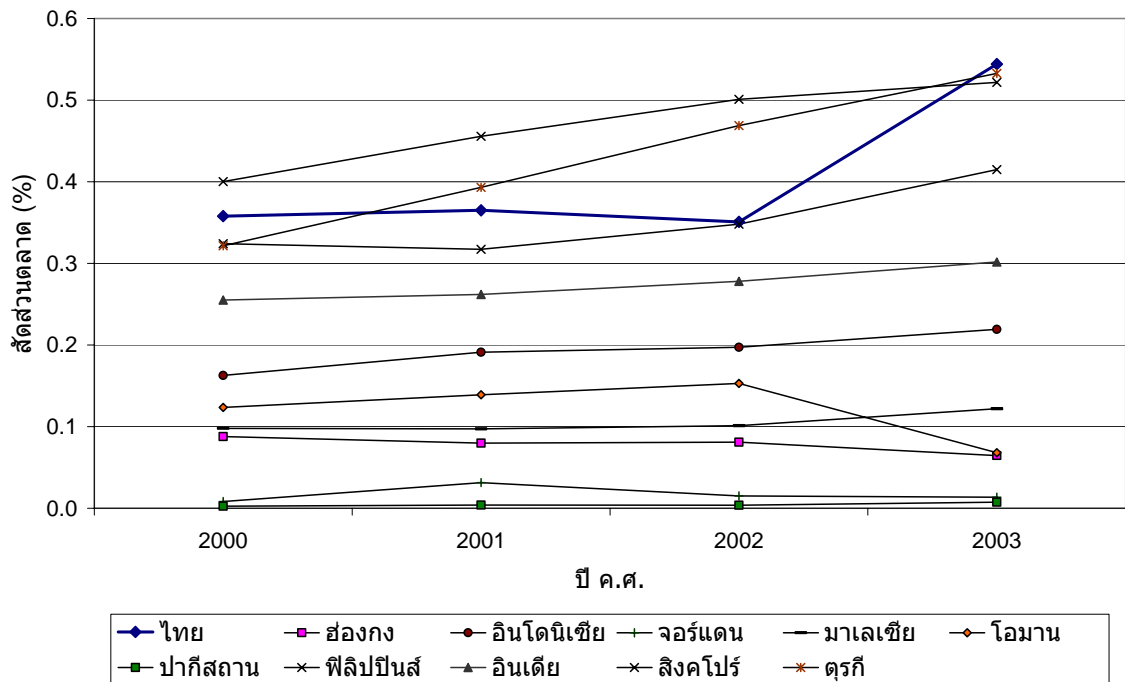
จากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ของประเทศต่างๆ ใน เอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.7 และ ภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.7 แสดงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้นำของเอเชียในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากภาพที่ 4.7 ประเทศผู้นำของเอเชีย ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดโลก คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน โดยในปี ค.ศ. 2003 ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 11.31, 2.09 และ ร้อยละ 1.36 ตามลำดับ และจากภาพที่ 4.8 จะเห็นว่าประเทศฟิลิปปินส์ ตุรกี และ

ไทย มีแนวส่วนแบ่งการตลาดที่ใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 0.52 ในปี ค.ศ. 2003 ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 0.35 ในปี ค.ศ. 2002 เป็นร้อยละ 0.54 ในปี ค.ศ. 2003



ภาพที่ 4.8 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์  
ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

## 2.4 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์

### 2.4.1 การวิเคราะห์ ค่าดัชนี RCA

ซึ่งจากการวิเคราะห์ สามารถคำนวณหาค่าดัชนี RCA ในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ของไทยเทียบกับประเทศในเอเชียช่วงปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546)



ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบ RCA ในการส่งออกรถยนต์จักรยานและจักรยานยนต์ ของไทย

เทียบกับประเทศในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออกปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003	มูลค่าการส่งออกปี พ.ศ.2546 (ล้านเหรียญ)
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	
1.ญี่ปุ่น	4.16	4.63	4.36	3.90	6,114.36
2.จีน	2.97	2.96	2.78	3.08	4,483.17
3.อินเดีย	2.14	2.11	2.21	2.02	374.70
4.ไทย	<b>1.49</b>	<b>1.53</b>	<b>1.54</b>	<b>1.76</b>	<b>470.03</b>
5.อินโดนีเซีย	1.10	0.93	1.05	0.89	185.33
6.สิงคโปร์	0.65	0.53	0.61	0.53	255.72
7.ฟิลิปปินส์	0.46	0.50	0.48	0.52	63.43
8. มาเลเซีย	0.50	0.45	0.43	0.46	150.81
9.ฮ่องกง	0.70	0.53	0.46	0.39	286.83
10.ตุรกี	0.21	0.24	0.20	0.29	44.70
11.เกาหลีใต้	0.39	0.30	0.26	0.20	128.12
12. ปากีสถาน	0.05	0.08	0.08	0.08	3.33
13. โอมาน	0.03	0.06	0.08	0.07	2.67
14. จอร์แดน	0.09	0.02	0.02	0.02	0.23

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.9 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถยนต์จักรยานและจักรยานยนต์ ไปยังตลาดโลกพบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์จักรยานและ  
จักรยานยนต์ ของไทยมีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543)  
ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 1.49 และเพิ่มขึ้นเป็น 1.76 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความ  
ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์จักรยานและจักรยานยนต์ ในตลาดโลก

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียแล้วศักยภาพในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ของไทยไปยังตลาดโลกมีศักยภาพใกล้เคียงกับอินเดีย เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ไปยังตลาดโลกของประเทศ ในเอเชีย พบว่า ญี่ปุ่น จีน อินเดีย และไทย เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลก ในช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ จีน อินเดีย และไทย ตามลำดับ

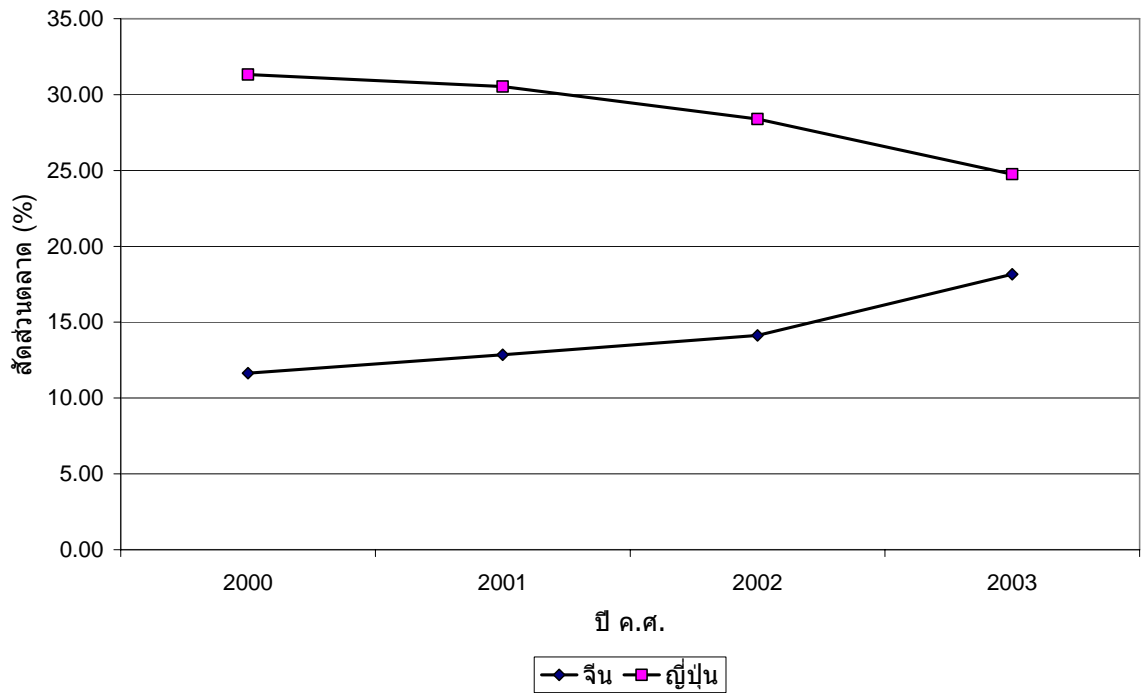
ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก คือ อินโดนีเซีย โดยมีค่าดัชนี RCA อยู่ในช่วง 0.9-1.0 ในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าอินโดนีเซียมีความชำนาญในการผลิตและส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ใกล้เคียงหรือเท่ากับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ส่วนประเทศที่มีค่า RCA รองลงมาอีก คือ สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และฮ่องกง ตามลำดับ

ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลกในช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) คือ ตุรกี เกาหลีใต้ ปากีสถาน โอมานและจอร์แดน ตามลำดับ เนื่องจากมีค่าดัชนี RCA และมูลค่าการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลกที่ต่ำมากในช่วงเวลาที่ศึกษา

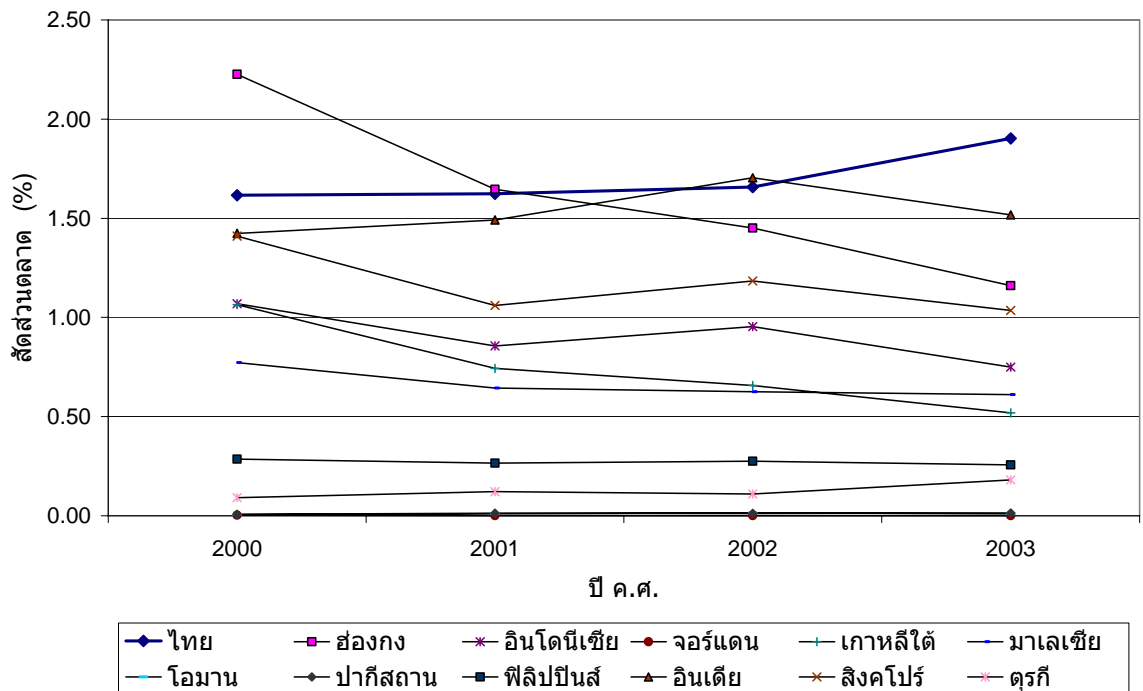
ที่น่าสังเกตคือประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ไปยังตลาดโลก ในช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) คือ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย และอินโดนีเซีย นั้นล้วนแต่เป็นประเทศที่มีประชากรมาก

#### 2.4.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

จากการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.9 และภาพที่ 4.10 จากภาพที่ 4.9 ประเทศผู้นำของเอเชีย ในการส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ ในตลาดโลก คือ ญี่ปุ่น และจีน โดยในปี ค.ศ. 2003 ญี่ปุ่น และจีน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 24.75 และ ร้อยละ 18.15 ตามลำดับ โดยจีนมีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น แต่ญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่ลดลง



ภาพที่ 4.9 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้ผู้นำในการส่งออกจักรยานและรถจักรยานยนต์ในตลาดโลกของเอเชีย ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003



ภาพที่ 4.10 แสดงส่วนแบ่งตลาดของไทยและประเทศเอเชียอื่นๆ ที่ส่งออกจักรยานและจักรยานยนต์ในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

และจากภาพที่ 4.10 จะเห็นว่าในปี ค.ศ. 2003 ทุกประเทศในเอเชียมีแนวโน้มสัดส่วนการตลาดที่ลดลง ยกเว้นประเทศไทย ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.66 ในปี ค.ศ. 2002 เป็นร้อยละ 1.90 ในปี ค.ศ. 2003

### **3. ความสามารถในการแข่งขันของไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นรายผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศคู่ค้า**

เพื่อให้เห็นภาพรวมและแนวโน้มการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ดียิ่งขึ้น จึงได้แสดงมูลค่าการค้าและส่วนแบ่งตลาดของสินค้าทั้งหมดจากไทย ช่วงปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2546 ของแต่ละตลาดไว้ในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 มูลค่าการส่งออกสินค้าและส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า/ปี	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.สหรัฐอเมริกา	17,374.56 (1.38)	15,565.99 (1.32)	15,682.84 (1.30)	16,105.65 (1.23)
2.ญี่ปุ่น	10,594.11 (2.79)	10,380.23 (2.97)	10,510.18 (3.12)	11,892.91 (3.11)
3.สิงคโปร์	5,800.03 (4.31)	5,162.20 (4.45)	5,409.27 (4.65)	5,504.76 (4.30)
4.มาเลเซีย	3,154.44 (3.85)	2,926.58 (3.96)	3,153.20 (3.95)	3,828.80 (4.67)
5.ออสเตรเลีย	1,671.88 (2.34)	1,382.41 (2.16)	1,710.65 (2.35)	2,358.76 (2.65)
6.อินโดนีเซีย	1,109.01 (3.31)	985.99 (3.18)	1,190.66 (4.69)	1,701.62 (4.08)
7.ฟิลิปปินส์	965.48 (2.61)	956.65 (2.74)	1,052.10 (2.83)	1,453.42 (3.68)
8. กรีซ	155.83 (0.53)	156.25 (0.52)	146.75 (0.47)	168.10 (0.38)

ที่มา: UNCTAD

หมายเหตุ ตัวเลขใน( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ไปยังประเทศคู่ค้าได้แบ่งการพิจารณาเป็นรายหมวดสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ตามหมวดผลิตภัณฑ์ คือ รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ชิ้นส่วนรถยนต์ และจักรยานยนต์

โดยจะศึกษาเฉพาะในตลาดที่เป็นคู่ค้าสำคัญของไทย พร้อมเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด และแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้

### 3.1 รดยนต์ั้ง

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรดยนต์ั้งจะพิจารณาในตลาดคู่ค้าสำคัญที่เป็นตลาดส่งออกรดยนต์ั้งของไทยใน 5 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น พร้อมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด ดังนี้

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งชั้นในแต่ละตลาด
ออสเตรเลีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, ฝรั่งเศส และ อังกฤษ
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ สวีเดน
สิงคโปร์	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เกาหลีใต้ และ สวีเดน
ญี่ปุ่น	เยอรมนี, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, เบลเยียม, เม็กซิโก และสวีเดน

ซึ่งในแต่ละตลาดดังกล่าวประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของ รดยนต์ั้ง ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งและส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า/ปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.5.ออสเตรเลีย	33.25 (0.68)	44.35 (0.99)	63.07 (1.20)	90.87 (1.30)
2.อินโดนีเซีย	0.11 (0.06)	1.35 (0.74)	8.80 (8.91)	135.30 (47.84)
3.ฟิลิปปินส์	9.51 (4.70)	17.91 (12.26)	24.91 (15.04)	71.38 (31.56)
4.สิงคโปร์	24.44 (2.32)	20.48 (2.13)	63.07 (7.54)	56.37 (4.80)
5.ญี่ปุ่น	0.53 (0.008)	76.09 (1.22)	86.37 (1.38)	160.12 (2.29)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

### ตลาดออสเตรเลีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลีย พบว่าตลาดรถยนต์นั่งในออสเตรเลียนี้ออสเตรเลียมีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 4,874.70 4,481.55 5,241.47 และ 6,975.92 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ โดยออสเตรเลียมีการนำเข้ารถยนต์นั่งจาก ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ ในปริมาณมากเป็น 5 อันดับแรก ซึ่งเมื่อคิดรวมกับการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยไปยัง ออสเตรเลียแล้ว จะมีสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 85-90 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลีย โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังนี้

ตารางที่ 4.12 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดออสเตรเลีย

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ญี่ปุ่น	2,955.13 (60.62)	2,517.64 (56.18)	2,963.66 (56.54)	4,017.46 (57.59)
2.เยอรมนี	581.81 (11.94)	708.50 (15.81)	795.34 (15.17)	1,094.47 (15.69)
3.เกาหลีใต้	499.84 (10.25)	331.83 (7.40)	297.20 (5.67)	327.34 (4.69)
4.อังกฤษ	155.93 (3.20)	206.24 (4.60)	208.33 (3.97)	250.61 (3.59)
5.สหรัฐอเมริกา	189.39 (3.89)	175.02 (3.91)	249.55 (4.76)	265.32 (3.80)
6.ไทย	<b>33.25</b> <b>(0.68)</b>	<b>44.35</b> <b>(0.99)</b>	<b>63.07</b> <b>(1.20)</b>	<b>90.87</b> <b>(1.30)</b>

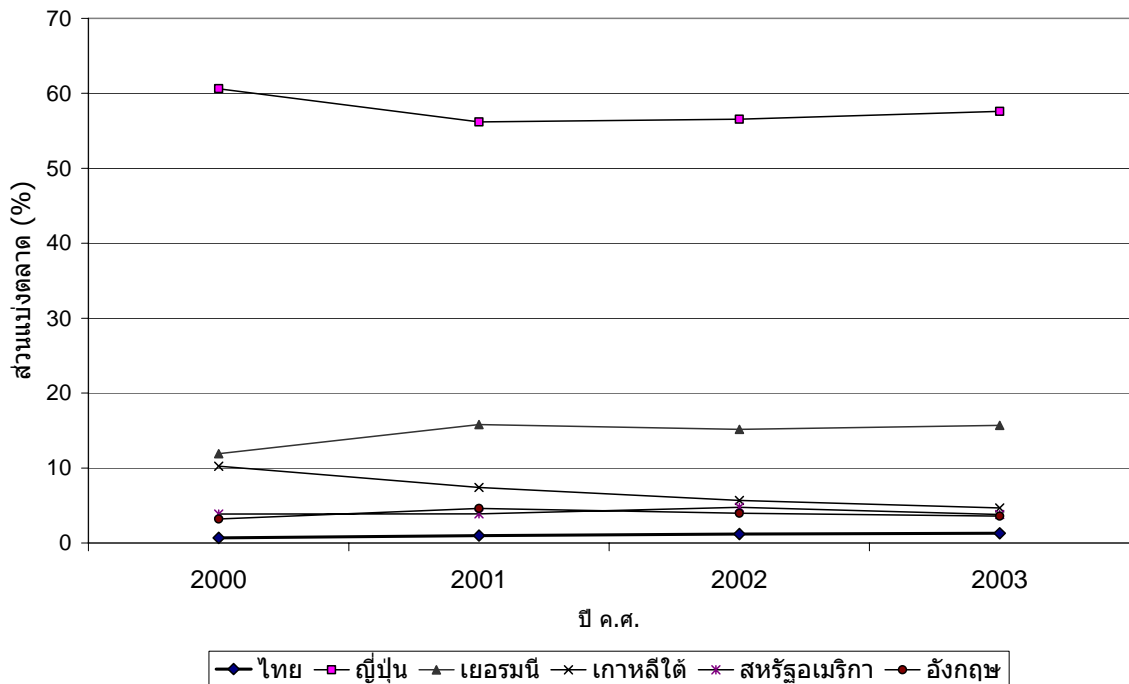
ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดออสเตรเลียสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.11

จากภาพที่ 4.11 จะเห็นได้ว่าเกาหลีใต้มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย





ภาพที่ 4.11 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปี พ.ศ.2543 –พ.ศ.2546

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดออสเตรเลีย ดังกล่าว ได้ดัง ตารางที่ 4.13

จากตารางที่ 4.13 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาดออสเตรเลีย พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาดออสเตรเลีย ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลีย แต่เนื่องจาก RCA รถยนต์นั่งของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.29 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.49 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์นั่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดออสเตรเลีย แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) - ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ซึ่งดูได้จากค่า RCA รถยนต์นั่งของไทยที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออกปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ญี่ปุ่น	4.70	4.55	4.80	4.85
2.เยอรมนี	2.46	2.93	2.76	2.70
3.เกาหลีใต้	2.57	1.97	1.59	1.35
4.อังกฤษ	0.55	0.91	0.91	0.90
<b>5.ไทย</b>	<b>0.29</b>	<b>0.46</b>	<b>0.51</b>	<b>0.49</b>
6.สหรัฐอเมริกา	0.20	0.22	0.27	0.25

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดออสเตรเลียของประเทศคู่แข่ง พบว่า ญี่ปุ่น เยอรมนี และเกาหลีใต้ เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปออสเตรเลีย ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ เยอรมนี และเกาหลีใต้ ซึ่งทั้งเยอรมนี และเกาหลีใต้ มีแนวโน้มที่ค่า RCA จะลดลงเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดออสเตรเลียของทั้ง 2 ประเทศลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCAจะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม เมื่อพิจารณาควบคู่กับส่วนแบ่งการตลาดจะเห็นว่าเกาหลีใต้มีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 ไม่มากนัก คือ อังกฤษ โดยมีค่า RCA เพิ่มขึ้นจาก 0.55 ในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2543) เป็น 0.9 ตลอดช่วงปี ค.ศ.2001-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2544-พ.ศ.2546) ส่วนสหรัฐอเมริกา และ ไทย มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 โดยไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าสหรัฐอเมริกา

### ตลาดอินโดนีเซีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดอินโดนีเซีย พบว่าตลาดรถยนต์นั่งในอินโดนีเซียมีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 191.08 182.35 98.77 และ 282.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยอินโดนีเซียมีการนำเข้ารถยนต์นั่งจาก ไทย ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส และอังกฤษ ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 74-84 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดอินโดนีเซีย โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังนี้

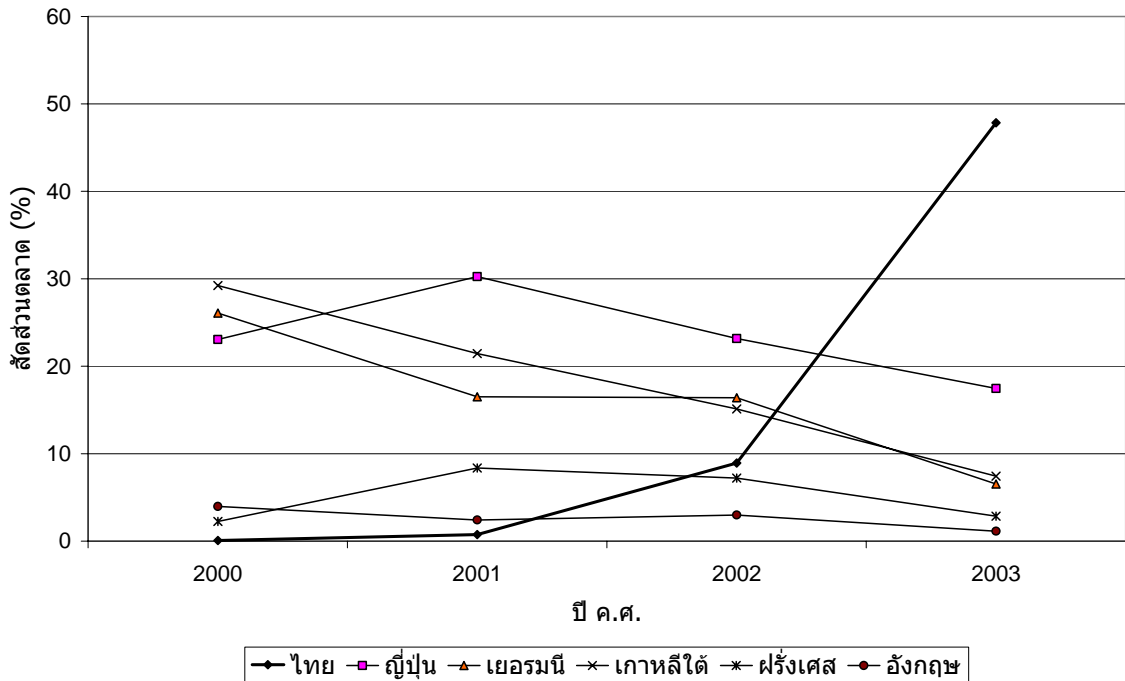
ตารางที่ 4.14 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดอินโดนีเซีย

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ไทย	0.11 (0.06)	1.35 (0.74)	8.80 (8.91)	135.30 (47.84)
2.ฝรั่งเศส	4.29 (2.25)	15.26 (8.37)	7.12 (7.21)	8.06 (2.85)
3.เยอรมนี	49.83 (26.08)	30.07 (16.49)	16.18 (16.39)	18.45 (6.52)
4.เกาหลีใต้	55.85 (29.23)	39.09 (21.44)	14.93 (15.11)	20.99 (7.42)
5.ญี่ปุ่น	44.02 (23.04)	55.15 (30.24)	22.87 (23.15)	49.36 (17.45)
6.อังกฤษ	7.57 (3.96)	4.42 (2.42)	2.94 (2.97)	3.17 (1.12)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดอินโดนีเซียสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากภาพที่ 4.12 จะเห็นได้ว่าไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมากหลังจากปี ค.ศ. 2001 โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.74 ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 8.91 และร้อยละ 47.84 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศคู่แข่งชั้นนำของไทยในตลาดรถยนต์นั่งอินโดนีเซียทุกประเทศสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับไทย

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดอินโดนีเซีย ได้ดัง ตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดอินโดนีเซียช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ไทย	<b>0.02</b>	<b>0.23</b>	<b>1.90</b>	<b>11.72</b>
2.ฝรั่งเศส	1.87	6.53	4.50	2.62
3.เยอรมนี	7.02	3.93	3.40	2.30
4.เกาหลีใต้	4.70	3.01	2.33	2.02
5.ญี่ปุ่น	1.43	2.00	1.33	1.72
6.อังกฤษ	2.38	1.17	1.15	1.01

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาด อินโดนีเซีย พบว่าค่า RCA มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.02 ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) แล้วเพิ่มขึ้นเป็น 1.90 ในปีค.ศ.2002 (พ.ศ.2545) หลังจากนั้นจึงเพิ่มขึ้นเป็น 11.72 ในปีค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นอย่างมากในปีค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ทั้งนี้คงมีสาเหตุมาจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ที่ประเทศสมาชิกอาเซียนจะดำเนินการปรับลดภาษีนำเข้าสินค้าในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนแก่ประเทศสมาชิกในอาเซียนให้เหลือร้อยละ 0-5 ในปี พ.ศ. 2546 จึงทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกรถยนต์นั่ง เข้าไปในตลาด อินโดนีเซียได้มากขึ้น

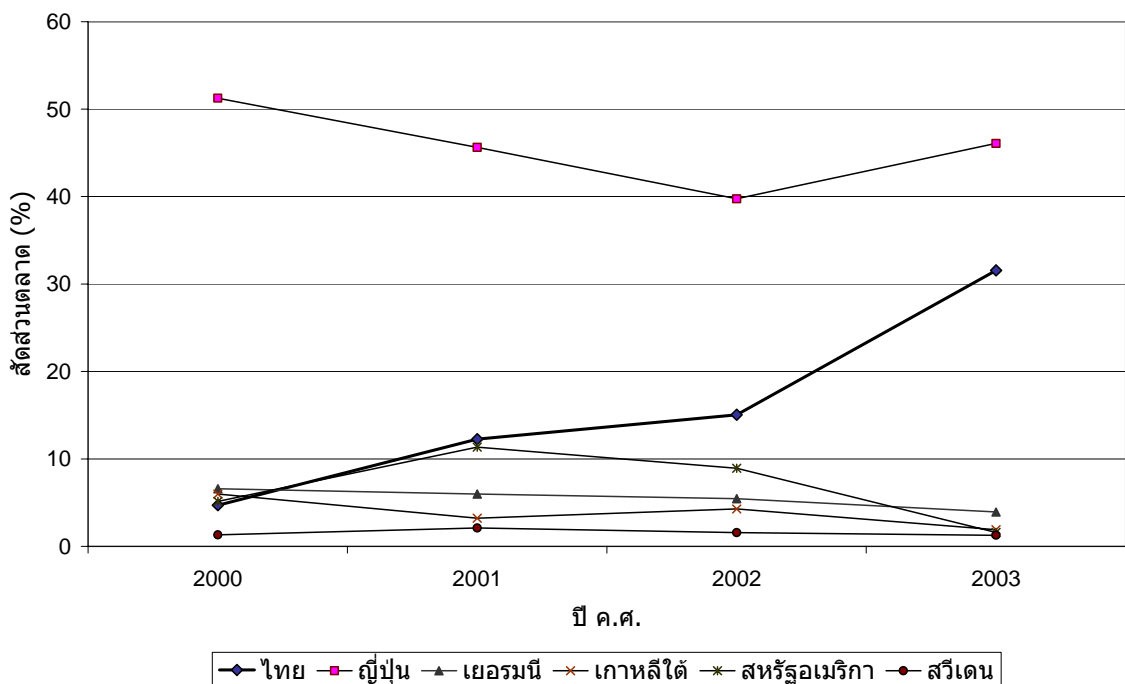
เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดอินโดนีเซียของประเทศคู่แข่ง พบว่า ทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปอินโดนีเซียตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 แต่ค่า RCA ของทุกประเทศมีแนวโน้มที่จะลดลงเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป แสดงว่าความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาด อินโดนีเซีย ของประเทศคู่แข่งกันทุกประเทศลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับส่วนแบ่งการตลาดของประเทศคู่แข่งกันของไทยทุกประเทศที่ลดลง ดังแสดงในภาพที่ 4.12

### ตลาดฟิลิปปินส์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าตลาดรถยนต์นั่งในฟิลิปปินส์มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 202.28 146.14 165.56 และ 226.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยฟิลิปปินส์มีการนำเข้ารถยนต์นั่งจาก ไทย ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และสวีเดน ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 75-86 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.16

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้รถยนต์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.13 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

ตารางที่ 4.16 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดฟิลิปปินส์

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ไทย	9.51 (4.70)	17.91 (12.26)	24.91 (15.04)	71.38 (31.56)
2.สวีเดน	2.63 (1.30)	3.06 (2.10)	2.61 (1.57)	2.84 (1.25)
3.ญี่ปุ่น	103.69 (51.26)	66.67 (45.62)	65.81 (39.75)	104.20 (46.07)
4.เยอรมนี	13.31 (6.58)	8.75 (5.99)	9.01 (5.44)	8.86 (3.92)
5.เกาหลีใต้	12.13 (6.00)	4.72 (3.23)	7.06 (4.27)	4.29 (1.90)
6.สหรัฐอเมริกา	10.39 (5.14)	16.58 (11.34)	14.78 (8.93)	13.62 (1.60)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากตารางที่ 4.16 และ ภาพที่ 4.13 จะเห็นได้ว่าญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์ ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.70 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 12.26, 15.04 และร้อยละ 31.56 ในปี ค.ศ. 2001, ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอันดับหนึ่งของไทยในตลาดรถยนต์นั่งฟิลิปปินส์ ทุกประเทศสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับไทย ยกเว้น ญี่ปุ่นที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.75 ในปี ค.ศ. 2002 เป็นร้อยละ 46.07 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ ได้ดัง ตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน  
ในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ไทย	<b>1.80</b>	<b>4.47</b>	<b>5.32</b>	<b>8.58</b>
2.สวีเดน	3.99	6.00	6.23	5.30
3.ญี่ปุ่น	2.94	2.47	2.04	2.25
4.เยอรมนี	3.16	2.70	2.86	1.60
5.เกาหลีใต้	0.90	0.55	0.58	0.30
6.สหรัฐอเมริกา	0.33	0.76	0.46	0.08

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าค่า RCA มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก เช่นเดียวกับในตลาดอินโดนีเซีย โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.80 ในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543) แล้วเพิ่มขึ้นเป็น 8.58 ในปีค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นอย่างมากในปีค.ศ.2003 (พ.ศ.2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดฟิลิปปินส์ของประเทศคู่แข่ง พบว่า สวีเดน ญี่ปุ่น และ เยอรมนี มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปฟิลิปปินส์ ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่า



มากกว่า 1 แต่ค่า RCA ของทุกประเทศมีแนวโน้มที่จะลดลงเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ ของประเทศคู่แข่งชั้นทุกประเทศลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม นอกจากนี้ประเทศเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา ที่มีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดฟิลิปปินส์ และยังมีแนวโน้มที่ค่า RCA จะลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปีค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ค่า RCA ของทั้ง 2 ประเทศก็ลดลงอย่างมากเช่นเดียวกับสวีเดน ญี่ปุ่น และ เยอรมนี

### ตลาดสิงคโปร์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ พบว่าตลาดรถยนต์นั่งในสิงคโปร์ มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 1,052.44 959.33 836.18 และ 1,173.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยสิงคโปร์ มีการนำเข้ารถยนต์นั่งจาก ไทย ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ มาเลเซีย และ สวีเดน ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงมากกว่า ร้อยละ 88-97 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.18

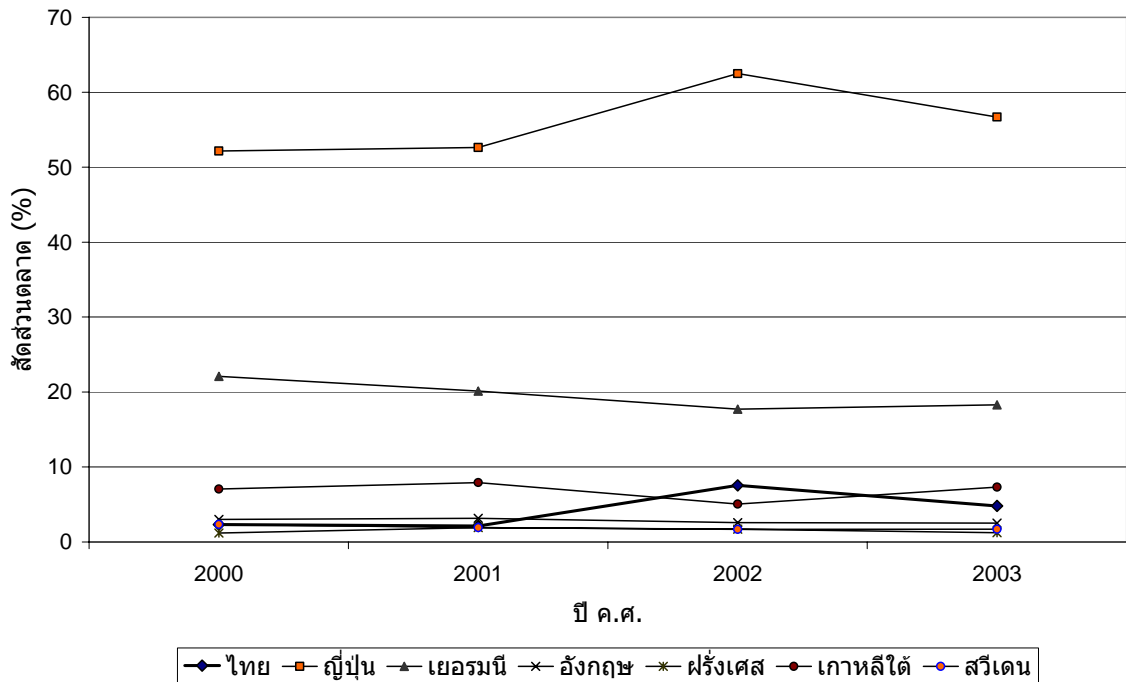
ตารางที่ 4.18 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดสิงคโปร์

ประเทศผู้ส่งออกปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.เยอรมนี	232.54 (22.10)	193.22 (20.14)	148.23 (17.73)	214.48 (18.28)
2.ญี่ปุ่น	548.75 (52.14)	505.00 (52.64)	522.42 (62.48)	665.21 (56.71)
3.สวีเดน	24.50 (2.33)	18.22 (1.90)	13.91 (1.66)	19.97 (1.70)
4.เกาหลีใต้	74.25 (7.05)	75.93 (7.92)	42.27 (5.06)	85.71 (7.31)
5.อังกฤษ	31.51 (2.99)	30.31 (3.16)	21.38 (2.56)	29.53 (2.52)
<b>6.ไทย</b>	<b>24.44</b> <b>(2.32)</b>	<b>20.48</b> <b>(2.13)</b>	<b>63.07</b> <b>(7.54)</b>	<b>56.37</b> <b>(4.81)</b>
7.ฝรั่งเศส	12.63 (1.20)	18.24 (1.90)	14.31 (1.71)	14.26 (1.22)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดสิงคโปร์สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.18 และ ภาพที่ 4.14 จะเห็นได้ว่าญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดสิงคโปร์ รองลงมาคือ เยอรมนี ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.70 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 12.26, 15.04 และร้อยละ 31.56 ในปี ค.ศ. 2001, ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศคู่แข่งชั้นนำของไทยในตลาดรถยนต์นั่งฟิลิปปินส์ ทุกประเทศสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับไทย ยกเว้น ญี่ปุ่นที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.75 ในปี ค.ศ. 2002 เป็นร้อยละ 46.07 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้วสามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นนำในตลาดสิงคโปร์ ได้ดัง ตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.เยอรมนี	7.02	6.10	5.22	4.82
2.ญี่ปุ่น	3.03	3.80	4.99	4.71
3.สวีเดน	6.03	4.26	3.64	3.22
4.เกาหลีใต้	1.97	2.40	1.37	1.88
5.อังกฤษ	1.47	1.50	1.26	1.27
<b>6.ไทย</b>	<b>0.54</b>	<b>0.48</b>	<b>1.62</b>	<b>1.12</b>
7.ฝรั่งเศส	0.77	1.06	0.94	0.63

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาดสิงคโปร์ พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในตลาดสิงคโปร์ ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 ในช่วงปี ค.ศ. 2000 –ค.ศ.2001(พ.ศ.2543-พ.ศ.2544) ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ในช่วงเวลาดังกล่าว แต่หลังจากปี พ.ศ. 2544 ค่าดัชนีRCA รถยนต์นั่งของไทยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 1.62 ในปี พ.ศ.2545 และปรับตัวลดลงเหลือ 1.12 ในปีต่อมา (พ.ศ.2546) ดังนั้นประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ ในช่วงปี พ.ศ.2545-พ.ศ.2546แต่มีแนวโน้มที่ลดลงในปี พ.ศ. 2546

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดสิงคโปร์ ของประเทศคู่แข่ง พบว่า เยอรมนี ญี่ปุ่น สวีเดน เกาหลีใต้ และอังกฤษ ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปสิงคโปร์ ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย เยอรมนี เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด

รองลงมาคือ ญี่ปุ่น สวีเดน เกาหลีใต้ อังกฤษ และ ไทย ตามลำดับ แต่ทั้ง เยอรมนี และญี่ปุ่น มีแนวโน้มที่ค่า RCA ลดลงในปี พ.ศ.2546 แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดสิงคโปร์ของทั้ง 2 ประเทศลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 คือ ฝรั่งเศส ซึ่งหลังจากที่ค่า RCA เพิ่มขึ้นจาก 0.77 ในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2543) เป็น 1.06 ในปี ค.ศ.2001 (พ.ศ. 2544) แล้ว หลังจากนั้นค่า RCA ก็ลดลงต่ำกว่า 1 โดยตลอดในช่วงปี ค.ศ.2002-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2545-พ.ศ. 2546) ดังนั้นฝรั่งเศสจึงเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นในตลาดรถยนต์นั่งของสิงคโปร์

### ตลาดญี่ปุ่น

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดญี่ปุ่น พบว่าตลาดรถยนต์นั่งในญี่ปุ่น มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งจากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 6,947.49 6,236.46 6,259.05 และ 6,978.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยญี่ปุ่น มีการนำเข้ารถยนต์นั่งจาก ไทย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เบลเยียม เม็กซิโก และสวีเดน ในสัดส่วนการตลาดรวมกันอยู่ระหว่างร้อยละ 77-84 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.20

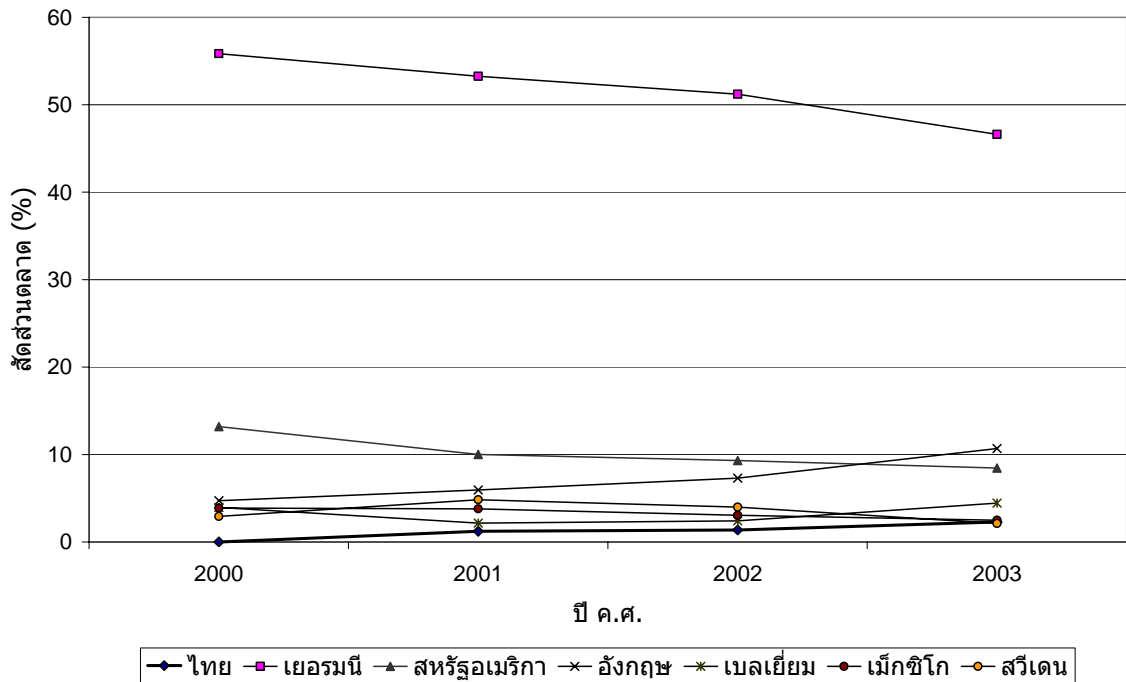
ตารางที่ 4.20 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศผู้ส่งออกปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.เยอรมนี	3,880.26 (55.85)	3,320.67 (53.25)	3,205.20 (51.21)	3,253.46 (46.62)
2.เบลเยียม	273.08 (3.93)	133.98 (2.15)	151.61 (2.42)	309.33 (4.43)
3.อังกฤษ	328.27 (4.72)	370.73 (5.94)	456.06 (7.29)	745.90 (10.69)
4.เม็กซิโก	269.26 (3.88)	236.58 (3.79)	190.76 (3.05)	172.40 (2.47)
5.สวีเดน	202.40 (2.91)	301.22 (4.83)	249.26 (3.98)	147.78 (2.12)
<b>6.ไทย</b>	<b>0.53</b> <b>(0.01)</b>	<b>76.09</b> <b>(1.22)</b>	<b>86.37</b> <b>(1.38)</b>	<b>160.12</b> <b>(2.29)</b>
7.สหรัฐอเมริกา	916.04 (13.19)	624.15 (10.01)	582.46 (9.31)	589.31 (8.45)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่นสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.15



ภาพที่ 4.15 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์นั่งในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.20 และ ภาพที่ 4.15 จะเห็นได้ว่า เยอรมนีเป็นผู้นำเข้ารถยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ ซึ่งอังกฤษมีส่วนการตลาดที่เพิ่มขึ้นโดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยมากแต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.01 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 1.22, 1.38 และร้อยละ 2.29 ในปี ค.ศ. 2001, ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้วสามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ได้ดัง ตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่ง  
ในทศวรรษที่แปด ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออกปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.เยอรมนี	16.66	14.99	13.91	12.57
2.เบลเยียม	8.16	5.09	5.51	9.19
3.อังกฤษ	2.73	3.46	4.54	7.00
4.เม็กซิโก	6.17	6.60	5.71	5.31
5.สวีเดน	4.05	7.69	6.57	4.10
<b>6.ไทย</b>	<b>0.003</b>	<b>0.41</b>	<b>0.44</b>	<b>0.74</b>
7.สหรัฐอเมริกา	0.69	0.55	0.53	0.54

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในทศวรรษที่แปด พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่ง ในทศวรรษที่แปด ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 ตลอดช่วงปี ค.ศ. 2000 –ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในทศวรรษที่แปดในช่วงเวลาดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA รถยนต์นั่งของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปโดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA ที่ต่ำมาก เท่ากับ 0.003 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.74 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์นั่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในทศวรรษที่แปด แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ.2544) - ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ซึ่งดูได้จากการที่ค่า RCA รถยนต์นั่งของไทยที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังทศวรรษที่แปด ของประเทศคู่แข่ง พบว่า เยอรมนี เบลเยียม อังกฤษ เม็กซิโก และสวีเดน ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปญี่ปุ่น ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มี



ค่ามากกว่า 1 โดย เยอรมนี เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ เบลเยียม อังกฤษ เม็กซิโก และสวีเดน ตามลำดับ แต่ เยอรมนี เม็กซิโก และสวีเดน ต่างมีแนวโน้มที่ค่า RCA ลดลงเมื่อเวลาผ่านไป แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดญี่ปุ่นของทั้ง 3 ประเทศลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCA จะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม ในขณะที่อังกฤษมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ซึ่งดูได้จาก ค่า RCA และส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 คือ ไทยและสหรัฐอเมริกาโดยไทยมีการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกรถยนต์นั่งเข้าไปในญี่ปุ่นโดยเปรียบเทียบได้ดีกว่าสหรัฐอเมริกา จึงทำให้ค่าดัชนี RCA มีการเพิ่มโดยตลอดจาก 0.003 ในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2543) ซึ่งไทยมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์ไปยังญี่ปุ่นอย่างมาก จนกระทั่งค่า RCA ของไทยเพิ่มขึ้นเป็น 0.74 ในปี ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2546) ซึ่งเป็นค่าดัชนี RCA ที่สูงกว่าสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2546) ที่มีค่า RCA เท่ากับ 0.54

### 5.3.2 รดยนต์เพื่อการพาณิชย์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะพิจารณาในตลาดคู่ค้าสำคัญที่เป็นตลาดส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยใน 5 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดเดียวกันกับตลาดส่งออกรถยนต์นั่งของไทยด้วย ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) พร้อมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดดังนี้

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งในในแต่ละตลาด
ออสเตรเลีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, สิงคโปร์, สวีเดน และ ฝรั่งเศส
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, อังกฤษ, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา และ สวีเดน
สิงคโปร์	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เกาหลีใต้ และ สวีเดน
ญี่ปุ่น	เยอรมนี, สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, แคนาดา และสวีเดน

ซึ่งในแต่ละตลาดดังกล่าวประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 มูลค่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และส่วนแบ่งตลาดของไทย  
ในแต่ละประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า/ปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.5.ออสเตรเลีย	429.46 (28.28)	245.75 (22.06)	273.75 (18.67)	489.32 (26.61)
2.อินโดนีเซีย	3.24 (2.02)	3.98 (1.76)	27.47 (12.67)	38.29 (15.11)
3.ฟิลิปปินส์	12.61 (9.05)	9.83 (8.55)	7.83 (10.68)	11.93 (15.95)
4.สิงคโปร์	0.24 (0.06)	0.38 (0.12)	0.24 (0.10)	0.45 (0.14)
5.ญี่ปุ่น	1.13 (1.21)	1.14 (1.26)	3.05 (4.59)	1.15 (1.78)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

#### ตลาดออสเตรเลีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดออสเตรเลีย พบว่าตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในออสเตรเลียนี้ออสเตรเลียมีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 1,518.60 1,113.81 1,465.96 และ 1,838.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยออสเตรเลียมีการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จาก ไทย ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ ในปริมาณมากเป็น 6 อันดับ

แรก ซึ่งมีสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 87-95 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดออสเตรเลียโดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังนี้

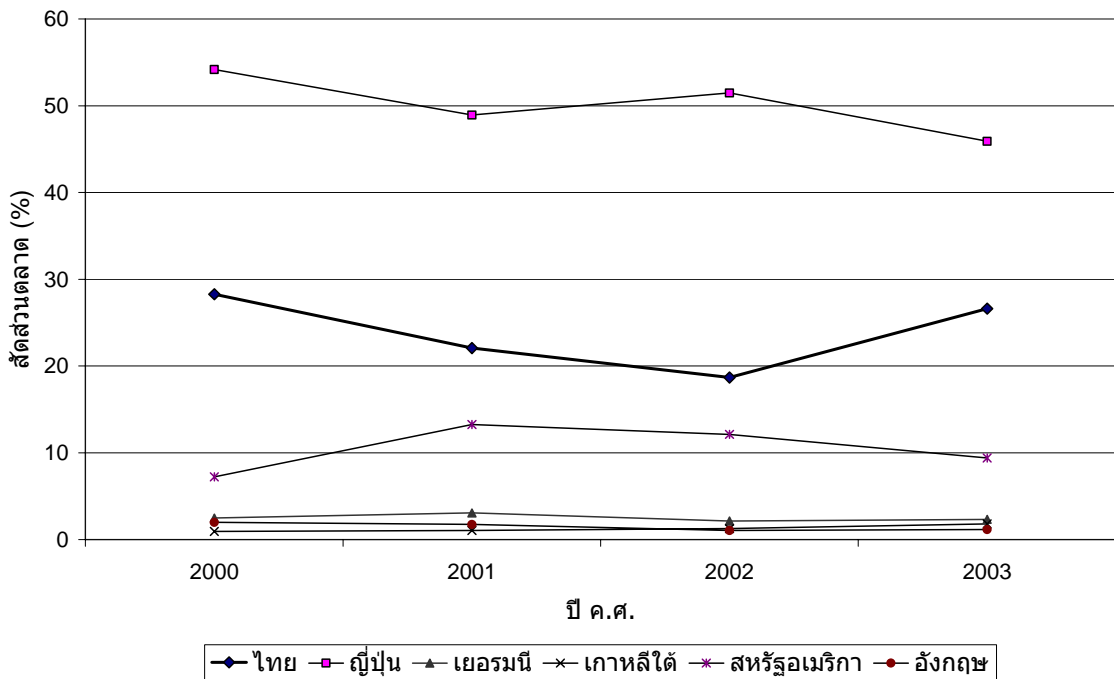
ตารางที่ 4.23 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้าในตลาดออสเตรเลีย

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ไทย	429.46 (28.28)	245.75 (22.06)	273.75 (18.67)	489.32 (26.61)
2.ญี่ปุ่น	822.67 (54.17)	544.96 (48.93)	754.41 (51.46)	844.24 (45.91)
3.สหรัฐอเมริกา	109.56 (7.21)	147.72 (13.26)	177.58 (12.11)	172.97 (9.41)
4.เกาหลีใต้	14.16 (0.93)	11.68 (1.05)	18.46 (1.26)	33.32 (1.81)
5.เยอรมนี	37.58 (2.47)	34.08 (3.06)	31.13 (2.12)	42.90 (2.33)
6.อังกฤษ	30.19 (1.99)	19.36 (1.74)	15.24 (1.04)	21.34 (1.16)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดออสเตรเลียสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดออสเตรเลีย  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.23 และ ภาพที่ 4.16 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดออสเตรเลีย รองลงมาคือ ไทย และสหรัฐอเมริกา ซึ่งไทยมีสัดส่วนการตลาดที่ลดลงในช่วง ปี ค.ศ. 2001 และ ค.ศ. 2002 หลังจากนั้นจึงมีส่วนแบ่งการตลาดที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 26.61 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดออสเตรเลีย ดังกล่าว ได้ดัง ตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งกันในตลาดออสเตรเลีย ช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ไทย	<b>12.10</b>	<b>10.20</b>	<b>7.94</b>	<b>10.05</b>
2.ญี่ปุ่น	4.20	3.96	4.36	3.86
3.สหรัฐอเมริกา	0.37	0.76	0.69	0.62
4.เกาหลีใต้	0.23	0.28	0.35	0.52
5.เยอรมนี	0.51	0.57	0.39	0.40
6.อังกฤษ	0.34	0.34	0.24	0.29

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดออสเตรเลีย พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์  
ในตลาดออสเตรเลีย ของไทยมีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความ  
ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดออสเตรเลีย แต่เนื่องจาก  
RCA รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยมีแนวโน้มลดลงตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี ค.ศ.  
2000 (พ.ศ.2543) - ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) โดยในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ  
12.10 และลดลงเป็น 7.98 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ก่อนที่จะปรับเพิ่มขึ้นเป็น 10.05 ในปี ค.ศ.  
2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการ  
พาณิชย์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกันในตลาดออสเตรเลีย แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบ  
โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่ลดลงในช่วงปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ.2544) - ค.ศ.  
2002 (พ.ศ.2545) ถึงแม้ว่าค่า RCA รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยจะลดลงในช่วงเวลาดังกล่าว แต่  
ดัชนี RCA ก็ยังอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศคู่แข่งกันทุกประเทศอยู่มาก

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดออสเตรเลียของประเทศคู่แข่ง พบว่า ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปออสเตรเลีย ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) เช่นเดียวกับประเทศไทย ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย ไทย เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ ญี่ปุ่น

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 คือ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ เยอรมนี และอังกฤษ ตามลำดับ

### ตลาดอินโดนีเซีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดอินโดนีเซีย พบว่าตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในอินโดนีเซียมีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 160.82 226.62 216.85 และ 253.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยอินโดนีเซียมีการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ไทย สิงคโปร์ สวีเดน และ ฝรั่งเศส ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณร้อยละ 88-93 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดอินโดนีเซีย โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.25

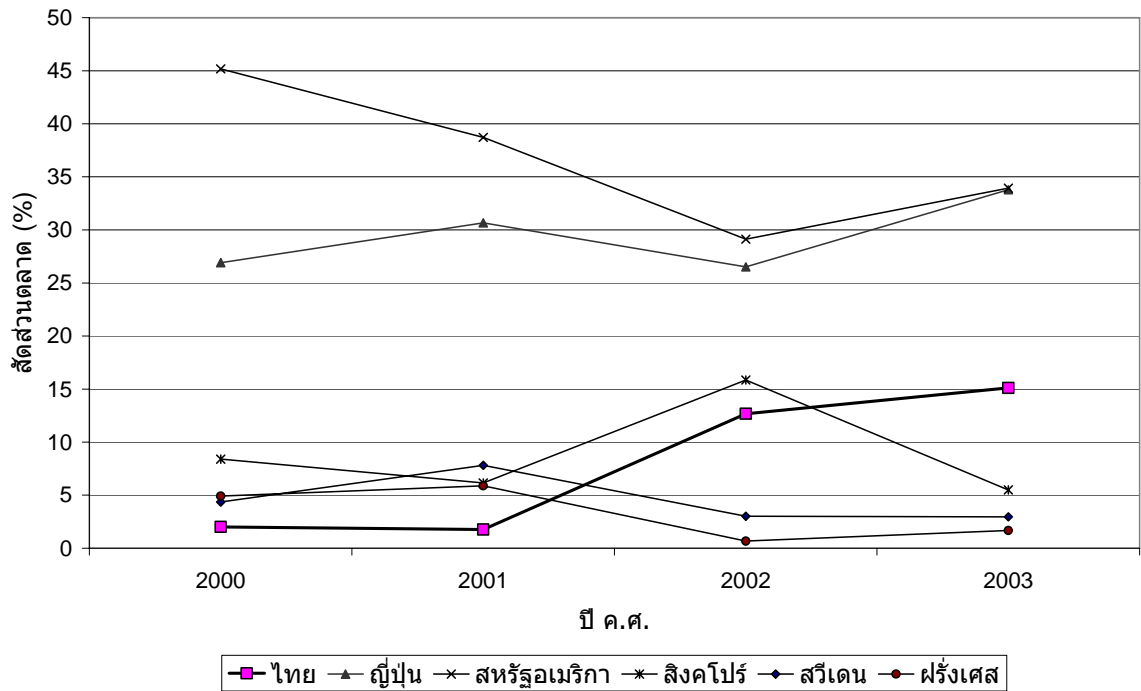
ตารางที่ 4.25 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้าในตลาดอินโดนีเซีย

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.สวีเดน	7.01 (4.36)	17.72 (7.82)	6.53 (3.01)	7.51 (2.96)
2.สหรัฐอเมริกา	72.64 (45.17)	87.73 (38.71)	63.16 (29.13)	86.00 (33.92)
<b>3.ไทย</b>	<b>3.24</b> <b>(2.02)</b>	<b>3.98</b> <b>(1.76)</b>	<b>27.47</b> <b>(12.67)</b>	<b>38.29</b> <b>(15.11)</b>
4.ญี่ปุ่น	43.27 (26.91)	69.51 (30.67)	57.48 (26.51)	85.63 (33.78)
5.ฝรั่งเศส	7.89 (4.91)	13.31 (5.87)	1.45 (0.67)	4.23 (1.67)
6.สิงคโปร์	13.50 (8.40)	13.92 (6.14)	34.35 (15.84)	13.95 (5.50)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดอินโดนีเซียสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดอินโดนีเซีย  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.25 และ ภาพที่ 4.17 จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดอินโดนีเซีย รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และไทย ซึ่งไทยมีส่วนการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.76ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 12.67 และ ร้อยละ 15.11 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในในตลาดอินโดนีเซีย ได้ดัง ตารางที่ 4.26



ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยกับ  
ประเทศคู่แข่งในตลาดอินโดนีเซียช่วงปีค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.สวีเดน	6.72	9.75	2.87	6.46
2.สหรัฐอเมริกา	4.46	3.74	2.80	5.23
<b>3.ไทย</b>	<b>0.61</b>	<b>0.55</b>	<b>2.70</b>	<b>3.70</b>
4.ญี่ปุ่น	1.67	2.03	1.53	3.33
5.ฝรั่งเศส	4.09	4.58	0.42	1.53
6.สิงคโปร์	0.74	0.61	0.98	0.55

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาด อินโดนีเซีย พบว่าค่า RCA มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.61 ในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543) แล้วเพิ่มขึ้นเป็น 2.70 และ 3.70 ในปีค.ศ.2002 (พ.ศ. 2545) และ ค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงปีค.ศ.2002-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2545-พ.ศ.2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดอินโดนีเซียของประเทศคู่แข่ง พบว่า สวีเดน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ ฝรั่งเศส ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปอินโดนีเซีย ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 (ยกเว้น ประเทศ ฝรั่งเศส ที่มีค่า RCA เท่ากับ 0.42 ในปี ค.ศ.2002 เพียงปีเดียว) โดย สวีเดน เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดรองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา ไทย ญี่ปุ่น และ ฝรั่งเศส ตามลำดับ ส่วนประเทศที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 คือ สิงคโปร์

ที่น่าสังเกต คือ ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ. 2545) ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทย และ สิงคโปร์ มีค่า RCA ที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดย ไทย และ สิงคโปร์ มีค่า RCA เพิ่มขึ้นจาก 0.55 และ 0.61 ตามลำดับ ในปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ.2544) เป็น 2.70 และ 0.98 ตามลำดับ ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ในขณะที่ประเทศคู่แข่งกันทุกประเทศกลับมีค่าดัชนี RCA ที่ปรับตัวลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะ สวีเดน และฝรั่งเศส โดยที่ค่า RCA ของสวีเดนมีการปรับตัวลดลงจาก 9.75 ในปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ. 2544) เป็น 2.87 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ในขณะที่ ฝรั่งเศส มีการปรับตัวลดลงของค่า RCA จาก 4.53 ในปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ.2544) เป็น 0.42 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) ซึ่งทำให้ฝรั่งเศสมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปอินโดนีเซีย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกัน ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545)

### ตลาดฟิลิปปินส์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในฟิลิปปินส์มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 139.33 114.94 73.34 และ 74.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยฟิลิปปินส์มีการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จาก ไทย ญี่ปุ่น อังกฤษ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และสวีเดน ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณร้อยละ 93-94 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์ โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.27

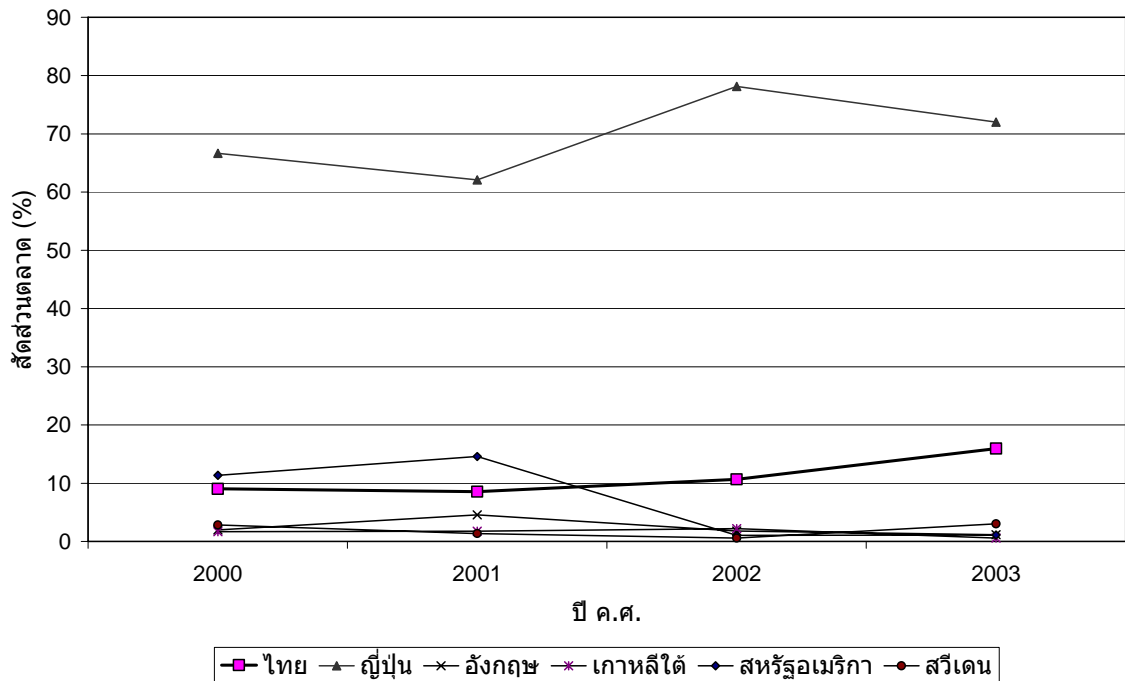
ตารางที่ 4.27 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้าในตลาดฟิลิปปินส์

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.สวีเดน	3.95 (2.83)	1.58 (1.37)	0.44 (0.60)	2.26 (3.02)
<b>2.ไทย</b>	<b>12.61</b> <b>(9.05)</b>	<b>9.83</b> <b>(8.55)</b>	<b>7.83</b> <b>(10.68)</b>	<b>11.93</b> <b>(15.95)</b>
3.ญี่ปุ่น	92.88 (66.66)	71.37 (62.09)	57.30 (78.13)	53.87 (72.01)
4.อังกฤษ	2.79 (2.00)	5.24 (4.56)	1.31 (1.78)	0.89 (1.19)
5.เกาหลีใต้	2.39 (1.71)	2.01 (1.75)	1.64 (2.23)	0.45 (0.60)
6.สหรัฐอเมริกา	15.83 (11.36)	16.76 (14.58)	0.77 (1.05)	0.83 (1.10)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.27 และ ภาพที่ 4.18 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์ มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 78.13 และร้อยละ 72.01 ในปีค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ รองลงมาคือไทย ซึ่งไทยมีส่วนการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.55 ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 10.68 และ ร้อยละ 15.95 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในในตลาดฟิลิปปินส์ ได้ดัง ตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งชั้นในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.สวีเดน	8.70	3.93	2.38	12.77
<b>2.ไทย</b>	<b>3.47</b>	<b>3.12</b>	<b>3.77</b>	<b>4.33</b>
3.ญี่ปุ่น	3.82	3.36	4.02	3.52
4.อังกฤษ	1.97	3.73	1.43	0.95
5.เกาหลีใต้	0.26	0.30	0.30	0.09
6.สหรัฐอเมริกา	0.74	0.98	0.05	0.06

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.28 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของ  
ไทย มีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใน  
การส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.  
2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ของ  
ประเทศคู่แข่งชั้น พบว่า สวีเดน ญี่ปุ่น และ อังกฤษ ทุกประเทศต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ  
ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปฟิลิปปินส์ ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-  
พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 (ยกเว้นอังกฤษ ที่มีค่า RCA ใกล้เคียง 1 ในปี ค.ศ.  
2003) โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ สวีเดน รองลงมาคือ ไทย ญี่ปุ่น  
และ อังกฤษ ตามลำดับ ซึ่งค่า RCA ของอังกฤษมีแนวโน้มที่จะลดลงเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป แสดง  
ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดฟิลิปปินส์ ของ  
อังกฤษลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อการพาณิชย์ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ และยังมีแนวโน้มที่ค่า RCA จะลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

### ตลาดสิงคโปร์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดสิงคโปร์ พบว่าตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในสิงคโปร์ มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 441.23 318.38 240.49 และ 334.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยสิงคโปร์ มีการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จาก ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส และสวีเดน ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงมากกว่า ร้อยละ 94-97 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดสิงคโปร์ โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.29

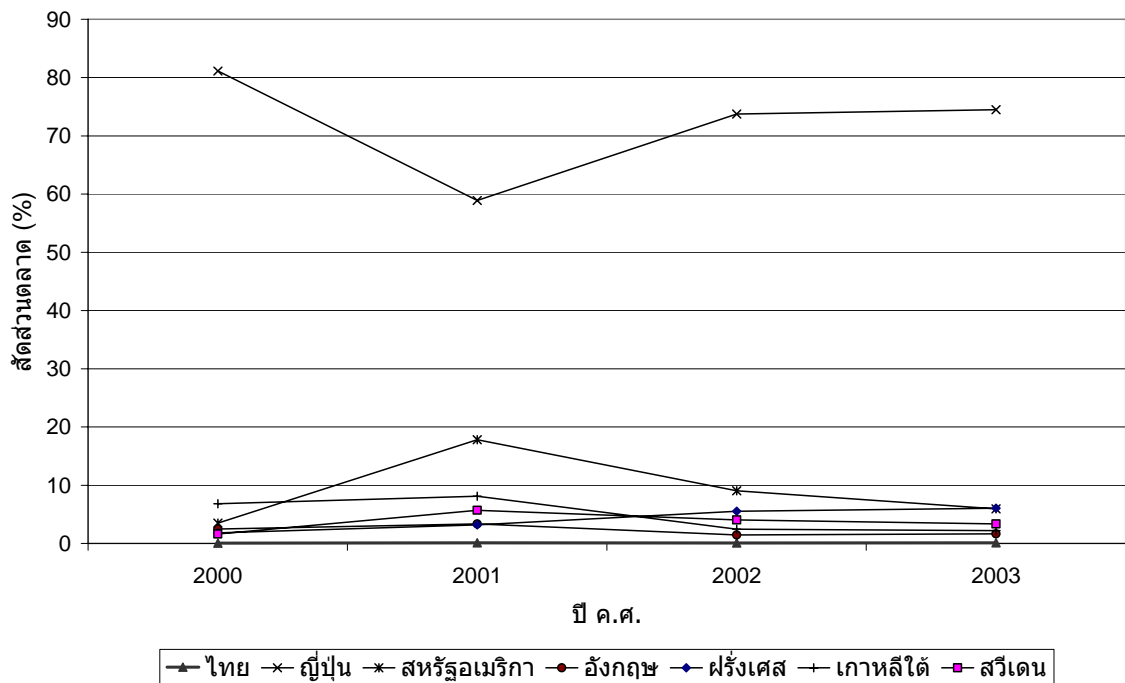
ตารางที่ 4.29 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้าในตลาดสิงคโปร์

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.สวีเดน	7.15 (1.62)	18.20 (5.72)	9.72 (4.04)	11.30 (3.38)
2.ญี่ปุ่น	357.95 (81.13)	187.52 (58.90)	177.38 (73.76)	249.29 (74.50)
3.ฝรั่งเศส	8.13 (1.84)	10.15 (3.19)	13.33 (5.54)	20.28 (6.06)
4.อังกฤษ	10.91 (2.47)	10.74 (3.37)	3.56 (1.48)	5.55 (1.66)
5.เกาหลีใต้	30.13 (6.83)	25.91 (8.14)	5.89 (2.45)	7.47 (2.23)
6.สหรัฐอเมริกา	15.36 (3.48)	56.80 (17.84)	21.77 (9.05)	19.91 (5.95)
7.ไทย	<b>0.24</b> <b>(0.06)</b>	<b>0.38</b> <b>(0.12)</b>	<b>0.24</b> <b>(0.10)</b>	<b>0.45</b> <b>(0.14)</b>

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดสิงคโปร์สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 ส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดสิงคโปร์  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.29 และ ภาพที่ 4.19 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดสิงคโปร์ มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 73.76 และร้อยละ 74.50 ในปี ค.ศ.2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยมากเพียงร้อยละ 0.14 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้วสามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดสิงคโปร์ ได้ดัง ตารางที่ 4.30



ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งชั้นในตลาดสิงคโปร์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.สวีเดน	4.19	12.82	8.86	6.39
2.ญี่ปุ่น	4.71	4.25	5.89	6.19
3.ฝรั่งเศส	1.13	1.78	3.04	3.12
4.อังกฤษ	1.22	1.60	0.73	0.83
5.เกาหลีใต้	1.91	2.47	0.66	0.58
6.สหรัฐอเมริกา	0.23	1.08	0.63	0.42
<b>7.ไทย</b>	<b>0.01</b>	<b>0.03</b>	<b>0.02</b>	<b>0.03</b>

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดสิงคโปร์ พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ใน  
ตลาดสิงคโปร์ ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 โดยตลอดในช่วงปี ค.ศ. 2000 –ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.  
2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เมื่อเปรียบเทียบกับ  
ประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดสิงคโปร์ในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดสิงคโปร์ ของ  
ประเทศคู่แข่งชั้น พบว่า สวีเดน ญี่ปุ่น และฝรั่งเศส ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ  
ส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปสิงคโปร์ ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) ซึ่งดูได้  
จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย สวีเดน เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด  
รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และ ฝรั่งเศส ตามลำดับ โดยสวีเดนมีแนวโน้มที่ค่า RCA ลดลงในช่วงปี พ.ศ.  
2545- พ.ศ.2546 แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ใน  
ตลาดสิงคโปร์ของสวีเดน ลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ค่า RCAจะมีค่ามากกว่า 1 ก็ตาม

ในขณะที่ อังกฤษ เกาหลีใต้ และ สหรัฐอเมริกา ต่างเป็นประเทศที่เคยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดสิงคโปร์ แต่ในช่วงปี ค.ศ.2002-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2545- พ.ศ.2546) กลับมีค่า RCA ที่ลดลงจนต่ำกว่า 1 คือ ดังนั้นจึงทำให้ทั้ง 3 ประเทศ ดังกล่าวมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นในตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของสิงคโปร์

### ตลาดญี่ปุ่น

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในญี่ปุ่น มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 93.19 90.30 66.46 และ 64.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยญี่ปุ่น มีการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์จาก เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สวีเดน อังกฤษ แคนาดา เม็กซิโก และไทย ในสัดส่วนการตลาดรวมกันอยู่ระหว่างร้อยละ 96-98 ของมูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.31

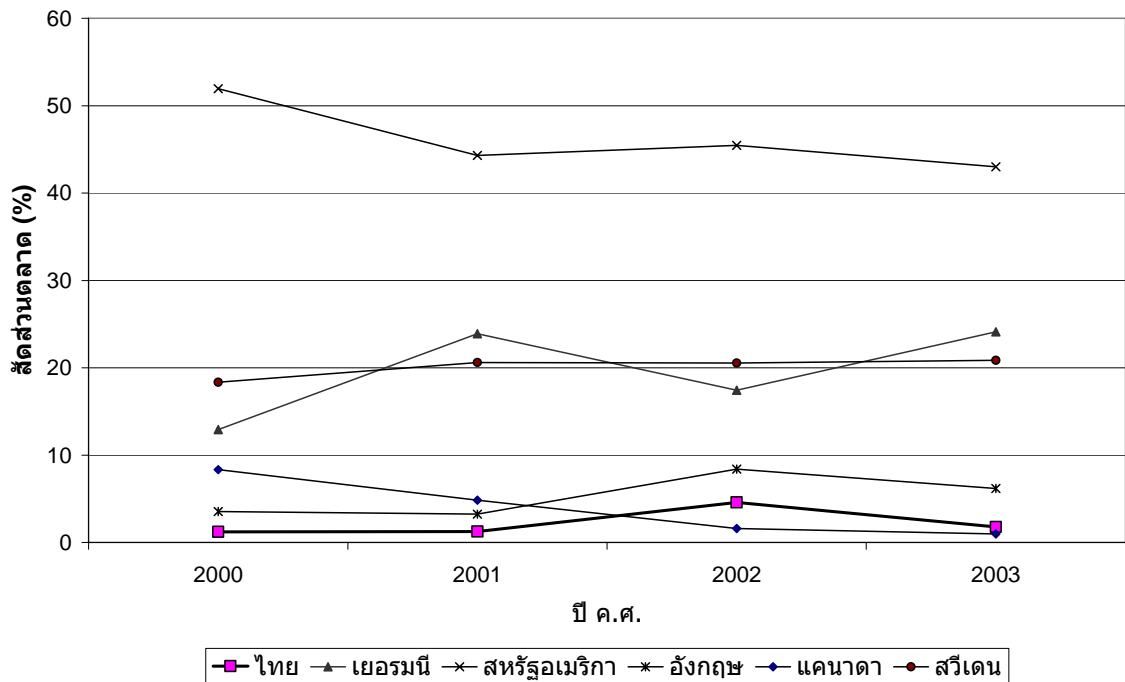
ตารางที่ 4.31 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1. สวีเดน	17.09 (18.34)	18.61 (20.61)	13.46 (20.85)	13.46 (20.85)
2.เยอรมนี	12.04 (12.92)	21.58 (23.89)	11.59 (17.44)	15.56 (24.11)
3.อังกฤษ	3.31 (3.55)	2.94 (3.25)	5.59 (8.40)	3.99 (6.18)
4.สหรัฐอเมริกา	48.42 (51.95)	40.01 (44.30)	30.21 (45.46)	27.76 (43.01)
<b>5.ไทย</b>	<b>1.13</b> <b>(1.21)</b>	<b>3.05</b> <b>(4.59)</b>	<b>3.05</b> <b>(4.59)</b>	<b>1.15</b> <b>(1.78)</b>
6.แคนาดา	7.76 (8.32)	1.08 (1.62)	1.08 (1.62)	0.63 (0.97)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.20



ภาพที่ 4.20 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่น  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.31 และ ภาพที่ 4.20 จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น รองลงมาคือ เยอรมนี และ สวีเดน ส่วนไทยมีสัดส่วนการตลาดที่น้อยเพียงร้อยละ 1.26 ในปี ค.ศ. 2001 ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.59 ในปี ค.ศ. 2002 หลังจากนั้นจึงลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 1.78 ในปี ค.ศ. 2003 ในขณะที่แคนาดามีสัดส่วนการตลาดที่ลดลงมาตามลำดับตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยในปี ค.ศ. 2003 มีสัดส่วนการตลาดอยู่ต่ำกว่าร้อยละ 1

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้วสามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในในตลาดญี่ปุ่น ได้ดัง ตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งชั้นในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.สวีเดน	25.53	32.80	33.91	40.35
2.เยอรมนี	3.85	6.73	4.74	6.50
3.อังกฤษ	2.05	1.89	5.23	4.05
4.สหรัฐอเมริกา	2.72	2.43	2.61	2.75
<b>5.ไทย</b>	<b>0.43</b>	<b>0.42</b>	<b>1.47</b>	<b>0.57</b>
6.แคนาดา	3.63	2.18	0.76	0.49

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.32 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย  
ในตลาดญี่ปุ่น มีค่ามากกว่า 1 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) เพียงปีเดียวเท่านั้น ซึ่งแสดงว่าไทยมีความ  
เสียเปรียบมากกว่าในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่  
แข่งขันในช่วงเวลาดังกล่าว (ยกเว้นปีพ.ศ.2545)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังตลาดญี่ปุ่น ของ  
ประเทศคู่แข่งชั้น พบว่า สวีเดน เยอรมนี อังกฤษ และ สหรัฐอเมริกา ต่างมีความได้เปรียบโดย  
เปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปญี่ปุ่น ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.  
2543-พ.ศ.2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดย สวีเดน เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบ  
โดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ เยอรมนี อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

ในขณะที่ แคนาดา เป็นประเทศที่เคยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก  
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดญี่ปุ่นในช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2001 (พ.ศ.2543- พ.ศ.2544) แต่ในช่วง

ปี ค.ศ.2002-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2545- พ.ศ.2546) กลับมีค่า RCA ที่ลดลงจนต่ำกว่า 1 ดังนั้นจึงทำให้แคนาดาเป็นประเทศที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นในตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของญี่ปุ่น

### 3.3 ชั้นส่วนยานยนต์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์จะพิจารณาในตลาดคู่ค้าสำคัญที่เป็นตลาดส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยใน 4 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และ สหรัฐอเมริกา ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546) พร้อมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดดังนี้

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด
อินโดนีเซีย	ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, สิงคโปร์, เยอรมนี, และ เกาหลีใต้
ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา, เยอรมนี, จีน, เกาหลีใต้, ฟิลิปปินส์ และอังกฤษ
มาเลเซีย	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อินโดนีเซีย, ออสเตรเลีย และฟิลิปปินส์
สหรัฐอเมริกา	แคนาดา, ญี่ปุ่น, เม็กซิโก, เยอรมนี และฝรั่งเศส

ซึ่งในแต่ละตลาดดังกล่าวประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของชิ้นส่วนยานยนต์ ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า/ปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.อินโดนีเซีย	29.23 (2.61)	21.74 (2.32)	44.18 (5.32)	68.54 (7.15)
2.ญี่ปุ่น	136.53 (6.69)	157.39 (7.42)	185.27 (7.25)	212.25 (6.98)
3.มาเลเซีย	29.10 (9.40)	76.05 (26.56)	117.52 (33.18)	156.88 (39.46)
4.สหรัฐอเมริกา	71.35 (0.24)	69.62 (0.25)	81.86 (0.27)	94.59 (0.28)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

ตลาดอินโดนีเซีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินโดนีเซีย พบว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในอินโดนีเซีย มีมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 1,120.91 936.40 829.69 และ 958.02 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ โดยอินโดนีเซีย มีการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ จาก ไทย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ เยอรมนี และ เกาหลีใต้ ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 85-90 ของมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินโดนีเซีย โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดอินโดนีเซีย

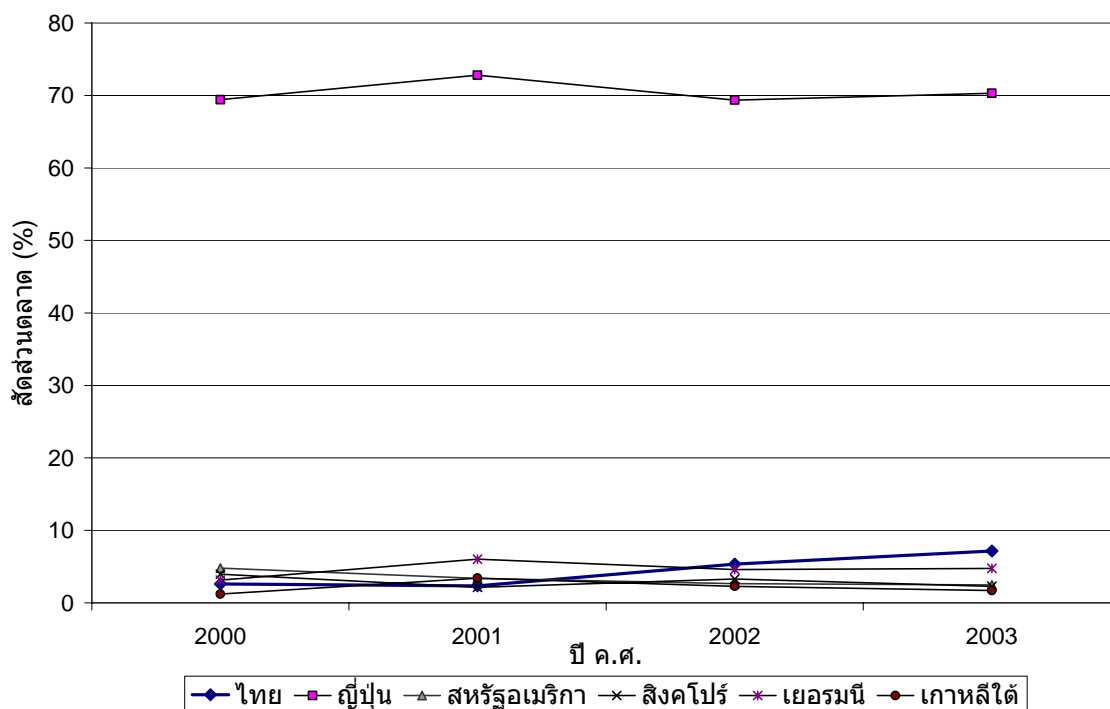
ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1. ญี่ปุ่น	778.26 (69.43)	681.79 (72.81)	575.68 (69.38)	673.53 (70.30)
2. ไทย	<b>29.23</b> <b>(2.61)</b>	<b>21.74</b> <b>(2.32)</b>	<b>44.18</b> <b>(5.33)</b>	<b>68.54</b> <b>(7.15)</b>
3. เยอรมนี	35.18 (3.14)	56.25 (6.01)	37.94 (4.57)	45.47 (4.75)
4. เกาหลีใต้	13.66 (1.22)	31.99 (3.42)	18.87 (2.27)	16.25 (1.70)
5. สหรัฐอเมริกา	53.63 (4.78)	31.52 (3.37)	21.85 (2.63)	23.58 (2.46)
6. สิงคโปร์	44.21 (3.94)	20.11 (2.15)	27.39 (3.30)	21.83 (2.28)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่นสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.21





ภาพที่ 4.21 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินโดนีเซีย  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.34 และ ภาพที่ 4.21 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดอินโดนีเซีย ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยแต่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอดในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.61 ในปี ค.ศ. 2000 เป็นร้อยละ 2.32, 5.33 และร้อยละ 7.15 ในปี ค.ศ. 2001, ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดอินโดนีเซีย ได้ดัง ตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ญี่ปุ่น	4.31	4.81	4.00	6.93
<b>2.ไทย</b>	<b>0.79</b>	<b>0.73</b>	<b>1.14</b>	<b>1.75</b>
3.เยอรมนี	0.85	1.43	0.95	1.68
4.เกาหลีใต้	0.20	0.48	0.35	0.46
5.สหรัฐอเมริกา	0.47	0.33	0.25	0.38
6.สิงคโปร์	0.35	0.21	0.20	0.23

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.35 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดอินโดนีเซีย พบว่าค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย มีค่ามากกว่า 1 ในช่วงปี ค.ศ. 2002-ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2545-พ.ศ.2546) ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินโดนีเซีย ช่วงปี ค.ศ. 2002-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2545-พ.ศ.2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดอินโดนีเซียของประเทศคู่แข่ง พบว่า ญี่ปุ่น และ เยอรมนี เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปอินโดนีเซีย โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ ไทย และ เยอรมนี ตามลำดับ ในขณะที่ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดอินโดนีเซีย เนื่องจากมีค่าดัชนี RCA น้อยกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา

### ตลาดญี่ปุ่น

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในญี่ปุ่น มีมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 2,041.18 2,121.83 2,555.63 และ 3,042.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดย ญี่ปุ่น มีการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ จาก ไทย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี จีน เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ และ อังกฤษ ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 85-90 ของมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.36

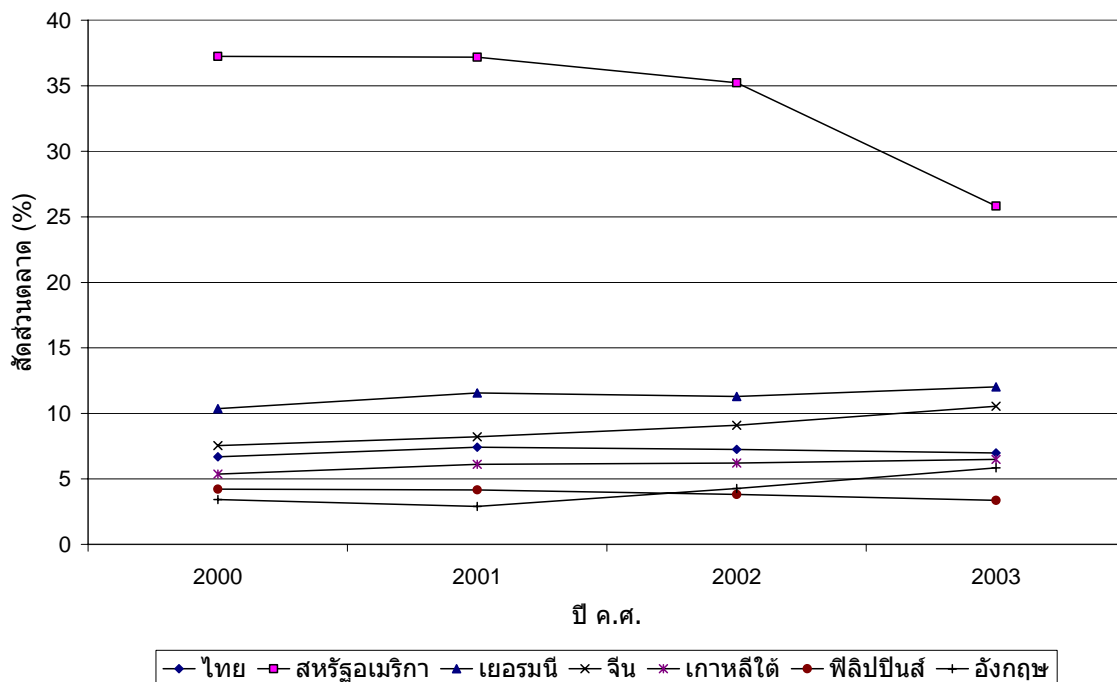
ตารางที่ 4.36 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.อังกฤษ	69.85 (3.42)	61.64 (2.90)	109.00 (4.26)	177.81 (5.84)
2.เยอรมนี	211.42 (10.36)	245.24 (11.56)	288.59 (11.29)	365.91 (12.03)
<b>3.ไทย</b>	<b>136.53</b> <b>(6.69)</b>	<b>157.39</b> <b>(7.42)</b>	<b>185.27</b> <b>(7.25)</b>	<b>212.25</b> <b>(6.98)</b>
4.ฟิลิปปินส์	86.10 (4.22)	88.25 (4.16)	97.62 (3.82)	102.22 (3.36)
5.สหรัฐอเมริกา	760.26 (37.25)	789.15 (37.19)	900.20 (35.22)	785.81 (25.82)
6.เกาหลีใต้	109.61 (5.37)	129.48 (6.10)	158.84 (6.22)	197.33 (6.48)
7.จีน	154.02 (7.55)	174.21 (8.21)	232.62 (9.10)	321.06 (10.55)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น  
สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.22



ภาพที่ 4.22 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.36 และ ภาพที่ 4.22 จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น รองลงมาคือ ไทย และจีน ตามลำดับ โดย สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่ส่วนแบ่งการตลาดลดลง ส่วนไทย และจีนมีส่วนแบ่งการตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ได้ดัง ตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งชั้นในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.อังกฤษ	1.97	1.69	2.66	3.83
2.เยอรมนี	3.09	3.25	3.07	3.24
<b>3.ไทย</b>	<b>2.40</b>	<b>2.49</b>	<b>2.33</b>	<b>2.25</b>
4.ฟิลิปปินส์	2.22	2.26	1.97	1.83
5.สหรัฐอเมริกา	1.95	2.04	2.02	1.65
6.เกาหลีใต้	1.00	1.24	1.35	1.39
7.จีน	0.52	0.50	0.50	0.54

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.37 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย มีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546) แต่ค่าดัชนี RCA มีแนวโน้มลดลงโดยตลอดในช่วงเวลาที่กล่าวถึง ซึ่งแสดงว่า ถึงแม้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น แต่ความได้เปรียบนั้นมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ลดลง

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่นของประเทศคู่แข่งชั้น พบว่า อังกฤษ เยอรมนี ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา และ เกาหลีใต้ ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากทุกประเทศดังกล่าวล้วนมีค่าดัชนี RCA ที่มากกว่า 1 โดยในปี ค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

มากที่สุด คือ อังกฤษ รองลงมาคือ เยอรมนี ไทย Philip ปีนส์ สหรัฐอเมริกา และ เกาหลีใต้ ตามลำดับ ในขณะที่ จีน เป็นเพียงประเทศเดียวที่มีความเสียเปรียบมากกว่าประเทศคู่แข่งในการส่งออก ชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจาก จีน มีค่าดัชนี RCA ที่น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยมีค่าประมาณ 0.5 ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว

### ตลาดมาเลเซีย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย พบว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในมาเลเซีย มีมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 309.43 286.25 354.24 และ 397.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมาเลเซีย มีการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ จาก ไทย ญี่ปุ่น เยอรมนี อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย และ Philip ปีนส์ ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 78-82 ของมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดมาเลเซีย

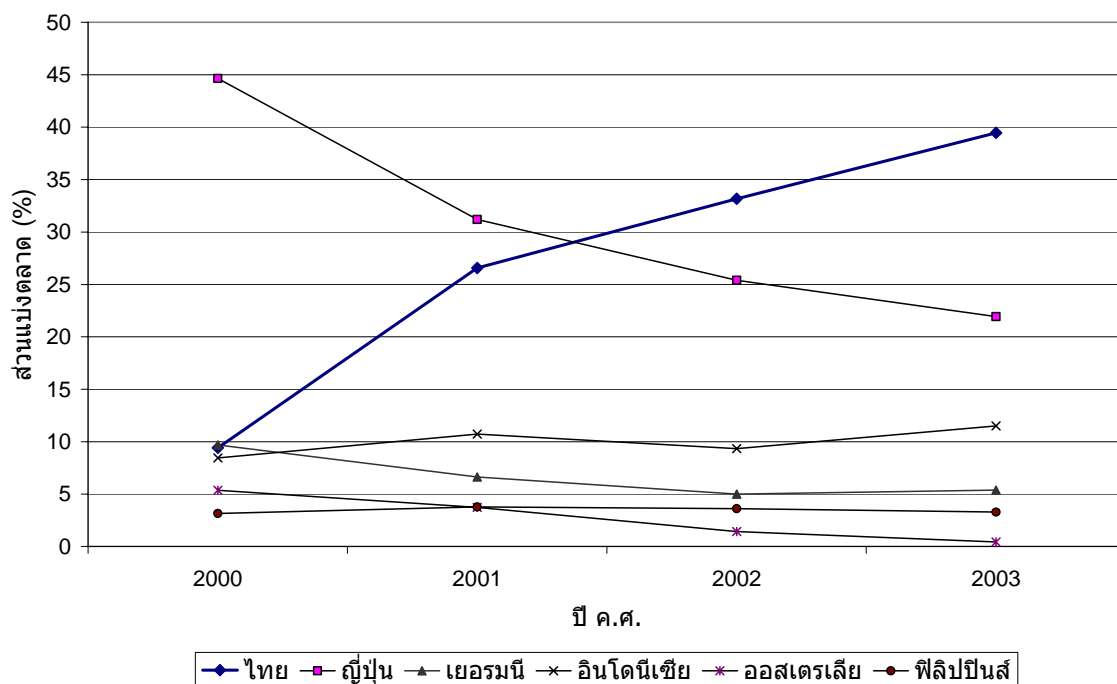
ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ไทย	29.10 (9.40)	76.05 (26.57)	117.52 (33.18)	156.88 (39.46)
2.อินโดนีเซีย	26.14 (8.45)	30.69 (10.72)	33.08 (9.34)	45.71 (11.50)
3.ญี่ปุ่น	138.17 (44.65)	89.31 (31.20)	89.95 (25.39)	87.15 (21.92)
4.เยอรมนี	29.98 (9.69)	19.01 (6.64)	17.72 (5.00)	21.43 (5.39)
5.ฟิลิปปินส์	9.76 (3.15)	10.82 (3.78)	12.79 (3.61)	13.03 (3.28)
6.ออสเตรเลีย	16.63 (5.37)	10.68 (3.73)	5.07 (1.43)	1.76 (0.44)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดมาเลเซีย สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.23





ภาพที่ 4.23 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.38 และ ภาพที่ 4.23 จะเห็นได้ว่า ไทย และ ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดมาเลเซีย รองลงมาคือ อินโดนีเซีย และเยอรมนี ตามลำดับ โดยไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ในขณะที่ญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอย่างมากจนไทยสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 2002

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดมาเลเซีย ได้ดัง ตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งในในตลาดมาเลเซีย ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ไทย	2.44	6.71	8.40	8.45
2.อินโดนีเซีย	3.05	3.53	2.93	3.21
3.ญี่ปุ่น	2.12	1.62	1.43	1.26
4.เยอรมนี	3.25	1.79	1.36	1.14
5.ฟิลิปปินส์	1.30	1.52	1.10	0.86
6.ออสเตรเลีย	2.77	1.76	0.80	0.29

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.39 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดมาเลเซีย พบว่าค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย มีค่ามากกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดมาเลเซียของประเทศคู่แข่ง พบว่า อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และ เยอรมนี ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปมาเลเซีย ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ไทย รองลงมาคือ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และ เยอรมนี ตามลำดับ

ในขณะที่ ญี่ปุ่น และ เยอรมนี มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปมาเลเซีย แต่ค่า RCA ของทั้ง 2 ประเทศ มีค่าที่ลดลงเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย ของทั้งญี่ปุ่น และ

เยอรมนี ลดลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป ซึ่งลักษณะการลดลงของค่า RCA ดังกล่าวของญี่ปุ่น และ เยอรมนี มีลักษณะคล้ายกับประเทศ ฟิlipปีนส์ และออสเตรเลียที่ค่า RCA มีการลดลงโดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดย RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดมาเลเซีย ของฟิลิปปินส์ มีค่าที่ลดลงจาก 1.52 ในปี พ.ศ.2544 เป็น 0.86 ในปี พ.ศ.2546 ส่วนออสเตรียมีค่า RCA ที่ลดลงจาก 2.77 ในปี พ.ศ.2543 เป็น 0.29 ในปี พ.ศ.2546 ซึ่งการลดลงของค่า RCA ดังกล่าวของ ฟิลิปปินส์ และ ออสเตรเลีย มีผลทำให้ทั้ง ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย เสียเปรียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปตลาดมาเลเซีย ในปี พ.ศ.2546 และ ในช่วงปี พ.ศ.2545-พ.ศ.2546 ตามลำดับ

#### ตลาดสหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 29,219.27 27,620.00 30,563.24 และ 33,796.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ จากแคนาดา ญี่ปุ่น เม็กซิโก เยอรมนี ฝรั่งเศส และ ไทย ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 82-84 ของมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.40

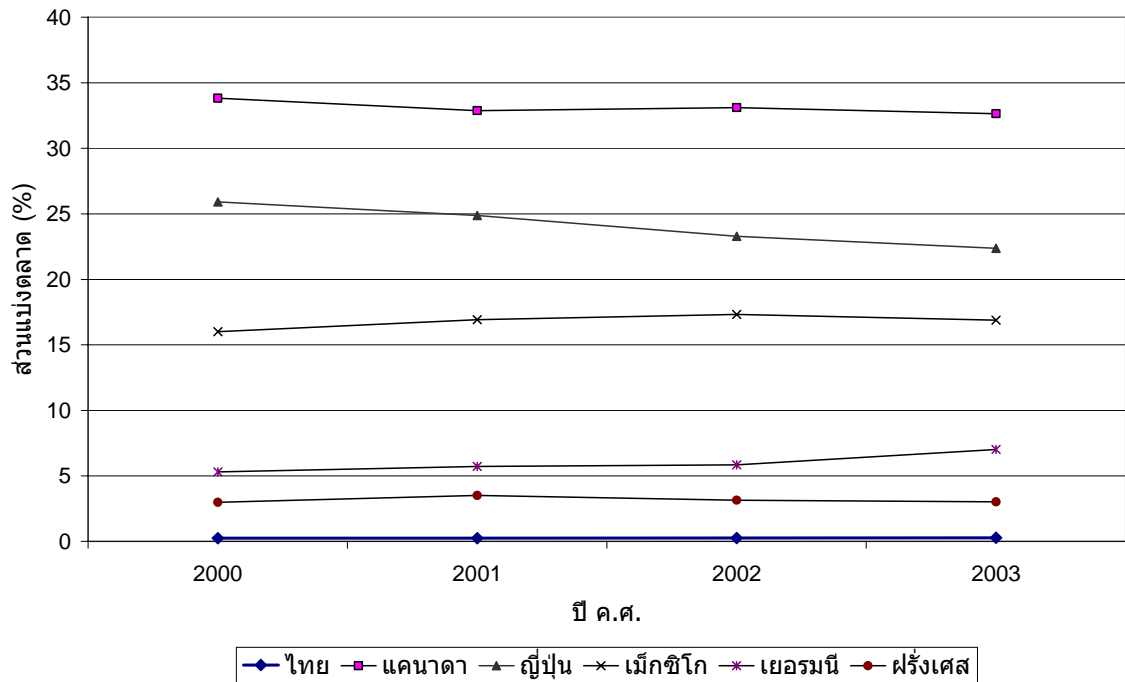
ตารางที่ 4.40 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ญี่ปุ่น	7,573.16 (25.92)	6,869.88 (24.87)	7,116.91 (23.29)	7,560.66 (22.37)
2.แคนาดา	9,882.45 (33.82)	9,081.43 (32.88)	10,121.12 (33.12)	11,031.33 (32.64)
3.เม็กซิโก	4,677.99 (16.01)	4,674.05 (16.92)	5,295.25 (17.33)	5,705.57 (16.88)
4.ฝรั่งเศส	871.80 (2.98)	968.62 (3.51)	961.43 (3.15)	1,020.33 (3.02)
5.เยอรมนี	1,551.73 (5.31)	1,578.55 (5.72)	1,788.21 (5.85)	2,374.07 (7.02)
6.ไทย	<b>71.35</b> <b>(0.24)</b>	<b>69.62</b> <b>(0.25)</b>	<b>81.86</b> <b>(0.27)</b>	<b>94.59</b> <b>(0.28)</b>

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดมาเลเซียสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.40 และ ภาพที่ 4.24 จะเห็นได้ว่า แคนาดา ญี่ปุ่น และเม็กซิโก เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ในตลาดสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงเล็กน้อย ประมาณ ร้อยละ 0.25 เท่านั้น และมีการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดน้อยมาก โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 0.01 ต่อปี ในช่วงเวลาที่ศึกษา

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้ดัง ตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งในในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ญี่ปุ่น	2.17	2.26	2.25	2.41
2.แคนาดา	1.83	1.76	1.86	1.87
3.เม็กซิโก	1.47	1.50	1.53	1.58
4.ฝรั่งเศส	1.23	1.33	1.30	1.32
5.เยอรมนี	1.11	1.11	1.10	1.32
6.ไทย	<b>0.18</b>	<b>0.19</b>	<b>0.21</b>	<b>0.23</b>

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย มีค่าน้อยกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543) ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 0.18 และค่อยๆเพิ่มขึ้นเป็น 0.23 ในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ.2546) ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาที่ค่อยๆ เพิ่มขึ้นทีละน้อยตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งดูได้จากการที่ค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป แม้ว่าค่า RCA จะยังคงมีค่าน้อยกว่า 1 ก็ตาม

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาของประเทศคู่แข่ง พบว่า ญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก ฝรั่งเศส และ เยอรมนี ทุกประเทศต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปสหรัฐอเมริกา ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ แคนาดา เม็กซิโก ฝรั่งเศส และ เยอรมนี ตามลำดับ

### 3.4 รถจักรยานยนต์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกจักรยานยนต์จะพิจารณาในตลาดคู่ค้าสำคัญที่เป็นตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยใน 4 ประเทศ คือ กรีซ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และ สหรัฐอเมริกา ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ. 2546) พร้อมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาดดังนี้

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกของไทย	ประเทศคู่แข่งในแต่ละตลาด
กรีซ	ญี่ปุ่น, อิตาลี, อินโดนีเซีย, สเปน และ เยอรมนี
ญี่ปุ่น	สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, เยอรมนี, ฮองกง และจีน
ฟิลิปปินส์	ญี่ปุ่น, อินโดนีเซีย, จีน, ฮองกง, อินเดีย และเวียดนาม
สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น, เยอรมนี, อิตาลี, ออสเตรีย และจีน

ซึ่งในแต่ละตลาดดังกล่าวประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของรถจักรยานยนต์ ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 มูลค่าการส่งออกจักรยานยนต์และส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า/ปี	มูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.กรีซ	0.004 (0.003)	0.003 (0.002)	3.25 (2.48)	12.88 (8.01)
2.ญี่ปุ่น	1.32 (0.54)	2.45 (0.92)	1.90 (0.61)	12.75 (2.91)
3.ฟิลิปปินส์	20.26 (13.00)	20.71 (14.88)	38.19 (28.35)	65.28 (40.53)
4.สหรัฐอเมริกา	4.42 (0.20)	30.34 (1.25)	39.63 (1.62)	40.63 (1.52)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

### ตลาดกรีซ

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกจักรยานยนต์ในตลาดกรีซ พบว่าตลาดรถจักรยานยนต์ในกรีซ มีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 128.62 136.61 131.19 และ 160.91 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ โดย กรีซ มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ จาก ญี่ปุ่น อิตาลี สเปน เยอรมนี อินโดนีเซีย และ ไทย ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 71-78 ของมูลค่าการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดกรีซ ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.43



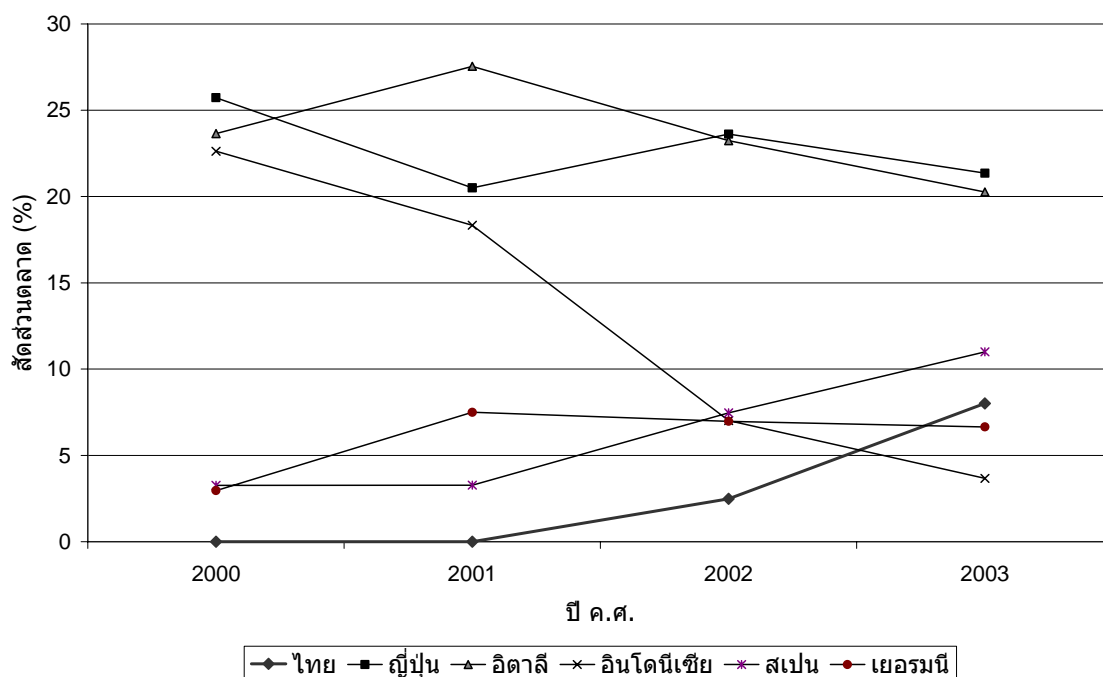
ตารางที่ 4.43 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดจากรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดกรีซ

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าจากรยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ไทย	<b>0.004</b> <b>(0.00)</b>	<b>0.003</b> <b>(0.00)</b>	<b>3.25</b> <b>(2.48)</b>	<b>12.88</b> <b>(8.01)</b>
2.อินโดนีเซีย	29.09 (22.62)	25.04 (18.33)	9.21 (7.02)	5.90 (3.67)
3.ญี่ปุ่น	33.09 (25.73)	28.00 (20.05)	30.97 (23.61)	34.35 (21.35)
4.สเปน	4.20 (3.27)	4.48 (3.28)	9.79 (7.46)	17.70 (11.00)
5.อิตาลี	30.41 (23.64)	37.63 (27.54)	30.47 (23.23)	32.61 (20.27)
6.เยอรมนี	3.81 (2.96)	10.25 (7.50)	9.15 (6.97)	10.69 (6.64)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดกรีซสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.25



ภาพที่ 4.25 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดกรีซ  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.43 และ ภาพที่ 4.25 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่น และอิตาลี เป็นผู้นำเข้าจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดกรีซ ในขณะที่ อินโดนีเซียซึ่งเคยเป็นผู้นำเข้าจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดกรีซมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาที่ศึกษา ส่วนไทย และ สเปน มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 เป็นต้นมา ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ มีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง โดยไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.00 เป็นร้อยละ 2.48 และ ร้อยละ 8.01 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นในกรีซ ได้ดัง ตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งในในตลาดกรีซ ช่วงปี ค.ศ.2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ไทย	0.005	0.004	5.26	21.14
2.อินโดนีเซีย	55.77	48.50	20.41	13.36
3.ญี่ปุ่น	6.38	7.17	7.49	4.94
4.สเปน	0.94	1.04	1.86	2.99
5.อิตาลี	1.79	2.39	1.93	1.60
6.เยอรมนี	0.23	0.57	0.55	0.52

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.44 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถจักรยานยนต์ ในตลาดกรีซ พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย มีค่าน้อยกว่า 1  
โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.005 และ 0.004 ในปี พ.ศ.2543 และปี พ.ศ.2544 ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่าไทย  
ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดกรีซในช่วงปี พ.ศ.2543-  
พ.ศ.2544 แต่หลังจากนั้นค่าดัชนี RCA ได้เพิ่มขึ้นเป็น 5.26 และ 21.14 ในปี พ.ศ.2545 และ ปี พ.ศ.  
2546 ตามลำดับ ซึ่งการที่ค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงเวลาดังกล่าว แสดงว่าในช่วงปี ค.ศ.2002-ค.ศ.  
2003 (พ.ศ. 2545-พ.ศ.2546)ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไป  
ยังประเทศกรีซ

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ไปยังตลาดกรีซ ของประเทศคู่แข่ง  
พบว่า อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สเปน และ อิตาลี ต่างมีค่าRCA ที่มากกว่า 1 ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่ง  
แสดงว่าประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังกรีซ ต่างมีความได้เปรียบโดย  
เปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดกรีซ เหมือนกับไทย แต่อินโดนีเซียมีความ

ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลง เนื่องจาก ค่า RCA และ ส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงอย่างมาก ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด ในปี พ.ศ.2546 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น สเปน และ อิตาลี ตามลำดับ ในขณะที่ เยอรมนี เป็นเพียงประเทศเดียวที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่นในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดกรีซ แต่มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างคงที่ เนื่องจาก เยอรมนี มีค่าดัชนี RCA ที่น้อยกว่า 1 ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยมีค่า RCA เฉลี่ยประมาณ 0.55 และมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 6.6 ถึง ร้อยละ 7.5 ในช่วงปี ค.ศ. 2001 ถึง ค.ศ. 2003 ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ในช่วงเวลาดังกล่าว

### ตลาดญี่ปุ่น

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าตลาดรถจักรยานยนต์ในญี่ปุ่น มีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากทั่วโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 242.36 267.32 310.28 และ 438.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดย ญี่ปุ่น มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ จาก สหรัฐอเมริกา อิตาลี เยอรมนี จีน ฮองกง และ ไทย ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 71-82 ของมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.45

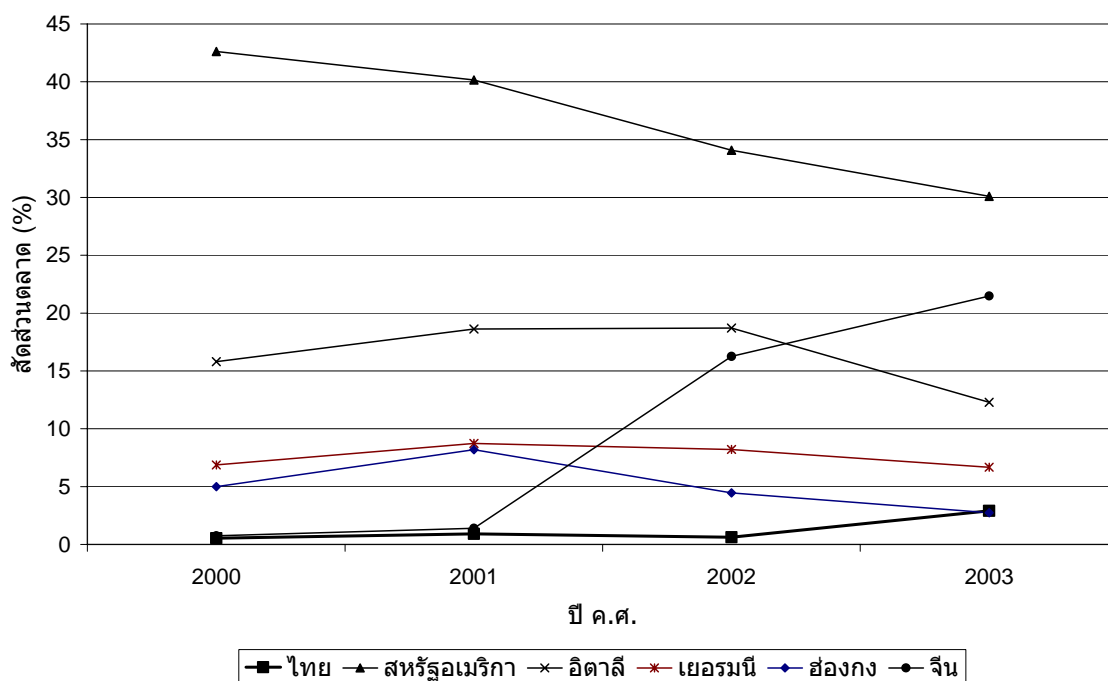
ตารางที่ 4.45 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าจักรยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ฮ่องกง	12.12 (5.00)	21.92 (8.20)	13.83 (4.46)	12.03 (2.75)
2.อิตาลี	38.30 (15.80)	49.79 (18.63)	58.06 (18.71)	53.83 (12.29)
3.สหรัฐอเมริกา	103.29 (42.62)	107.35 (40.16)	105.73 (34.08)	131.85 (30.10)
4.เยอรมนี	16.66 (6.87)	23.34 (8.73)	25.45 (8.20)	29.21 (6.67)
5.จีน	1.80 (0.74)	3.75 (1.40)	50.42 (16.25)	94.09 (21.48)
6.ไทย	<b>1.32</b> <b>(0.54)</b>	<b>2.45</b> <b>(0.92)</b>	<b>1.90</b> <b>(0.61)</b>	<b>12.75</b> <b>(2.91)</b>

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้าจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่นสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.26



ภาพที่ 4.26 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถยนต์จักรยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.45 และ ภาพที่ 4.26 จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา อิตาลี และ จีน เป็นผู้นำเข้าจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดญี่ปุ่น โดยสหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ในขณะที่ จีนมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.40 ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 16.25 และ ร้อยละ 21.48 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงเล็กน้อย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดไม่เกินร้อยละ 1 ในช่วงปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ. 2002 ก่อนที่จะมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 2.91 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกจักรยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น ได้ดัง ตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยกับประเทศ

คู่แข่งในในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ฮ่องกง	11.39	19.65	10.56	7.81
2.อิตาลี	11.29	12.05	11.63	7.70
3.สหรัฐอเมริกา	2.23	2.20	1.95	1.92
4.เยอรมนี	2.05	2.46	2.23	1.80
5.จีน	0.05	0.08	0.89	1.09
<b>6.ไทย</b>	<b>0.20</b>	<b>0.31</b>	<b>0.20</b>	<b>0.94</b>

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.46 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดญี่ปุ่น พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย มีค่าต่ำกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่าไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดญี่ปุ่น ช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) แต่ค่าดัชนี RCA ของไทยในปี พ.ศ.2546 ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 0.94 ซึ่งมีค่า RCA ใกล้เคียง 1 แสดงว่าถึงแม้ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่น แต่ในปี พ.ศ.2546 ไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นจากช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ. 2545

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่นของประเทศคู่แข่ง พบว่า ฮ่องกง อิตาลี สหรัฐอเมริกา และ เยอรมนี ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากทุกประเทศดังกล่าวล้วนมีค่าดัชนี RCA ที่มากกว่า 1 โดยในปี ค.ศ.2003 (พ.ศ.2546) ฮ่องกง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ

อิตาลี สหรัฐอเมริกา และ เยอรมนี ตามลำดับ ในขณะที่จีน มีค่า RCA ที่ต่ำกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ.2545 โดยมีค่าRCA เท่ากับ 0.05 และ 0.08 ในปี พ.ศ.2543 และ พ.ศ.2544 ตามลำดับ หลังจากนั้น ค่า RCA ของจีนจึงมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจนมีค่าเท่ากับ 0.89 และ 1.09 ในปี พ.ศ.2545 และ ปี พ.ศ.2546 ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่าจีนมีความชำนาญในการผลิตรถจักรยานยนต์ได้เท่าเทียมกับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น

### ตลาดฟิลิปปินส์

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าตลาดรถจักรยานยนต์ในฟิลิปปินส์มีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 158.86 139.20 134.72 และ 161.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยฟิลิปปินส์มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์จาก ไทย ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม อินเดีย อินโดนีเซีย และ ส่องกง ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 95-97 ของมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.47



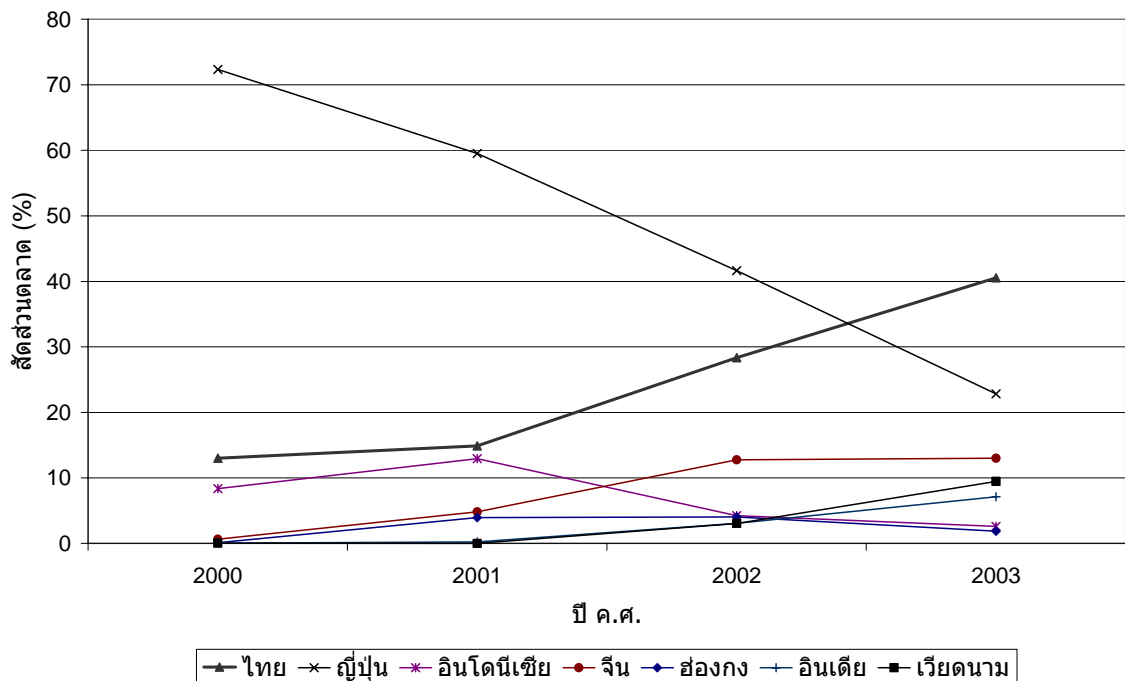
ตารางที่ 4.47 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดฟิลิปปินส์

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าจักรยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.เวียดนาม	0.05 (0.03)	0.02 (0.01)	4.09 (3.04)	15.24 (9.46)
<b>2.ไทย</b>	<b>20.26</b> <b>(13.00)</b>	<b>20.71</b> <b>(14.88)</b>	<b>38.19</b> <b>(28.35)</b>	<b>65.28</b> <b>(40.53)</b>
3.อินเดีย	0.06 (0.04)	0.32 (0.23)	4.14 (3.07)	11.46 (7.12)
4.จีน	1.00 (0.64)	6.71 (4.82)	17.21 (12.77)	20.93 (13.00)
5.อินโดนีเซีย	13.04 (8.36)	18.02 (12.94)	5.70 (4.23)	4.19 (2.60)
6.ญี่ปุ่น	112.74 (72.33)	82.84 (59.51)	56.09 (41.64)	36.79 (22.84)
7.ฮ่องกง	0.19 (0.12)	5.49 (3.95)	5.44 (4.03)	2.99 (1.86)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาด

จากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์สามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.27



ภาพที่ 4.27 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์  
ช่วงปี ค.ศ.2000 – ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.47 และ ภาพที่ 4.27 จะเห็นได้ว่า ไทย และ ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดฟิลิปปินส์ รองลงมาคือ จีน เวียดนาม และอินเดีย ตามลำดับ โดยไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 14.88 ในปี ค.ศ.2001 เป็นร้อยละ 40.53 ในปี ค.ศ. 2003 ในขณะที่ญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงอย่างมากจนไทยสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 2003 โดยญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 72.33 ในปี ค.ศ. 2000 เหลือร้อยละ 22.84 ในปี ค.ศ. 2003

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ ได้ดัง ตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยกับประเทศ  
คู่แข่งชั้นในตลาดฟิลิปปินส์ ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออก/ปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.เวียดนาม	0.07	0.01	4.01	11.71
<b>2.ไทย</b>	<b>4.98</b>	<b>5.43</b>	<b>10.02</b>	<b>11.01</b>
3.อินเดีย	0.08	0.31	2.67	8.50
4.จีน	0.28	1.60	3.79	2.66
5.อินโดนีเซีย	3.90	5.50	2.06	1.15
6.ญี่ปุ่น	4.15	3.22	2.14	1.12
7.ฮ่องกง	0.03	1.03	0.95	0.43

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออก  
รถจักรยานยนต์ ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย มีค่า  
มากกว่า 1 และค่า RCA มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา โดยดัชนี RCA มีค่าเพิ่มขึ้น  
จาก 4.98 ในปี พ.ศ.2543 จนมีค่าเท่ากับ 11.01 ในปี พ.ศ.2546 ซึ่งแสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดย  
เปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดฟิลิปปินส์ ตลอดช่วงปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003  
(พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดฟิลิปปินส์ของประเทศคู่แข่ง  
แข่งขัน พบว่า อินโดนีเซีย และ ญี่ปุ่น ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก  
รถจักรยานยนต์ไปฟิลิปปินส์ ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) เช่นเดียวกับไทยแต่  
ค่า RCA ของทั้ง อินโดนีเซีย และ ญี่ปุ่น มีค่า RCA ที่ปรับตัวลดลงตามระยะเวลาที่ผ่านมา ในขณะที่  
เวียดนาม อินเดีย และ จีนมีค่า RCA ที่ต่ำกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ.2544 (ยกเว้นจีนที่มีค่า RCA  
เท่ากับ 1.06 ในปี พ.ศ.2544) หลังจากนั้น ค่า RCA จึงมีการปรับตัวขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ.2545 โดย

ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดในปี พ.ศ.2546 คือ เวียดนาม รองลงมาคือ ไทย อินเดีย จีน อินโดนีเซีย และ ญี่ปุ่น ตามลำดับ

ส่วนประเทศที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ฮังการี (ยกเว้นในปี พ.ศ.2544 ที่ฮังการีมีค่า RCA เท่ากับ 1.03) แสดงว่าฮังการีมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก รถจักรยานยนต์ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์

### ตลาดสหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าตลาดรถจักรยานยนต์ในสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546 เท่ากับ 2,172.02 2,425.98 2,442.28 และ 2,678.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ จาก ญี่ปุ่น จีน เยอรมนี อิตาลี ออสเตรเลีย และ ไทย ในสัดส่วนการตลาดรวมกันสูงถึงประมาณ ร้อยละ 91-93 ของมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดของมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้าดังแสดงในตารางที่ 4.49

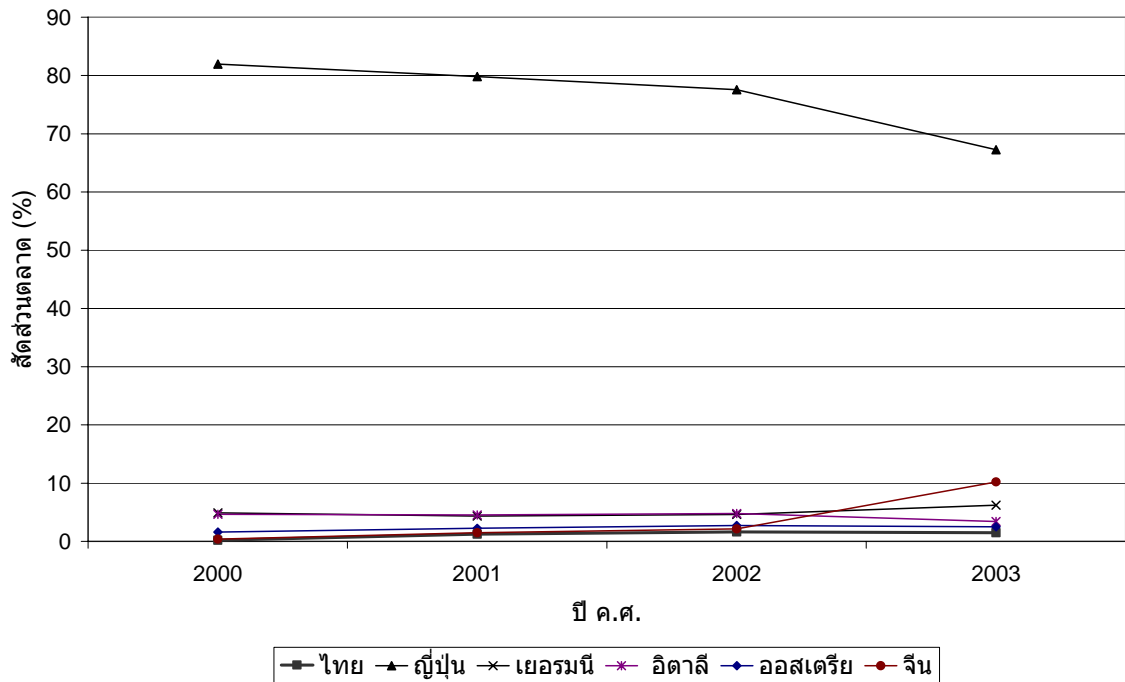
ตารางที่ 4.49 มูลค่าและส่วนแบ่งการค้ารถจักรยานยนต์ของผู้นำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศผู้นำเข้าปี	มูลค่าการนำเข้าจักรยานยนต์ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
1.ญี่ปุ่น	1,780.41 (81.97)	1,936.30 (79.82)	1,894.45 (77.57)	1,800.57 (67.23)
2.ออสเตรเลีย	34.85 (1.60)	54.61 (2.25)	66.79 (2.73)	67.00 (2.50)
3.อิตาลี	101.06 (4.65)	110.18 (4.54)	117.50 (4.81)	92.19 (3.44)
<b>4.ไทย</b>	<b>4.42</b> <b>(0.20)</b>	<b>30.34</b> <b>(1.25)</b>	<b>39.63</b> <b>(1.62)</b>	<b>40.63</b> <b>(1.52)</b>
5.เยอรมนี	106.71 (4.91)	105.35 (4.34)	112.83 (4.62)	166.63 (6.22)
6.จีน	8.41 (0.39)	36.23 (1.49)	52.67 (2.16)	273.46 (10.21)

ที่มา: United Nations

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการค้า

จากส่วนแบ่งการค้าของประเทศผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดสหรัฐอเมริกาสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดได้ดังภาพที่ 4.28



ภาพที่ 4.28 แสดงส่วนแบ่งตลาดของผู้นำเข้ารถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา  
ช่วงปี ค.ศ.2000 –ค.ศ.2003

จากตารางที่ 4.49 และ ภาพที่ 4.28 จะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้าจักรยานยนต์รายใหญ่ในตลาดสหรัฐอเมริกา โดย ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 81.97 ในปี ค.ศ. 2000 ก่อนที่จะลดลงเหลือ ร้อยละ 67.23 ในปี ค.ศ. 2003 ในขณะที่ จีนมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นโดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.49 ในปี ค.ศ. 2001 เป็นร้อยละ 2.16 และ ร้อยละ 10.21 ในปี ค.ศ. 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ ส่วนไทย มีส่วนแบ่งการตลาดเพียงเล็กน้อย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 0.20 ในปี ค.ศ. 2000 และปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 1.25 , ร้อยละ 1.62 และ ร้อยละ 1.52 ในปี ค.ศ. 2001 2002 และ ค.ศ. 2003 ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนี RCA แล้ว สามารถสรุปค่าดัชนี RCA เพื่อใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้ดัง ตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยกับประเทศ

คู่แข่งในในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ.2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546)

ประเทศผู้ส่งออกปี	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
1.ญี่ปุ่น	6.85	7.26	7.48	7.24
2.ออสเตรเลีย	6.04	6.46	8.38	7.11
3.อิตาลี	2.24	2.15	2.28	1.69
<b>4.ไทย</b>	<b>0.15</b>	<b>0.95</b>	<b>1.24</b>	<b>1.23</b>
5.เยอรมนี	1.03	0.85	0.87	1.17
6.จีน	0.05	0.16	0.19	0.82

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ United Nations

จากตารางที่ 4.50 เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย มีค่าน้อยกว่า 1 โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.15 และ 0.95 ในปี พ.ศ.2543 และปี พ.ศ.2544 ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ.2544 แต่หลังจากนั้นค่าดัชนี RCA ได้เพิ่มขึ้นเป็น 1.24 และ 1.23 ในปี พ.ศ. 2545 และ ปี พ.ศ.2546 ตามลำดับ ซึ่งการที่ค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงเวลาดังกล่าว แสดงว่าในช่วงปี ค.ศ.2002-ค.ศ.2003 (พ.ศ. 2545-พ.ศ.2546) ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาค่า RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาของประเทศคู่แข่ง พบว่า ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และ อิตาลี ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปสหรัฐอเมริกา ตลอดช่วง ปี ค.ศ. 2000-ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2546) ซึ่งดูได้จากค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 โดยประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ ออสเตรเลีย และ อิตาลีตามลำดับ ตามลำดับ

ในขณะที่ เยอรมนี มีค่า RCA ที่ลดลงจาก 1.03 ในปี พ.ศ.2543 จนมีค่า RCA ที่ต่ำกว่า 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544 – พ.ศ.2545 หลังจากนั้นค่า RCA จึงมีค่าเท่ากับ 1.17 ในปี พ.ศ.2546 ส่วนจีนเป็นประเทศเดียวที่มีค่า RCA ต่ำกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งแสดงว่า จีนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2000-2003 (พ.ศ. 2543-2546) แต่อย่างไรก็ตามค่าดัชนี RCA ในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาของจีนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543) จีนมีค่า RCA เท่ากับ 0.05 และค่อยๆเพิ่มขึ้นเป็น 0.19 ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2546 ค่า RCA ของจีนมีค่าเพิ่มเป็น 0.82 ดังนั้นถึงแม้ว่าจีนจะมีความเสียเปรียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง แต่ประเทศจีนก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาดังกล่าว



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในบทนี้เป็น การสรุปผลการศึกษา ตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) ศึกษาถึงความสามารถในการแข่งโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในตลาดโลก 2) ศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย แยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักๆ ของ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยก็คือ รถยนต์นั่ง, รถยนต์เพื่อการพาณิชย์, ชิ้นส่วนรถยนต์, จักรยานและ จักรยานยนต์ และ 3) ศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ยานยนต์ดังกล่าวมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดส่งออก แต่ละประเทศที่ไทยส่งออกอย่างไร

##### 1.2 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยการ ใช้ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index; RCA) เป็น เครื่องมือในการศึกษานั้น พบว่า

1. ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ไปแข่งขันในตลาดโลก ของประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำในการ ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลก เนื่องจากค่าดัชนี RCA ในการส่งออกสินค้า อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 โดยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา คือ พ.ศ.2533 – พ.ศ.2546 ดังแสดงในตารางที่ 5.1 แต่ค่าดัชนี RCA ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีการเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่าน

ไป แสดงว่าถึงแม้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้ายานยนต์ในตลาดโลก แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา แม้ว่าค่า RCA จะยังคงน้อยกว่า 1 ก็ตาม ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากส่วนแบ่งในตลาดโลกที่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น และค่า RCA ที่เพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2533 – พ.ศ. 2544 หลังจากปี พ.ศ. 2544 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกที่คงที่เท่ากับร้อยละ 0.50 ซึ่งแสดงว่าไทยมีศักยภาพในการส่งออกสินค้ายานยนต์ในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2533 – พ.ศ. 2544 และยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันหลังจากปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2546 ไว้ได้

**2. ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยโดยพิจารณาแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์** คือ รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ชิ้นส่วนยานยนต์ และรถจักรยานและจักรยานยนต์ จากการศึกษาพบว่า

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถจักรยาน และ จักรยานยนต์ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลก โดยรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่ารถจักรยานและจักรยานยนต์

ส่วนการส่งออกรถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดโลก แต่ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ ก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา เนื่องจากค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งการตลาดของทั้งสองผลิตภัณฑ์ มีการเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป ถึงแม้ว่าค่าดัชนี RCA จะยังมีค่าต่ำกว่า 1 อยู่ก็ตาม ซึ่งแสดงได้ว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกรถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ ที่เพิ่มขึ้น แต่ยังไม่เพิ่มขึ้นจนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลก โดยชิ้นส่วนยานยนต์มีการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกได้ดีกว่ารถยนต์นั่ง เนื่องจากค่าดัชนี RCA และส่วนแบ่งการตลาดของชิ้นส่วนยานยนต์มีค่าที่มากกว่าและมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่มากกว่าการส่งออกรถยนต์นั่ง

ตารางที่ 5.1 สรุปค่าดัชนี RCA ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในช่วงปี พ.ศ.2533-พ.ศ.2546

อุตสาหกรรม/ผลิตภัณฑ์	ค.ศ.1990	ค.ศ.1995	ค.ศ.2000	ค.ศ.2001	ค.ศ.2002	ค.ศ.2003
	พ.ศ.2533	พ.ศ.2538	พ.ศ.2543	พ.ศ.2544	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546
อุตสาหกรรมยานยนต์	0.05	0.10	0.38	0.44	0.43	0.51
รถยนต์นั่ง	-	-	0.07	0.21	0.20	0.18
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	-	-	2.28	2.08	2.11	2.52
ชิ้นส่วนยานยนต์	-	-	0.33	0.34	0.33	0.50
จักรยานและจักรยานยนต์	-	-	1.49	1.53	1.54	1.76

3. ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของไทยในการส่งออก รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ชิ้นส่วนยานยนต์ และจักรยานยนต์ ไปยังประเทศคู่ค้าในแต่ละตลาด จากการศึกษาสามารถสรุปการเปลี่ยนแปลงของดัชนี RCA ได้ดังแสดงในตารางที่ 5.2

จากตารางที่ 5.2 แสดงว่าในปี พ.ศ.2546 ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยานยนต์ไปยังประเทศคู่ค้าที่ทำการศึกษา ดังนี้

#### รถยนต์นั่ง

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยังอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ และไม่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ กับคู่แข่งในการส่งออกรถยนต์นั่งไปยัง ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น แต่ประเทศไทยมีการพัฒนา ศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งในตลาด ออสเตรเลีย และญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป

ตารางที่ 5.2 สรุปดัชนี RCA ของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในประเทศคู่ค้า  
ช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ.2546

ประเทศคู่ค้า	ผลิตภัณฑ์			
	รถยนต์นั่ง	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	ชิ้นส่วนยานยนต์	จักรยานยนต์
ออสเตรเลีย	น้อยกว่า 1 มี แนวโน้มเพิ่มขึ้น	มากกว่า 1	-	-
อินโดนีเซีย	เปลี่ยนจาก น้อยกว่า เป็นมากกว่า 1	เปลี่ยนจากน้อยกว่า เป็นมากกว่า 1	เปลี่ยนจาก น้อยกว่า เป็นมากกว่า 1	-
ฟิลิปปินส์	มากกว่า 1	มากกว่า 1	-	มากกว่า 1
สิงคโปร์	เปลี่ยนจาก น้อยกว่า เป็นมากกว่า 1	น้อยกว่า 1 มาก	-	-
ญี่ปุ่น	น้อยกว่า 1 มี แนวโน้มเพิ่มขึ้น	น้อยกว่า 1 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	มากกว่า 1	น้อยกว่า 1
มาเลเซีย	-	-	มากกว่า 1	-
สหรัฐอเมริกา	-	-	น้อยกว่า 1	เปลี่ยนจาก น้อยกว่า เป็นมากกว่า 1
กรีซ	-	-	-	เปลี่ยนจาก น้อยกว่า เป็นมากกว่า 1

### รถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยังออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย และไม่มีควมได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับผู้แข่งขันในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไปยัง สิงคโปร์ และญี่ปุ่น แต่ประเทศไทยมีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเมื่อ

เวลาผ่านไป แต่ในตลาดสิงคโปร์ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันต่ำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยมาก

### ชิ้นส่วนยานยนต์

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยัง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และมาเลเซีย แต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในการส่งออก ชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาด สหรัฐอเมริกา และมีส่วนแบ่งการตลาดของชิ้นส่วนยานยนต์ใน สหรัฐอเมริกาที่ค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 0.28 ในปี พ.ศ. 2546

### จักรยานยนต์

ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยัง ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา และ กรีซ และไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในการส่งออก รถจักรยานยนต์ไปยัง ญี่ปุ่น แต่ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยัง ตลาดญี่ปุ่น ของไทยในปี พ.ศ. 2546 มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากในปี พ.ศ. 2546 ค่า RCA และ สัดส่วนการตลาดรถจักรยานยนต์ของไทยในตลาดญี่ปุ่นมีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีส่วนแบ่ง การตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.61 ในปี พ.ศ. 2545 เป็นร้อยละ 2.91 ในปี พ.ศ. 2546

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยโดยรวมในช่วงที่ศึกษา (พ.ศ.2533-พ.ศ.2546) มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ซึ่งแสดงว่าอุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยไม่มีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า อุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมของไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดโลกช่วงปี พ.ศ. 2542 - พ.ศ.2546 และผลการศึกษาดังกล่าวก็มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **Somsak Kongkalai (ค.ศ. 1975) Import Substitution by Way of Trade Protection** ในช่วงปี พ.ศ. 2506-

พ.ศ. 2514 และ รัชนี้ วีระวัฒน์ยิ่งยง (พ.ศ.2539) ได้ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ อุตสาหกรรมยานยนต์ ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2518, 2523, 2528, และ 2533 ซึ่งได้ประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย โดยใช้วิธีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้วยการใช้ค่า DRC (Domestic Resource Cost) ที่พบว่า อุตสาหกรรมประกอบยานยนต์ของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่น และรายงานของ UNICO INTERNATIONAL ได้กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้ เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงค่า RCA และส่วนแบ่งในตลาดโลกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจากปี พ.ศ.2533 ถึง ปี พ.ศ.2546 แล้วพบว่าในช่วงปี พ.ศ.2533 ถึงปี พ.ศ. 2544 ทั้งค่า RCA และส่วนแบ่งในตลาดโลกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเพิ่มขึ้นโดยตลอด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ แต่สัดส่วนการส่งออกดังกล่าวยังไม่มากพอที่จะทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับผู้นำในตลาดโลกได้

เมื่อพิจารณาค่าอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นรายผลิตภัณฑ์จะพบว่ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ รถจักรยานและ จักรยานยนต์เป็นผลิตภัณฑ์เพียง 2 ชนิดในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพและมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกในช่วงที่ศึกษา (พ.ศ.2543-พ.ศ.2546) และการส่งออกรถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ แต่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และรถจักรยานยนต์ ในตลาดโลกระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชนี้ วีระวัฒน์ยิ่งยง ที่ได้ผลสรุปว่า รถยนต์นั่ง เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนรถกระบะ และ รถจักรยาน & จักรยานยนต์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ และ จิรายุส บงกช มาศ (พ.ศ.2543) ได้ศึกษาถึงการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ภายใต้วิกฤติเศรษฐกิจ และได้มีการศึกษาถึงศักยภาพในการส่งออกรถปีค้อพขนาด 1 คันของไทยในช่วงปีพ.ศ.2537-พ.ศ.2541 โดยอาศัยดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index:

RCA) พบว่าการส่งออกรถปีค้อพขนาด 1 ตันของไทยในปี พ.ศ. 2541 มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (โดยเฉพาะรถกระบะขนาด 1 ตัน) รถจักรยาน และจักรยานยนต์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว รัฐบาลจึงควรมีการเสริมสร้างช่องทางด้านการตลาดให้มากขึ้น เพื่อขยายตลาดส่งออก โดยเฉพาะการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ไปยัง ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และการส่งออกจักรยานยนต์ไป สหรัฐอเมริกา ฟิลิปปินส์ และ กรีซ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก รถยนต์นั่ง ไปยัง ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ไปยัง ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

2. สินค้ายานยนต์ไทย ประเภท รถยนต์นั่ง และ ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ รัฐบาลควรมีนโยบายเร่งการปรับตัวของผู้ผลิตภายในประเทศ โดยการที่ รัฐบาลกระตุ้นให้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการส่งเสริมการเพิ่มผลผลิต ส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์

3. การส่งออกรถยนต์นั่งไปยังตลาดสิงคโปร์ และการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังตลาดญี่ปุ่น ของประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบ หรือ เสียเปรียบจากการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในตลาดดังกล่าว มากนัก เนื่องจากการส่งออกดังกล่าวมีค่า RCA อยู่ระหว่าง 0.9 ถึง 1.1 ซึ่งมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้นในตลาดใดตลาดหนึ่งได้ ถ้าเอกชนและรัฐช่วยกันเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

4. การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้ก้าวขึ้นสู่การเป็น ศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia) ได้นั้น รัฐบาลควรใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์ แทนนโยบายหรือกลยุทธ์การทดแทนการนำเข้าที่รัฐบาลใช้พัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากการก้าวขึ้นสู่การเป็น ศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia) ได้นั้น จำเป็นต้องพึ่งพาการส่งออก

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) เป็นเครื่องมือในการศึกษา ดังนั้นในอนาคตควรศึกษาในเชิงเปรียบเทียบที่คำนึงถึงการใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) เปรียบเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Shadow Exchange Rate: SER) ของประเทศ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันต่อไป

2. ควรมีการศึกษาระบบเครือข่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ หรืออาจจะเป็นระบบเครือข่ายวิสาหกิจของผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ต่อไป



## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรม

- จิรายุส บงกชมาศ “การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ”  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
พ.ศ. 2543
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ “การเพิ่มขีดความสามารถในการ  
แข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเศรษฐกิจโลก” กรุงเทพฯ,  
บริษัทบุญศิริการพิมพ์ จำกัด, พ.ศ. 2540
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, ฝ่ายวิชาการและแผนงาน, “รายงานอุตสาหกรรมที่  
โตเร็วของไทย ปี 2544”, ก.พ. 2545
- พัชรี ลิโรรส “การเมืองว่าด้วยการลงทุนของญี่ปุ่นและการกำหนดนโยบาย: วิเคราะห์  
อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์” ใน ปฏิญญารถยนต์และอุตสาหกรรมรถยนต์  
รวบรวมโดย รังสรรค์ ชนะพรพันธ์, สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร  
ร่วมกับ สถาบันนโยบายศึกษา, ธันวาคม 2536
- พันธริยา บรรจงชีพ “มาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ: กรณีศึกษา อุตสาหกรรม  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2538
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ศูนย์ศึกษาเอเปค “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการ  
แข่งขันของภาคอุตสาหกรรม ภายใต้กรอบความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ  
อุตสาหกรรมระหว่างประเทศ” เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม  
กระทรวงอุตสาหกรรม, พฤษภาคม พ.ศ 2546
- ยุทธศักดิ์ ฌณาสวัสดิ์ บทความเรื่องอุตสาหกรรมรถยนต์ วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 15  
ฉบับที่ 11 เดือน พ.ย. 2547, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- รัชณี วีระวัฒน์ยั้ง “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย”  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
พ.ศ. 2539

- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ประมวลสาระชุดวิชา  
เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมมาธิราช, พ.ศ. 2545
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ประมวลสาระชุดวิชา  
เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช, พ.ศ. 2545
- สัญญาชัย บุรณ์เจริญ “การคุ้มครองอุตสาหกรรมและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรม  
ไทย” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
พ.ศ. 2542
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา “โครงการแผนแม่บทกระทรวง  
พาณิชย์ พ.ศ.2540-2549: การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน  
(รายงานทิศทางเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าระหว่างประเทศ)”  
เสนอต่อกระทรวงพาณิชย์, พ.ศ. 2542
- สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, “สถานะอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ปี 2547  
(มกราคม-ธันวาคม)”
- สถาบันยานยนต์ รายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์  
พ.ศ. 2545-2549”, กันยายน 2545
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, รายงานผลโครงการศึกษาการพัฒนา  
ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย เล่มที่2: กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม,  
พ.ศ. 2546
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สถิติการส่งเสริมการลงทุน 2536-2545
- อาภรณ์ ชัยกุลเสรีวัฒน์ “ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรม รถจักรยานยนต์ไทย”  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
พ.ศ. 2544

- Balassa, Bela. "Trade Liberalization and Reversed Comparative Advantage" Manchester School of Economics and Statistics 33 (1965) : 99-124
- Bruno, Michael "Domestic Resource Costs and Effectiveness: Clarification and Synthesis" Journal of Political Economy, (January/February, 1972)
- Choosak Ratanachaichan "Excess Capacity in Automobile Assembly Industry in Thailand" Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1977.
- Christian H.M. Ketels. "Thailand Competitiveness: Key Issues in Five Clusters" Presentation Paper, Bangkok, Thailand, 4 May, 2003
- International Trade Statistics 2004 Report, WTO.2004
- International Trade Statistics Data Available from United Nations Statistics Division-Commodity Trade Statistics Database
- Juanjai Ajanunt, Supote Chunanuntathum, and Sorrayuth Meenaphant. "Trade and Industrialization in Thailand" Paper presented to the International Development Research Center, March 1984 (Mimeographed)
- Michael E. Porter "The Competitive Advantage of Nation", New York : The Free Press (1990)
- "Thailand Competitiveness: Creating the Foundation for Higher Productivity" Presentation Paper, Bangkok, Thailand, 4 May, 2003
- Prapapan Monmahachinda "Factors Affecting the Exportation in Automotive Parts Industry in Thailand" Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1993.
- Shafiq Dhanani, Phillippe Scholtes "Thailand's Manufacturing Competitiveness : Promoting Technology, Productivity, and Linkages" Presentation Paper, UNIDO (October 2002)
- Somsak Kongkalai "Import Substitution by Way of Trade Protection" Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1975
- Trakul Chatdarong "Comparative Advantage in the Industrial Sector in Thailand : A Domestic Resource Cost Study" Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1975.
- UNCTAD HANDBOOK OF STATISTICS 2004

UNICO International “The Study on Industrial Sector Development Supporting Industries in the Kingdom of Thailand“ Japan International Cooperation Agency (JICA) and Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry, January 1995.

Wuttipan Tavarangkoon “Comparative Advantage and Protection in Automobile Parts” Master’s Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University, 1984.

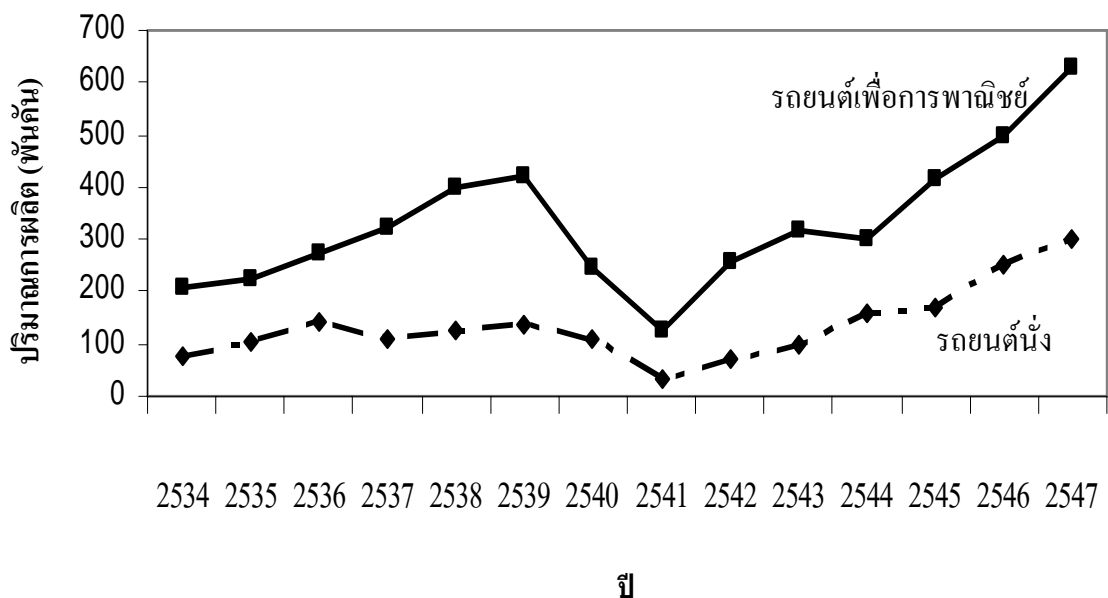
## ภาคผนวก ก

ปริมาณการผลิต การจำหน่าย และการค้าต่างประเทศ  
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ในการศึกษาเรื่องปริมาณการผลิต การจำหน่าย และการค้าต่างประเทศของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย มีรายละเอียดการนำเสนอดังต่อไปนี้

### 1. ปริมาณการผลิตรถยนต์

โครงสร้างการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ การผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และการผลิตรถยนต์เพื่อใช้ในการพาณิชย์ ซึ่งการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยจะมีการผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในสัดส่วนที่มากกว่าการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ดังแสดงในภาพผนวกที่ 4.1 และตารางผนวกที่ 4.1 ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2547



ที่มา: จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ภาพผนวกที่ 4.1 แสดงปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2547

ตารางผนวกที่ 4.1 ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศช่วงปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2547

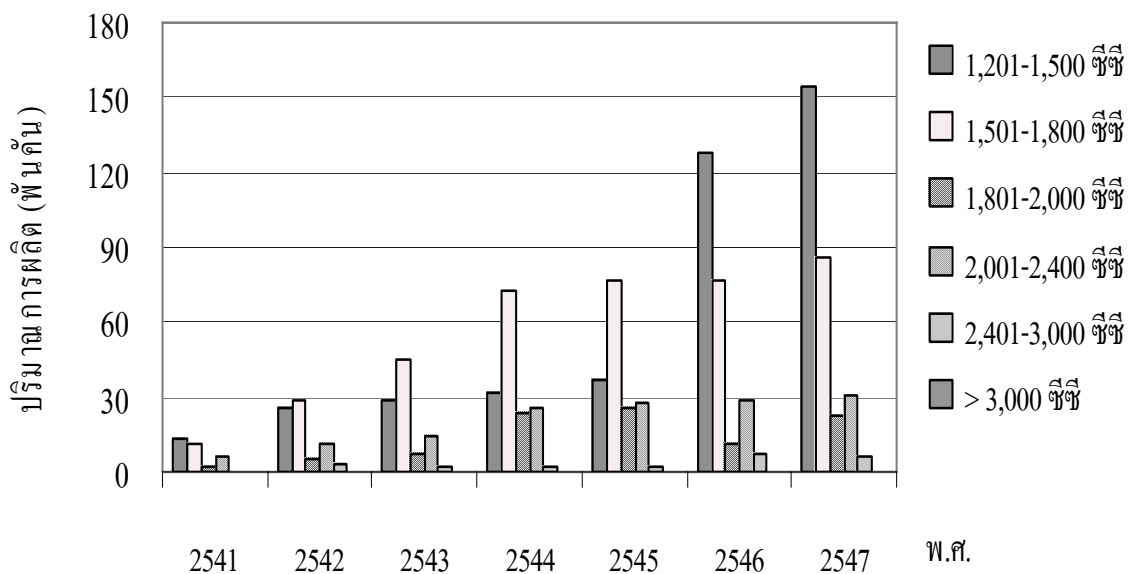
ปี	รถยนต์นั่ง		รถยนต์เพื่อการพาณิชย์		รวมปริมาณการผลิต	
	จำนวน(คัน)	% $\Delta$	จำนวน(คัน)	% $\Delta$	จำนวน(คัน)	% $\Delta$
2534	76,938	-	206,177	-	238,115	-
2535	104,596	39.95	223,393	8.35	327,989	37.74
2536	144,449	38.10	275,412	23.29	419,861	28.01
2537	109,830	-23.97	324,171	17.70	434,001	3.37
2538	127,640	16.22	398,040	22.79	525,680	21.12
2539	138,579	8.57	419,786	5.46	558,365	6.22
2540	112,041	-19.15	248,262	-41.01	360,303	-35.59
2541	32,008	-71.43	126,122	-49.20	158,130	-56.11
2542	72,716	127.18	254,517	101.80	327,233	106.94
2543	97,129	33.57	314,592	23.60	411,721	25.82
2544	156,066	60.68	303,352	-3.57	459,418	11.58
2545	169,321	8.49	415,630	37.01	584,951	27.32
2546	251,684	48.64	498,828	20.02	750,512	28.30
2547	299,439	18.97	628,642	26.02	928,081	23.66

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

จากตารางผนวกที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิตรถยนต์ในปี พ.ศ.2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 928,081 คัน แบ่งเป็นการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 299,439 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.26 การผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จำนวน 628,642 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.74

หากพิจารณาปริมาณการผลิตจำแนกตามชนิดของรถยนต์พบว่ามีการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน มากที่สุด โดยในปี พ.ศ.2547 มีปริมาณการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน ทั้งสิ้น 369,092 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.77 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด ส่วนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

พบว่ามีการผลิตรถยนต์นั่งขนาดมากกว่า 1500 ซีซี ถึง 1800 ซีซี มากที่สุดในช่วงปี พ.ศ.2542-พ.ศ. 2545 แต่ในปี พ.ศ. 2546 และ ปี พ.ศ. 2547 กลับพบว่ามีการผลิตรถยนต์นั่งขนาดมากกว่า 1200 ซีซี ถึง 1500 ซีซี เพิ่มขึ้นประมาณ 4 เท่า ทำให้การปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งขนาดมากกว่า 1200 ซีซี ถึง 1500 ซีซี มีปริมาณการผลิตที่มากที่สุดในช่วงปี พ.ศ.2546 – พ.ศ.2547 โดยในปี พ.ศ.2547 มีปริมาณการผลิตทั้งสิ้น 154,308 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.63 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด ดังแสดงในภาพผนวกที่ 4.2 และ ตารางผนวกที่ 4.2



ที่มา: จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

#### ภาพผนวกที่ 4.2 ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งจำแนกตามขนาด ซีซี

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ปริมาณการผลิตรถยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากที่ปรับตัวลดลงอย่างมากในช่วงปี พ.ศ.2540-พ.ศ.2541 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ และระดับปริมาณการผลิตในปี พ.ศ.2544 ได้กลับเข้าสู่ระดับเดียวกับปริมาณการผลิตในช่วงก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ทั้งนี้นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ปริมาณการผลิตรถยนต์ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามภาวะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศ ในปี พ.ศ.2547 ระดับปริมาณการผลิตมีมากกว่าปริมาณการผลิตในช่วงก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ โดยปริมาณการผลิตรถยนต์ในปี พ.ศ.2547 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 23.66 จากปี พ.ศ. 2546



## ตารางผนวกที่ 4.2 ปริมาณการผลิตรถยนต์จำแนกตามประเภทรถยนต์ช่วงปี พ.ศ.2541-พ.ศ.2547

หน่วย: คัน

ประเภทรถยนต์		2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
รถยนต์นั่ง	1,201-1,500 ซีซี	13,093	25,217	28,811	31,713	36,407	127,505	154,308
	1,501-1,800 ซีซี	10,855	28,636	44,700	72,788	77,203	77,082	86,005
	1,801-2,000 ซีซี	2,154	4,800	6,651	23,376	25,661	11,711	22,745
	2,001-2,400 ซีซี	5,906	11,264	14,753	25,887	27,700	28,214	30,426
	2,401-3,000 ซีซี	-	2,775	2,214	2,302	2,348	7,090	5,916
	> 3,000 ซีซี	-	24	-	-	2	82	39
ยอดรวมรถยนต์นั่ง		32,008	72,716	97,129	156,066	118,971	251,684	299,439
รถขับเคลื่อนสี่ล้อ		1,940	5,822	5,960	4,621	20,559	8,965	4,910
รถตู้ + รถโดยสาร		60	-	-	-	-	165	-
รถโดยสาร	< 10 คัน	-	-	-	8	-	-	-
	> 10 คัน	577	81	-	263	388	90	213
รถกระบะ	< 1 คัน	1,977	3,854	4,601	2,398	2,375	1,925	2,397
	= 1 คัน	119,986	240,369	294,834	289,349	229,000	302,914	369,092
รถยนต์นั่งกึ่งกระบะ		-	-	-	-	145,407	160,221	217,751
รถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก		-	-	-	-	7,809	5,803	11,071
รถกระบะ < 5 คัน		324	1,268	3,278	1,859	3,388	4,580	7,029
รถกระบะ 5 - 10 คัน		500	1,881	4,165	2,020	2,054	3,669	3,965
รถกระบะ > 10 คัน		748	1,242	1,754	2,834	4,569	10,496	12,214
ยอดรวมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์		126,122	254,517	314,592	303,352	415,630	498,828	628,642
ยอดรวมรถยนต์ทุกประเภท		158,130	327,233	411,721	459,418	584,951	750,512	928,081

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

อัตราการใช้กำลังการผลิตในหมวดยานยนต์และอุปกรณ์ขนส่งซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 (ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.3)

ตารางผนวกที่ 4.3 อัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในช่วงปี พ.ศ.2538-พ.ศ.2547

หน่วย: ร้อยละของกำลังการผลิตทั้งหมด

กำลังการผลิต	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ยานยนต์และอุปกรณ์	80.9	68.5	50.3	27.2	39.6	44.0	49.5	56.7	69.3	77.7
รถยนต์นั่ง	61.3	54.9	39.4	13.0	23.6	27.7	45.0	49.3	69.1	72.2
รถยนต์พาณิชย์	99.2	78.2	52.2	22.1	37.5	40.6	38.3	52.2	61.5	78.8
มอเตอร์ไซด์	90.4	65.6	48.4	27.4	34.3	40.9	45.5	52.2	66.9	80.0

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

โดยในปี พ.ศ. 2547 อัตราการใช้กำลังการผลิตในหมวดยานยนต์และอุปกรณ์ อยู่ที่ระดับร้อยละ 77.7 ซึ่งมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของภาวการณ์เศรษฐกิจของประเทศ จนกระทั่งอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ใกล้เคียงกับระดับอัตราการผลิตในช่วงก่อนที่จะเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 และใกล้เคียงกับศักยภาพการผลิตที่มีอยู่ ดังนั้นถ้าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ยังมีแนวโน้มการเติบโตเช่นนี้ ก็มีโอกาสสูงที่ผู้ผลิตรถยนต์จะต้องพิจารณาขยายกำลังการผลิต

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยประกอบไปด้วยโรงงานประกอบรถยนต์ หรือผู้ผลิตรถยนต์ ในขณะนี้จำนวนทั้งสิ้น 14 ราย ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.4 นี้

ตารางผนวกที่ 4.4 รายชื่อผู้ประกอบการผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

ผู้ประกอบการ	ยี่ห้อการค้า
1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	โตโยต้า
2. บริษัท เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด	มิตซูบิชิ
3. บริษัท อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	อีซูซุ
4. บริษัท ออโต อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ฟอร์ด มาสด้า บีเอ็มดับเบิล
5. บริษัท สยามนิสสันออโตโมบิล จำกัด	นิสสัน
6. บริษัท ฮอนด้าออโตโมบิล จำกัด	ฮอนด้า
7. บริษัท เจนเนอรัลมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	เชฟโรเล็ต
8. บริษัท ฮีโนมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ฮีโน
9. บริษัทบางซัน เชนเนอรัล แอสเซมบลี จำกัด	ฮอนด้า ไซท์ชู
10. บริษัท ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด	เมอร์เซเดส-เบนซ์
11. บริษัท วาย เอ็ม ซี แอสเซมบลี จำกัด	บีเอ็มดับเบิล
12. บริษัท บีเอ็มดับเบิลยู แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	บีเอ็มดับเบิล
13. บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด	ไทยรุ่ง
14. บริษัท ไทย- สวีดิช แอสเซมบลี จำกัด	วอลโว่

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

## 2. ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ

ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2535 – พ.ศ.2539 โดยปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในปี พ.ศ.2535 มีจำนวนรวม 362,987 คัน และเพิ่มขึ้นเป็น 589,126 คัน ในปี พ.ศ.2539 ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณความต้องการที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการที่เศรษฐกิจของประเทศในช่วงดังกล่าวมีการขยายตัวในระดับที่สูงและต่อเนื่อง ประกอบกับการที่รัฐบาลได้เปิดเสรีนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534 ทำให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศขยายตัวในช่วงปี พ.ศ.2535-พ.ศ.2539 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.5 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ

ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์มีการปรับตัวลดลงอย่างมากในช่วงปี พ.ศ.2540-พ.ศ.2541 เนื่องจากเป็นช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจทำให้ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศเกิดการหดตัว ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ลดลงเหลือ 144,065 คัน ในปี พ.ศ.2541 ตามกำลังซื้อที่ลดลงเนื่องจากการหดตัวของภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวข้างต้น หลังจากนั้นปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ก็ได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 เป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2547 และยังมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคตถึงแม้ในขณะนี้ราคาน้ำมันในตลาดโลกจะยังอยู่ในระดับราคาที่สูงต่อเนื่องจากปี พ.ศ.2547 ที่ผ่านมาก็ตาม แต่อัตราการขยายตัวของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เริ่มมีแนวโน้มการขยายตัวในอัตราที่ลดลง

จากข้อมูลในตารางผนวกที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เริ่มฟื้นตัวในปี พ.ศ.2542 โดยเพิ่มขึ้นจาก 144,065 คัน ในปี พ.ศ.2541 เป็น 533,176 คัน ในปี พ.ศ.2546 และปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 626,026 คัน ในปี พ.ศ.2547 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.41 จากปี พ.ศ.2546 ทั้งนี้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงนี้เป็นมาจากการดำเนินนโยบายผ่อนปรนเงื่อนไขในการเช่าซื้อรถยนต์ อัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับที่ต่ำ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ค่ายต่างๆ รวมทั้งมาตรการการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐก็มีส่วนช่วยให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

## ตารางผนวกที่ 4.5 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศในช่วงปี พ.ศ.2535-พ.ศ.2547

ปี	รถยนต์นั่ง		รถยนต์เพื่อการพาณิชย์		รวมปริมาณการจำหน่าย	
	จำนวน (คัน)	เป็นสัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คัน)	เป็นสัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คัน)	การขยายตัว (ร้อยละ)
2535	121,441	33.46	241,546	66.54	362,987	35
2536	174,169	38.16	282,299	61.84	456,468	26
2537	155,670	32.05	330,008	67.95	485,678	6
2538	163,371	28.58	408,209	71.42	571,580	18
2539	172,730	29.32	416,396	70.68	589,126	3
2540	132,060	36.36	231,096	63.64	363,156	-38
2541	46,300	31.67	99,907	68.33	146,207	-60
2542	66,858	30.62	151,472	69.38	218,330	52
2543	83,106	31.70	179,083	68.30	262,189	20
2544	104,502	35.03	192,550	64.97	297,052	13
2545	126,353	30.87	283,009	69.13	409,362	38
2546	179,005	33.57	354,171	66.43	533,176	30
2547	209,110	33.40	416,916	66.60	626,026	17

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย (รวบรวมข้อมูลโดย TOYOTA MOTOR THAILAND CO; LTD.)

จากข้อมูลในตารางผนวกที่ 4.5 ข้างต้นเราจะเห็นได้ว่าโครงสร้างการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยในปี พ.ศ.2547 มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์รวมทั้งสิ้น 626,026 คัน ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 17.41 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2546 โดยแบ่งเป็นการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 209,110 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.40 ในขณะที่การจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีจำนวน 416,916 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.60

โดยยี่ห้อที่สามารถขายได้เป็นอันดับ 1 คือ โตโยต้า ขายได้จำนวน 234,177 คัน มีส่วนแบ่ง

การตลาด ร้อยละ 37.41 อันดับ 2 ได้แก่ อีซูซุ มียอดขายทั้งสิ้น 149,918 คัน มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 23.95 และอันดับ 3 ได้แก่ ฮอนด้า มียอดขายรวม 75,005 คัน มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.98 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.6

ตารางผนวกที่ 4.6 ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ (ยอดขายรถยนต์รวม) แต่ละยี่ห้อ  
ในประเทศไทย ปีพ.ศ.2547

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	โตโยต้า	234,177	37.41
2	อีซูซุ	149,918	23.95
3	ฮอนด้า	75,005	11.98
4	นิสสัน	45,697	7.30
5	มิตซูบิชิ	36,856	5.89
6	ฟอร์ด	24,718	3.95
7	เชฟโรเลต	17,345	2.77
8	มาสด้า	14,130	2.26
9	อื่นๆ	28,180	4.50
รวม		626,026	100.00

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

นอกจากนี้สามารถแบ่งประเภทรถที่ขายในประเทศไทยปี พ.ศ.2547 ได้ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.7 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์กระบะขนาด 1 ตัน ตารางผนวกที่ 4.8 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสำหรับรถยนต์นั่ง และตารางผนวกที่ 4.9 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสำหรับรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ไม่รวมรถกระบะขนาด 1 ตัน)

ตารางผนวกที่ 4.7 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดของรถกระบะขนาด 1 คัน  
ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2547

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	อีซูซุ	139,753	37.38
2	โตโยต้า	123,159	33.39
3	นิสสัน	34,378	9.32
4	มิตซูบิชิ	29,670	8.04
5	ฟอร์ด	19,332	5.24
6	มาสด้า	11,625	3.15
7	เชฟโรเลต	10,994	2.98
รวม		<b>368,911</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

ตารางผนวกที่ 4.8 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งในประเทศไทย ปี พ.ศ.2547

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	โตโยต้า	103,464	49.48
2	ฮอนด้า	70,712	33.81
3	นิสสัน	8,972	4.29
4	มิตซูบิชิ	5,512	2.64
5	เชฟโรเลต	6,351	3.04
6	เบนซ์	5,166	2.47
7	อื่นๆ	8,933	4.27
รวม		<b>209,110</b>	<b>100.00</b>

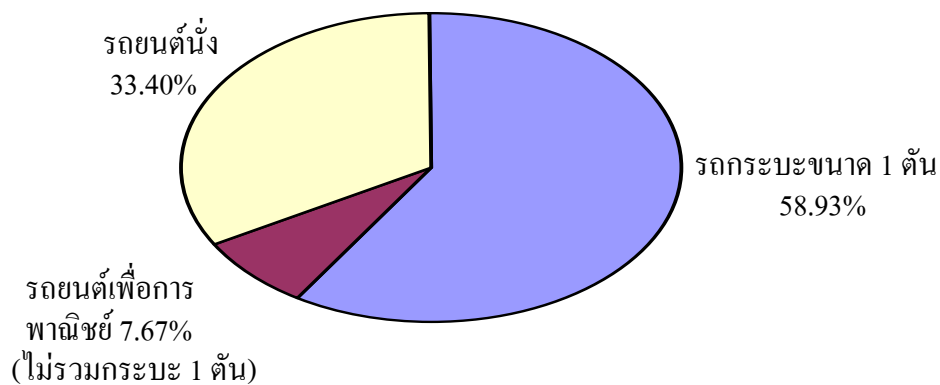
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

ตารางผนวกที่ 4.9 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์  
(ไม่รวมรถกระบะ 1 ตัน) ในประเทศ ปี พ.ศ.2547

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	อีซูซุ	10,164	21.17
2	ฮิโน	9,889	20.60
3	โตโยต้า	7,554	15.73
4	ฟอร์ด	4,361	9.08
5	เกียร์	2,572	5.36
6	นิสสัน	2,347	4.89
7	มิตซูบิชิ	1,674	3.49
8	มาสด้า	963	2.01
9	อื่นๆ	8,481	17.67
รวม		48,005	100.00

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

ภาพผนวกที่ 4.3 ส่วนแบ่งการครองตลาดของประเภทรถยนต์ในไทย ปี พ.ศ.2547





จากตารางผนวกที่ 4.7 ถึง ตารางผนวกที่ 4.9 สามารถแสดงส่วนแบ่งการครองตลาดของประเภทรถยนต์ในไทยด้วยภาพผนวกที่ 4.3 ซึ่งจะเห็นได้ว่ารถกระบะขนาด 1 ตัน ครองส่วนแบ่งการครองตลาดได้มากที่สุด โดยในปี พ.ศ.2547 มีส่วนแบ่งการครองตลาดร้อยละ 58.93 รองลงมาคือรถยนต์นั่ง ร้อยละ 33.40 และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ไม่รวมรถกระบะ 1 ตัน) ร้อยละ 7.67 %

### 3. การผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ

#### 3.1 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ

โครงสร้างการผลิตรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือการผลิตรถจักรยานยนต์ประเภทครอบครัว และประเภทสปอร์ต ซึ่งการผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยจะมีการผลิตรถจักรยานยนต์ประเภทครอบครัวในสัดส่วนที่มากกว่าการผลิตประเภทสปอร์ต ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.10 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศในช่วงปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547

ตารางผนวกที่ 4.10 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศ ในช่วงปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547

หน่วย: คัน

ปี	ประเภทครอบครัว	ประเภทสปอร์ต	รวม	การขยายตัว(ร้อยละ)
2539	1,265,434	172,360	1,437,794	-20.79
2540	982,012	99,032	1,081,044	-24.81
2541	563,570	36,927	600,497	-44.45
2542	810,920	35,506	846,426	40.95
2543	1,089,476	36,247	1,125,723	33.00
2544	1,145,001	64,994	1,209,995	7.49
2545	1,888,976	72,833	1,961,809	62.13
2546	2,322,087	56,404	2,378,491	21.24
2547	2,787,136	80,159	2,867,295	20.55

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

จากตารางผนวกที่ 4.10 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในปี พ.ศ.2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,867,295 คัน แบ่งเป็นประเภทครอบครัว 2,787,136 คัน และประเภทสปอร์ต 80,159 คัน ปริมาณการผลิตรวมเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2546 มีการผลิตรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.55 โดยมีการผลิตรถจักรยานยนต์ประเภทครอบครัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.03 และมีการผลิตรถจักรยานยนต์ประเภทสปอร์ตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.11

จากตารางผนวกที่ 4.3 จะเห็นได้ว่าอัตราการใช้กำลังการผลิตรถจักรยานยนต์ในปี พ.ศ.2538 สูงถึงร้อยละ 90.4 ก่อนที่กำลังการผลิตจะลดลงอย่างมากและต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ.2541 หลังจากนั้นกำลังการผลิตจึงเริ่มค่อยๆเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ.2547 ซึ่งมีกำลังการผลิตที่ร้อยละ 80.0 โดยสอดคล้องกับการขยายตัวของปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ในตารางผนวกที่ 4.10

### 3.2 ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ

สำหรับตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศ ปี พ.ศ.2547 รถจักรยานยนต์มียอดขายรวมทั้งสิ้น 2,026,841 คัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.71 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2546 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.11

ตารางผนวกที่ 4.11 ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศในช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ.2547

หน่วย: คัน

ปี	ประเภทครอบครัว	ประเภทสปอร์ต	รวม	การขยายตัว(ร้อยละ)
2543	754,549	29,129	783,678	29.74
2544	877,845	29,255	907,100	15.75
2545	1,296,939	30,736	1,327,675	46.34
2546	1,747,832	19,028	1,766,860	33.08
2547	2,009,909	16,932	2,026,841	14.71

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

โดยยี่ห้อที่สามารถขายได้เป็นอันดับ 1 คือ ฮอนด้า ขายได้จำนวน 1,408,649 คัน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 69.50 อันดับ 2 ได้แก่ ยามาฮ่า มียอดขายทั้งสิ้น 284,393 คัน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 14.03 และอันดับ 3 ได้แก่ ชูซูกิ มียอดขายรวม 253,386 คัน มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 12.50 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.12

ตารางผนวกที่ 4.12 ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศ ปี พ.ศ.2547

อันดับ	บริษัท	จำนวน (คัน)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	ฮอนด้า	1,408,649	69.50
2	ยามาฮ่า	284,393	14.03
3	ชูซูกิ	253,386	12.50
4	ไทเกอร์	42,175	2.08
5	กาวาซากิ	24,847	1.23
6	เจอาร์ดี	11,738	0.58
7	อื่นๆ	1,653	0.08
รวม		<b>2,026,841</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

## 4. การค้าต่างประเทศของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

### 4.1 การส่งออกรถยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศได้มีการพัฒนามาตามลำดับจนปัจจุบันสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศที่มีมูลค่าการส่งออก ประมาณ 228,400 ล้านบาท มากเป็นอันดับ 2 ของประเทศในปี พ.ศ. 2547 โดยอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีมูลค่าการส่งออกอยู่ในลำดับที่ 4 ในช่วงปี พ.ศ.2543-พ.ศ.2544 และก้าวขึ้นมามีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 3 ในช่วงปี พ.ศ. 2545-พ.ศ. 2546 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกรถยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 โดยในปี พ.ศ. 2539 ปริมาณการส่งออกรถยนต์มีจำนวนทั้งสิ้น 14,000 คัน และปรับเพิ่มเป็น 332,053 คัน ในปี พ.ศ.2547 โดยมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547 สูงถึงร้อยละ 57 ต่อปี ในช่วงที่ไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปริมาณการส่งออกรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปี พ.ศ.2540 มีจำนวนทั้งสิ้น 42,218 คัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 201.13 จากปีก่อนหน้า (ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.13) อันเป็นผลมาจากการหดตัวของกำลังซื้อภายในประเทศตามสภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวอย่างรุนแรงทำให้มีกำลังการผลิตส่วนเกิน ผู้ผลิตรถยนต์ได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการผลิตจากการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศมาเป็นการผลิตเพื่อส่งออกแทน ทำให้การขยายตัวของปริมาณการส่งออกรถยนต์เพิ่มขึ้น และอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับการดำเนินนโยบายของบริษัทแม่ผู้ผลิตรถยนต์ในการใช้ประเทศไทยเป็นพันธมิตรร่วมทุนกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลก ดำเนินนโยบายลักษณะ Global Strategy เข้ามาใช้ไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกไปประเทศต่างๆ เป็นผลให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปของไทย ปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547

มูลค่าการส่งออกรถยนต์ในปี พ.ศ.2547 มีมูลค่าทั้งสิ้น 149,232.80 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2546 ร้อยละ 8.01 ประเภทรถยนต์ที่มีการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ รถกระบะ รองลงมาคือรถยนต์นั่ง ประเทศที่ส่งออกหลัก ได้แก่ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น

ตารางผนวกที่ 4.13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปของไทย  
ในช่วงปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547

ปี	ปริมาณ		มูลค่า	
	จำนวนคัน	อัตราการขยายตัว	ล้านบาท	อัตราการขยายตัว
2539	14,020	59.23	4,253.36	104.27
2540	42,218	201.13	16,226.99	281.51
2541	67,857	60.73	28,125.55	73.33
2542	125,702	85.25	60,105.53	113.70
2543	152,836	21.59	83,044.41	38.16
2544	175,293	14.69	107,917.99	165.74
2545	181,471	3.52	82,825.94	-23.25
2546	235,042	29.52	138,161.38	84.63
2547	332,053	41.27	149,232.80	8.01

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม

#### 4.2 การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์

ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ประเทศไทยส่งออกส่วนมากเป็นชิ้นส่วนยานยนต์ที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้เองภายในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนที่ต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมากและใช้เทคโนโลยีที่ไม่สลับซับซ้อน การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยนั้น บริษัทแม่ที่เข้ามาลงทุนในไทยเป็นเจ้าของเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วน และกำหนดนโยบายในการซื้อวัตถุดิบ ในปัจจุบันมีการ

พัฒนาแหล่งผลิตในแต่ละภูมิภาคเพื่อสร้างเครือข่ายในการผลิตชิ้นส่วน โดยการพัฒนาระบบเครือข่ายจะมี ส่วนช่วยนำความได้เปรียบของแต่ละประเทศในภูมิภาคมารวมเข้าด้วยกันทำให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ที่สำคัญของโลกมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

มูลค่าการส่งออกส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2547 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มจาก 2,042.21 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 เพิ่มขึ้นเป็น 52,817.10 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 46.9 จากปี พ.ศ. 2546 ในปี พ.ศ. 2547 ชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ OEM Parts มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 43,873.39 ล้านบาท รองลงมาคือ เครื่องยนต์ (Engine) มูลค่า 4,316.07 ล้านบาท และ อะไหล่ (Spare Parts) มีมูลค่าการส่งออก 2,909.43 ล้านบาท ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.14

ตารางผนวกที่ 4. 14 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ช่วงปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2547

หน่วย: ล้านบาท

ปี พ.ศ.	Engine	Spare Parts	Jig & Die	OEM Parts	Others	รวม	% การเปลี่ยนแปลง
2539	802.00	215.44	43.66	975.78	5.33	2,042.21	-
2540	2,023.89	505.28	56.34	1,882.76	27.58	4,495.85	120.15
2541	1,536.77	495.29	63.70	3,488.55	25.89	5,610.20	24.79
2542	3,731.81	883.42	141.35	5,103.26	58.48	9,918.32	76.79
2543	7,106.22	1,245.65	119.96	11,087.62	336.68	19,896.13	100.60
2544	7,481.38	1,758.56	141.19	13,738.06	96.70	23,215.89	16.68
2545	6,094.10	1,789.59	145.26	17,076.04	150.06	25,255.05	8.78
2546	5,290.96	2,182.00	171.53	27,720.29	588.54	35,953.32	42.36
2547	4,316.07	2,909.43	797.48	43,873.39	920.73	52,817.10	46.90

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

### 4.3 การส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน

การส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ หลังจากนั้นการส่งออกรถจักรยานยนต์ก็กลับมีอัตราการขยายตัวอย่างมาก โดยมีอัตราการขยายตัวทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก ถึงร้อยละ 78.43 และ ร้อยละ 72.98 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากการที่ค่าเงินบาทของไทยอ่อนค่าลงอย่างมากในช่วงเวลานั้น แต่ ในปี พ.ศ. 2542 ก็มีอัตราการชะลอตัวของการส่งออกรถจักรยานยนต์อีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้นการส่งออกรถจักรยานยนต์จึงมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2547 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.15 ที่น่าสังเกตคือ ในปี พ.ศ. 2545 ปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 114.95 แต่มูลค่าการส่งออกกลับมีอัตราการขยายตัวเพียง ร้อยละ 6.19 เท่านั้น แสดงว่าราคาเฉลี่ยต่อคันของรถจักรยานยนต์ที่ส่งออกมีมูลค่าที่ลดลง ในปี พ.ศ. 2547 การส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คือปริมาณ 831,287 คัน อัตราการขยายตัวร้อยละ 37.40 และมีมูลค่าการส่งออก 14,529.83 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 66.39

ตารางผนวกที่ 4.15 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย  
ในช่วงปี พ.ศ.2539-พ.ศ.2547

ปี	ปริมาณ		มูลค่า	
	จำนวนคัน	อัตราการขยายตัว	ล้านบาท	อัตราการขยายตัว
2539	177,635	-	5,310.63	13.0
2540	137,055	-22.84	4,879.43	-8.13
2541	244,546	78.43	8,440.35	72.98
2542	214,310	-12.36	6,330.10	-25.00
2543	267,248	24.70	7,421.04	17.23
2544	272,301	1.89	7,833.36	5.56
2545	585,320	114.95	8,318.58	6.19
2546	604,995	3.36	8,732.62	4.98
2547	831,287	37.40	14,529.83	66.39

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ส่วนการส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่รถจักรยานยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2547 ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4.16

ตารางผนวกที่ 4. 16 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่รถจักรยานยนต์ของไทย  
ช่วงปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2547

ปี	ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบ (OEM Parts)		ชิ้นส่วนและอะไหล่(Spare Parts)	
	มูลค่า(ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว	มูลค่า(ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว
2539	1,609.24	-	250.09	-
2540	2,168.90	34.78	400.56	60.17
2541	1,023.19	-52.82	591.99	47.79
2542	2,012.62	96.70	163.76	-72.34
2543	3,180.33	58.02	188.74	15.25
2544	4,161.58	30.85	761.44	303.43
2545	4,269.81	2.60	1,425.30	87.18
2546	6,634.08	55.37	2,221.19	55.84
2547	11,747.18	77.07	3,300.15	48.58

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

จากตารางผนวกที่ 4.16 จะเห็นได้ว่าการส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่รถจักรยานยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2547 มีการขยายตัวมาโดยตลอดทั้งในส่วนของ OEM Parts และ Spare Parts ยกเว้นในปี พ.ศ. 2541 และ ปี พ.ศ. 2542 ที่ชิ้นส่วนของ OEM Parts และ Spare Parts มีอัตราการขยายตัวที่ลดลง ในปี พ.ศ. 2547 การส่งออกชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ของไทยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คือ 15,047.33 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 69.93 โดยในส่วนของชิ้นส่วน OEM Parts มีมูลค่าการส่งออก 11,747.18 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 77.07 และ ในส่วนของ Spare Parts มีมูลค่าการส่งออก 3,300.15 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 48.58



ภาคผนวก ข

## ภาคผนวก ข

### 1. การหาค่า RCA ในตลาดโลก

ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index ; RCA) RCA. คืออัตราส่วนระหว่างสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งของประเทศหนึ่ง กับสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดนั้นในตลาดโลก ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_i) / (X_{wj} / \sum X_w)$$

$RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกชนิด j ของประเทศ i

$X_{ij}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าออกชนิด j ของประเทศ i

$\sum X_i$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าออกรวมทั้งหมดของประเทศ i

$X_{wj}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าออกชนิด j ในตลาดโลก

$\sum X_w$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าออกรวมทั้งหมดในตลาดโลก

### 2. การหาค่า RCA ในตลาดคู่ค้า

RCA. คืออัตราส่วนระหว่างสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งของประเทศนั้นไปในประเทศหนึ่ง กับสัดส่วนการนำเข้าสินค้าชนิดนั้นในประเทศหนึ่ง ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_i) / (X_{nj} / \sum X_n)$$

$RCA_{ij}$  = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าส่งออกชนิด j ของประเทศ i ในประเทศ n

$X_{ij}$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้าชนิด j จากประเทศ i ไปยังประเทศ n

$\sum X_i$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมทั้งหมดจากประเทศ i ไปยังประเทศ n

$X_{nj}$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้าชนิด j ของประเทศ n

$\sum X_n$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้ารวมทั้งหมด ของประเทศ n

มูลค่าการส่งออกและดัชนี RCA ของรถยนต์นั่ง (SITC Rev.3 Code 781)ในตลาดโลก

หน่วย: ล้านดอลลาร์ สรอ.

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดในตลาดโลก				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA
ไทย	69,057	65,113	68,768	80,522	219.39	0.07	674.22	0.21	712.05	0.20	780.79	0.18
จีน	249,203	266,098	325,591	437,899	30.75	0.003	36.12	0.003	47.86	0.003	114.13	0.005
ฮ่องกง	201,860	189,894	200,092	223,762	478.83	0.05	679.02	0.07	1,010.18	0.10	1,522.36	0.13
อินโดนีเซีย	62,124	56,447	58,120	62,631	7.28	0.002	6.17	0.002	19.76	0.01	30.14	0.01
ญี่ปุ่น	479,249	403,498	416,726	471,817	56,922.93	2.51	52,991.70	2.61	62,699.89	2.85	68,390.66	2.74
จอร์แดน	1,899	2,293	2,770	3,372	27.08	0.30	39.89	0.35	33.48	0.23	43.43	0.24
เกาหลีใต้	172,267	150,439	162,470	193,817	11,896.01	1.46	12,029.38	1.59	13,466.84	1.57	17,535.71	1.71
มาเลเซีย	98,229	88,005	93,265	99,369	92.32	0.02	49.15	0.01	87.91	0.02	51.31	0.01
โอมาน	10,852	11,037	11,172	11,669	364.99	0.71	307.34	0.55	412.29	0.70	430.97	0.70
ปากีสถาน	9,028	9,238	9,913	11,930	1.16	0.003	1.14	0.002	1.73	0.003	3.79	0.01
ฟิลิปปินส์	39,783	32,664	36,502	36,502	0.97	0.001	1.71	0.001	25.03	0.01	155.73	0.08
อินเดีย	42,379	43,347	49,312	55,982	103.61	0.05	88.67	0.04	184.50	0.07	554.04	0.19
สิงคโปร์	137,804	121,751	125,177	145,366	72.07	0.01	76.15	0.01	90.71	0.01	171.09	0.02
ตุรกี	27,775	31,334	34,561	46,576	628.49	0.48	927.92	0.59	1,297.36	0.71	2,197.52	0.89
รวม 14 ประเทศ	1,601,509	1,471,158	1,594,439	1,881,214	70,845.87		67,908.56		80,089.58		91,981.67	
รวมทั่วโลก	6,364,080	6,121,807	6,396,697	7,443,692	300,618.50		307,749.60		337,691.83		393,213.50	

ที่มา: United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

มูลค่าการส่งออกและดัชนี RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (SITC Rev.3 Code 782) ในตลาดโลก

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดในตลาดโลก				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA
ไทย	69,057	65,113	68,768	80,522	1,406.21	2.28	1,244.14	2.08	1,313.98	2.11	1,857.00	2.52
จีน	249,203	266,098	325,591	437,899	120.18	0.05	108.69	0.04	153.52	0.05	238.81	0.06
ฮ่องกง	201,860	189,894	200,092	223,762	17.67	0.01	20.77	0.01	39.65	0.02	37.31	0.02
อินโดนีเซีย	62,124	56,447	58,120	62,631	17.97	0.03	12.98	0.03	8.36	0.02	7.01	0.01
ญี่ปุ่น	479,249	403,498	416,726	471,817	6,178.23	1.45	5,282.31	1.43	6,153.14	1.63	7,020.93	1.62
จอร์แดน	1,899	2,293	2,770	3,372	19.01	1.12	18.48	0.88	8.13	0.32	13.07	0.42
เกาหลีใต้	172,267	150,439	162,470	193,817	780.00	0.51	690.34	0.50	623.44	0.42	840.77	0.47
มาเลเซีย	98,229	88,005	93,265	99,369	10.88	0.01	6.82	0.01	4.48	0.01	20.82	0.02
โอมาน	10,852	11,037	11,172	11,669	54.50	0.56	67.76	0.67	128.55	1.27	104.96	0.98
ปากีสถาน	9,028	9,238	9,913	11,930	1.59	0.02	3.26	0.04	1.66	0.02	2.12	0.02
ฟิลิปปินส์	39,783	32,664	36,502	36,502	1.33	0.00	0.59	0.002	4.38	0.01	9.94	0.03
อินเดีย	42,379	43,347	49,312	55,982	69.55	0.18	51.99	0.13	28.33	0.06	60.11	0.12
สิงคโปร์	137,804	121,751	125,177	145,366	40.57	0.03	38.82	0.03	46.58	0.04	48.89	0.04
ตุรกี	27,775	31,334	34,561	46,576	89.51	0.36	384.71	1.34	720.11	2.30	1,172.65	2.75
รวม 14 ประเทศ	1,601,509	1,471,158	1,594,439	1,881,214	8,807.20		7,931.65		9,234.29		11,434.38	
รวมทั่วโลก	6,364,080	6,121,807	6,396,697	7,443,692	56,735.71		56,180.24		58,021.40		68,173.47	

ที่มา: United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

มูลค่าการส่งออกและดัชนี RCA ของชิ้นส่วนยานยนต์ (SITC Rev.3 Code 784) ในตลาดโลก

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดในตลาดโลก				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA
ไทย	69,057	65,113	68,768	80,522	508.08	0.33	500.51	0.34	528.60	0.33	972.12	0.50
จีน	249,203	266,098	325,591	437,899	1,129.43	0.20	1,360.21	0.23	1,859.16	0.24	2,437.40	0.23
ฮ่องกง	201,860	189,894	200,092	223,762	124.87	0.03	109.34	0.03	121.90	0.03	115.19	0.02
อินโดนีเซีย	62,124	56,447	58,120	62,631	231.06	0.17	262.21	0.21	296.95	0.22	391.72	0.26
ญี่ปุ่น	479,249	403,498	416,726	471,817	17,444.75	1.63	15,632.15	1.73	17,100.55	1.74	20,204.28	1.78
จอร์แดน	1,899	2,293	2,770	3,372	11.58	0.27	43.29	0.84	22.67	0.35	23.95	0.30
เกาหลีใต้	172,267	150,439	162,470	193,817	1,792.16	0.47	1,905.54	0.57	2,317.12	0.61	3,735.91	0.80
มาเลเซีย	98,229	88,005	93,265	99,369	139.05	0.06	133.33	0.07	152.42	0.07	217.99	0.09
โอมาน	10,852	11,037	11,172	11,669	175.41	0.72	190.53	0.77	230.49	0.88	121.57	0.43
ปากีสถาน	9,028	9,238	9,913	11,930	3.56	0.02	5.47	0.03	5.48	0.02	13.44	0.05
ฟิลิปปินส์	39,783	32,664	36,502	36,502	568.60	0.64	625.09	0.85	754.88	0.88	932.37	1.06
อินเดีย	42,379	43,347	49,312	55,982	362.11	0.38	359.39	0.37	419.01	0.36	539.03	0.40
สิงคโปร์	137,804	121,751	125,177	145,366	460.34	0.15	434.99	0.16	524.49	0.18	741.58	0.21
ตุรกี	27,775	31,334	34,561	46,576	456.49	0.74	539.09	0.77	706.38	0.87	952.08	0.85
รวม 14 ประเทศ	1,601,509	1,471,158	1,594,439	1,881,214	23,407.49		22,101.13		25,040.11		31,398.62	
รวมทั่วโลก	6,364,080	6,121,807	6,396,697	7,443,692	142,033.30		137,156.20		150,667.11		178,711.82	

ที่มา: United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

มูลค่าการส่งออกและดัชนี RCA ของรถจักรยานและจักรยานยนต์ (SITC Rev.3 Code 785) ในตลาดโลก

หน่วย: ล้านดอลลาร์ สรอ.

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดในตลาดโลก				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA	มูลค่าส่งออก	RCA
ไทย	69,057	65,113	68,768	80,522	343.77	1.49	322.63	1.53	340.74	1.54	470.03	1.76
จีน	249,203	266,098	325,591	437,899	2,475.47	2.97	2,552.52	2.96	2,902.62	2.78	4,483.17	3.08
ฮ่องกง	201,860	189,894	200,092	223,762	473.35	0.70	327.09	0.53	298.15	0.46	286.83	0.39
อินโดนีเซีย	62,124	56,447	58,120	62,631	227.46	1.10	170.18	0.93	196.04	1.05	185.33	0.89
ญี่ปุ่น	479,249	403,498	416,726	471,817	6,660.10	4.16	6,065.53	4.63	5,834.37	4.36	6,114.36	3.90
จอร์แดน	1,899	2,293	2,770	3,372	0.55	0.09	0.17	0.02	0.16	0.02	0.23	0.02
เกาหลีใต้	172,267	150,439	162,470	193,817	226.34	0.39	147.71	0.30	134.84	0.26	128.12	0.20
มาเลเซีย	98,229	88,005	93,265	99,369	164.19	0.50	128.02	0.45	128.63	0.43	150.81	0.46
โอมาน	10,852	11,037	11,172	11,669	1.18	0.03	2.20	0.06	2.92	0.08	2.67	0.07
ปากีสถาน	9,028	9,238	9,913	11,930	1.52	0.05	2.42	0.08	2.39	0.08	3.33	0.08
ฟิลิปปินส์	39,783	32,664	36,502	36,502	60.76	0.46	52.66	0.50	56.55	0.48	63.43	0.52
อินเดีย	42,379	43,347	49,312	55,982	302.89	2.14	296.44	2.11	350.33	2.21	374.70	2.02
สิงคโปร์	137,804	121,751	125,177	145,366	299.95	0.65	210.82	0.53	243.36	0.61	255.72	0.53
ตุรกี	27,775	31,334	34,561	46,576	19.42	0.21	24.03	0.24	22.58	0.20	44.70	0.29
รวม 14 ประเทศ	1,601,509	1,471,158	1,594,439	1,881,214	11,256.94		10,302.44		10,513.66		12,563.42	
รวมทั่วโลก	6,364,080	6,121,807	6,396,697	7,443,692	21,267.16		19,870.01		20,549.52		24,704.13	

ที่มา: United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดอินโดนีเซีย ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของอินโดนีเซีย				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	1,109.01	985.99	1,190.66	1,701.62	29.23	0.79	21.74	0.73	44.18	1.14	68.54	1.75
ญี่ปุ่น	5,397.20	4,689.41	4,409.26	4,228.20	778.26	4.31	681.79	4.81	575.68	4.00	673.53	6.93
สหรัฐอเมริกา	3,392.69	3,209.62	2,644.01	2,702.32	53.63	0.47	31.52	0.33	21.85	0.25	23.58	0.38
สิงคโปร์	3,788.53	3,146.98	4,099.57	4,155.07	44.21	0.35	20.11	0.21	27.39	0.20	21.83	0.23
เยอรมันนี	1,244.61	1,300.47	1,224.26	1,181.17	35.18	0.85	56.25	1.43	37.94	0.95	45.47	1.68
เกาหลีใต้	2,082.51	2,209.25	1,646.70	1,527.82	13.66	0.20	31.99	0.48	18.87	0.35	16.25	0.46
รวม 6 ประเทศ	17,014.55	15,541.72	15,214.45	15,496.20	954.17		843.40		725.92		849.20	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	33,515.00	31,010.00	25,388.00	41,682.00	1,120.91		936.40		829.69		958.02	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สหรัฐ.

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของญี่ปุ่น				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	10,594.11	10,380.23	10,510.18	11,892.91	136.53	2.396	157.39	2.49	185.27	2.33	212.25	2.25
สหรัฐอเมริกา	72,509.12	63,758.23	58,808.22	59,994.81	760.26	1.949	789.15	2.04	900.20	2.02	785.81	1.65
เยอรมันนี	12,723.23	12,400.55	12,414.30	14,207.45	211.42	3.090	245.24	3.25	288.59	3.07	365.91	3.24
จีน	55,100.15	57,866.08	61,783.70	75,469.34	154.02	0.520	174.21	0.50	232.62	0.50	321.06	0.54
เกาหลีใต้	20,446.41	17,198.03	15,484.61	17,902.67	109.61	0.997	129.48	1.24	158.84	1.35	197.33	1.39
ฟิลิปปินส์	7,198.91	6,414.22	6,540.02	7,048.81	86.10	2.224	88.25	2.26	97.62	1.97	102.22	1.83
อังกฤษ	6,576.94	6,003.59	5,414.88	5,846.27	69.85	1.974	61.64	1.69	109.00	2.66	177.81	3.83
รวม 7 ประเทศ	185,148.88	174,020.94	170,955.91	192,362.27	1,527.78		1,645.36		1,972.14		2,162.38	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	379,511.00	349,089.00	337,194.00	382,930.00	2,041.18		2,121.83		2,555.63		3,042.91	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาด**

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของออสเตรเลีย				ปี ค.ศ. 2000	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	1,671.88	1,382.41	1,710.65	2,358.76	429.46	12.10
ญี่ปุ่น	9,233.61	7,891.65	8,571.08	10,583.08	822.67	4.20
เยอรมนี	3,475.22	3,447.15	3,996.08	5,182.91	37.58	0.51
เกาหลีใต้	2,853.17	2,396.88	2,594.77	3,089.86	14.16	0.23
สหรัฐอเมริกา	13,900.22	11,131.68	12,743.47	13,561.64	109.56	0.37
อังกฤษ	4,156.36	3,246.74	3,183.97	3,558.32	30.19	0.34
รวม 6 ประเทศ	35,290.46	29,496.51	32,800.01	38,334.56	1,443.62	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	71,529.00	63,888.00	72,690.00	89,086.00	1,518.60	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาด**

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของอินโดนีเซีย				ปี ค.ศ. 2000	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	1,109.01	985.99	1,190.66	1,701.62	3.24	0.61
ญี่ปุ่น	5,397.20	4,689.41	4,409.26	4,228.20	43.27	1.67
สหรัฐอเมริกา	3,392.69	3,209.62	2,644.01	2,702.32	72.64	4.46
สิงคโปร์	3,788.53	3,146.98	4,099.57	4,155.07	13.50	0.74
สวีเดน	217.35	248.84	266.15	191.37	7.01	6.72
ฝรั่งเศส	402.03	397.45	406.46	454.01	7.89	4.09
รวม 6 ประเทศ	14,306.82	12,678.29	13,016.10	13,432.58	147.55	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	33,515.00	31,010.00	25,388.00	41,682.00	160.82	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาด**

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของฟิลิปปินส์				ปี ค.ศ. 2000	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	965.48	956.65	1,052.10	1,453.42	12.61	3.47
ญี่ปุ่น	6,456.77	6,450.41	7,232.63	8,070.57	92.88	3.82
อังกฤษ	375.41	426.79	463.66	493.06	2.79	1.97
เกาหลีใต้	2,476.01	2,062.56	2,754.19	2,516.35	2.39	0.26
สหรัฐอเมริกา	5,713.16	5,206.66	7,228.76	7,674.46	15.83	0.74
สวีเดน	120.64	122.04	93.94	93.49	3.95	8.70
รวม 6 ประเทศ	16,107.47	15,225.10	18,825.27	20,301.35	130.44	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	37,027.00	34,921.00	37,180.00	39,502.00	139.33	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาด**

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสิงคโปร์				ปี ค.ศ. 2000	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	5,800.03	5,162.20	5,409.27	5,504.76	0.24	0.01



ญี่ปุ่น	23,153.98	16,082.36	14,578.62	15,392.96	357.95	4.71
สหรัฐอเมริกา	20,269.79	19,148.62	16,600.62	17,982.69	15.36	0.23
อังกฤษ	2,736.11	2,442.37	2,354.50	2,542.77	10.91	1.22
ฝรั่งเศส	2,186.97	2,078.02	2,121.25	2,485.07	8.13	1.13
เกาหลีใต้	4,814.89	3,821.80	4,299.05	4,959.44	30.13	1.91
สวีเดน	519.56	517.07	531.54	676.32	7.15	4.19
รวม 7 ประเทศ	58,961.77	48,735.38	45,363.31	48,867.69	429.87	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	134,545	116,000	116,441	127,934	441.23	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

### เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาด

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของญี่ปุ่น				ปี ค.ศ. 2000	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	10,594.11	10,380.23	10,510.18	11,892.91	1.13	0.43
เยอรมนี	12,723.23	12,400.55	12,414.30	14,207.45	12.04	3.85
สหรัฐอเมริกา	72,509.12	63,758.23	58,808.22	59,994.81	48.42	2.72
อังกฤษ	6,576.94	6,003.59	5,414.88	5,846.27	3.31	2.05
แคนาดา	8,703.51	7,753.19	7,155.87	7,529.48	7.76	3.63
สวีเดน	2,727.38	2,193.32	2,043.53	1,978.74	17.09	25.53
รวม 6 ประเทศ	113,834.30	102,489.11	96,346.98	101,449.67	89.74	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	379,511.00	349,089.00	337,194.00	382,930.00	93.19	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

**ออสเตรเลีย ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
245.75	10.20	273.75	7.935	489.32	10.049
544.96	3.96	754.41	4.364	844.24	3.864
34.08	0.57	31.13	0.386	42.90	0.401
11.68	0.28	18.46	0.353	33.32	0.522
147.72	0.76	177.58	0.691	172.97	0.618
19.36	0.34	15.24	0.237	21.34	0.291
1,003.56		1,270.57		1,604.08	
1,113.81		1,465.96		1,838.98	

**อินโดนีเซีย ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
3.98	0.55	27.47	2.70	38.29	3.70
69.51	2.03	57.48	1.53	85.63	3.33
87.73	3.74	63.16	2.80	86.00	5.23
13.92	0.61	34.35	0.98	13.95	0.55
17.72	9.75	6.53	2.87	7.51	6.46
13.31	4.58	1.45	0.42	4.23	1.53
206.18		190.44		235.62	
226.62		216.85		253.51	

**ฟิลิปปินส์ ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
9.83	3.12	7.83	3.773	11.93	4.33
71.37	3.36	57.30	4.017	53.87	3.52
5.24	3.73	1.31	1.428	0.89	0.95
2.01	0.30	1.64	0.301	0.45	0.09
16.76	0.98	0.77	0.054	0.83	0.06
1.58	3.93	0.44	2.384	2.26	12.77
106.79		69.29		70.21	
114.94		73.34		74.81	

**สิงคโปร์ ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
0.38	0.03	0.24	0.02	0.45	0.03

187.52	4.25	177.38	5.89	249.29	6.19
56.80	1.08	21.77	0.63	19.91	0.42
10.74	1.60	3.56	0.73	5.55	0.83
10.15	1.78	13.33	3.04	20.28	3.12
25.91	2.47	5.89	0.66	7.47	0.58
18.20	12.82	9.72	8.86	11.30	6.39
309.69		231.89		314.25	
318.38		240.49		334.61	

**ญี่ปุ่น ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003**

หน่วย: ล้านเหรียญ สรอ.

ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
1.14	0.42	3.05	1.47	1.15	0.57
21.58	6.73	11.59	4.74	15.56	6.50
40.01	2.43	30.21	2.61	27.76	2.75
2.94	1.89	5.59	5.23	3.99	4.05
4.38	2.18	1.08	0.76	0.63	0.49
18.61	32.80	13.66	33.91	13.46	40.35
88.64		65.17		62.55	
90.30		66.46		64.55	

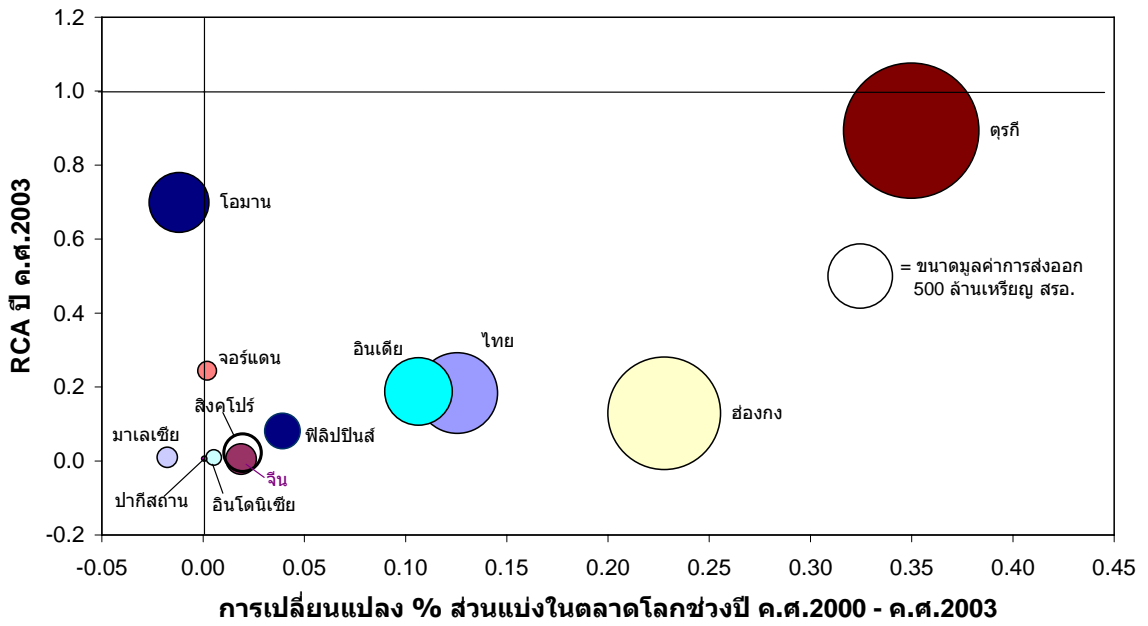
เปรียบเทียบค่า RCA ของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น ปี ค.ศ.2000- ค.ศ.2003

หน่วย: ล้านบาท สรอ.

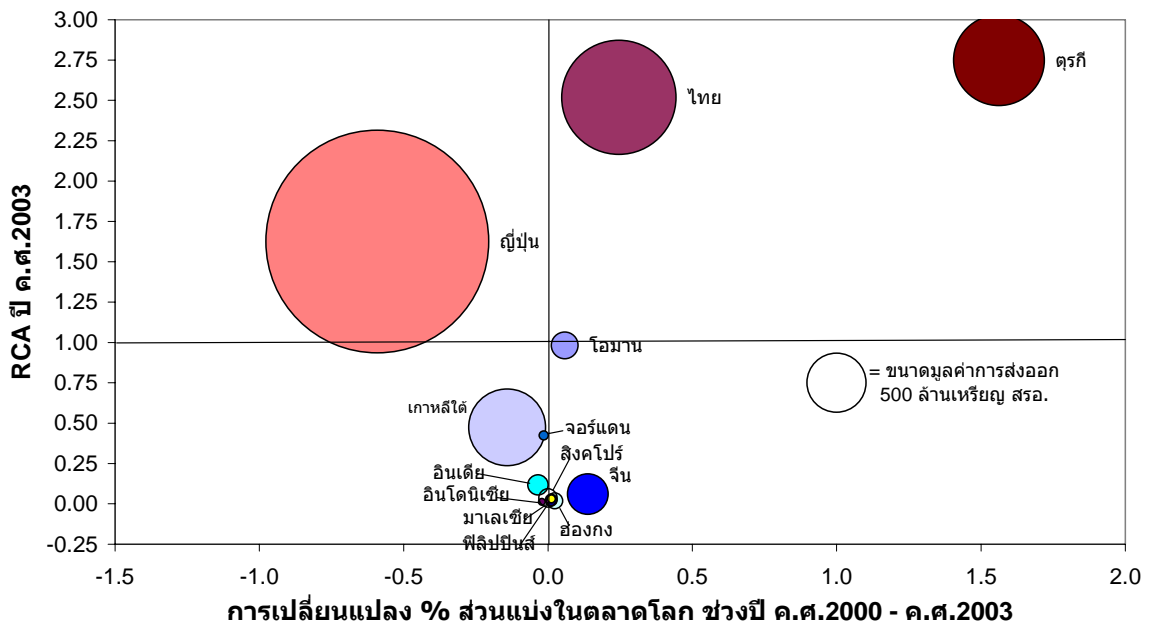
ประเทศ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของญี่ปุ่น				ปี ค.ศ. 2000		ปี ค.ศ. 2001		ปี ค.ศ. 2002		ปี ค.ศ. 2003	
	2000	2001	2002	2003	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA	มูลค่านำเข้า	RCA
ไทย	10,594.11	10,380.23	10,510.18	11,892.91	1.13	0.43	1.14	0.42	3.05	1.47	1.15	0.57
เยอรมนี	12,723.23	12,400.55	12,414.30	14,207.45	12.04	3.85	21.58	6.73	11.59	4.74	15.56	6.50
สหรัฐอเมริกา	72,509.12	63,758.23	58,808.22	59,994.81	48.42	2.72	40.01	2.43	30.21	2.61	27.76	2.75
อังกฤษ	6,576.94	6,003.59	5,414.88	5,846.27	3.31	2.05	2.94	1.89	5.59	5.23	3.99	4.05
แคนาดา	8,703.51	7,753.19	7,155.87	7,529.48	7.76	3.63	4.38	2.18	1.08	0.76	0.63	0.49
สวีเดน	2,727.38	2,193.32	2,043.53	1,978.74	17.09	25.53	18.61	32.80	13.66	33.91	13.46	40.35
รวม 6 ประเทศ	113,834.30	102,489.11	96,346.98	101,449.67	89.74		88.64		65.17		62.55	
มูลค่านำเข้าจากทั่วโลก	379,511.00	349,089.00	337,194.00	382,930.00	93.19		90.30		66.46		64.55	

ที่มา:United Nations และวิเคราะห์ค่า RCA โดยผู้ศึกษา

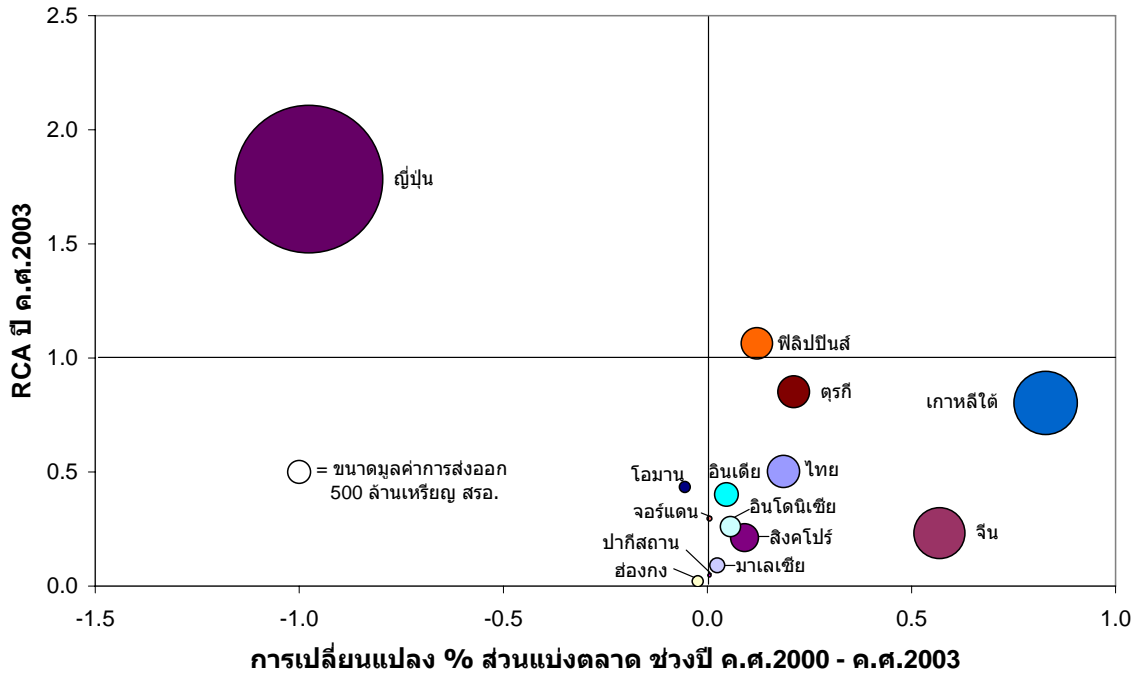
ภาคผนวก ค



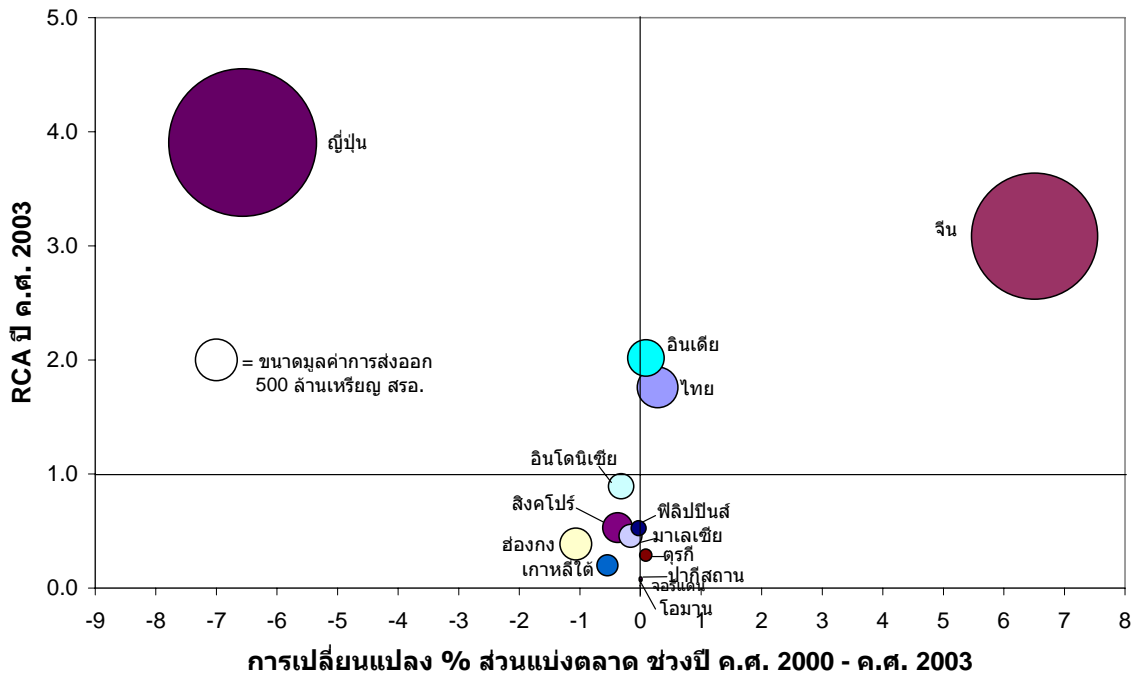
ภาพผนวก ก-1 เปรียบเทียบประเทศเอเชียผู้ส่งออกรถยนต์นั่งในตลาดโลก ในปี ค.ศ.2003 (ยกเว้น ญี่ปุ่น และ เกาหลีใต้)



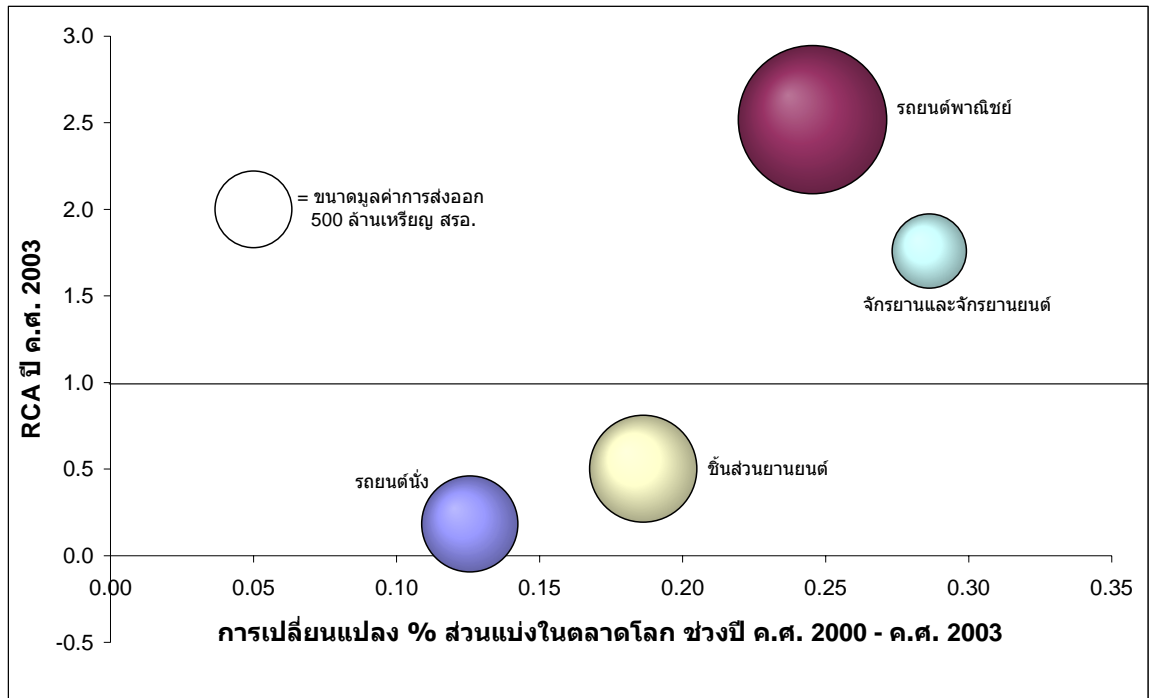
ภาพผนวก ก-2 เปรียบเทียบประเทศเอเชียผู้ส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในตลาดโลก ในปี ค.ศ.2003



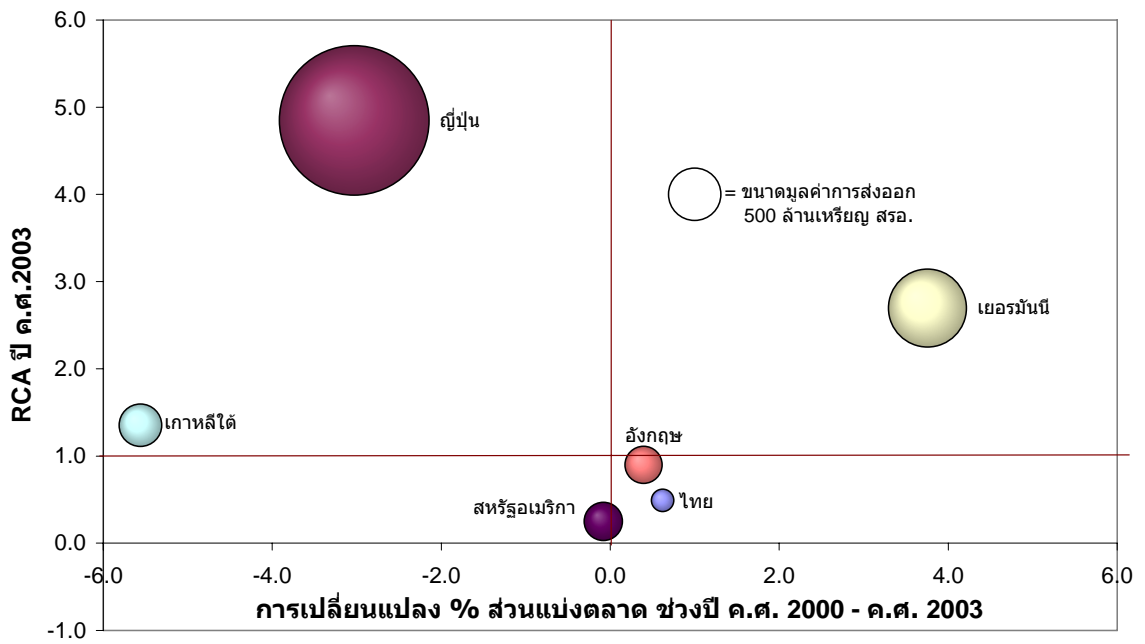
ภาพผนวก ก-3 เปรียบเทียบประเทศเอเชียผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดโลก ในปี ค.ศ.2003



ภาพผนวก ก-4 เปรียบเทียบประเทศเอเชียผู้ส่งออกรถจักรยานและจักรยานยนต์ในตลาดโลก ในปี ค.ศ.2003

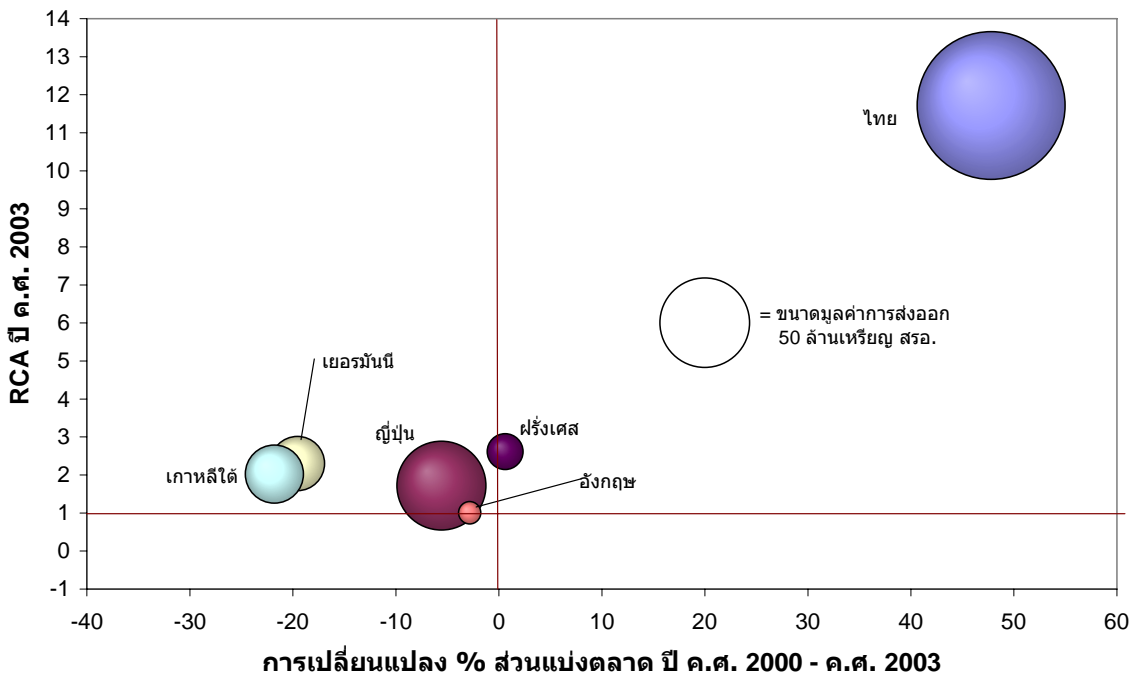


ภาพผนวก ค-5 เปรียบเทียบการส่งออกผลิตภัณฑ์ยานยนต์ของไทยในตลาดโลกในปี ค.ศ.2003

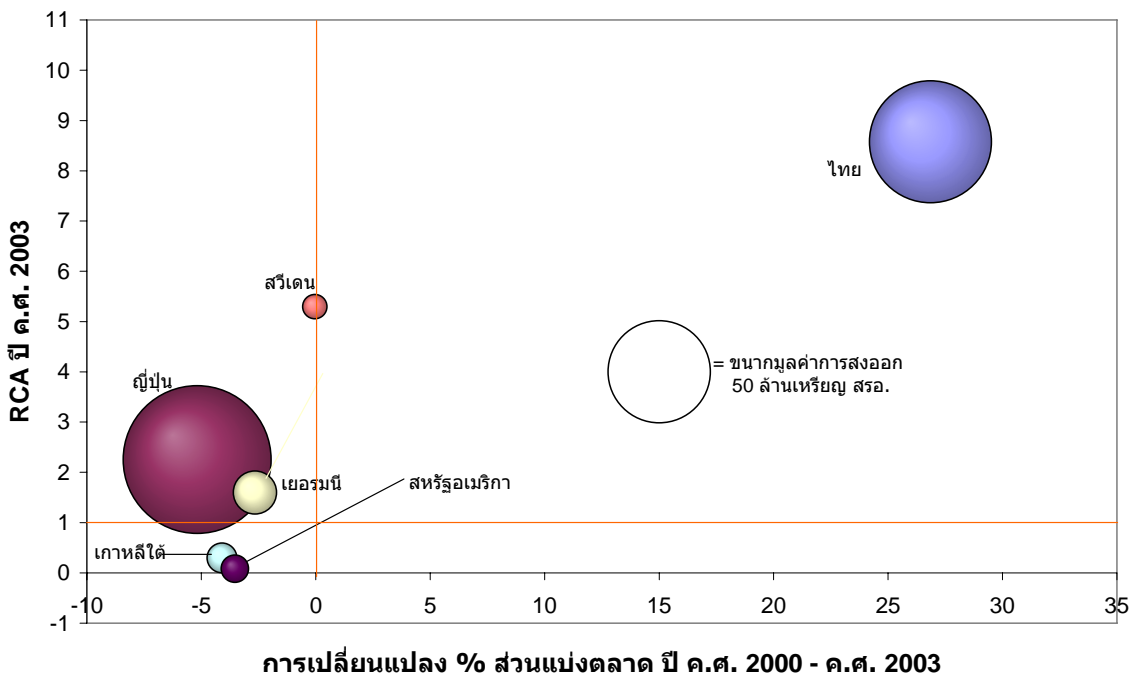


ภาพผนวก ค-6 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดออสเตรเลียในปี ค.ศ.2003

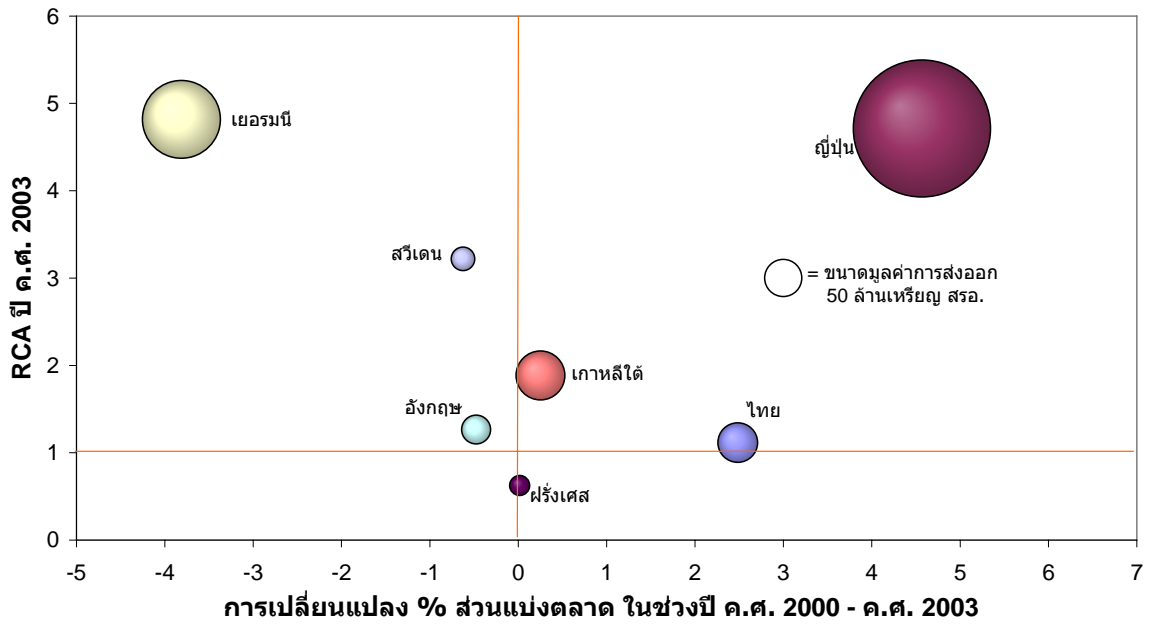




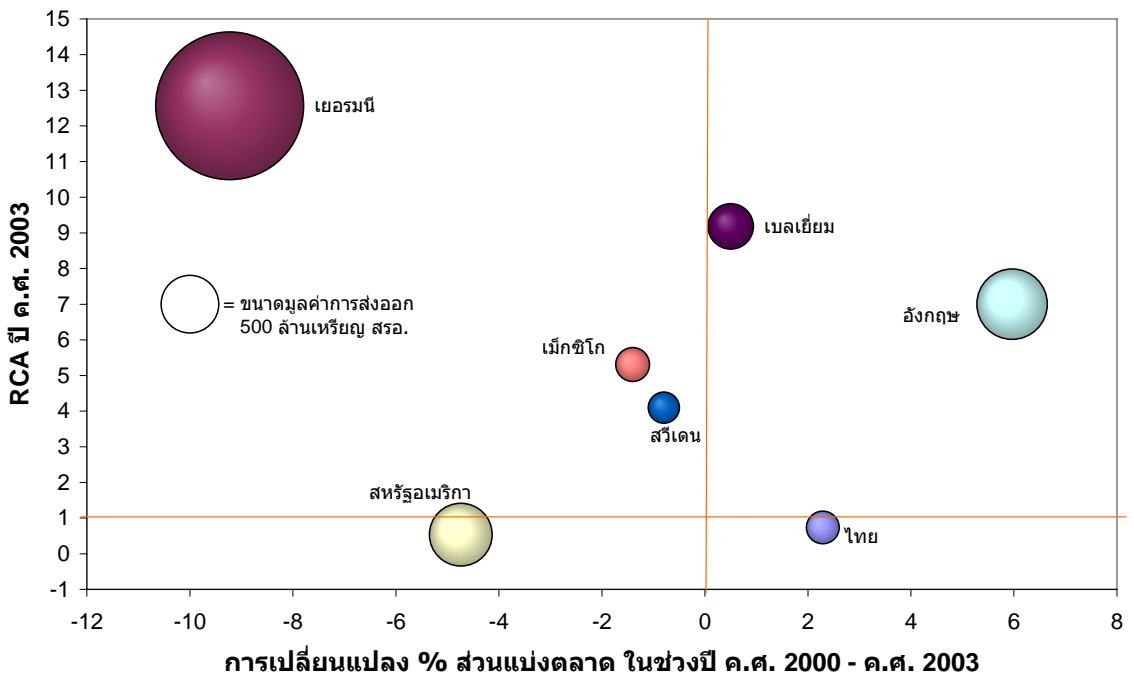
ภาพผนวก ค-7 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดอินโดนีเซียในปี ค.ศ.2003



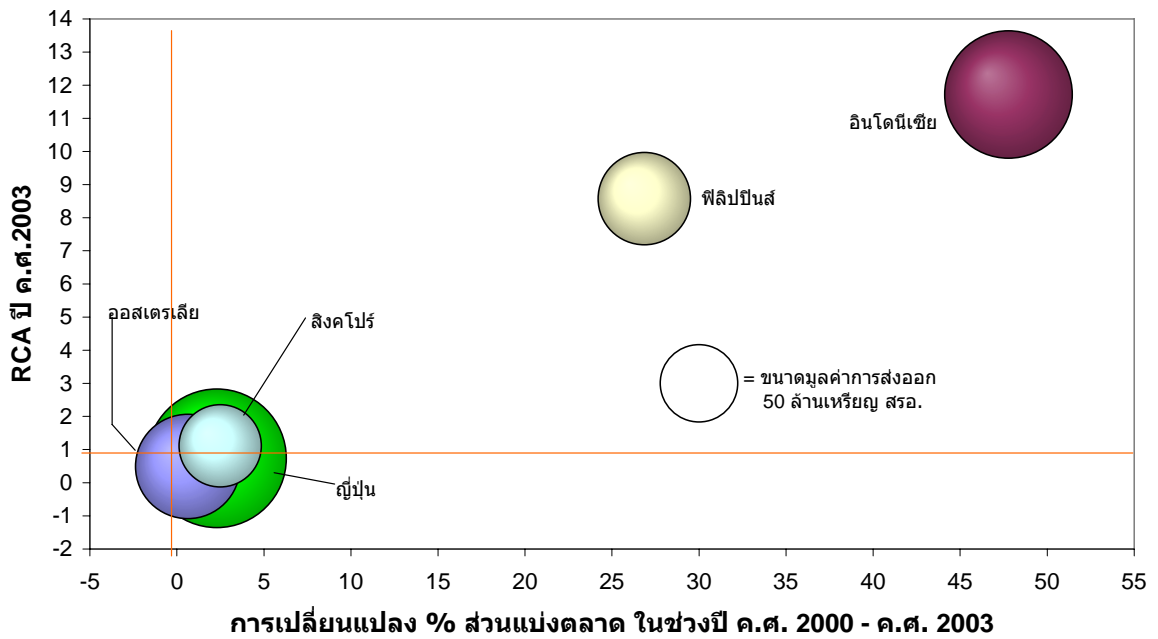
ภาพผนวก ค-8 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดฟิลิปปินส์ ในปี ค.ศ.2003



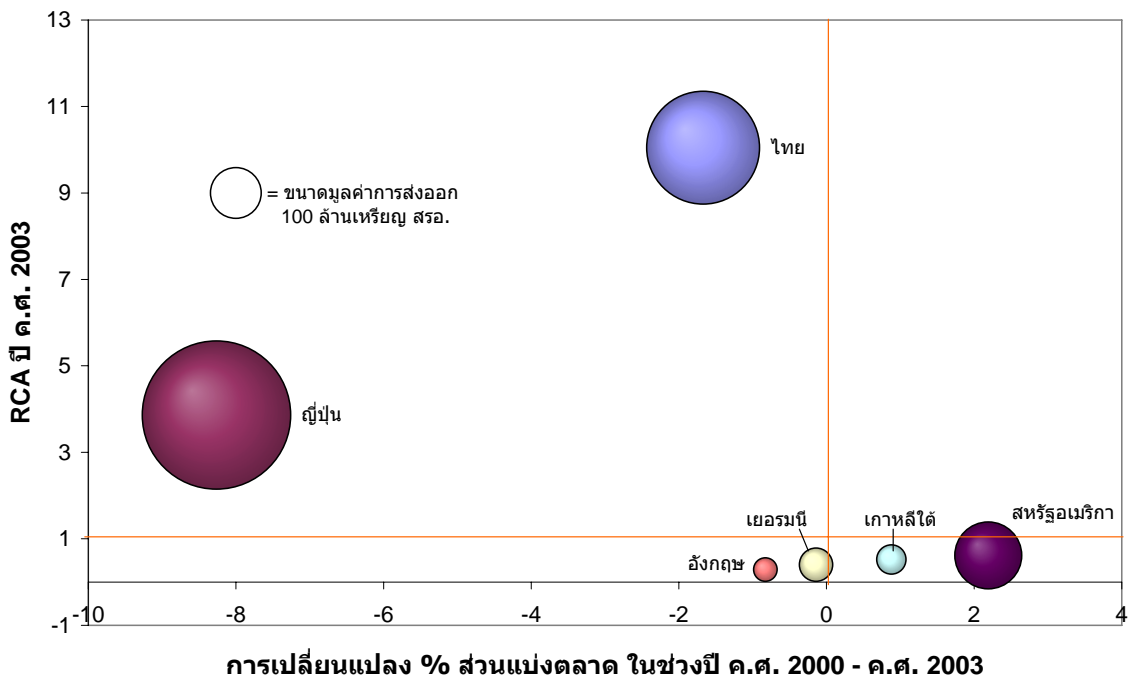
ภาพผนวก ค-9 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดสิงคโปร์ ในปี ค.ศ.2003



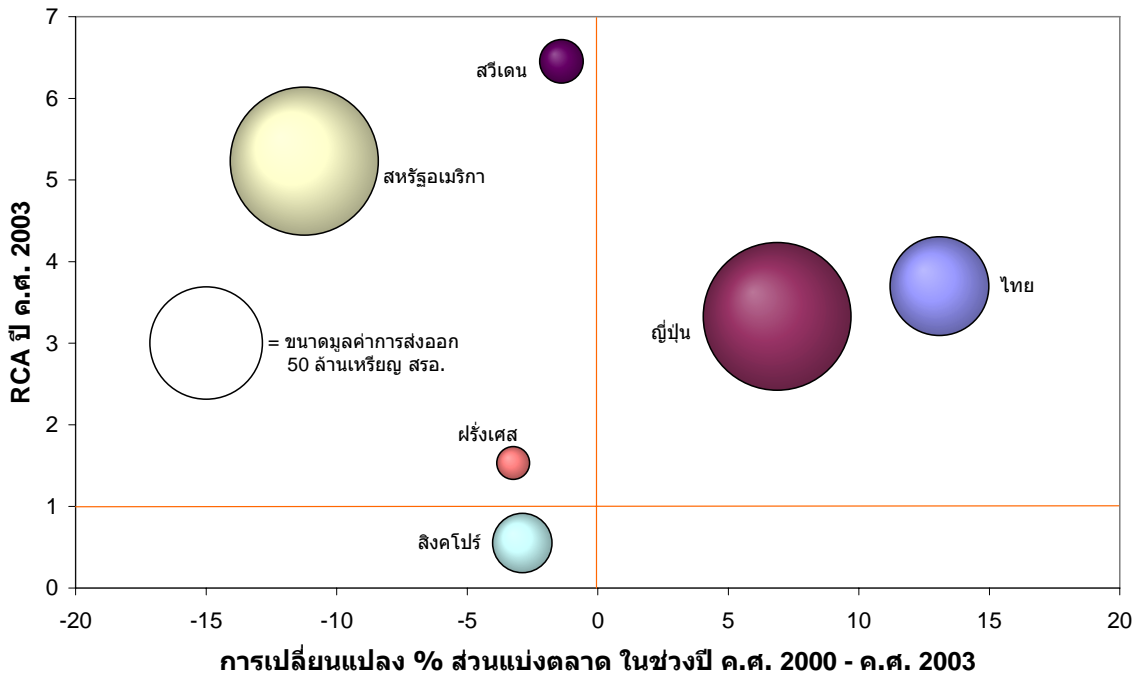
ภาพผนวก ค-10 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์นั่งของไทยกับประเทศคู่แข่งใน ตลาดญี่ปุ่น ในปี ค.ศ.2003



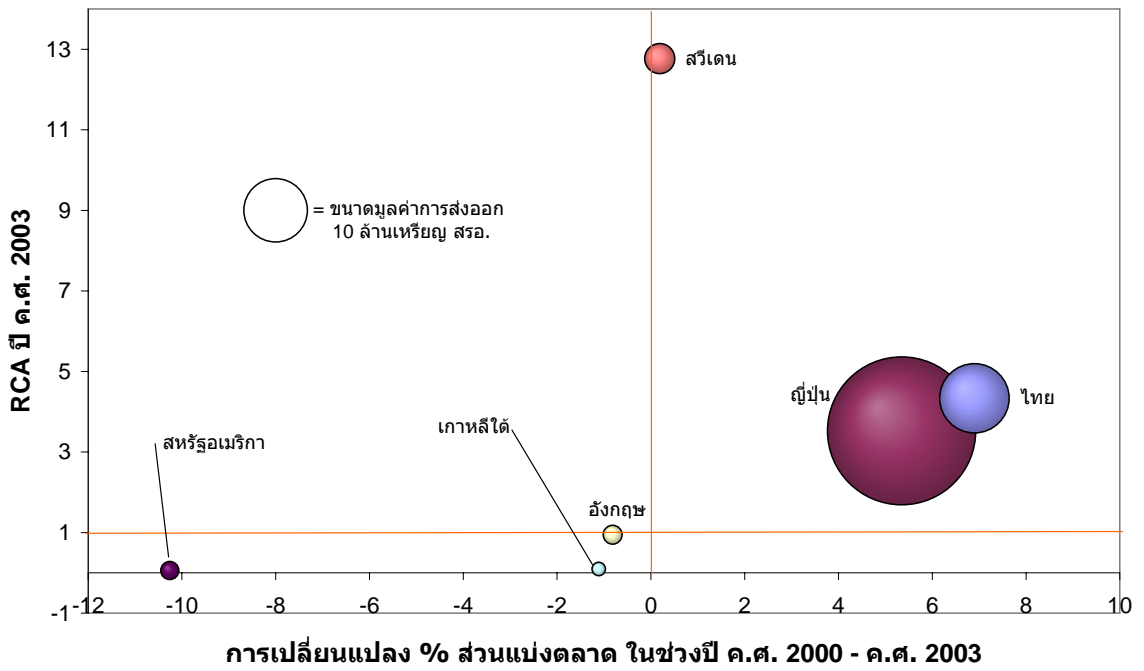
ภาพผนวก ก-11 เปรียบเทียบการส่งออกถยนต์นั่งของไทยในแต่ละตลาดคู่ค้าในปี ค.ศ. 2003



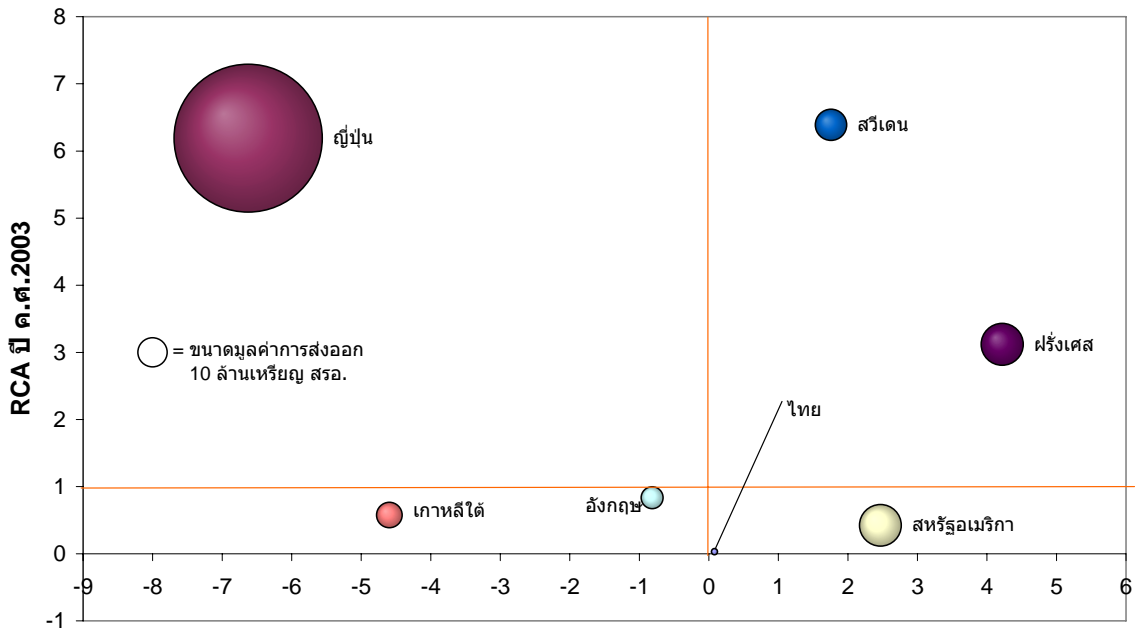
ภาพผนวก ก-12 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย กับประเทศคู่แข่งกันในตลาดออสเตรเลียในปี ค.ศ. 2003



ภาพผนวก ค-13 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย กับประเทศคู่แข่งในตลาดอินโดนีเซียในปี ค.ศ.2003

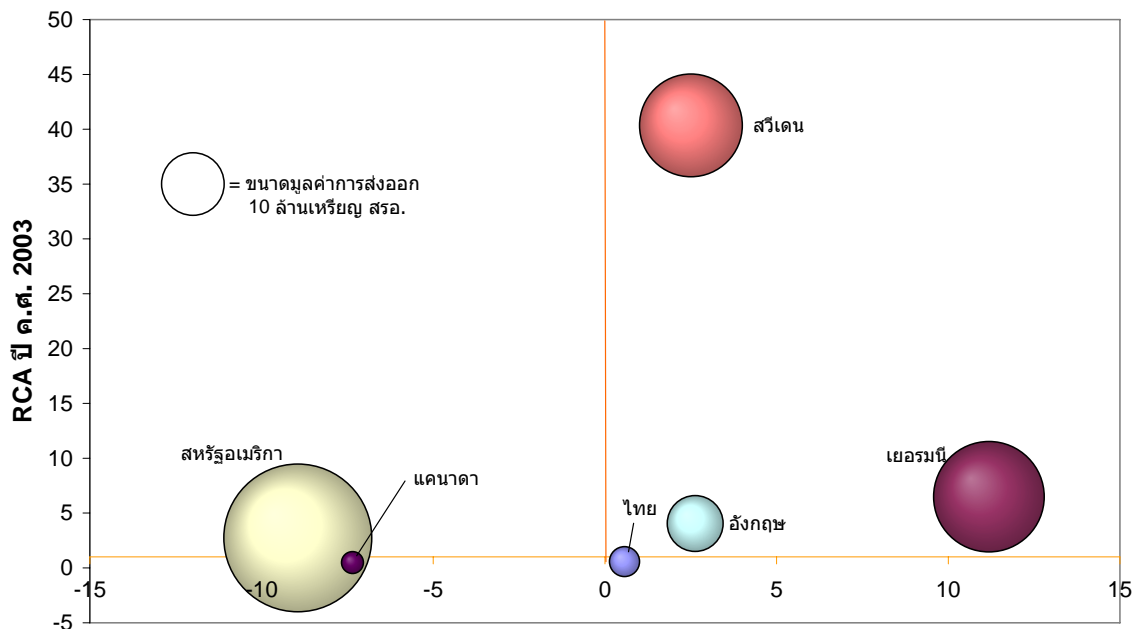


ภาพผนวก ค-13 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย กับประเทศคู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์ในปี ค.ศ.2003



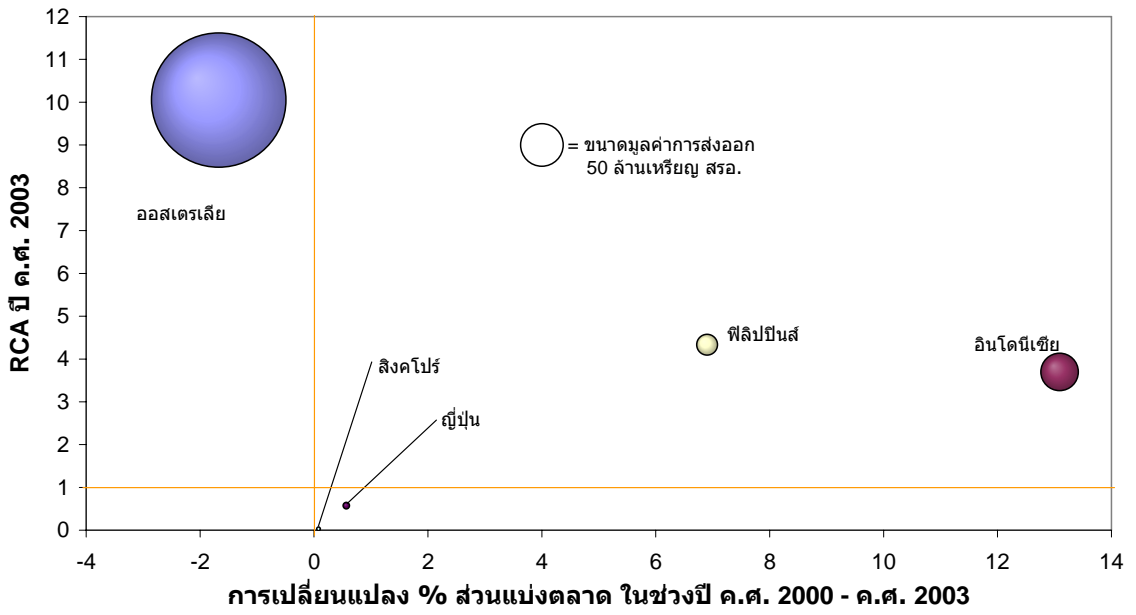
การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาด ในช่วงปี ค.ศ. 2000 - ค.ศ. 2003

ภาพผนวก ค-14 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย  
กับประเทศคู่แข่งในตลาดสิงคโปร์ในปี ค.ศ.2003

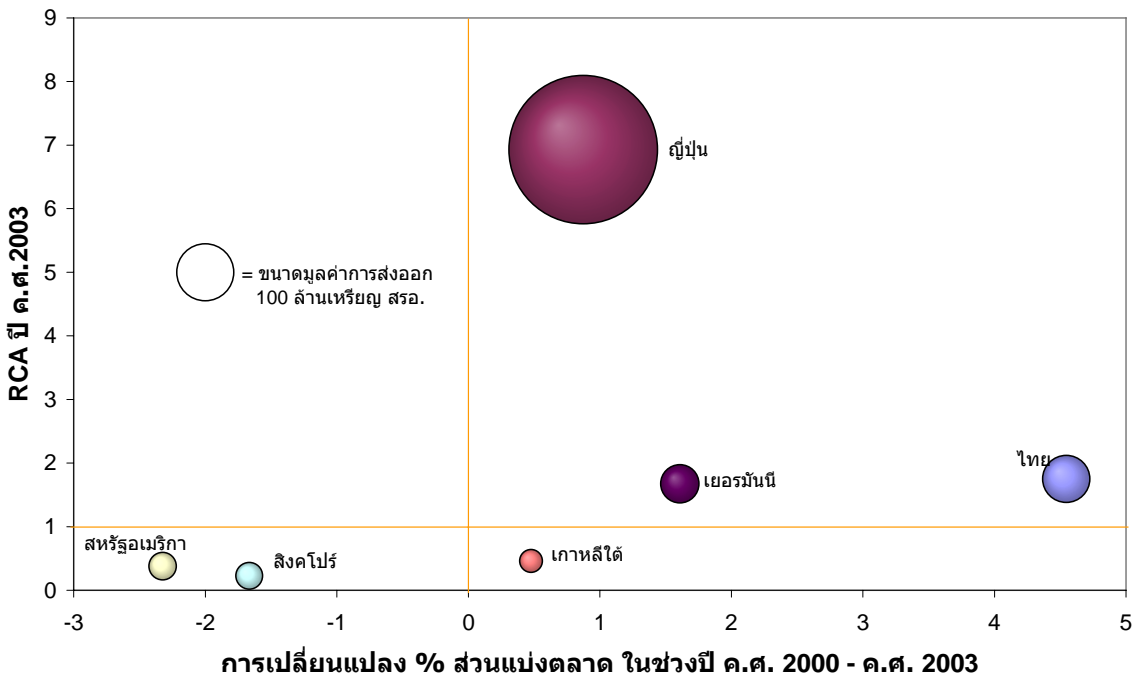


การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาด ในช่วงปี ค.ศ. 2000 - ค.ศ. 2003

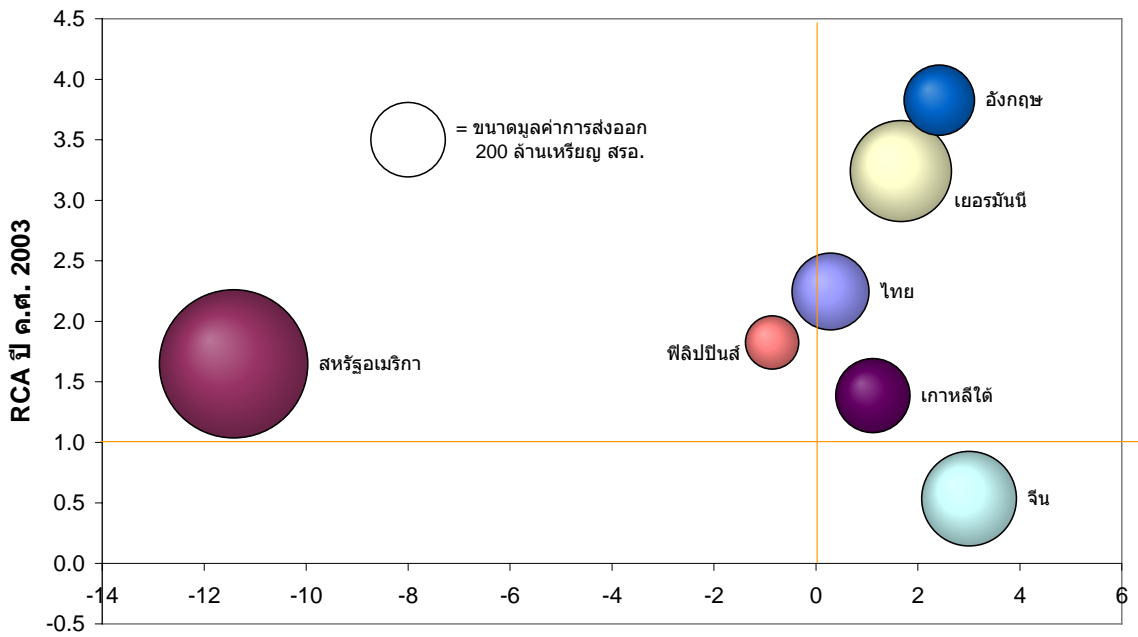
ภาพผนวก ค-15 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย  
กับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่นในปี ค.ศ.2003



ภาพผนวก ก-16 เปรียบเทียบการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทย  
ในแต่ละตลาดคู่ค้าในปี ค.ศ.2003

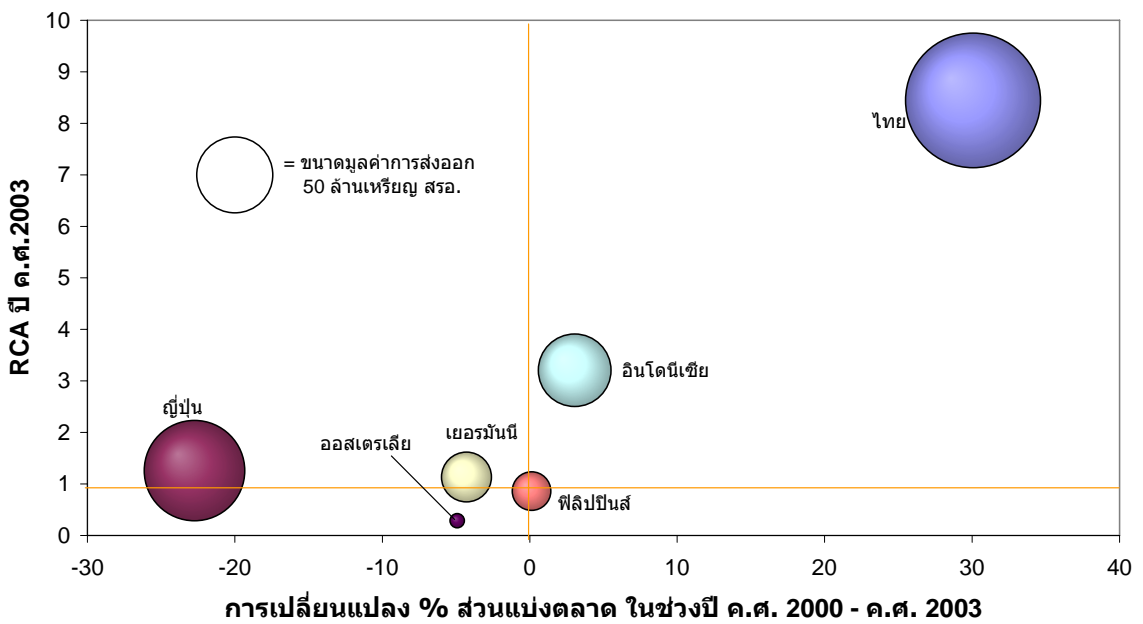


ภาพผนวก ก-17 เปรียบเทียบการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดอินโดนีเซียในปี ค.ศ.2003



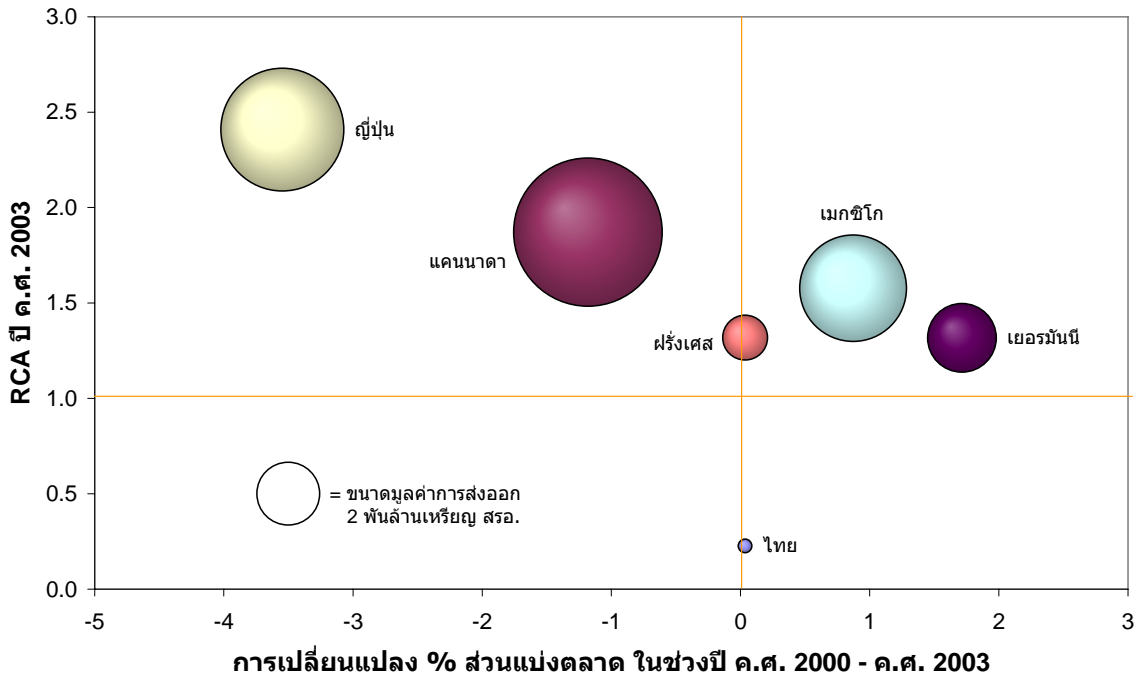
การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาด ในช่วงปี ค.ศ. 2000 - ค.ศ. 2003

ภาพผนวก ค-18 เปรียบเทียบการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดญี่ปุ่นในปี ค.ศ.2003

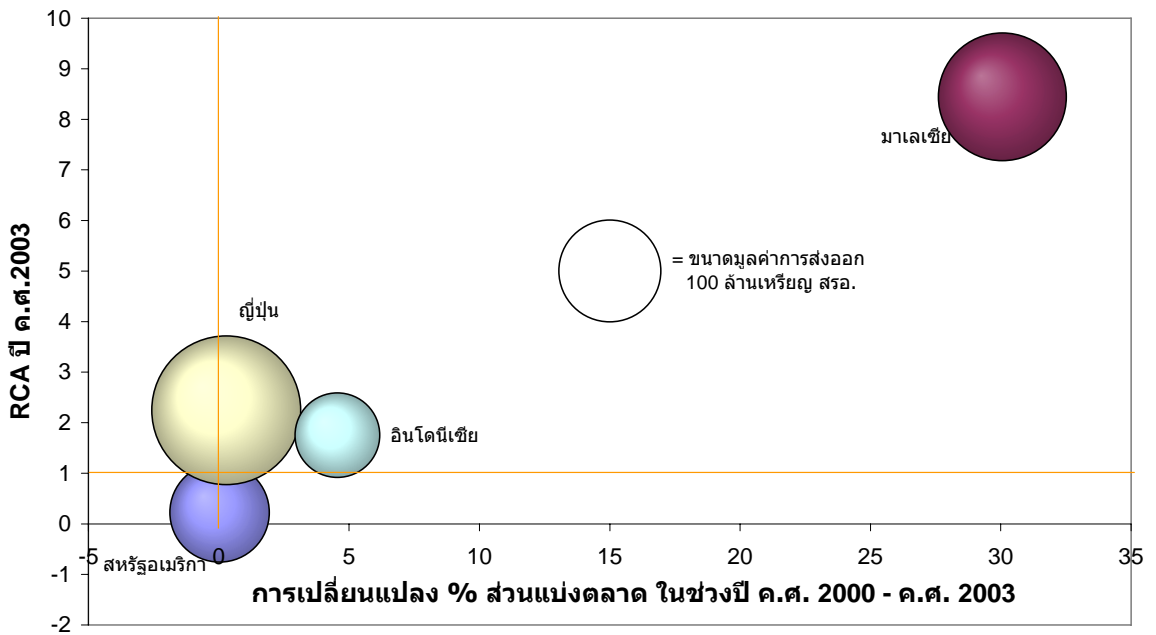


การเปลี่ยนแปลง % ส่วนแบ่งตลาด ในช่วงปี ค.ศ. 2000 - ค.ศ. 2003

ภาพผนวก ค-19 เปรียบเทียบการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่ง  
ในตลาดมาเลเซียในปี ค.ศ.2003

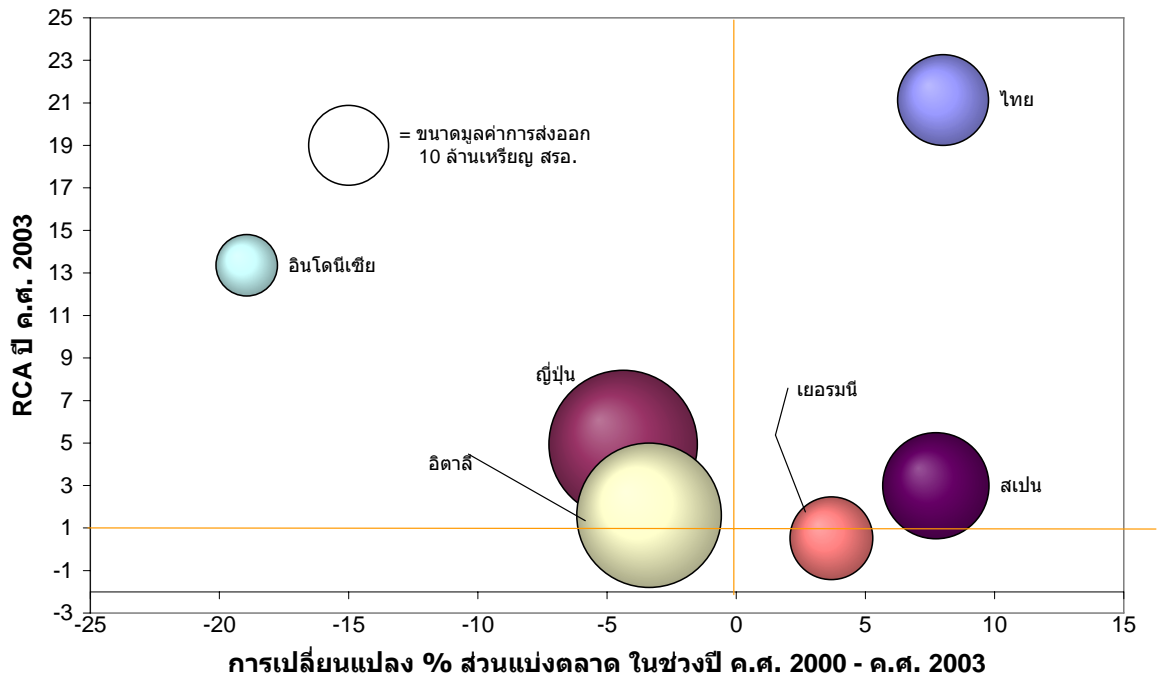


ภาพผนวก ค-20 เปรียบเทียบการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่งใน ตลาดสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.2003

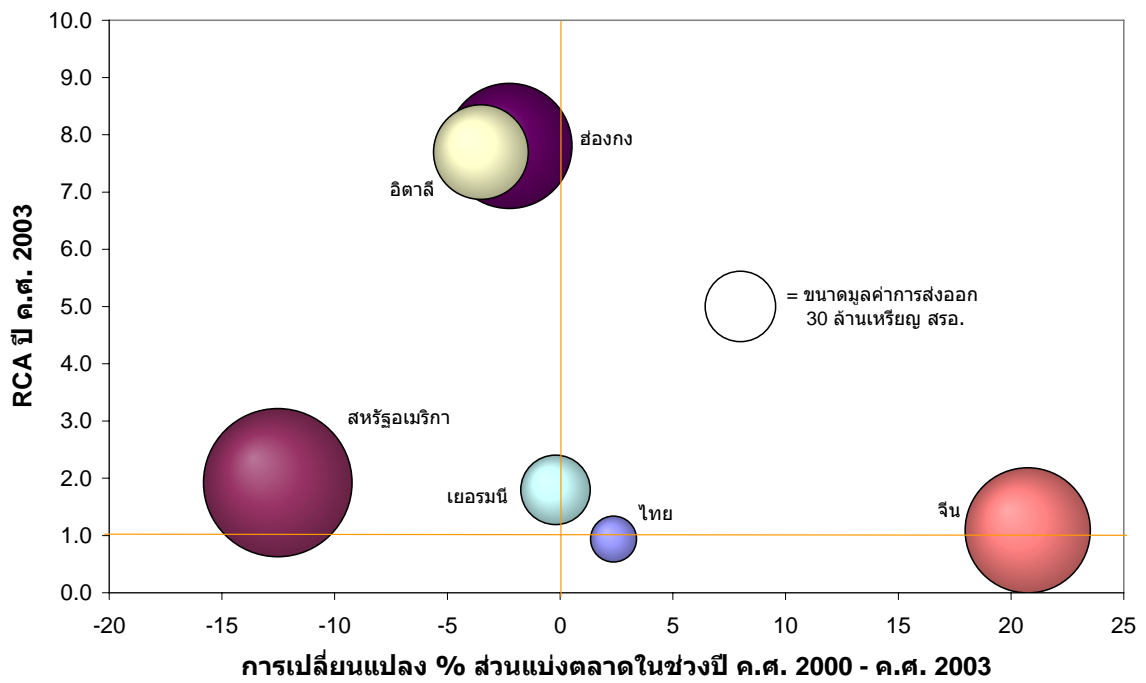


ภาพผนวก ค-21 เปรียบเทียบการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในแต่ละตลาดคู่ค้าในปี ค.ศ.2003

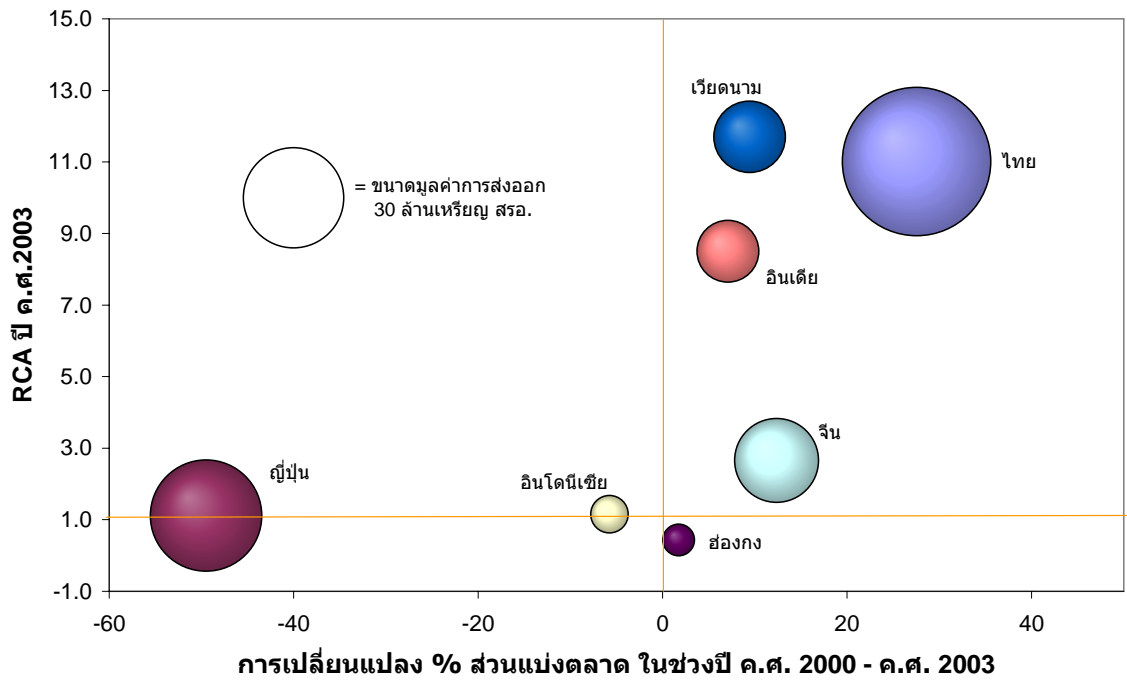




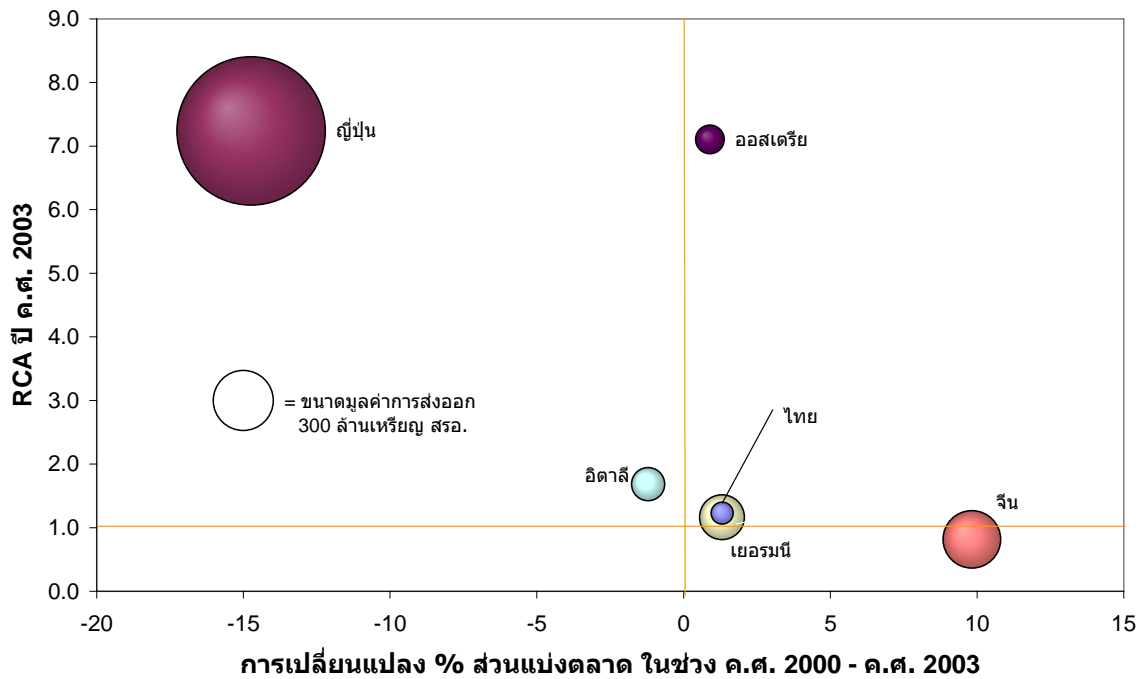
ภาพผนวก ก-22 เปรียบเทียบการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่งใน ตลาดกรีซในปี ค.ศ.2003



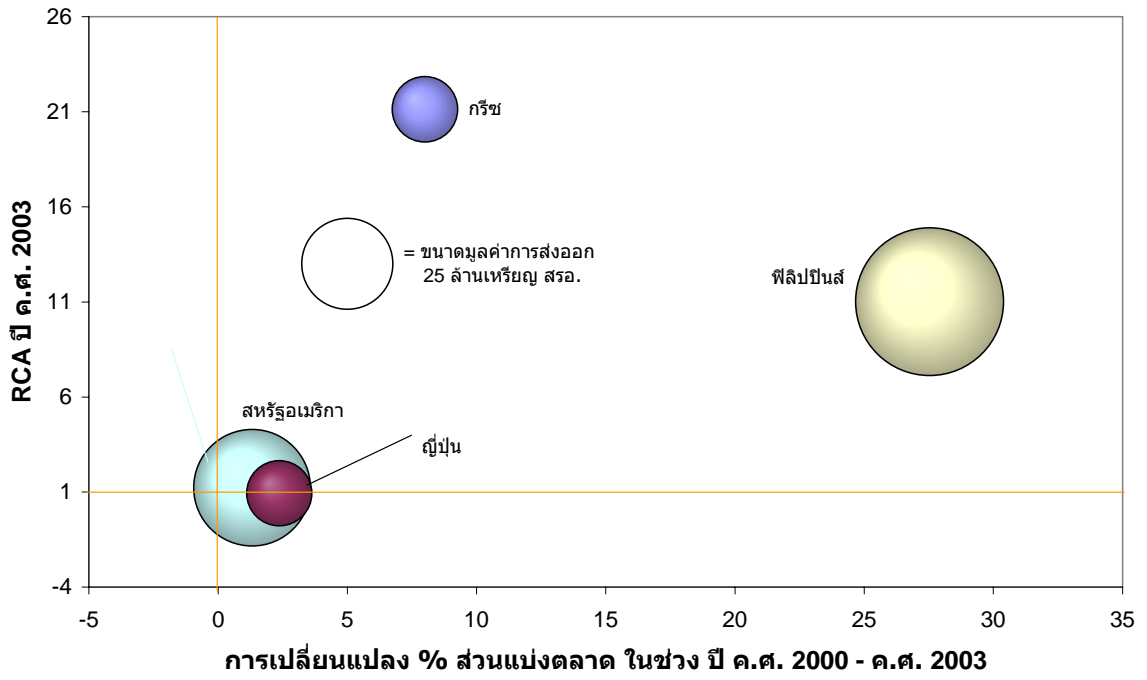
ภาพผนวก ก-23 เปรียบเทียบการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่งใน ตลาดญี่ปุ่นในปี ค.ศ.2003



ภาพผนวก ก-24 เปรียบเทียบการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่งใน ตลาดฟิลิปปินส์ในปี ค.ศ.2003



ภาพผนวก ก-25 เปรียบเทียบการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทย กับประเทศคู่แข่งใน ตลาดสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.2003



ภาพผนวก ค-26 เปรียบเทียบการส่งออกจักรยานยนต์ของไทยในแต่ละตลาดคู่ค้า ปี ค.ศ.2003

**ประวัติผู้ศึกษา**

<b>ชื่อ</b>	นายชาญชัย เจริญทองกุล
<b>วัน เดือน ปีเกิด</b>	10 มกราคม 2509
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง
<b>ประวัติการศึกษา</b>	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วศบ.โยธา) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2532 บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการงานก่อสร้าง) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2545
<b>สถานที่ทำงาน</b>	บริษัท เอ็ม. วี. เอส. คอนซัลแต้นส์ จำกัด
<b>ตำแหน่ง</b>	วิศวกรโครงการ