

บทบาทกลุ่มทุนไทยกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์



นายพิศาล รุ่งกิจวรเสถียร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

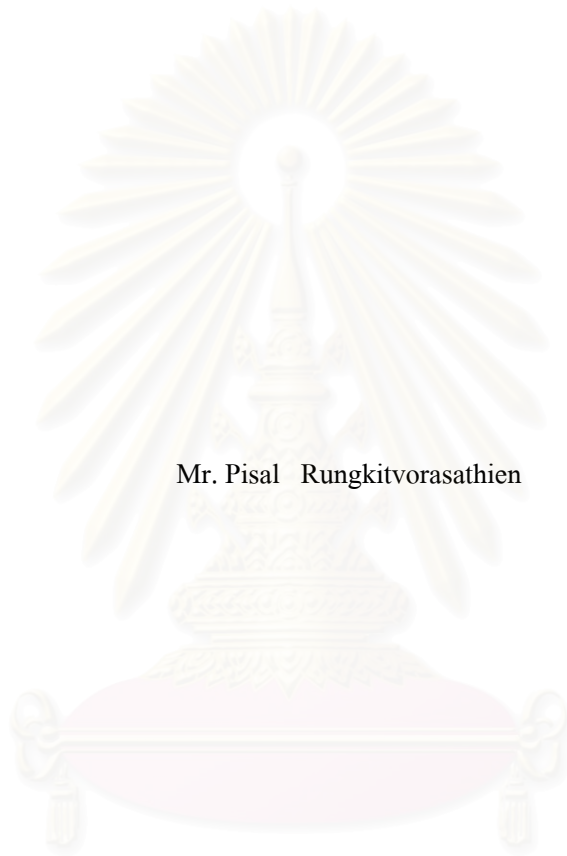
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ROLE OF THAI CAPITALIST IN TYRE INDUSTRY DEVELOPMENT



Mr. Pisal Rungkitvorasathien

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art Program in Political Economy

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University


หัวข้อวิทยานิพนธ์
โดย
สาขาวิชา
อาจารย์ที่ปรึกษา


บทบาทกลุ่มทุนไทยกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์
พิศาล รุ่งกิจวรเสถียร
เศรษฐศาสตร์การเมือง
รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล

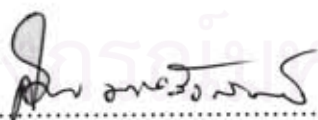
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

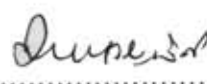

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. โสตกิธร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ มานะรังสรรค์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรวิทย์ เจริญเลิศ)

พิศาล รุ่งกิจวรเสถียร: บทบาทกลุ่มทุนไทยกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์
(ROLE OF THAI CAPITALIST IN TYRE INDUSTRY DEVELOPMENT)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล, 187 หน้า.

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนต่างๆ อันเป็นอุปสรรคต่อการเข้าไปมีบทบาทของกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ พร้อมวิเคราะห์แนวทางการปรับตัว เพื่อสร้างศักยภาพการผลิต และแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ของกลุ่มทุนภายในประเทศไทย ผ่านการศึกษาถึงนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และลักษณะการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนต่างๆ โดยจะทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลักดัน และจุดดิ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่ผ่านมา มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก สืบเนื่องจากบทบาทกลุ่มทุนต่างชาติในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมยานยนต์และยางรถยนต์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาครัฐ ทำให้กลุ่มทุนต่างชาติสามารถเข้ามามีอิทธิพลเหนือกลุ่มทุนไทย นอกจากนั้นการเกื้อหนุนจากกลุ่มทุนไทยที่เชื่อมโยงกับกลุ่มทุนการเมืองและภาครัฐ ที่มีบทบาทในการผลักดันนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และสร้างอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายให้เป็นที่ทิศทางที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมของกลุ่มทุนข้ามชาติ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยตกอยู่ภายใต้อำนาจต่อรองของบริษัทยักษ์ข้ามชาติที่มีมากกว่า เนื่องจากขาดศักยภาพการพัฒนา และสะสมทุน รวมไปถึงข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี เครื่องจักรอุตสาหกรรม และกลไกการบริหารเครื่องจักรการผลิต รวมทั้งการเชื่อมโยงถึงตลาดยางรถยนต์ที่ยังค้ำคองกว่ากลุ่มบริษัทยักษ์ข้ามชาติ การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย จึงมีลักษณะพึ่งพิงทุนข้ามชาติ และกลุ่มทุนการเมือง ทำให้กลุ่มทุนยางรถยนต์ไทยพัฒนาได้ช้า และมีสภาพเป็นกลุ่มทุนขนาดเล็ก เนื่องจากขาดเงินทุนในการวิจัย และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต และขาดบุคลากรผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างงานวิจัยเพื่อพัฒนาระดับกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานของทั้งตลาดใน และนอกประเทศ ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มทุนไทยผลิตยางรถยนต์บรรทุกประเภทยางไบอัส (Bias Tyre) มากกว่าการผลิตยางเรเดียล (Radial Tyre) ที่มีความซับซ้อนในการผลิต และใช้เงินลงทุนสูงกว่า

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กลุ่มทุนยางรถยนต์ของไทยมีบทบาทอันจำกัดในการสร้างอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของนโยบายรัฐ และตลาดยางรถยนต์ เนื่องจากการกีดกันจากกลุ่มทุนข้ามชาติ ทำให้กลุ่มทุนไทยขาดโอกาสในการเติบโต และจำเป็นต้องอาศัยกลไกของรัฐสนับสนุนให้กลุ่มทุนไทยสามารถแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์การเมือง.....ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา.....2549.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

#468 60021 29: MAJOR POLITICAL ECONOMY

KEY WORD: TYRE INDUSTRY/ THAI CAPITALIST

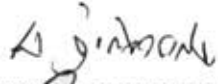
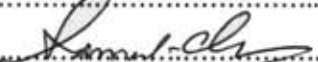
PISAL RUNGKITVORASATHIEN: ROLE OF THAI CAPITALIST IN TYRE INDUSTRY

DEVELOPMENT: THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. SAMART CHIASAKUL, 187 PP.

This Thesis aims to analyze the interactions among different businesses, which pose as a barrier to the role of domestic business groups in developing the national tyre industry. The thesis studies the investment promotion policy of the Board of Investment characteristics of different business groups so that it may be understood how domestic business groups have adjusted themselves in order to build production capacity and competitiveness in the national tyre industry

The study finds that the development of tyre industry has significant effect on the current development of the industry due to the role of multinational corporations in connecting the automobile and tyre industries, an action has been promoted and provided cooperation by public sector and resulted in the dominance of multinational corporations' influences over domestic business groups. Furthermore, with the help of business groups with ties to political groups and public sector and their role in influencing the policy-making to the benefits of multinational corporations, the domestic business groups have become subordinate to the higher bargaining power of multinational corporations. This situation is also attributed to the lack of capacity in developing and capital accumulation, in addition to technological constraints, industrial networks, effective mechanism in managing production networks and connectivity to tyre market, all of which are capacities that multinational corporations have an advantage over domestic groups. The tyre industries development in Thailand, thus, has a characteristic of depending on multinational corporations and political groups, which slows the progress of the development, due to insufficient investment in research and developing (R&D) to increase production efficiency and personnel with expertise in development business R&D and production progress to the national and international standard. Majority of domestic business groups do produce Bias Tyre rather than Radial Tyre due to the complexity involved with the production process

Therefore, it can be summarized that the domestic tyre business groups play a marginal role in influencing the direction of public policy and tyre market due to the barriers created by multinational corporations, Such factor limits an opportunity for growth and creates a needs for state promotion in order for the industry to effectively compete in the national market.

Field of study.....Political Economics..... Student's Signature.....
Academic Year.....2006..... Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือพร้อมให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์สามารถ เกษกุล อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำและให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา รวมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ. ที่นี้ นอกจากนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ที่กรุณามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ มานะรังสรรค์ และรองศาสตราจารย์ ดร. วรวิทย์ เจริญเลิศ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ทุกท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์นี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

โอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่ได้ให้กำลังใจและให้การสนับสนุน และขอขอบคุณเพื่อนทุกคน ที่ได้มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลงได้ด้วยดี รวมทั้งขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ท้ายนี้ข้าพเจ้าหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และขอมอบคุณประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	8
1.5 วิธีที่ใช้ในการศึกษา.....	9
1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	10
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบัน.....	12
2.1.1 นโยบายสาธารณะตามแนวคิดนโยบายเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม.....	13
2.1.2 ทฤษฎีค่าเช่าและการแสวงหาค่าเช่า (Rent-seeking Theory).....	20
2.1.3 ทฤษฎีอิทธิพลของบริษัทแม่กับตัวแทน (Principal-Agent Theory).....	21
2.1.4 ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory).....	22
2.1.5 ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติ (MNCs Theory).....	23
2.2 แนวคิดระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหรือแบบโครงสร้าง.....	27
2.2.1 ทฤษฎีว่าด้วยบทบาทรัฐในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม.....	27
2.2.2 แนวคิดแบบเครือข่ายการผลิตและอุตสาหกรรม.....	32
2.2.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมตลาด.....	34
2.3 การพัฒนาการอุตสาหกรรมจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ.....	35
2.3.1 เศรษฐกิจทางการค้าระหว่างประเทศ.....	36

บทที่	หน้า
2.3.2 การพัฒนาการอุตสาหกรรมของประเทศ.....	41
2.3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมจากแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3. อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย.....	53
3.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ.....	54
3.1.1 นโยบายยางพาราของไทย.....	54
3.1.2 โครงสร้างการผลิตยางธรรมชาติ.....	55
3.1.3 การบริโภคยางธรรมชาติ และ ตลาดการค้ายางธรรมชาติในตลาดโลก.....	58
3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์.....	63
3.2.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมยานยนต์.....	66
3.2.2 โครงสร้างตลาดรถยนต์.....	69
3.2.3 แนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์.....	73
3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	74
3.3.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	76
3.3.2 โครงสร้างการผลิตยางรถยนต์.....	76
3.3.3 โครงสร้างตลาดยางรถยนต์.....	89
4. วิเคราะห์บทบาทกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	97
4.1 โครงสร้างกลุ่มทุนและกลุ่มที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	98
4.2 วิเคราะห์บทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	103
4.2.1 พัฒนาการของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	105
4.2.1.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย.....	106
4.2.1.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนข้ามชาติ.....	107
4.2.1.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของจีน.....	109
4.2.1.4 เปรียบเทียบการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยกับ มาเลเซียและอินโดนีเซีย.....	112
4.2.2 นโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	113
4.2.2.1 นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	113
4.2.2.2 นโยบายส่งเสริมการลงทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	114

บทที่	หน้า
4.2.2.3 นโยบายทางด้านการผลิต และการค้าที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์...	115
4.2.2.4 นโยบายการค้าเสรี กับการกีดกันการค้า.....	117
4.2.3 ประเทศไทยขาดนโยบายที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต้นน้ำกับกลางน้ำ	118
4.2.4 บทบาทกลุ่มทุนต่างๆ ที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	119
4.2.4.1 บทบาทกลุ่มทุนข้ามชาติในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	120
4.2.4.2 บทบาทกลุ่มสถาบันที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	122
4.2.4.3 บทบาทของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	128
4.2.5 ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนต่างๆ ระหว่างอุตสาหกรรมยางรถยนต์กับยานยนต์.	131
4.3 วิเคราะห์เครือข่ายอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย.....	132
4.4 วิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์....	140
4.4.1 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสามารถของกลุ่มทุนในประเทศไทย.....	140
4.4.2 ผลกระทบจากนโยบายของรัฐต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	141
4.4.3 เปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างการผลิตยางรถยนต์ในประเทศกับการนำเข้า	148
4.4.4 การสร้างภาวะของการกีดกันตลาดจากกลุ่มทุนข้ามชาติ.....	149
4.4.5 การสร้างการยอมรับจากการบริโภคในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์.....	150
4.4.6 การสนับสนุนการแข่งขันของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย.....	156
5. สรุปผล และข้อเสนอแนะการศึกษา.....	166
สรุปผลการศึกษา.....	167
5.1 บทบาทกลุ่มทุนในการสร้างกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย.....	168
5.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	170
5.3. ศักยภาพของไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์	170
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	177
รายการอ้างอิง.....	179
ภาคผนวก.....	183
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	187

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของโลก.....	57
2 ปริมาณการผลิตยางแปรรูปในประเทศ.....	58
3 การส่งออกยางพาราของประเทศผู้ผลิต.....	59
4 มูลค่าการส่งออกของสินค้ายางและผลิตภัณฑ์ยาง.....	61
5 การนำเข้ายางธรรมชาติสุทธิของประเทศผู้นำเข้า.....	61
6 มูลค่าการนำเข้าของสินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง.....	62
7 การปริมาณการผลิตรถยนต์แต่ละประเภท.....	69
8 การปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย.....	70
9 มูลค่าการนำเข้ารถยนต์ในประเทศไทย.....	71
10 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ และชิ้นส่วนของประเทศไทย.....	71
11 จำนวนรถแยกตามประเภทที่จดทะเบียน ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2548.....	72
12 สัดส่วนการใช้วัตถุดิบในการผลิตยางรถยนต์.....	84
13 ปริมาณการผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศ.....	88
14 ปริมาณการนำเข้า และส่งออกยางรถยนต์ในประเทศไทย.....	91
15 มูลค่าการส่งออกยางรถยนต์เรเดียล (Radial).....	95
16 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ.....	95
17 แสดงอันดับส่วนแบ่งการตลาดยางรถยนต์ของโลก.....	108
18 แสดงกลุ่มทุนข้ามชาติที่ เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย.....	121
19 แสดงการเติบโตของการผลิตและการจำหน่ายยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ.....	130
20 แสดงกลุ่มทุนไทยที่ เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย.....	133
21 แสดงรหัสกำหนดความเร็วบนยางเรเดียลสำหรับรถทั่วไป.....	184
22 แสดงขนาดของยางที่สามารถใช้ทดแทนกันได้.....	186

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงการวิเคราะห์หีบหบาทของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	10
2 แสดงโครงสร้างการนำยางธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์.....	55
3 แสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมรถยนต์.....	66
4 แสดงโครงสร้างอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	75
5 กรรณวิธีการผลิตยางรถยนต์.....	77
6 แสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	99
7 แสดงความสัมพันธ์ในเครือข่ายอุตสาหกรรมยางรถยนต์.....	139

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจและสังคมไทยในปัจจุบันมีการเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ให้มีบทบาทสำคัญหรือเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตจนอาจนับเป็นปัจจัยที่ 5 ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตที่มีการแข่งขันกันสูง และต้องอาศัยรถยนต์เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวก เพื่อให้การดำเนินธุรกิจนั้น ประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมายในด้านการขนส่งได้ การให้ความสำคัญกับรถยนต์ไม่ได้อยู่ที่การได้รับความสะดวกในการเดินทางเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในการสะท้อนภาพของภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความต้องการมากขึ้น เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ นอกเหนือไปจากการวัดระดับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของอัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อของประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อในการสร้างความมั่นใจของผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นเครื่องมือในการวัดระดับภาวะเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง ดังนั้นการผลิตรถยนต์ใหม่ (Unit New Auto Sales) จึงใช้เป็นดัชนีชี้แนวทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ที่แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของภาคธุรกิจภาครถยนต์ ยังมีฐานะเป็นเครื่องวัดขีดความสามารถการผลิต และการรักษาระดับการผลิตของประเทศ¹ ซึ่งประเทศที่ต้องการพัฒนาสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรม จะมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ให้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ เนื่องจากก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีการเชื่อมโยงอย่างกว้างขวางในระบบเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมนี้มีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่มีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม และการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในประเทศพัฒนาแล้ว และเป็นช่องทางการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์แก่ประเทศกำลังพัฒนา ที่มีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมยางรถยนต์เป็นชิ้นส่วนชิ้นส่วนชิ้นหนึ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์

ยางรถยนต์เป็นสำคัญที่ทำให้รถยนต์สามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย ทั้งยังทำหน้าที่ช่วยหยุดรถยนต์ให้ได้ตามต้องการของผู้ขับขี่รถยนต์ด้วย พัฒนาการของยางรถยนต์เริ่มจากการเปลี่ยนแปลงล้อรถยนต์ที่เป็นใช้ล้อเหล็กมาเป็นการใช้ล้อยางในปี พ.ศ. 2382 โดยชาลส์ กู๊ดเยียร์ นักประดิษฐ์ชาวอเมริกัน ได้นำเอายางธรรมชาติหรือยางพารามาสังเคราะห์โดยใช้สารเคมี

¹ เสาวลักษณ์ เชษฐาวิวัฒนา คู่มือไขปริศนาดัชนีชี้แนวทางเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 2539 หน้า 45-46

เพื่อให้ช้างธรรมชาติแข็งแกร่งเกิดความเหนียวแน่น และทนทานต่อการใช้งาน ซึ่งก่อนหน้านี้ได้มีการทดลองหลายครั้งแต่ก็ล้มเหลว การค้นพบครั้งนั้นเป็นการบังเอิญที่ได้ทำกำมะถันหกใส่ช้าง และทำให้ช้างแข็งแกร่ง การทำให้ช้างธรรมชาติแข็งแกร่ง ทำให้มีการประดิษฐ์คิดค้น และปรับปรุงพัฒนาแก้ไขคัดแปลงยางรถยนต์ให้มีความปลอดภัย สะดวก เพิ่มความเร็วในการขับเคลื่อนและประหยัดพลังงานได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2436 โดย เฮนรี ฟอร์ด ชาวอเมริกัน เป็นบุคคลแรกที่ประสบความสำเร็จในการผลิตรถยนต์แบบอุตสาหกรรม และได้จัดตั้ง ฟอร์ด มอเตอร์ ขึ้นในปี พ.ศ. 2446 โดยรถยนต์คันแรกที่ผลิตได้เป็นรถยนต์นั่ง และนำออกจำหน่ายเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2446 ซึ่งเป็นเวลาผ่านมาประมาณ 103 ปี² และกู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์รับเบอร์ เป็นผู้ผลิตรถยนต์รายแรกของสหรัฐอเมริกาถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2441 โดยมีการตั้งชื่อให้เป็นเกียรติกับชาลส์ กู๊ดเยียร์ ซึ่งเป็นนักประดิษฐ์ที่ชื่อเสียงมากของโลก

สำหรับประเทศไทยได้มีการนำยางรถยนต์ชุดแรกเข้ามาพร้อมกับรถยนต์คันแรกที่นำเข้ามาในประเทศไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อปี พ.ศ. 2447 เมื่อจำนวนรถยนต์มีมากขึ้นก่อให้เกิดธุรกิจยางรถยนต์ โดยยุคแรกเป็นยางรถยนต์ที่สั่งเข้าจากต่างประเทศเพื่อเป็นอะไหล่ โดยมีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ประกอบด้วย

1. ยางรถยนต์ “ไฟร์สโตน” จากอเมริกา นำเข้าโดยบริษัท บอร์เนียว จากอังกฤษ
2. ยางรถยนต์ “ดันลอป” จากอังกฤษ นำเข้าโดยบริษัท แองโกลไทย จากอังกฤษ
3. ยางรถยนต์ “กู๊ดเยียร์” จากอเมริกา นำเข้าโดยบริษัท ดีทแฮล์ม จากสวีเดน
4. ยางรถยนต์ “คอนติเนนตัล” จากเยอรมัน นำเข้าโดยบริษัท อีสเอเชียติก จากเดนมาร์ก
5. ยางรถยนต์ “พีเรลลี่” จากอิตาลี นำเข้าโดยบริษัท โซเซียต้า จากอิตาลี
6. ยางรถยนต์ “บริดจิสโตน” จากญี่ปุ่น นำเข้าโดยบริษัท วีรวรรณ ของตระกูลวีรวรรณ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมาประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการพัฒนาอุตสาหกรรมจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งสำคัญ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในหลาย ๆ ด้าน ปรากฏว่าในปี พ.ศ. 2503 ซึ่งเป็นปีที่สังคมไทยกำลังอยู่ในช่วงแห่งการเร่งรัดพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะกิจการรถยนต์ที่ส่งผลให้กิจการต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาประเทศในรัฐบาลของ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ และเมื่อปี พ.ศ. 2503 ได้มีตัวแทนจำหน่ายที่นำเขารถยนต์นั่งสำเร็จรูปจากต่างประเทศ (Completely Buildup: CBU) ได้ขออนุญาตจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นภายในประเทศ ซึ่งรัฐบาลในสมัยนั้น ได้มีแนวนโยบายที่จะสนับสนุนการผลิตในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้า (Import Substitution Policy) จึงได้อนุญาตให้ผู้ผลิตเองไกล

² ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูย์. สุดยอดเจ้ายุทธจักรรถยนต์: บางกอกพรินติ้ง, 2546. หน้า 15-16.

ไทย มอเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าฟอร์ด (FORD) จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย โดยการนำเข้าชิ้นส่วนประกอบครบชุด (Completely knock-down: CKD) จากต่างประเทศมาประกอบรถยนต์นั่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา จึงถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศไทย

เมื่อโรงงานประกอบรถยนต์เพิ่มมากขึ้น และต้องการใช้ยางรถยนต์เพิ่มขึ้น รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนการผลิตยางรถยนต์เพื่อทดแทนการนำเข้า (Import Substitution industry) อุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่เกิดขึ้นในประเทศ จากการเริ่มดำเนินการของบริษัท ยางสยาม จำกัด ในปี พ.ศ. 2505 ด้วยทุนจดทะเบียน 45 ล้านบาท เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท ไพร่สโตน ไทร์แอนด์รีบบอร์ คอมปานี สหรัฐอเมริกาในอัตราส่วนร้อยละ 55 กับผู้ถือหุ้นคนไทยในอัตราส่วนร้อยละ 45 ภายใต้ชื่อบริษัท ยางไพร์สโตน (ประเทศไทย จำกัด) เมื่อปี พ.ศ. 2506 มีผู้ผลิตรายแรกที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล โดยได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีศุลกากร สำหรับวัตถุดิบ และเครื่องจักรอุปกรณ์โรงงาน เป็นเวลา 5 ปี นับเป็นบริษัทข้ามชาติแรกในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และได้เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2507 จากนั้นก็มีผู้ผลิตที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน คือ ไทยบริดจิสโตน จากญี่ปุ่นเป็นการลงทุนร่วมระหว่างไทยกับญี่ปุ่น โดยเริ่มมีการผลิตในปี พ.ศ. 2512 ขณะเดียวกันยังได้ผลิตยางยี่ห้อไซเบอร์ลิง และในปี พ.ศ. 2512 ได้มีผู้ผลิตยางรถยนต์ของไทยอีกบริษัท คือ อุตสาหกรรมผลิตยางยูนิเวอร์แซล ซึ่งปัจจุบันได้เลิกกิจการไปแล้ว ส่วนผู้ผลิตที่ได้รับบัตรการส่งเสริมลงทุนรายสุดท้ายในยุคแรกคือ ผู้ผลิตยางก๊วยเชียร์ เป็นการลงทุนร่วมระหว่างไทยกับอเมริกา ซึ่งได้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขณะที่ผู้ผลิตยางสยามจะมีการนำเข้าตลาดหลักทรัพย์ แต่ก็ได้อถอนออกไป

ในปี พ.ศ. 2521 ทางบริษัท บริษัท ยางสยาม จำกัด ได้ขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 25-30 ของกำลังการผลิตเดิม ซึ่งแล้วเสร็จในปี 2524 จากนั้นในปี พ.ศ. 2525 กลุ่มทุนบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนแทนบริษัท ไพร่สโตน ไทร์แอนด์รีบบอร์ คอมปานีสหรัฐอเมริกา และได้ทำการเปลี่ยนชื่อจากบริษัท ยางไพร์สโตน (ประเทศไทย จำกัด) เป็น บริษัท ยางสยาม จำกัด (SIAM TYRE COMPANY LIMITED) ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ของไทย แต่หลังจากนั้นไพร์สโตนในประเทศอเมริกาได้ถูกซื้อกิจการโดยกลุ่มผู้ผลิตยางบริดจิสโตนประเทศญี่ปุ่น ส่งผลให้กลุ่มไพร์สโตน (ประเทศไทย) ได้สิ้นสุดลง ส่งผลให้ผู้ผลิตยางสยามหันไปร่วมทุนกับมิซลิน ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ยักษ์ใหญ่แห่งฝรั่งเศส ที่ทำการผลิตยางรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย³

³ วิรัตน์ แสงทองคำ. ยุทธศาสตร์ความยิ่งใหญ่เครือซีเมนต์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : พีเพรส จำกัด, 2543, หน้า83-84.

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ตกต่ำลงในปี พ.ศ. 2540 ทำให้การผลิต และการจำหน่ายรถยนต์มีการเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจ โดยยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศลดลงอย่างมากจาก 589,126 คันในปี พ.ศ. 2539 เหลือเพียง 363,156 คันในปี พ.ศ. 2540 หรือตกลงเท่ากับร้อยละ 38.56 ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการผลิตรถยนต์ที่ลดลงจาก 547,317 คันในปี พ.ศ. 2539 เหลือเพียง 360,303 คันในปี พ.ศ. 2540 หรือลดร้อยละ 34.17 ปริมาณการผลิต ทำให้การจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศที่ลดลงส่งผลให้ผู้ผลิตรายรถยนต์ต้องหันมาขยายตลาดส่งออกให้มากขึ้นแทนที่จะมุ่งสนองความต้องการภายในประเทศเท่านั้น ทำให้ผู้ผลิตรายรถยนต์ได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการส่งออกตามรถยนต์เช่นกัน และในปี พ.ศ. 2543 มีกำลังผลิตรวมกันทั้งสิ้นประมาณ 13,531,156 เส้น และจำหน่าย 10,736,399 เส้น มีปริมาณการผลิตขยายนต์ขยายตัวสอดคล้องกับปริมาณการผลิตและการใช้รถยนต์ในประเทศ มีการส่งออก 4,064,506,349 บาท แต่มีการใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ยาง ในปี พ.ศ. 2544 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.9 หรือประมาณ 253,105 ตัน จากปี พ.ศ. 2539 ที่มีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติจริง 173,671 ตัน ซึ่งมีการใช้ยางธรรมชาติในประเทศเพียงประมาณร้อยละ 8.8-10.5 เป็นการใช้ยางธรรมชาติทั้งหมดในอุตสาหกรรมขยายนต์ 96,390 ตันหรือประมาณร้อยละ 38.0 ถู่มือยาง 33,890 ตันหรือร้อยละ 13.4 สายยางยืด 28,629 ตันหรือร้อยละ 11.3 ยางรัดของ 25,942 ตันหรือร้อยละ 10.2 ยางรถจักรยานยนต์ 18,772 ตันหรือร้อยละ 7.4 รองเท้า 14,865 ตันหรือร้อยละ 5.9 เป็นต้น

ผู้ผลิตรายรถยนต์ในประเทศไทยมี 16 ราย ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ร่วมทุนกับผู้ผลิตรายต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ และกลุ่มที่ดำเนินการของผู้ประกอบการไทย ที่มีการผลิตรายรถยนต์ และได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีทั้งหมด 4 รายและ สภาวะตลาดขยายนต์มีอัตราการเติบโตสอดคล้องกับตลาดรถยนต์ ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตรายรถยนต์ไทยบริจิสโตน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 49 ส่วนกลุ่มสยามมิชลิน และกลุ่มก๊วยเชิ่ร์ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 30 และ 12 ตามลำดับ ทำให้มีผู้ผลิตรายรถยนต์ของญี่ปุ่นรายใหม่ได้มาลงทุนในประเทศไทย คือ โยโกฮามา (YOKOHAMA) จะเริ่มผลิตได้ในปลายปี พ.ศ. 2548 และซูมิโตโม (SUMITOMO) เป็นผู้ผลิตรายรถยนต์ของดันลอป (DUNLOP) ซึ่งเป็นยางที่มีชื่อเสียงจากประเทศอังกฤษที่ได้มีการลงทุนในประเทศไทย ซึ่งได้ลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร และมีการวางเป้าหมายการผลิตไว้ที่สูงสุด 7.0 ล้านเส้นต่อปี ในปี พ.ศ. 2553 ในขณะที่ผู้ผลิตรายยี่ห้อแมกซิส (MAXXIS) จากไต้หวันใช้ประเทศไทย เป็นฐานการลงทุนในเขตจังหวัดระยอง จากการคาดการณ์ปี พ.ศ. 2549 จะผลิตรายรถยนต์เพิ่มขึ้นมากกว่า 16 ล้านเส้น

นับตั้งแต่ผ่านพ้นวิกฤติในปี พ.ศ. 2540 ปรากฏว่ามีกำลังการผลิตขยายนต์ใกล้เคียงกับการประกอบรถยนต์ในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจที่มีอุปสงค์ภายในประเทศที่ต้องการใช้รถยนต์

เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 38 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ซึ่งอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ที่แต่เดิมมีโรงงานประกอบรถยนต์ 9 ราย มีส่วนประกอบที่ผลิตในประเทศยังต่ำอยู่มาก รัฐจึงมีนโยบายจะส่งเสริมให้โรงงานประกอบรถยนต์เหล่านี้แปรสภาพเป็นโรงงานผลิต โดยจะได้รับการสนับสนุนด้านภาษีอากร ทำให้มีผู้ประกอบรถยนต์ 15 ราย ที่มีการใช้ส่วนประกอบที่ผลิตในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ของมูลค่ารวมทั้งหมด โดยผู้ผลิตรถยนต์ยักษ์ใหญ่แห่งเอเชียที่สำคัญคือ โตโยต้า ได้มีการย้ายฐานการลงทุนพัฒนาในประเทศไทย จากการเปิดศูนย์วิจัยภายใต้โครงการไอเอ็มวี เพื่อรองรับโครงการที่ใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ เพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย และภาคอื่น ๆ ของโลก ส่วนผู้ผลิตมิทซูบิชิ ฟอर्ड และมาสด้า ก็ได้มีการย้ายฐานการผลิตรถปิกอัพมาประเทศไทย เช่นเดียวกัน ซึ่งในภาพรวมประเทศไทยจะมีการผลิตมากกว่าการจำหน่าย ทำให้มีปริมาณรถยนต์ค้างสต็อกเป็นจำนวนมาก ต้องระบายสต็อกด้วยการส่งออก ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถยนต์นั่งจากประเทศไทยในปี พ.ศ. 2547 ได้แก่ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ส่วนตลาดส่งออกรถแวน และปิกอัพ ได้แก่ สหราชอาณาจักรฯ และออสเตรเลีย สำหรับตลาดส่งออกรถบัสและรถบรรทุก ได้แก่ ออสเตรเลีย และในปี พ.ศ. 2548 ปริมาณการผลิต และการจำหน่ายรถยนต์ของประเทศไทย มีจำนวน 1,125,316 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ถึงร้อยละ 21.25 การขยายตัวทั้งการผลิตและการจำหน่ายของอุตสาหกรรมรถยนต์ มีปัจจัยบวกส่วนหนึ่งมาจากการที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตและนำเสนอสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และส่วนหนึ่งเป็นฐานการผลิตของผู้ประกอบรถยนต์จากญี่ปุ่นที่ย้ายฐานการผลิตมาประเทศไทย โครงสร้างตลาดของรถยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2548 รถยนต์ปิกอัพ 1 ล้านคัน มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ 66.77 รองลงมาเป็นรถยนต์นั่ง ร้อยละ 26.75 และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่น ๆ ร้อยละ 6.48 และมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2549 จะมียอดผลิตรวมประมาณ 1.28 ล้านคัน เพราะปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์มีแนวโน้มลดลงจากปีที่ผ่านมา เพราะผลกระทบจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยตั้งเป้าไว้ในปี พ.ศ. 2553 มียอดการผลิตรถยนต์ 1.8 ล้านคัน เป็นการส่งออกร้อยละ 45 และจำหน่ายในประเทศร้อยละ 55 ของการผลิตทั้งหมด ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 5-6 ของ GDP

การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยภายใต้ นโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ ในช่วงระยะกว่า 20 ปี เป็นไปตามนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มุ่งการผลิตตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ เป็นการทดแทนการนำเข้า ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์มีการเติบโตพร้อมกับอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมซึ่งวางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยานยนต์นั้นเติบโตตามไปด้วย ดังนั้นจึงเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการใช้วางธรรมชาติในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีการผลิตวางธรรมชาติมากเป็น

อันดับที่ 1 ของโลก คือประมาณปีละ 2-3 ล้านตันต่อปี แต่มีการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด และใช้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ประมาณร้อยละ 38 ทั้งๆที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยในฐานะอุตสาหกรรมการแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่วัตถุดิบจากภาคเกษตรกรรม หรือจากยางธรรมชาติที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งอุตสาหกรรมยางรถยนต์สามารถรองรับการใช้เป็นชิ้นส่วนยานยนต์อื่นๆ ได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยาง เช่น ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย เป็นต้น

จากสถานะตลาดยางรถยนต์มีอัตราการเติบโตสอดคล้องกับตลาดรถยนต์ เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดนโยบายที่จะผลักดันประเทศไทยก้าวสู่ศูนย์กลางยานยนต์แห่งเอเชีย และได้มีการเอื้อประโยชน์ให้เกิดการลงทุนในการผลิตรถยนต์ในประเทศ รวมทั้งเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้มีการผลิตยางรถยนต์ที่ได้จำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด และส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศประมาณร้อยละ 20 โดยที่ผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากเป็นการร่วมทุนกับต่างชาติที่มีเทคโนโลยีการผลิตสูง และมีเครือข่ายจัดหาวัตถุดิบ โดยการผลิตยางรถยนต์นี้จะผลิตทั้งยางรถยนต์นั่งและยางรถยนต์ประเภทอื่นๆ เพื่อตอบสนองตลาดยางรถยนต์หรือรถยนต์ใหม่ (Original Equipment Machinery: OEM) และตลาดยางรถยนต์เพื่อทดแทนยางที่สึกหรอ (Replacement Equipment Machinery: REM) รวมทั้งตอบสนองตลาดส่งออก ทำให้มีสัดส่วนตลาดรวมทั้งหมดที่เป็นของต่างชาติประมาณร้อยละ 91 ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 9 เป็นผู้ผลิตขนาดกลางหรือเล็กที่เป็นผู้ผลิตของไทย และส่วนมากเน้นการผลิตยางสำหรับรถบรรทุก รถโดยสาร รถแทรกเตอร์ และรถเกรดเดอร์ หรือมุ่งเน้นที่ตลาดยางรถยนต์เพื่อทดแทนยางที่สึกหรอ ภายในประเทศเป็นหลัก

การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนไทยและกลุ่มทุนต่างชาติ และอาศัยนโยบายของรัฐเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งมีการเติบโตไปพร้อมกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย และการผลักดันให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมผ่านนโยบายที่ให้มีการใช้วัตถุดิบในประเทศ (Local Content) รวมทั้งการปกป้องอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุนในลักษณะการร่วมทุน (Joint Venture) ในยุคระบบทุนนิยมแบบเสรีที่มีการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของทุนข้ามชาติ โดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมรถยนต์ที่มีผลกระทบกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ มีผลกระทบต่อกลุ่มทุนไทยจากนโยบายศูนย์กลางอุตสาหกรรมรถยนต์ที่จะต้องปรับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ให้ควบคู่ไปกับการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นการสะท้อนถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มทุนข้ามชาติจากผลผลิตจากเกษตรกรรมของประเทศ

ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย⁴ ที่เป็นผลเนื่องมาจากความต่อเนื่องของนโยบาย และการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาขีดความสามารถการผลิต และแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ เนื่องจากการพัฒนาการผลิตนั้นต้องอาศัยเทคโนโลยีจากต่างชาติ ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต อีกทั้งกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ของไทยยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิตยาง หรือไม่สามารถที่จะสร้างเครือข่ายเข้าไปในกลุ่มผู้ผลิตยานยนต์ได้ และมีการสร้างสถานะของการกีดกันการเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมจากระบบเครือข่ายการผลิตจากบริษัทข้ามชาติ ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดที่เป็นของกลุ่มทุนไทยนั้นเหลือน้อยลงทุกที ทำให้บทบาทของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ต้องมีการปรับตัวทางด้านเทคโนโลยี และความพร้อมด้านการลงทุนการผลิตของตนเอง ที่จะทำให้เกิดศักยภาพในการผลิตยางรถยนต์ที่เป็นตราสินค้าของไทย สามารถที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตยางรถยนต์ในระดับโลก รวมทั้งสามารถยืนหยัดอยู่ในอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ของไทยได้ ซึ่งต้องมีการสร้างโอกาสในการลงทุนให้กับกลุ่มทุนไทยเกิดขึ้นได้จากบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตในตลาดโลกได้

จากเหตุผลดังกล่าวจึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงบทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย ที่มีปัจจัยสำคัญต่อการอธิบายถึงความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่เกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ และอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ซึ่งเน้นการเกื้อหนุนสนับสนุนกลุ่มทุน และแรงผลักดันกระตุ้นกลุ่มทุนให้มีบทบาทในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย ทำให้เกิดการกีดกันการเข้ามาของกลุ่มทุนไทย ซึ่งเป็นอุปสรรคการเข้ามาของกลุ่มทุนจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ต้องการซื้อหรือนำเข้าจากต่างประเทศ มาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย รวมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบจากการขาดความสามารถในการสร้างเครือข่ายการลงทุน และการยอมรับของผู้บริโภค ที่มีต่อยางรถยนต์ตราสินค้าของไทย ซึ่งเป็นความเสี่ยงจากการลงทุนที่มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์หรืออุปทานของโลก และการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ไม่สัมพันธ์กับบทบาทของรัฐ จะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทกลุ่มทุนต่างๆ ที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และมีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จะช่วยให้ภาครัฐนำไปใช้พิจารณาสนับสนุนการตัดสินใจในนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงรุกกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มทุนไทยอุตสาหกรรมยางรถยนต์มีศักยภาพการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

⁴ กลุ่มทุนไทย หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการของไทย ที่ได้ลงทุนการผลิตยางรถยนต์รถยนต์ในประเทศไทย และสร้างผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ภายใต้ตราสินค้าที่เป็นของไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบทบาทของกลุ่มทุนไทยต่างๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุน องค์กร และสถาบันต่อการกำหนดนโยบาย และกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ทั้งปัจจัยภายในที่มาจากกลุ่มทุนไทยด้วยกัน และปัจจัยภายนอกที่มาจากบรรษัทข้ามชาติ ที่มีการสร้างระบบกีดกันการเข้ามาแข่งขันของกลุ่มทุนไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของกลุ่มทุนไทย จากแนวทางการกำหนดนโยบายของรัฐในการสร้างภาวะของการแข่งขัน และศักยภาพการผลิตให้กับกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงบทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ของไทยอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการลงทุนของรัฐ
2. ทราบถึงอุปสรรคและการกีดกันการเข้ามาในอุตสาหกรรมยางรถยนต์เกี่ยวกับด้านการผลิต และการจำหน่าย ที่เป็นแนวทางพัฒนาการลงทุนให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจของประเทศ
3. ทราบถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ และอุปทานทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจ และการลงทุนของอุตสาหกรรมยางรถยนต์
4. ทราบถึงแนวทางการปรับตัวของกลุ่มทุนของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จากนโยบายศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์ของเอเชีย ที่ใช้เป็นข้อมูลการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรม

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาลักษณะการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทยในช่วงระยะเวลากว่า 20 ปีของกลุ่มทุนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในภาพรวมการลงทุน ทำการศึกษาจากกลุ่มทุนต่างๆ ในโครงสร้าง และเครือข่ายที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมกลางน้ำ (อุตสาหกรรมยางรถยนต์) กับอุตสาหกรรมต้นน้ำ (อุตสาหกรรมยางธรรมชาติ) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (อุตสาหกรรมรถยนต์) และเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยที่กำหนดการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย ที่ทำให้ทุนต่างชาติสนใจที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ประเทศไทย ซึ่งแนวโน้มการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์จะทำ

อย่างไรถึงจะเป็นการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มทุนไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นรูปบทความ เอกสาร งานวิจัย และการศึกษาของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย เป็นการวิเคราะห์บทบาทกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ได้แก่ ยางรถแก่ง รถปิกอัพ รถบรรทุก และรถโดยสาร เป็นต้น

1.5 วิธีที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นลักษณะเชิงวิเคราะห์ และใช้ข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วย ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ เช่น ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ที่ปรึกษาของผู้ผลิต และหน่วยงานราชการ รวมทั้งการสัมมนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และอุตสาหกรรมรถยนต์

1.2 ข้อมูลชั้นทุติยภูมิ เป็นการรวมข้อมูลจากหน่วยงานภาคเอกชน สถาบันและหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ ข่าวสาร บทความ เอกสารทางวิชาการ และรายงานการวิจัย รวมทั้งสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และอุตสาหกรรมรถยนต์

2. แนวทางในการศึกษา ได้จากการกำหนดแนวทางการศึกษากลุ่มทุนไทย ที่มีส่วนในการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จากปัจจัยหลัก 2 อย่างคือ

2.1 ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดัน ทำให้เกิดสภาพความพร้อมของผู้ประกอบไทยหรือทุนไทย ทำให้ทุนไทยมีความพร้อมมากขึ้นจากการปรับตัวทางด้านเทคโนโลยี และเครือข่ายการผลิตให้สามารถแข่งขันได้ ที่ต้องอาศัยบทบาทของกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

2.2 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ ที่เป็นการเกื้อหนุนทำให้เกิดความพร้อมของพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในการสนับสนุนกลุ่มทุนไทย ให้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ที่เป็นตราสินค้าไทย และลดการกีดกันของทุนข้ามชาติในเครือข่ายการผลิต

3. การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนไทยกับปัจจัยต่าง ๆ

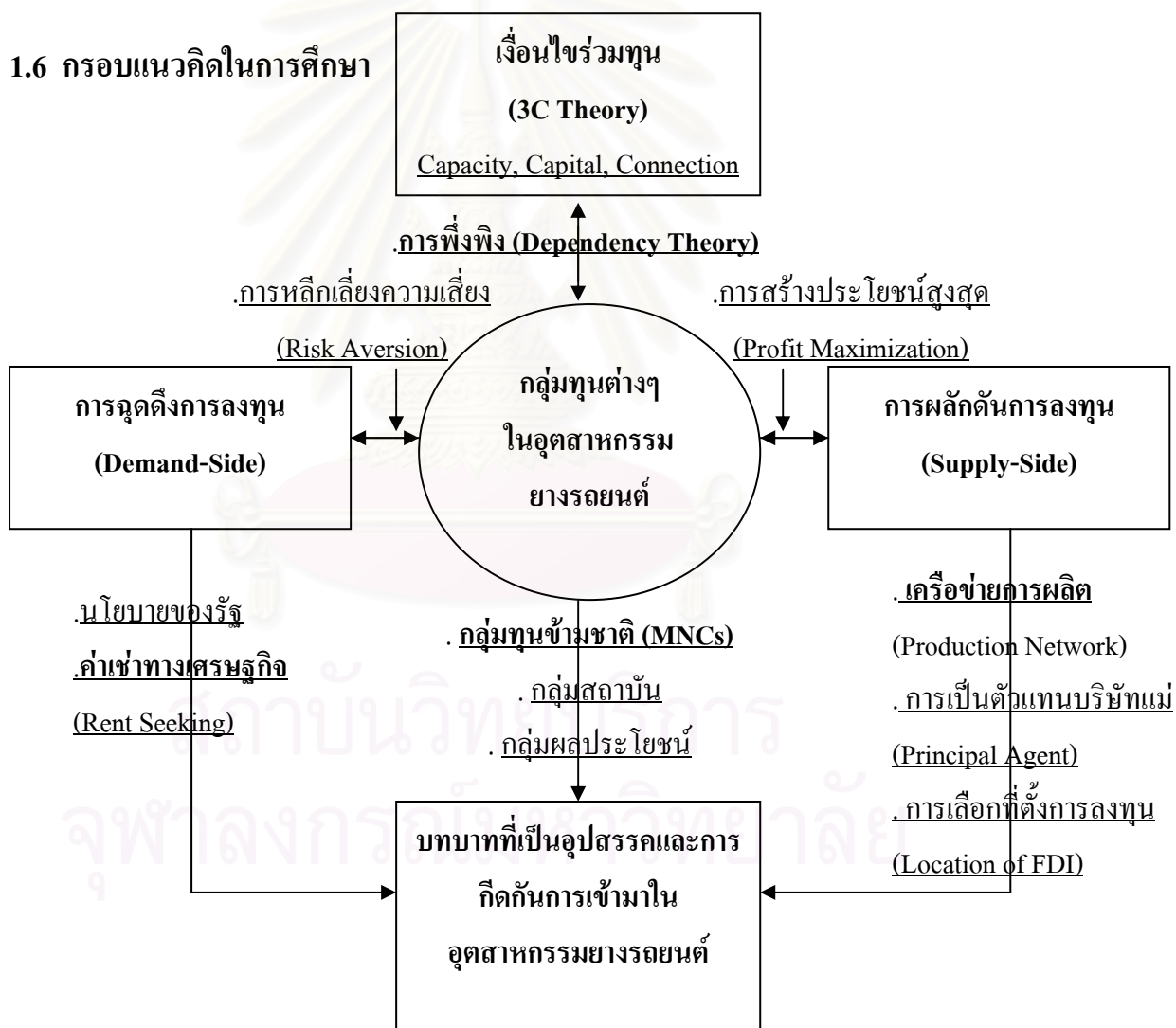
3.1 เงื่อนไขด้านการร่วมลงทุน และเทคโนโลยี คือ ความสามารถในการผลิต (Capacity) ความสามารถในการลงทุน (Capital) และการสร้างเครือข่าย (Connection) การลงทุน ที่กลุ่มทุนประเทศพัฒนาต้องอาศัยการพึ่งพิงจากทุนข้ามชาติ (Dependency Theory)

3.2 เงื่อนไขทางด้านแรงจูงใจ (Pull Factors) การลงทุน คือ นโยบายของรัฐในการสนับสนุนให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภค และทฤษฎีค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent-Seeking) ในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางการปรับเปลี่ยนนโยบาย

3.3 **เงื่อนไขทางการแรงผลักดัน (Push Factors)** การลงทุน คือ การสร้างเครือข่ายการผลิต (Production Network) การสร้างการเป็นตัวแทนของบริษัทแม่ (Principal-Agent) และ การเลือกที่ตั้ง (Location Theory) ของการลงทุนจากต่างประเทศ (FDI) ในการสร้างประโยชน์สูงสุด (Profit Maximization)

3.4 **วิเคราะห์บทบาทที่เป็นอุปสรรคและการกีดกันของกลุ่มทุน** บริบทเศรษฐศาสตร์การเมือง ในลักษณะเชิงเปรียบเทียบผลกระทบจากปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือความขัดแย้งกัน เป็นการสะท้อนถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มทุนไทย จากปัจจัยภายใน และภายนอกอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย

1.6 **กรอบแนวคิดในการศึกษา**



ภาพที่ 1. แสดงการวิเคราะห์บทบาทของกลุ่มทุนไทยกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์⁵

⁵ พิศาล รุ่งกิจวรเสถียร บทบาทกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์. 2549

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มทุนไทยที่มีต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย จากความสามารถในการสร้างศักยภาพการลงทุน ภายใต้ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย โดยให้ความสำคัญในบริบทเศรษฐศาสตร์การเมืองด้วยการใช้ทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดลักษณะสำคัญในการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ การวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมจากประวัติศาสตร์ (Historical Development) การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่สัมพันธ์กับการใช้นโยบายของรัฐ และวิเคราะห์บทบาทกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งนำกรอบแนวคิดการศึกษามาใช้ในการกำหนดแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.1. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบัน

- 2.1.1 นโยบายสาธารณะตามแนวคิดนโยบายเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม
- 2.1.2 ทฤษฎีค่าเช่าและการแสวงหาค่าเช่า (Rent-Seeking Theory)
- 2.1.3 ทฤษฎีอิทธิพลของบริษัทแม่กับตัวแทน (Principal-Agent Theory)
- 2.1.4 ทฤษฎีการพึ่งพิง (Dependency Theory)
- 2.1.5 ทฤษฎีบรรษัทข้ามชาติ (MNCs Theory)

2.2. แนวคิดระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหรือแบบโครงสร้าง (Structure)

- 2.2.1 ทฤษฎีว่าด้วยบทบาทรัฐในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม
- 2.2.2 แนวคิดแบบเครือข่ายการผลิตและอุตสาหกรรม
- 2.2.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมตลาด

2.3. การพัฒนาอุตสาหกรรมจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

- 2.3.1 เศรษฐกิจทางการค้าระหว่างประเทศ
- 2.3.2 การพัฒนาการอุตสาหกรรมของประเทศไทย
- 2.3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมจากแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวข้อง

2.1. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบัน

การศึกษาเศรษฐศาสตร์สถาบันในเชิงสหวิทยาการมุ่งสำรวจความสัมพันธ์ต่างๆ ระหว่างอำนาจทางการเมือง ความมั่นคง ค่านิยม และวัฒนธรรม รวมทั้งการพัฒนาการทางเทคโนโลยี สถาบัน ซึ่งสถาบันหมายถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับการเมือง และด้านอื่นๆ ของสังคม นอกจากนี้ลักษณะสำคัญของเศรษฐศาสตร์สถาบันนิยมที่ไม่ควรพิจารณาจากเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่ควรพิจารณาถึงโครงการสร้างอำนาจที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของกลุ่มผลประโยชน์ที่มีอำนาจในการออกกฎระเบียบให้ปฏิบัติตาม ซึ่งแนวคิดของสถาบันยังบอกถึงอธิปไตยที่แท้จริง คือ อธิปไตยของผู้ผลิตรายใหญ่ เพราะผู้บริโภคมักถูกชักจูงด้วยความต้องการของผู้ผลิต ซึ่งผู้ให้กำเนิดคนสำคัญของสำนักนี้คือ ธอร์สไตน์ เวเบลน (Thorstein Veblen) ผู้ผลักดันและค้นหาข้อเท็จจริงของสำนักนี้ คือ วิสเลย์ ซี มิสเชล (Wesley C. Mitchell) ผู้สุดท้ายคือ จอห์น อาร์ คอมมอนส์ (John R. Commons) มีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวสาธารณะชนถึงความจำเป็นในการปฏิรูปสังคม ที่มีมุมมองต่อโครงสร้างสถาบันของเศรษฐศาสตร์การเมืองและสถาบันนิยมโดยมองถึงปัญหาต่างๆ ทางเศรษฐกิจที่แบ่งได้ 3 ระดับคือ

ระดับที่ 1. สังคมของเศรษฐกิจการประสานเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยสถาบันเศรษฐกิจต่างๆ คล้ายเศรษฐศาสตร์ต่างๆ ไปคือ อุปทาน และ อุปสงค์ เป็นอย่างไร

ระดับที่ 2. โครงสร้างสถาบันที่บอกถึงการพิจารณาของรัฐ หรือรัฐบาลในฐานะที่เป็นองค์กรที่จัดการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในการรองรับการลงทุน

ระดับที่ 3. โครงสร้างสถาบันมองบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เช่น สมาคมนายจ้าง สมาคมลูกจ้าง สหภาพแรงงานต่างๆ และกลุ่มผลประโยชน์

การสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Alliance) ระหว่างกลุ่มทุนภายในประเทศกับบริษัทข้ามชาติ (MNCs) เป็นการเปิดช่องให้บริษัทข้ามชาติแทรกแซงการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจภายในประเทศ ลักษณะไร้พรมแดนของตลาดนโยบายเศรษฐกิจในประเทศไทยมีมากขึ้น และจะยิ่งมีมากขึ้นในอนาคต ทิศทางการเปลี่ยนแปลงดังที่เป็นอยู่นี้จะทำให้บทบาท และอิทธิพลของกลุ่มพลังอำนาจชาติไทยในกระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจลดลง¹ ซึ่งการศึกษาถึง

¹ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. กระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจในประเทศไทย : บทวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมืองพ.ศ. 2475-2530. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2546.

นโยบายสาธารณะในบริบทของเศรษฐศาสตร์การเมือง ที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งใช้กำหนดนโยบายการลงทุน และการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่เป็นการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ในการกำหนดนโยบายสาธารณะ (Public Policy) และนโยบายเศรษฐกิจ (Economic Policy) ตามแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) ที่เกิดผลกระทบต่อสังคมจากการใช้นโยบายของรัฐ

นโยบายสาธารณะจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งการเมือง และสังคมอย่างกว้างขวาง เพราะนโยบายสาธารณะมีรากฐานมาจากสภาพปัญหาต่างๆ ของสังคม และเป็นปัญหาที่ประชาชนคาดหวังให้รัฐรับผิดชอบในการแก้ไข ทำให้ปัญหาเหล่านี้ต้องเข้าสู่กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชน พรรคการเมือง รัฐสภา ตุลาการ ระบบราชการ ระบบบริหาร และราชการส่วนท้องถิ่น เป็นต้น สิ่งที่จะต้องพิจารณา คือ บุคคลหรือองค์กรต่างๆ ซึ่งมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ และผลของนโยบายสาธารณะกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนในสังคม ซึ่งการใช้นโยบายอาจทำให้ประชาชนบางกลุ่มได้ประโยชน์ แต่บางกลุ่มเสียประโยชน์ ได้แก่ นโยบายเศรษฐกิจที่มุ่งการกระจายรายได้ นโยบายการรักษาความสงบภายในประเทศและการป้องกันประเทศ นโยบายสาธารณสุข นโยบายการปฏิรูปที่ดิน นโยบายคมนาคมและการสื่อสาร นโยบายสิ่งแวดล้อม นโยบายการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยว นโยบายต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น กรณีที่ประชาชนได้รับผลกระทบทางลบจากการใช้นโยบาย และสร้างผลกระทบในทางบวกกับบางกลุ่มที่หาผลประโยชน์จากการใช้นโยบาย เป็นการใช้นโยบายเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะจากการดำเนินกิจกรรมของภาคีรัฐบาล ที่มีการจัดสรรทรัพยากรทั้งหมดให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน โดยไม่ได้พิจารณาถึงขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดหรือไม่ เนื่องจากถ้าไม่มีนโยบายจะไม่มีการบริหาร และถ้าบริหารไม่ดีทำให้นโยบายนั้นไม่เกิดประโยชน์ต่อสังคม

2.1.1 นโยบายสาธารณะตามแนวคิดนโยบายเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม (Economic and Industry Policy)

นโยบายสาธารณะ มีความหมายจากแนวความคิดต่างๆ ที่มีผู้สนใจศึกษามีมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้ได้ทราบความแตกต่างหลากหลาย และส่งเสริมให้เข้าใจบริบทของนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ได้อย่างชัดเจน สามารถที่จะระบุความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันได้อย่างเป็นระบบ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับความหมายของนโยบายสาธารณะ (Profound Knowledge) จะเป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาการกำหนดและการวิเคราะห์นโยบาย

สาธารณะ เพื่อให้แนวความคิดต่างๆ เป็นไปอย่างชัดเจน และได้สรุปจากการเสนอแนวความคิดและการวิเคราะห์² แต่ละกรณีดังต่อไปนี้

นโยบายสาธารณะเกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งการเมือง และสังคมอย่างกว้างขวาง เพราะนโยบายสาธารณะมีรากฐานมาจากสภาพปัญหาต่างๆ ของสังคม เป็นปัญหาที่ประชาชนคาดหวังให้รัฐรับผิดชอบในการแก้ไข ต้องเข้าสู่กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชน พรรคการเมือง รัฐสภา ตุลาการ ระบบราชการ ระบบบริหาร และราชการส่วนท้องถิ่น เป็นต้น สิ่งที่จะต้องพิจารณา คือ บุคคลหรือองค์กรต่างๆ มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ และผลของนโยบายสาธารณะกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนในสังคม ซึ่งการใช้นโยบายอาจทำให้ประชาชนบางกลุ่มได้ประโยชน์ แต่บางกลุ่มเสียประโยชน์ ได้แก่ นโยบายเศรษฐกิจที่มุ่งการกระจายรายได้ นโยบายการปฏิรูปที่ดิน นโยบายคมนาคมและการสื่อสาร นโยบายสิ่งแวดล้อม นโยบายการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยว นโยบายต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น กรณีที่ประชาชนได้รับผลกระทบทางลบจากการใช้นโยบาย และสร้างผลกระทบในทางบวกกับบางกลุ่มที่หาผลประโยชน์จากการใช้นโยบาย เป็นการใช้นโยบายที่เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะจากการดำเนินกิจกรรมของภาครัฐบาล ที่มีการจัดสรรทรัพยากรทั้งหมดให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน โดยไม่ได้พิจารณาถึงขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์กำหนดหรือไม่ ถ้าไม่มีนโยบายจะไม่มีการบริหาร ถ้าบริหารไม่ดีทำให้นโยบายนั้นไม่เกิดประโยชน์ต่อสังคม รูปแบบการศึกษาแนวทางของนโยบายสาธารณะ คือ

1. ตัวแบบผู้นำ (Elite Model) จะตั้งสมมติฐานให้นโยบายถูกกำหนดโดยผู้นำที่ปกครองประเทศในเวลานั้น ดังนั้นนโยบายจะออกมาในรูปแบบใดขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มผู้นำต้องการอะไร
2. ทฤษฎีกลุ่ม (Group Model) ศึกษานโยบายสาธารณะคือจุดดุลยภาพระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม นโยบายสาธารณะจะสะท้อนให้เห็นถึงจุดร่วมของผลประโยชน์ระหว่างกลุ่ม กลุ่มใดมีอิทธิพลมาก นโยบายก็จะเอนเอียงไปทางนั้น
3. ตัวแบบสถาบัน (Institutional Model) กิจกรรมสาธารณะที่เป็นกิจกรรมของสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันของรัฐ
4. ตัวแบบระบบ (System Model) นโยบายสาธารณะคือผลผลิตของระบบ (Output) หรือนโยบายสาธารณะคือการโต้ตอบของระบบการเมืองต่อสภาพแวดล้อม
5. ตัวแบบกระบวนการ (Process Model) นโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่มีหลายทฤษฎี (Theory Model) แสวงหากลยุทธ์ที่มีเหตุผลมาจากสถานการณ์การแข่งขัน

² สมบัติ ชำรงธัญวงศ์, นโยบายสาธารณะ: แนวคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ, กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 11, สำนักพิมพ์เสมาธรรม, 2548.

2.1.1.1 นโยบายเศรษฐกิจของสำนักโครงสร้างนิยม³ บทสรุปสำคัญคือ รัฐบาลต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการชี้แนะ และส่งเสริมกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเน้นประเด็นสำคัญที่รัฐบาลควรเข้าแทรกแซง เป็นการพัฒนาส่วนสำคัญเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ภายใต้การทำงานของระบบตลาดเสรีเท่านั้น เนื่องจากถ้าผลผลิตของไทยไม่แข็งแรงพอที่จะแข่งขันได้ มีการเสนอการแทรกแซงโดยตรงจากรัฐบาล เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ต่างๆ และกำหนดนโยบายอุตสาหกรรมมีผลทำให้อุตสาหกรรมเจริญเติบโต ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สำนักโครงสร้างนิยมเชื่อว่าการพึ่งระบบตลาดเสรีอย่างเดียวจะนำไปสู่สภาวะสุดขั้ว (Polarization) คือประเทศกำลังพัฒนาจะเสียเปรียบ ดังนั้นรัฐบาลต้องเข้ามาเป็นกลาง ระหว่างเศรษฐกิจระดับชาติ และระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาถ้าประเทศกำลังพัฒนารวมตัวกันเพื่อทำข้อตกลงจะเพิ่มอำนาจต่อรองกับประเทศคู่ค้าที่ส่วนใหญ่เป็นประเทศอุตสาหกรรมได้ดีกว่าแต่ละประเทศต่างคนต่างเจรจากับประเทศคู่ค้าเฉพาะราย เช่น กรณีการรวมตัวเป็นกลุ่มประเทศขายน้ำมัน หรือ Cartels ในกรณี OPEC เป็นตัวอย่างการสร้างพลังต่อรองแล้วทำให้ขึ้นราคาน้ำมันสำเร็จ แต่หนทางปฏิบัติความพยายามรวมกลุ่มกันในบรรดาประเทศกำลังพัฒนาไม่ประสบความสำเร็จ เพราะประเทศกำลังพัฒนาเองมีผลประโยชน์ขัดแย้งกัน และแต่ละประเทศยังเห็นช่องทางได้ประโยชน์อื่นๆ จากการต่อรองหรือเจรจาแบบตัวต่อตัว แต่ละประเทศกำลังพัฒนาสามารถควบคุมตลาดภายในได้ดีกว่า ซึ่งทางสำนักโครงสร้างนิยม มีเหตุผลในทางทฤษฎีที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมเฉพาะรายและสนับสนุนเพียงชั่วระยะหนึ่งไม่ใช่ตลอดไป คือ การสนับสนุนในระยะเริ่มแรก ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการตลาด และเมื่อสามารถยืนหยัดได้แล้วก็ให้เลิกสนับสนุน โดยระยะการสนับสนุนอาจจะยาวนานถึง 10 ปี หรือน้อยกว่า อีกนโยบายหนึ่งเกี่ยวกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่สำนักโครงสร้างนิยมสนับสนุน คือให้รัฐบาลมีบทบาทในการควบคุมการเคลื่อนย้ายของทุน (Capital Flow) สำหรับประเทศที่ยากจนอยู่ ถ้าปล่อยให้เงินทุนไหลออกจนทำให้การสะสมทุนต่ำจำเป็นต้องมีกลไกควบคุมทุนไม่ให้ไหลออกเกินความจำเป็น เพื่อป้องกันการหนีออกของทุนก่อนเวลาที่เหมาะสม (Capital Flight)

ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industrialization) นโยบายพัฒนาการอุตสาหกรรมโยงโยกบนนโยบายการค้าระหว่างประเทศอย่างมาก การแข่งขันโดยสินค้านำเข้าจากประเทศอุตสาหกรรมก้าวหน้าเป็นขีดจำกัดของการก่อตัว และพัฒนาการของอุตสาหกรรมภายใน

³ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, กระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจในประเทศไทย, กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์ฉบับ 1, 2546.

ดังนั้นการตั้งกำแพงภาษีขาเข้าเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายใน ซึ่งระยะแรกจึงเป็นส่วนสำคัญของนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมของสำนักโครงสร้างนิยม สำนักนี้อาจให้ความสำคัญกับการส่งออกอุตสาหกรรมน้อยไปในยุคต้นๆ ขณะที่กลุ่มโครงสร้างนิยมใหม่ได้หันมาเสนอนโยบายที่ว่ารัฐบาลควรส่งเสริมการส่งออกเพื่อให้แข่งขันกับต่างประเทศด้วย คือ ให้ผสมผสานนโยบายทดแทนการนำเข้ากับนโยบายส่งออก เช่น กรณีของเกาหลีใต้ได้ใช้นโยบายแนวนี้ในช่วงหลังทศวรรษ 2490 คือ รัฐบาลสนับสนุนให้ดอกเบียดำสำหรับธุรกิจที่ผลิตในประเทศแต่ต้องมีเป้าหมายส่งออกด้วย และสำหรับประเทศอุตสาหกรรมที่พัฒนาแล้ว รัฐบาลมีบทบาทจำกัดในการส่งเสริมโดยตรง และไม่ลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ แต่เน้นจัดหาสาธารณูปโภค และที่สำคัญมีบทบาทในการช่วยลงทุนด้าน (Research and Development) ดังนั้นประเทศกำลังพัฒนายังมีความจำเป็นต้องเข้าแทรกแซง เช่น ในกรณีการก่อตั้งอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทุนมาก นอกจากนี้สำนักโครงสร้างนิยมยังสนับสนุนให้รัฐบาลมีบทบาทด้านการจัดหาสินเชื่อราคาถูกให้อุตสาหกรรมที่คัดเลือกว่ามีประโยชน์กับพัฒนาการอุตสาหกรรม และเสนอให้รัฐบาลมีบทบาทด้านสินเชื่อสำหรับการก่อตั้ง การขยายตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และกลาง ซึ่งมีปัญหาการหาเงินทุนที่เหมาะสม

ด้านกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของและการควบคุมกิจการ สำนักโครงสร้างนิยมเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงด้านกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ และการควบคุมธุรกิจเป็นหนึ่งในนโยบายเศรษฐกิจ ซึ่งเชื่อว่ากรรมสิทธิ์ควรเป็นของเอกชนเท่านั้น และไม่สนใจว่าจะเป็นต่างชาติหรือไม่ ในกรณีที่การผลิตเพื่อการส่งออกสินค้าชั้นปฐมที่ตกอยู่ในกำมือของบริษัทต่างชาติ หรือบริษัทข้ามชาติ สำนักโครงสร้างนิยมก็เสนอให้รัฐบาลเข้าแทรกแซงโดยอาจเข้าทำกำหนดสัดส่วนของความเป็นเจ้าของจากฝ่ายต่างประเทศ (เช่นต่างประเทศต้องสัดส่วนน้อยกว่าในประเทศ) ทั้งนี้เพื่อป้องกันการไหลออกของเงินปันผล (Dividends) และปัญหาการไม่มีการถ่ายโอนเทคโนโลยี

เมื่อทศวรรษ 2510 สำนักโครงสร้างนิยมเริ่มตระหนักถึงการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) แบบสุดขั้วมีขีดจำกัด เพราะจุดมุ่งหมายหรือผลประโยชน์ของบริษัทข้ามชาติไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับผลประโยชน์ระดับชาติของประเทศกำลังพัฒนา เช่น ถ้าอะไรที่ดีสำหรับเจเนอรัลมอเตอร์หรือโตโยต้า ไม่จำเป็นต้องดีสำหรับประเทศไทย และนักเศรษฐศาสตร์สำนักโครงสร้างนิยมให้ความสำคัญกับปัญหาของราคาโอน (Transfer Pricing) ระหว่างบริษัทแม่ข้ามชาติกับบริษัทลูก หรือสาขาในประเทศกำลังพัฒนา บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่จะมีสาขาไปทั่วโลก วิธีที่จะเสียภาษีน้อยจากการตั้งราคาโอนระหว่างบริษัทแม่ และลูกในราคาต่ำกว่าราคาตลาด ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาสูญเสียรายได้จากภาษี ที่มักจะเก็บเป็นร้อยละของสินค้า นอกจากนี้บริษัทข้ามชาติยังตั้งกฎเกณฑ์หลายอย่างที่เป็นผลเสียต่อประเทศกำลังพัฒนา เช่น

สัญญาห้ามบริษัทลูกส่งสินค้าออกหรือสัญญาด้านเทคโนโลยีที่จะเป็นขีดจำกัดกับการถ่ายโอนเทคโนโลยีให้นักธุรกิจ ส่วนการใช้แรงงานในประเทศกำลังพัฒนาที่ตระหนักถึงปัญหาและข้อเสียเปรียบต่างๆ ด้วย นักเศรษฐศาสตร์สำนักโครงสร้างนิยมได้ชี้ให้เห็นจุดอ่อนของการพึ่งพิงการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ที่มีแนวโน้มจะเหมือนจีนที่มีการเสนอวิธีต่อรองแก้ไข เช่น การตั้งตัวแทนของทางการตรวจสอบการตั้งราคาโอนของบริษัทข้ามชาติ การกำหนดสัดส่วนที่รัฐบาลหรือเอกชนภายในประเทศต้องมีกรรมสิทธิ์ร่วมกับบริษัทข้ามชาติ และมีบทบาทช่วยต่อรองในการทำสัญญาด้านเทคโนโลยีที่ให้ประโยชน์กับธุรกิจที่ร่วมทุนหรือซื้อเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

2.1.1.2 นโยบายเศรษฐกิจของสำนักเสรีนิยมใหม่⁴ ที่เสนอนโยบายที่ถูกนำไปปฏิบัติในประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากในทศวรรษที่ 2520 และ 2530 ที่กู้เงินจากองค์กร IMF และธนาคารโลกภายใต้โครงการที่รวมเรียกว่า การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ (Structural Adjustment) หรือนโยบายเพื่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายลดภาวะเงินเฟ้อ และปัญหาดุลการชำระเงิน โดยให้มีการเปิดเสรีด้านราคาหรือการตั้งราคาที่ถูกต้อง (Getting The Prices Right) และการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการส่งออก โดยลดบทบาทภาครัฐในระบบเศรษฐกิจด้วยการใช้นโยบายแปรรูปรัฐวิสาหกิจ และลดการใช้จ่ายของภาครัฐ ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะทำให้ระบบเศรษฐกิจหันกลับมาสู่ระบบตลาด (Market-Oriented Economy) ทั้งทางด้านการผลิตภายในและทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ มาตรการของสำนักเสรีนิยมเน้นมาตรการแก้ปัญหาหยาบๆ เพื่อลดภาวะเงินเฟ้อและปัญหาดุลการชำระเงิน ซึ่งไม่ได้ให้ความสนใจกับปัญหาการว่างงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และปัญหาการกระจายรายได้ อีกทั้งยังไม่สนใจปัจจัยด้านโครงสร้างเลย ด้วยแนวคิดการลดบทบาทของรัฐในการจัดหาสาธารณูปโภค แล้วให้เอกชนเข้ามาเป็นผู้ลงทุนแทนโดยการเปิดการค้าเสรีด้านราคา มาตรการสำคัญที่เสนอให้ใช้ราคาตลาดและลดการควบคุมราคาด้วยเหตุผลทางสังคมและราคาจะต้องสะท้อนสิ่งที่เรียกว่า True Scarcity of Goods รวมทั้งควบคุมการลงทุนและลดการควบคุมตลาดทุน ที่มีการใช้อัตราดอกเบี้ยสูงตามราคาตลาดเพื่อลดการลงทุน และลดภาวะเงินเฟ้อ โดยไม่สนใจจะนำไปสู่ปัญหาการว่างงาน ซึ่งในหลายประเทศที่มีการลงทุนหรือขยายกิจการจะต้องมีการขออนุญาต (Industrial Licensing) จากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งนโยบายนี้ให้อำนาจกับข้าราชการผู้ที่ไม่ซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ โดยการหาเงินทุจริตจากใบอนุญาตทำให้เกิดสถานการณ์ที่เรียกว่า Rent Seeking เป็นอุปสรรคต่อการทำงานของตลาด ทำให้ผู้ลงทุนต้องเสียต้นทุนเพิ่มโดยไม่จำเป็น

⁴ กนกศักดิ์ แก้วเทพ. เศรษฐศาสตร์สองกระแส, พิมพ์ครั้งที่ 1. โครงการตำรา ลำดับที่ 16 ศูนย์บริการเอกสารวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 2536, บทที่ 1

ด้านการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ จุดมุ่งหมายหลักเพื่อลดการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในและลดการอุดหนุนการส่งออกโดยตรง จะทำให้เศรษฐกิจมุ่งสู่การส่งออกมากขึ้น โดยเสนอให้ยกเลิกการกำหนดสัดส่วนหรือโควตาสินค้านำเข้า เพราะเป็นส่วนหนึ่งของการคุ้มครองอุตสาหกรรม ทำให้ไม่เกิดประสิทธิภาพ (Inefficiency) ในการเพิ่มราคาสินค้า และเพิ่มค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent-seeking) และให้ปรับลดอัตราภาษีขาเข้าลงจนเหลือต่ำสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และเสนอให้มีอัตราภาษีขาเข้าอัตราเดียว เช่น ร้อยละ 5 หรือ 10 สำหรับทุกรายการสินค้านำเข้า เพื่อให้การผลิตอุตสาหกรรมแข่งขันกับต่างประเทศได้ ถ้าธุรกิจโดยอยู่ไม่ได้ก็ต้องออกจากตลาดไป และให้ปรับอัตราแลกเปลี่ยนในระดับที่เป็นจริง คือ ไม่ให้ค่าสูงเกินไป (Overvaluation) ดังนั้น ช่วงที่มีการคุ้มครองหรือช่วงทดแทนการนำเข้า ทำให้สินค้านำเข้าถูกกว่าสินค้าส่งออก จากการเปรียบเทียบกับราคาตลาดโลก ซึ่งการลดอัตราแลกเปลี่ยนลงมาเพื่อให้ราคาสินค้าส่งออกถูกราคานำเข้าสูงขึ้น เป็นลดการบริโภคสินค้านำเข้า และแข่งขันกับต่างประเทศได้

ด้านนโยบายเศรษฐกิจต่อความสามารถการแข่งขัน นโยบายการค้าเป็นนโยบายสำคัญที่ผู้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจของประเทศไทยใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจมาตลอด โดยเหตุผลที่ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจเชื่อมโยง และส่งผลกระทบต่อระหว่างกัน ในภูมิภาคสามารถพัฒนาเศรษฐกิจผ่านกลไกการส่งออก (สินค้าเกษตร สินค้าที่เน้นใช้แรงงาน) และนำเข้าสินค้าทุน เครื่องจักร หรือความเชี่ยวชาญจากประเทศคู่ค้าที่พัฒนาแล้ว ผู้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจอันประกอบด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการคลัง สภาพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มุ่งเน้นเป้าหมายเศรษฐกิจ คือ การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพดุลการชำระเงิน ที่ต้องการให้เศรษฐกิจมีการเติบโตจากความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ

ด้านนโยบายอุตสาหกรรม (Industry Policy) นโยบายอุตสาหกรรมในระยะแรกๆ มีบทบาทเพียงสนับสนุนนโยบายการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจเท่านั้น ถือเป็นกลไกหลักของการพัฒนา (Engine of Development) แตกต่างจากกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เกาหลีใต้ ที่ถือนโยบายอุตสาหกรรมเป็นนโยบายหลักที่สำคัญ ข้อดีของนโยบายเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ คือ เพิ่มความสามารถแข่งขันในสินค้าที่ส่งออกตลาดโลกได้ และเป็นปัจจัยสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศต่อมา ซึ่งอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่เน้นใช้แรงงานของประเทศไทยมีการพัฒนาที่ล่าช้ากว่า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียด้วยกัน เช่น ประเทศไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ เนื่องจากประเทศเหล่านี้ได้มุ่งไปในทิศทางดึงดูดการลงทุนกับอุตสาหกรรมที่เน้นส่งเสริมการส่งออกในสินค้าอุตสาหกรรมการผลิตก่อน เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งการใช้นโยบายสาธารณะเกี่ยวกับภาษีนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในอัตราสูง และลดการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ

เป็นมีบทบาทด้านบวกที่ต้องการกระตุ้นการลงทุนของบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ แต่ก็ส่งผลด้านลบที่จะไม่ส่งผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนในกิจการของไทย ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมจากต่างประเทศเข้ามาร่วมทุนส่วนใหญ่มีลักษณะการประกอบชิ้นส่วนนำเข้าหรือมีการลงทุนผลิตชิ้นส่วนเฉพาะ และต้องการความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อเป็นเครือข่ายการผลิตที่ซับซ้อน สามารถจะกระจายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งตั้งแต่ทศวรรษ 2520 ภาครัฐได้กำหนดให้ผู้ผลิตรถยนต์ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศตามมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ เป็นการกระตุ้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากญี่ปุ่นให้ย้ายฐานการผลิตมายังไทยด้วยการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนขึ้นรองรับความต้องการ และสนองนโยบายดังกล่าว ทำให้เกิดระบบอุตสาหกรรมการรับช่วงการผลิตในไทย เพื่อมุ่งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกด้วย โดยปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศในไทย ซึ่งประมาณ 2 ใน 3 ของเงินลงทุนมาจากญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NICs) โดยเฉพาะประเทศฮ่องกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ซึ่งบริษัทของประเทศเหล่านี้จำเป็นต้องแสวงหาแรงงานราคาถูก เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยรักษาอัตราแลกเปลี่ยนไม่ให้อ่อนตัว การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเพียงปัจจัยเดียวไม่สามารถกระตุ้น หรือสร้างความสำเร็จในการส่งออกได้ และค่าเงินที่อ่อนตัวเป็นเพียงปัจจัยที่ดึงดูดการลงทุนเท่านั้น ทำให้ปัจจัยสภาพการค่าของไทยเริ่มมีทิศทางค่าในทางเสรีมากขึ้นจากที่มีลดการปกป้องสินค้าทุน และมีการบทบาทร่วมในภูมิภาคมากขึ้น

สรุปนโยบายทางด้านโครงสร้างนิยมและด้านเสรีนิยม ที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ เป็นการเสนอให้รัฐบาลมีบทบาทต่อรองรับการค้ากับประเทศพัฒนาแล้ว โดยสำนักโครงสร้างนิยมเห็นด้วยกับการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ แต่ควรคุ้มครองในช่วงระยะเวลาที่จะทำให้สามารถแข่งขันได้ และควรส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออกด้วย นโยบายเน้นการผสมผสาน ถ้ามีการถือครองที่ดินมากก็จะเป็อุปสรรคต่อการเปลี่ยนโครงสร้างและการพัฒนา นอกจากนี้รัฐควรเข้ามามีบทบาทแข่งขันในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างกรรมสิทธิ์จากการปฏิรูปอุตสาหกรรมของประเทศ โดยมีบทบาทส่งเสริมเทคโนโลยีภายในประเทศและป้องกันไม่ให้บริษัทข้ามชาติเข้ามาเอาเปรียบจนเกิดผลเสียกับเศรษฐกิจ รวมทั้งการสนับสนุนด้านการวิจัยพัฒนา (R&D) และสนใจในความเจริญเติบโตระยะยาวมากกว่าการจัดการเศรษฐกิจระยะสั้น นอกจากนี้ยังเห็นประโยชน์จากการถ่ายโอนและเรียนรู้เทคโนโลยีจากบริษัทต่างประเทศ ช่วยลดต้นทุนด้านการนำเข้าเทคโนโลยีได้ การนำเข้าเทคโนโลยีแบบเป็นส่วน (Unpack Aging) เป็นการนำเข้าเฉพาะส่วนที่ผลิตไม่ได้ในประเทศ ซึ่งจะนำเข้าแบบทั้งหมดหรือนำเข้าไม่ว่าจะมีส่วนหนึ่งส่วนใดที่ทำในประเทศได้หรือไม่ (Packaged Technology) และการใช้ที่ปรึกษา (Consultant) จะช่วยให้ธุรกิจภายในประเทศได้พัฒนาเทคโนโลยีของตนเองได้เร็วกว่า แต่ก็ใช้การต่อรองทางด้านเก็บภาษีจาก

บริษัทข้ามชาติ และการกำหนดอัตราผลกำไรการลงทุนของบริษัทข้ามชาติของประเทศกำลังพัฒนา (Reinvestment) ไม่ให้มีการส่งกำไรออกนอกประเทศทั้งหมดที่ได้รับ ขณะที่นโยบายเสรีนิยม เห็นด้วยกับการเปิดเสรีทางด้านอุตสาหกรรมภายในประเทศ และให้มีการแข่งขันแบบเสรีโดยรัฐมีบทบาทในการกำกับดูแลภาพรวมของภาวะเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมของประเทศเท่านั้น

2.1.2 ทฤษฎีค่าเช่าและการแสวงหาค่าเช่า (Rents and Rents-seeking theory)⁵

ค่าเช่าเป็นประเด็นที่นักเศรษฐศาสตร์ในยุคเสรีนิยมคลาสสิกจากบริบทเศรษฐศาสตร์การเมือง คือ เดวิด ริคาโด และจอห์น สจ๊วต มิลล์ โดยที่ค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rents) หมายถึง ค่าตอบแทนที่สูงกว่าปกติจากสภาพตลาดที่มีการแข่งขันในเกณฑ์ปกติ เพราะเป็นตลาดที่ไม่มีค่าเช่า (Competitive Rent-free Market) เนื่องจากราคาขายเท่ากับราคาทุน โดยเฉพาะนักเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก เชื่อว่าค่าเช่าทางเศรษฐกิจเป็นตัวบั่นทอนประสิทธิภาพของระบบเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent-Seeking) หมายถึง การจ่ายที่เป็นกรณีพิเศษเพื่อให้ได้เพื่อประโยชน์บางอย่าง เนื่องจากอุปทานถูกจำกัดโดยบุคคลที่มีอำนาจ และมีการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ เช่น การส่งเสริมการลงทุนของบีโอไอ เป็นวิธีการอย่างหนึ่ง ในระบบราชการ และประเทศที่แสวงหาค่าเช่าแบบเข้มข้นจะมีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ต่ำลง

ค่าเช่าทางเศรษฐกิจมักจะเกี่ยวข้องกับการผูกขาด (Monopoly) ที่มีการลงทุนเพื่อเข้าไปแสวงหาค่าเช่า ทำให้เกิดการผูกขาดจนได้กำไรจากการผูกขาด (Monopoly Profit) นับเป็นการสูญเสียทรัพยากรที่ไม่เกิดประโยชน์กับสังคม ทำให้ต้นทุนทางสังคมสูงขึ้น เนื่องจากระบวนการแสวงหาค่าเช่า เป็นการผูกพันกับการทุจริตทางการเมืองและสวัสดิการทางสังคม กำไรที่ได้จากการผูกขาด การอุดหนุน และการ โยกย้ายทรัพยากรผ่านกลไกทางการเมืองให้กับเอกชนที่ได้รับความสำเร็จเพียงไม่กี่ราย ในขณะที่ผู้ประกอบการจำนวนมากนั้นล้มเหลวโดยที่กำไรที่เกิดจากการผูกขาดจะจูงใจให้บุคคลอื่นๆ ในสังคมยอมทุ่มเททรัพยากร เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งกำไร ทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม และสวัสดิการทางสังคม การจูงใจให้บุคคลหรือองค์กรหันทำกิจกรรมในการแสวงหาค่าเช่ามากขึ้น ค่าเช่าทางเศรษฐกิจสามารถ แบ่งสาเหตุได้เป็น

1. ค่าเช่าที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นค่าเช่าที่เกิดจากการเรียนรู้ ค่าเช่าที่เกิดจากการกำกับดูแล และการจัดการ

⁵ สังคิต พิริยะรังสรรค์. ทฤษฎีคอร์รัปชัน. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 1, 2549.

2. ค่าเช่าที่แยกที่เกิดจากนโยบายหรือการดำเนินงานของรัฐ เป็นค่าเช่าจากการผูกขาด ค่าเช่าจากการผูกขาดทรัพยากร ค่าเช่าจากการโอนย้ายทรัพยากร และค่าเช่าจากนวัตกรรม ผู้แสวงหาค่าเช่า เป็นผู้รับการอุปถัมภ์ จากการใช้ทรัพยากรที่ใช้ในการแสวงหา ส่วนผู้ให้การอุปถัมภ์ นั้นเป็นองค์การของรัฐ ข้าราชการ และนักการเมือง ซึ่งปัจจัยความสำเร็จขึ้นอยู่กับขนาดของค่าใช้จ่ายในการแสวงหาค่าเช่า และรูปแบบของสิทธิ (Type of Rights) และยังคงขึ้นอยู่กับอำนาจภายในของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์ และผู้ที่ได้รับการอุปถัมภ์

2.1.3 ทฤษฎีสิทธิพลของบริษัทแม่กับตัวแทน (Principal-Agent Theory)⁶

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล องค์กรธุรกิจ และองค์การของรัฐ จากการกำหนดบทบาทของการเป็นตัวแทนในการดำเนินการกิจตามนโยบายของผู้ให้การอุปถัมภ์ ซึ่งเกิดจากโครงสร้างสถาบัน และโครงสร้างหน้าที่ที่เน้นถึงประโยชน์ของสาธารณะและกลไกของความรับผิดชอบ และการตรวจสอบ มากกว่าการประเมินผล โดยระดับความสัมพันธ์ที่เกิดจากอำนาจผูกขาด ที่สามารถกำหนดระดับความรับผิดชอบ และการตรวจสอบได้ (Accountability) รวมทั้งความโปร่งใส (Transparency) ภายในสถาบัน จากการใช้นโยบายสาธารณะที่อาจกลายเป็นผลประโยชน์ทับซ้อน เนื่องจากนโยบายที่คาดหวังจะให้ผลประโยชน์กับส่วนใหญ่ แต่ก็เกิดภาระกับสังคมโดยรวม ทำให้เกิดเป็นนโยบายสำหรับกลุ่มผลประโยชน์ นำไปสู่โครงสร้างมาจากการผูกขาดระดับชาติ (National Monopoly) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์ในสิ่งที่ควรจะได้ ทั้งระยะสั้นระยะยาว รวมทั้งทำให้เกิดปัญหาอำนาจต่อรองจากการเป็นตัวแทน (Principal Agent Problems) ซึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนจากปัญหาการแปรสัญญาสัมปทานกิจการโทรคมนาคม⁷

แนวคิดของการเป็นผู้อุปถัมภ์และตัวแทน (Principal Agent Approach) การมุ่งเน้นถึงหน่วยงานทั้งหลาย เป็นตัวแทน (Agent) ในการบริหารการขายสินค้าแต่ละประเภท เป็นรูปแบบรูปแบบของการกระจายอำนาจในลักษณะที่พยายามมุ่งเน้นในประเทศกำลังพัฒนา (Developing Country) เช่น ประเทศไทย มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่

2.1.3.1 การกำหนดอำนาจที่ไม่กระจุกอยู่ส่วนตรงกลาง (Deconcentration) หรือให้มีอำนาจในระดับภูมิภาคมากขึ้น โดยให้ผู้บริหารจัดการเป็นตัวแทนของบริษัทแม่ และมีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ เป็นการโอนอำนาจหน้าที่การบริหารจัดการที่ไม่มีอำนาจทางการเมือง

⁶ สังคีต พิริยะรังสรรค์. ทฤษฎีคอร์รัปชัน. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 1, 2549.

⁷ จุมพฏ สายหยุด, วิถีทุน: FTA วิถีแห่งอนาคต. กรุงเทพฯธุรกิจ. 21 กันยายน 2548

(Transfer of Administrative) เช่น ตัวแทนผู้ผลิตยางรถยนต์จากต่างประเทศ จะมีหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลแต่ละภูมิภาค ในการกำหนดแนวทางการลงทุน และการแข่งขัน เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์มีชลินที่เน้นนวัตกรรมของการใช้ยางประหยัดน้ำมันในภูมิภาคประเทศที่ไม่ได้เป็นผู้ผลิตน้ำมัน เป็นต้น

2.1.3.2 การกำหนดระดับของการกระจายอำนาจมากขึ้น (Devolution) แต่สงวนไว้ซึ่งอำนาจในการตัดสินใจเรื่องที่ไม่สามารถทำได้ คือ ระดับอำนาจของธุรกิจในเอกชนจะมีศูนย์กลางการผลิต และจำหน่ายอยู่ที่ตัวแทนของภูมิภาคพื้น เช่น กลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์คอนติเนนตัลใช้ประเทศมาเลเซีย เป็นศูนย์กลางภูมิภาคอาเซียน ขณะที่ผู้ผลิตรายอื่นๆ ใช้ประเทศไทยศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน

2.1.3.3 ตัวแทนที่มีผู้แทนที่เป็นหัวหน้า (Delegation) ทำหน้าที่เป็นประธานมีอำนาจในการตัดสินใจ เพราะฉะนั้นเป็นเรื่องของความรับผิดชอบในการบริหาร (Managerial Responsibility) เป็นการปล่อยถ่ายอำนาจในเรื่องการจัดการ ความรับผิดชอบที่จะให้ไว้ในเรื่องอะไรได้บ้าง เช่น เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

2.1.3.4 การให้อิสระในการบริหารจัดการ (Privatization) ที่เรียกว่าการกระจายอำนาจ คือ ต้องมีการเปรียบเทียบระดับของการจัดการ เช่น ความเป็นส่วนบุคคล (Privatization) หรือ ความเป็นองค์กร (Corporation) โดยกฎบริหารจัดการให้อิสระในการบริหารเป็นการถ่ายโอนหน้าที่ (Transfer of Function) ขึ้นอยู่กับความสมัครใจ (Voluntary Organization)

2.1.4 ทฤษฎีการพึ่งพิง (Dependency Theory)⁸

คอส ซาน โตส (Dos Santos) ได้ให้คำนิยามของการพึ่งพิงไว้ว่าสถานการณ์ที่ระบบเศรษฐกิจของประเทศหนึ่งถูกกำหนดโดยการพัฒนาและขยายตัวของอีกระบบเศรษฐกิจหนึ่ง ซึ่งการพัฒนาแบบพึ่งพิงนั้นจะมีบรรทัดข้ามชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของการพึ่งพิงในลักษณะนี้ บรรทัดข้ามชาติจะพยายามขยายตลาดสินค้า รวมถึงการเคลื่อนการลงทุนไปยังฐานการผลิตใหม่ที่มีต้นทุนการผลิตใหม่ต่ำกว่า และลักษณะของการพัฒนาแบบพึ่งพิงนี้ ได้แก่ บรรทัดข้ามชาติจะลงทุนเพื่อทำการผลิตไปยังประเทศต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าจากการใช้เทคโนโลยีการผลิต (Productivity Improvement) ที่จะเกิดการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศในรูปแบบใหม่

ประเทศที่รับการลงทุนจะเป็นผู้ซื้อสินค้าทุนรวมถึงเทคโนโลยีจากประเทศบริษัทแม่ โดยเป็นผู้ผลิตสินค้าขั้นปฐม และสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตภายใต้การครอบงำของบริษัทแม่

⁸ วรวิทย์ เจริญเลิศ. ทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมือง. เอกสารประกอบการเรียนการสอน ภาควิชา 2951601 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547

นอกจากนี้ยังเกิดพฤติกรรมส่งกำไรกลับไปสู่ประเทศแม่ในลักษณะของการทำโอนราคา (Transfer Pricing) จากกิจการสำคัญที่รับการลงทุน รัฐที่เป็นเจ้าของจะถูกโอนให้กับเอกชน (Privatization) ในรูปแบบการลงทุน และกลไกการพึ่งพิงประกอบด้วยการพึ่งพิงเศรษฐกิจโดยตรง พึ่งพิงทางการค้า พึ่งพิงทางการเงิน และพึ่งพิงทางเทคโนโลยี สำหรับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทยนั้น มีลักษณะการพึ่งพิงด้านการเงิน เทคโนโลยี และการค้า จากบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.1.5 ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติ (MNCs Theory)⁹

ภายใต้ระบบโลกแบบเสรีนิยมใหม่ ที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) จากบริษัทข้ามชาติ (MNCs) เป็นฟันเฟืองสำคัญในการพัฒนาประเทศของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากการลงทุนจะนำพาเศรษฐกิจของประเทศให้มีรายได้เพิ่มขึ้น จากการเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) ภายในประเทศ อีกทั้งคาดหวังที่จะยกระดับการเรียนรู้เทคโนโลยีต่างชาติ ดังนั้นแต่ละประเทศจึงพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพในส่วนของปัจจัยการผลิต และนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐเพื่อให้บริษัทข้ามชาติต่างๆ มีความมั่นใจในการลงทุน ประเทศไทยมีนโยบายในการสนับสนุนการลงทุนแบบ FDI เป็นการลงทุนที่ทำให้มีตัวเงินไหลเข้าประเทศที่ได้รับการลงทุน (Host Country) จะแปรสภาพกลายเป็นโรงงาน และเครื่องจักรในประเทศผู้รับการลงทุน ซึ่งยากแก่การถอนกลับ ที่สำคัญเงินลงทุนโดยตรงจะมีค่าเพิ่มขึ้นมาทันทีเมื่อเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจการดำเนินงานที่ประเทศไทยเคยประสบในปี พ.ศ. 2540 นอกจากนี้ FDI ยังช่วยให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยเฉพาะในรูปแบบของปัจจัยทุนใหม่ๆ ซึ่งปกติการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะไม่เกิดขึ้นจากการลงทุนทางการเงินหรือการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ไป ซึ่ง FDI ยังช่วยสนับสนุนให้มีการแข่งขันมากขึ้นในตลาดปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ทำให้ลูกจ้างในธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเงินลงทุนดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในธุรกิจสมัยใหม่ เป็นการช่วยสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้กับประเทศที่ได้รับเงิน นอกจากนี้ผลกำไรที่เกิดจากวิสาหกิจที่ก่อตั้งจากเงินลงทุน FDI ทำให้รัฐบาลของประเทศผู้รับการลงทุนมีรายได้จากภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax) บริษัทแม่หรือบริษัทศูนย์กลางที่อยู่ในประเทศหนึ่ง เป็นเจ้าของและบริหารบริษัทอื่นๆ หรือสาขาของตนเองในประเทศอื่นๆ ในรูปบริษัทหรือสาขาเหล่านี้ เรียกว่า บริษัทสาขา (Subsidiaries) เพราะฉะนั้นบริษัทข้ามชาติจึงเป็นบริษัทที่ดำเนินการอยู่ในประเทศมากกว่า

⁹ Daniel S. Papp, Contemporary International Relations, 4th edition, (New York : Macmillan College Publishing Company, 1994), p 94. (สมพงษ์ ชูมาก. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบัน (ทศวรรษ 1990-2000) 21). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ด้านสุทธาการพิมพ์, 2547. หน้า 268)

หนึ่งประเทศขึ้นไป โดยการปรากฏตัวของบริษัทลงทุนข้ามชาติในฐานะที่เป็นรูปแบบใหม่ของทุนมีพลังทางเศรษฐกิจอย่างยิ่งยวด การดำรงอยู่ของบริษัทนั้นได้ส่งอิทธิพลและบางครั้งถึงกับทำลายระบอบสถาบันที่ดำรงอยู่แล้ว กล่าวคือ บริษัทลงทุนข้ามชาติก่อให้เกิดปัญหาประสิทธิภาพของนโยบายเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศที่ได้รับการลงทุนทั้งนี้เพราะกลไกการตัดสินใจของบริษัทอยู่นอกประเทศที่ได้รับการลงทุน ก่อให้เกิดปัญหาการควบคุมบริษัทลงทุนข้ามชาติซึ่งบริษัทข้ามชาติจะเป็นผู้กำหนดบทบาทการผลิตและแผนการตลาดระดับโลก โดยมีจุดมุ่งหมายที่เข้ามาในลักษณะของการเป็นผู้ให้การพึ่งพิง และมีจุดประสงค์เพื่อหาแหล่งวัตถุดิบ แรงงานถูก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) เพื่อหาตลาดระบายสินค้า และหาความได้เปรียบจากการผูกขาดการผลิตและการตลาดให้มีลักษณะเป็นนานาชาติ เช่น บริษัทข้ามชาติที่มาลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย จะมีรูปแบบการลงทุนเป็นกลุ่มทุนพึ่งพิงทางการค้าจากกลุ่มผลิตรถยนต์ (OEM) ของประเทศตนเอง เป็นกลุ่มที่ได้รับประโยชน์จากการทำการค้าจากกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่ต้องการผูกขาดการใช้ยางรถยนต์ในประเทศ

2.1.5.1 ระบบ Global Commodity Chains จากการศึกษาของนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันช่วยให้เข้าใจบทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ การโยกย้ายฐานการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ ของบริษัทลงทุนข้ามชาติ และผลที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศโลกที่สามผู้ผลิตหรือผู้ลงทุนจะโยกย้ายฐานการผลิต หรือขั้นตอนการผลิตสินค้าไปยังประเทศที่มีขีดการแข่งขันดีที่สุด และเมื่อมีประเทศใหม่ที่มีความสามารถในการผลิตดีกว่า สินค้าชิ้นหรือขั้นตอนการผลิตจะถูกโยกย้ายออกไปยังประเทศที่มีประสิทธิภาพการผลิตดีกว่า การวิเคราะห์สาเหตุมีหลายประการคือ ประการที่หนึ่ง เป็นผลจากการพัฒนาและคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ประการที่สอง สำหรับสินค้าประเภทแฟชั่น รสนิยมของผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงเร็ว ประการที่สาม มีการคิดค้นรูปแบบใหม่ๆ ของสินค้าบริโภคอยู่เสมอ ประการที่สี่ ประเทศกำลังพัฒนาที่สามารถผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น ประการที่ห้าปัจจัยจากการนำมาตรการปกป้องประเทศจะได้ผลประโยชน์สูงถ้าสามารถดึงเงินลงทุนในอุตสาหกรรมที่มีผลเชื่อมโยงต่อสาขาเศรษฐกิจอื่นสูง (Linkage Effects) หรือเป็นการลงทุนที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในอัตราสูง เพื่อบรรลุจุดนั้นเศรษฐกิจดังกล่าวจะต้องมีการจัดการเศรษฐกิจมหภาคที่ให้ความมั่นใจในแก่นักลงทุนจะต้องมีอุปทานของแรงงานที่ทักษะมีความสามารถด้านเทคโนโลยีสูงพอ

2.1.5.2 ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติกับการถ่ายทอดทางเทคโนโลยี ประเทศญี่ปุ่นมีลักษณะพิเศษระบบเทคโนโลยีที่ต่างไปจากประเทศในยุโรปและอเมริกา ซึ่งการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ประเทศไทยหวังจะได้รับจากการลงทุนโดยตรงนั้นจึงเป็นไปได้ยาก เทคโนโลยีที่ได้จากการลงทุนโดยตรงนั้นจำแนกการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1.5.2.1. การถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบสถิต เป็นรูปแบบการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่นำเอาเครื่องจักรชิ้นส่วนเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นแม้แต่การซ่อมบำรุงเครื่องมือเครื่องจักรก็ยังคงพึ่งพิงบริษัทแม่ที่ญี่ปุ่น โดยที่คนไทยได้รับการฝึกฝนหรือได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีได้ในระดับที่ใช้เครื่องมือเครื่องจักรหรือประกอบชิ้นส่วนได้เท่านั้น และการถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบสถิตส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ (Know How) ให้เฉพาะพนักงานในบริษัทหรือส่งพนักงานไปฝึกอบรมกับบริษัทแม่ในญี่ปุ่น เรียกกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีนี้เป็นกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างบริษัท ซึ่งถูกจำกัดในวงแคบเท่านั้น¹⁰

2.1.5.2.2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบพลวัต เป็นการถ่ายทอดที่รับเอาเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นเข้ามา ยังต้องฝึกฝนคนงาน และช่างไทยให้มีความสามารถในการตัดแปลง และปรับปรุงสินค้าวิธีการผลิตบางส่วนให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น

2.1.5.3. ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติ ในกรอบแนวคิดทางทฤษฎีแบบ The global neo-classical model¹¹ หมายถึงพวกที่เห็นว่ารัฐชาติ (Nation State) มีความไร้ประสิทธิภาพในการควบคุม (Control) ทรัพยากรในโลกนี้หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการประสานผลประโยชน์ร่วมกัน และจะต้องยอมรับในข้อดี (Benefit) ที่เกิดจากการบริหารทรัพยากรของบริษัทข้ามชาติ และเหล่ารัฐชาติจะต้องยอมรับว่าพวกบริษัทข้ามชาติสามารถช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ และบริษัทข้ามชาติก็จะแสดงบทบาทที่เป็นประโยชน์ต่อรัฐชาติ และระบบโลกโดยไม่ขัดแย้งกัน และจุดเด่นของสำนัก “The global neo-classical model” การมีลักษณะการมุ่งปฏิบัติหรือมุ่งนโยบายที่มีการยอมรับบทบาทที่มีวิริยภาพของประเทศผู้รับการลงทุนว่าสามารถจะใช้ประโยชน์จากบริษัทข้ามชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตนได้ การใช้กรอบทฤษฎีนี้เนื่องจากการมุ่งเน้นพฤติกรรมการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ เช่น ญี่ปุ่น ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการลงทุนที่มีเหตุการณ์สำคัญทางเศรษฐกิจ การเมือง และนโยบายของรัฐเป็นตัวแปรสำคัญในการลงทุน ซึ่งประเทศไทยมีการใช้ทุนอิสระและทุนพึ่งพิงในลักษณะเชิงซ้อนของวิธีการผลิตทุนนิยม ที่ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเข้าสู่อุตสาหกรรมใหม่ และใช้เป็นเกณฑ์การกำหนดมูลค่าผลิตภัณฑ์สำหรับการหามูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) และยังคงอาศัยความร่วมมือทางด้านเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานการดำเนินงานของรัฐ เป็นการขยายตัวของมูลค่าจากการผลิตทุนนิยมที่ทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศขยายตัวในระบบทุนนิยมโลก สถานภาพกลุ่มทุนไทยในทางเศรษฐกิจ ในกระบวนการพัฒนาของระบบทุนนิยมที่จะมีการกระจุก

¹⁰ สุวินัย ภรณวลัย. ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย หน้า 327

¹¹ Hood and Young. (1999) (สุวินัย ภรณวลัย, เรื่องเดียวกัน, บทที่ 9)

ตัวของทุน (Concentration of Capital) และการรวมศูนย์ของทุน (Centralization of Capital) ที่เป็นลักษณะของกลุ่มทุนผูกขาด (Monopoly Capital)

2.1.5.4 การกระจุกตัวของทุนทางเศรษฐศาสตร์การเมืองในการลงทุนของบรรษัทข้ามชาติ หมายถึง ภาวะของการลงทุนของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่เพิ่มขนาดขยายความเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยการนำกำไรไปเพิ่มขนาดของทุน และเพิ่มการผลิต จนกระทั่งก้าวเข้าสู่ภาวะผูกขาดในที่สุด¹² ที่มีการรวมศูนย์ทุนแต่ละกลุ่มที่กระจัดกระจายอยู่เป็นอิสระต่อกันได้รวมกันเป็นการสร้างระบบทุน หรือการรวมทุน และมีการประสานกันในรูปแบบต่างๆ กลุ่มทุนผูกขาดในประเทศมีการสร้างอำนาจผูกขาดขึ้นมาด้วยการใช้สิทธิ และได้รับการคุ้มครองปกป้องจากอำนาจทางการเมือง เช่นการผูกขาดทางการค้าระหว่างประเทศ การผูกขาดทางภาษีหรือการให้สิทธิอำนาจผูกขาด โดยนโยบายส่งเสริมการลงทุน ทุนผูกขาดในประเทศจึงเกิดขึ้นรวดเร็วท่ามกลางความอ่อนแอของทุนนิยมทั้งระบบ เนื่องจากทุนต่างชาติที่มีขีดความสามารถในการผูกขาด แต่ถ้าปราศจากสิทธิแล้วจะไม่สามารถดำรงสถานภาพการผูกขาดไว้ได้ รวมทั้งยังถูกกีดกันด้วยอำนาจทางกฎหมายและการเมือง ทำให้ทุนต่างชาติจึงมีลักษณะแอบแฝงกับกลุ่มทุนไทย จำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ คือ

2.1.5.4.1 กลุ่มทุนผูกขาดสะสมจากการครอบครองที่ดินขนาดใหญ่และมีอิทธิพลทางการเมืองการค้าระหว่างประเทศ และมีการกระจุกตัวของทุนจากการขยายตัวเติบโตของกลุ่มทุน

2.1.5.4.2 กลุ่มทุนผูกขาดที่มาจากทุนต่างชาติเข้ามาสร้างอำนาจผูกขาดในสาขาการผลิตต่างๆ เช่น กลุ่มยานยนต์ญี่ปุ่น เยอรมนี และอเมริกา มีฐานการลงทุนในต่างประเทศ

2.1.5.4.3 กลุ่มทุนผูกขาดที่ก่อกำเนิดจากธนาคารหรือทุนการเงิน

2.1.5.4.4 กลุ่มทุนผูกขาดที่ก่อกำเนิดจากการร่วมมือทั้งกลุ่มทุนผูกขาดมาจากทุนต่างชาติและทุนก่อกำเนิดทางการเงิน เช่น กลุ่มตระกูลจิ้งรุ่งเรืองและกลุ่มตระกูลสิทธิผล ซึ่งเป็นกลุ่มทุนการเมืองที่มีสายสัมพันธ์กับกลุ่มยานยนต์ของญี่ปุ่น เป็นฐานการเงินจากต่างประเทศ

ระบบทุนนิยมในประเทศไทยเริ่มเติบโตและขยายตัว ลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับทุนต่างชาติ เป็นการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศ กระตุ้นให้ระบบเศรษฐกิจการเงินเติบโต และการขยายตัวของการค้าเสรีระหว่างประเทศ ทำให้มีการนำเข้าจากทุนนิยมศูนย์กลางสูงขึ้น เป็นเหตุให้ประเทศขาดดุลการค้า ซึ่งการขยายตัวเป็นแบบกลไกรองรับทุนนิยมโลก โดยเฉพาะทางด้านกลุ่มอุตสาหกรรมที่กลุ่มทุนมักจะแสวงหาช่องทางที่จะร่วมมือกับทุนข้ามชาติ เพื่ออาศัยเทคโนโลยีเครือข่ายการตลาด และความสามารถในการสะสมทุนของทุนข้ามชาติ เป็นตัวเชื่อมกลุ่มทุนที่อยู่ในอำนาจรัฐ ซึ่งการพึ่งพิงระบบทุนนิยมโลกมีแนวโน้มของการเป็นแหล่งที่ตั้งของการผลิตอุตสาหกรรมเพื่อตลาดทั้งในประเทศและนอกประเทศ หรือการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และการ

¹² Sweezy 1970 :56 (กำชัย ทยสมิต, เรื่องเดียวกัน ,หน้า 32)

ผลิตเพื่อการส่งออก ที่ต้องอาศัยการพึ่งพิงทางด้านการค้า และการลงทุนระหว่างต่างประเทศในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการพึ่งพิงการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีอันเป็นลักษณะการค้าเทคโนโลยีที่มีการผูกขาดค่อนข้างสูงและมีการควบคุมโดยบริษัทข้ามชาติ รวมถึงการผูกขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตด้วย

2.2. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจระบบทุนนิยม

เศรษฐกิจระบบทุนนิยมที่เกี่ยวกับความเป็นมา และความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจไทยในระบบทุนนิยม การพึ่งพิงระบบทุนนิยม วิกฤตการณ์เศรษฐกิจอันเนื่องมาจากการเข้าสู่ระบบทุนนิยม รวมทั้งบทบาทของรัฐที่มีต่อระบบเศรษฐกิจทุนนิยมของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง

2.2.1 ทฤษฎีว่าด้วยบทบาทรัฐในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม

2.2.1.1 เศรษฐกิจของระบบทุนนิยมไทย¹³ ระบบทุนนิยมโลกเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่การทำสนธิสัญญาบาวริง ในปี พ.ศ. 2398 ระบบเศรษฐกิจไทยถูกชักพาเข้าสู่วงจรของระบบทุนนิยมโลก การเปลี่ยนแปลงสถานะทางเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมย่อมมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย ผ่านกลไกทางการค้าระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ และการเงินระหว่างประเทศ เนื่องจากการทำสนธิสัญญาบาวริง เป็นการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจไทยเป็นแบบอย่างของสัญญานี้ถือเสมือนเป็นจุดเปลี่ยนจากเศรษฐกิจทำมาหากินมาเป็นเศรษฐกิจการค้า และเศรษฐกิจระบบนายทุน ที่มีบทบาทสำคัญคือเศรษฐกิจไทยเข้าพินิจเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลกที่มีประเทศมหาอำนาจตะวันตกเป็นผู้นำทางการค้าระหว่างประเทศพัฒนาการอุตสาหกรรม ซึ่งก่อนหน้านี้การค้าระหว่างประเทศไม่สำคัญ แต่มีลักษณะเฉพาะคือเป็นการค้ากับประเทศจีนเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการค้ากับจีนนี้เริ่มลดความสำคัญลงหลังจากจีนมีปัญหาทำสงครามกับประเทศเจ้าอาณานิคมคืออังกฤษ ซึ่งในช่วงนั้นเป็นการผูกขาดโดยพระมหากษัตริย์และพันธมิตร คือ ชุนนาง และพ่อค้าจีน

¹³ กำชัย ทยสมิต. เศรษฐกิจไทยในระบบทุนนิยมโลก, พิมพ์ครั้งที่ 2. โครงการตำรา ลำดับที่ 1 ศูนย์บริการเอกสารวิชาการคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 2536, บทที่ 2

สถานภาพเศรษฐกิจที่สัมพันธ์กับการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่เป็นลักษณะพลวัตของเศรษฐกิจการค้าและการลงทุน ที่มีการสะสมทุนในชนชั้นนายทุน และต้องพึ่งพิงต่างชาติในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ โดยแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการวิเคราะห์วิกฤตการณ์เศรษฐกิจของระบบทุนนิยมของระบบโลก ของสำนักพึ่งพิง สำนักวิถีการผลิตแบบมาร์กซิสต์ และสำนักของสำนักเรื่อลาซิอง ที่มีการวิเคราะห์ถึงปัญหาความด้อยพัฒนาที่ยังมีจุดของการขัดแย้งเชิงทฤษฎีทางเศรษฐกิจการเมือง สังคมและประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจในระบบทุนนิยมเน้นถึงผลกระทบการค้าระหว่างประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิต และวงจรเศรษฐกิจจากการจัดสรรผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจตามแนวคิดทุนนิยม อาจทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจโลก

ทุน หมายถึง มูลค่าเพิ่มของปัจจัยการผลิตที่ดึงดูดเอามาจากส่วนเกินของแรงงานที่สร้างผลผลิตที่นำไปสู่เครื่องมือในการขูดรีดมูลค่าส่วนเกิน เป็นแนวทางจากทฤษฎีมาร์กซิสต์ ซึ่งระบบเศรษฐกิจที่ถูกครอบงำด้วยทุน เรียกว่า ระบบทุนนิยม โดยที่รูปแบบการผลิตอาศัยปัจจัยการผลิตหลักๆ ของสังคมจากการครอบครองของกลุ่มบุคคลหรือบุคคลที่เป็นปัจเจกชน เช่น ปัจจัยทางด้านแรงงาน (Labor Power) และปัจจัยทางด้านเงินทุน เพื่อมุ่งหวังผลกำไรเป็นสำคัญ และนำไปสู่การลงทุนขยายการผลิต ระบบทุนไทยนั้นเป็นทั้งทุนที่อิสระพึ่งพิงทุนต่างชาติ และมีการหาประโยชน์จากการพึ่งพิงทุนต่างชาติ เพื่อรักษาเสถียรภาพแห่งรัฐและอำนาจของตนในสังคมไทย การพึ่งพิงเศรษฐกิจประกอบด้วยด้านการค้า การเงิน เทคโนโลยี และการควบคุมอุตสาหกรรมที่สำคัญโดยบริษัทข้ามชาติ ซึ่งจะเกิดผลกระทบจากนโยบายขององค์กรทุนนิยมในระดับมหภาค เช่น ธนาคารโลก (World Bank) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คณะประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) และบริษัทข้ามชาติ เป็นต้น โดยเฉพาะปัญหาและอุปสรรคทางด้านการค้าและการส่งออก ทำให้องค์กรทุนนิยมได้แทรกซึมเข้ามาให้ความช่วยเหลือ และมีการครอบงำแนวคิดการบริหารเศรษฐกิจ ที่จะให้เงินทุนการพัฒนาประเทศ จึงทำให้ประเทศเกิดการขาดดุลทางการค้าและดุลการชำระเงิน จนบางครั้งจำเป็นต้องก่อหนี้ต่างประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของการใช้ทรัพยากรเงินทุน เทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญในการจัดการทรัพยากรของบริษัทข้ามชาติในการบริหารเศรษฐกิจและการจัดสรรทรัพยากรของประเทศ

การจำแนกลักษณะกลุ่มทุนในประเทศไทย ที่แบ่งทุนตามลักษณะของสถานภาพทางสากล ประเทศที่เจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและระบบทุนนิยมพัฒนา มีการแผ่ขยายอาณาจักรทุนของตนไปสู่ประเทศต่างๆทั่วโลก โดยประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา จำเป็นต้องพึ่งพิงทุนภายใต้การครอบงำระบบทุนนิยม สามารถแบ่งลักษณะของทุนได้ดังนี้

ทุนข้ามชาติ (Transnational Capital) ได้แก่ทุนจากประเทศศูนย์กลางที่เข้าไปแสวงหาผลประโยชน์และครอบงำประเทศด้อยพัฒนา กลไกของทุนข้ามชาติคือ บริษัทข้ามชาติ

(Transnational Corporation หรือ TNCs) ที่เข้ามีบทบาทในทางเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ เช่น ทุนจากอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ เยอรมัน และจีน เป็นต้น

ทุนพึ่งพิง (Dependent Capital) เป็นทุนภายในประเทศของประเทศด้อยพัฒนา ซึ่งเป็นประเทศบริวารของกลุ่มทุนที่เติบโตและพัฒนาไปตามแนวทางที่ประเทศศูนย์กลางกำหนด เช่นกลุ่มรวมทุนกับต่างชาติ ที่อยู่ภายใต้อำนาจของทุนต่างชาติ กลุ่มที่เป็นตัวแทน และเป็นผู้รับเหมาช่วงการผลิต (Sub-Contractor) ของบริษัทข้ามชาติ ที่ไม่มีอำนาจต่อรองทางการผลิตและการค้ากับบริษัทต่างชาติ และไม่อาจเป็นปฏิปักษ์ต่อทุนศูนย์กลาง¹⁴

ทุนอิสระ (Independent Capital) เป็นทุนที่มีอิสระไม่พึ่งพิงหรือขึ้นกับทุนต่างชาติ ซึ่งเป็นทุนอิสระเชิงสัมพัทธ์ (Relative Independent) คือมีความเป็นอิสระในทุนภายใต้การบริหารตัดสินใจของตนเอง แต่ยังคงพึ่งพิงเทคโนโลยีและตลาดโลก ที่ควบคุมโดยประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง (Central Capitalism) โดยผ่านกลไกทางการค้าระหว่างประเทศและความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) ของแต่ละประเทศ ขณะที่ประเทศไทยนั้นจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว (More Development Countries) หรือประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries) ยังต้องพึ่งพิงระบบทุนนิยม ที่ก่อให้เกิดการจัดสรรปันส่วนและการแบ่งงานในด้านการผลิตและการค้า¹⁵ ซึ่งลักษณะการพึ่งพิงเป็นแบบที่มีความสัมพันธ์ของการพึ่งพิงกันมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความสามารถในการสะสมทุนและการครอบงำปัจจัยการผลิต ซึ่งจากทฤษฎีมาร์กซิสต์ กล่าวไว้ว่า นายทุนคือผู้ที่มีรายได้จากกำไร ดังนั้นการที่นายทุนครอบครองปัจจัยการผลิตไม่เท่ากัน ระดับหรือขนาดของทุนจึงไม่เท่ากัน ทำให้การสะสมทุนได้ไม่เท่ากัน¹⁶ ย่อมมีความแตกต่างในการสะสมทุนดังนี้

ทุนขนาดใหญ่หรือทุนผูกขาด มีลักษณะของกลุ่มทุนที่มีเครือข่ายและมีอาณาจักรทุน ที่สามารถผูกขาดทางการตลาด หรือระบบเศรษฐกิจ เช่น ทุนธนาคาร ทุนยานยนต์ ทุนเหล็ก ทุนปูนซิเมนต์ ทุนสื่อสาร และทุนข้ามชาติ ล้วนเป็นทุนขนาดใหญ่ที่มีกลุ่มที่มีอำนาจผูกขาดทางการตลาด หรือเป็นผู้กำหนดทิศทางการตลาดได้

ทุนระดับกลาง ได้แก่กลุ่มทุนที่มีลักษณะประกอบการเดี่ยว หรือไม่มีอาณาจักรและเครือข่าย ที่ประกอบการดำเนินธุรกิจในวิถีการผลิตทุนนิยมตามรูปแบบอย่างเปิดเผย (Formal Business) และมีการจ้างแรงงานในการผลิตเป็นหลัก คือมีขนาดการจ้างงานไม่เกิน 500 คน

¹⁴ Amin (1980:192) (กำชัย ลายสมิต, เรื่องเดียวกัน ,หน้า 23)

¹⁵ Harris (1986: 192-200) (กำชัย ลายสมิต, เรื่องเดียวกัน ,หน้า 23)

¹⁶ Marx and Engel (1975: 41) (กำชัย ลายสมิต, เรื่องเดียวกัน ,หน้า 24)

ทุนขนาดเล็กหรือทุนย่อย เป็นผู้ทำการค้ารายเล็กที่ลงทุนน้อย และมีการขยายตัวในสภาพที่ไม่คงที่ ซึ่งอาจเกิดความล้มเหลวจนทำให้เป็นชนชั้นกรรมชีพ (Proletariat) หรือถ้าเกิดประสบความสำเร็จจะเติบโตเป็นชนชั้นนายทุน การพัฒนาของทุนเล็กที่มีการขยายตัวและสร้างเครือข่ายการลงทุน ทำให้สามารถที่จะดึงมูลค่าส่วนเกินจากระบบทุนนิยมส่วนหนึ่งไว้เพื่อความคงอยู่ของกิจการจึงเป็นเหตุให้มีการเร่งรีบสะสมทุน ทำให้การผลิตเล็กกลายเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการผ่อนคลายความตึงเครียดทางสังคม และลดความรุนแรงทางชนชั้น มีส่วนให้ทุนใหญ่และทุนกลางใช้ทุนขนาดเล็ก เป็นกลไกและเครื่องมือในการสะสมทุน รวมทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างทุนทางการเมือง มีการพิจารณา 3 ด้าน คือ ด้านวิถีที่เกี่ยวกับการผลิตทุนนิยม ด้านอิทธิพลของกลไกทุนนิยม และด้านความสัมพันธ์ของแรงงานกับวิถีผลิตทุนนิยม การที่มูลค่าผลิตภัณฑ์จากวิถีการผลิตทุนนิยม กลายเป็นมูลค่าส่วนใหญ่ของ GDP ทำให้ประเทศพัฒนาไปสู่ระบบทุนนิยม

นักเศรษฐศาสตร์เห็นพ้องต้องกันว่ารัฐควรมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม แต่ที่ไม่เห็นพ้องประเด็นที่ว่าควรมีบทบาทเมื่อใดและอย่างไร มูลเหตุสำคัญน่าจะเป็นเพราะการเข้าแทรกแซงกลไกตลาดของรัฐนั้นเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนโยงใยไปถึงประเด็นต่างๆ กัน¹⁷ ได้แก่ ประเด็นถกเถียงเรื่องประสิทธิภาพ ศิลธรรม อำนาจ เสรีภาพส่วนบุคคล และความชอบธรรม โดยเน้นเรื่องประสิทธิภาพ เนื่องจากเกิดความล้มเหลวของตลาดเป็นเหตุผลที่รัฐต้องเข้าแทรกแซงตลาด เศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Welfare Economics) ที่มีการพัฒนาแนวคิดเรื่องตลาดล้มเหลวมากที่สุด ซึ่งสังคมเข้าสู่จุดการแบ่งสรรทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่ทำให้ตลาดล้มเหลว (Market Failures) 3 ประการอันเป็นเหตุผลให้รัฐต้องเข้าแทรกแซงตลาด คือ

2.2.1.1.1 การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ทำให้โครงสร้างตลาดไม่มีการแข่งขันสมบูรณ์ ผู้ผลิตขนาดใหญ่เพียงไม่กี่รายสามารถควบคุมตลาดได้ทำให้เกิดระบบผูกขาดหรือเกือบผูกขาด มีการตั้งราคาถ้ากำไรเกินควร รัฐอาจออกกฎหมายควบคุมการผูกขาด ผู้ผลิตมักไม่เห็นด้วยกับการที่รัฐเข้าแทรกแซงตลาดเพื่อลดการผูกขาดอาจไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพได้ เพราะกฎหมายต่อต้านการผูกขาดไม่ได้จำกัดการเบี่ยงเบนจากตลาดทั้งหมด โดยฟรีดแมน เสนอว่า การผูกขาดมักเกิดจากแรงสนับสนุนจากรัฐให้นักธุรกิจรวมกลุ่มกันผูกขาด ดังนั้นรัฐควรลดบทบาทการแทรกแซงระบบเศรษฐกิจจะทำให้ไม่เกิดการผูกขาดขึ้น¹⁸

¹⁷ Chang, Har-Joon (1996), *The Political Economy of Industrial Policy*, St. Martin Press. (ผาสุก พงษ์ไพจิตร. พัฒนาการอุตสาหกรรมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจประชานิยมของเกาหลีใต้บราซิล ไทย, พิมพ์ครั้งที่ 1. โครงการตำรา ลำดับที่ 37 ศูนย์บริการเอกสารวิชาการคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 2541,บทที่ 2)

¹⁸ Friedman M. (1962), *Capitalism and Freedom*, Chicago and London: University of Chicago Press. (ผาสุก พงษ์ไพจิตร , เรื่องเดียวกัน, หน้า 58)

2.2.1.1.2 เหตุผลที่รัฐต้องแทรกแซงตลาดคือกรณีสินค้าสาธารณะ (Public Goods) เป็นสินค้าที่คนส่วนใหญ่ได้ประโยชน์โดยที่ไม่อาจถูกกีดกัน และไม่ได้รับประโยชน์ได้ ถึงแม้จะไม่ได้จ่ายเงินก็ยังได้รับผลประโยชน์ นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า Non Excludability ได้ต่อต้านบทบาทของรัฐในการพัฒนาการเทคโนโลยีอาจจะทำให้เกิดความเป็นสินค้าสาธารณะสูญไปได้ โดยทำผู้ที่ไม่จ่ายไม่อาจเข้าถึงสินค้าสาธารณะ บทบาทรัฐจากการทำในสิ่งที่ตลาดทำไม่ได้ เช่น การกำหนด การเป็นตัวกลาง และบังคับใช้กฎเกณฑ์ที่จำเป็น แนวคิดนี้ได้เน้นถึงจุดมุ่งหมายของรัฐ มีต่อบทบาทในระบบเศรษฐกิจ จากกลุ่มที่เน้นว่ารัฐเป็นเอกเทศ อิสระจากสังคมโดยรวม (Autonomous State) และกลุ่มที่มีรัฐเป็นเสมือนเวทีของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ (Interest Group) หรือเป็นกลุ่มที่เน้นถึงรัฐเป็นเสมือนเวทีที่กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ แข่งขันกันส่งอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะ¹⁹ การแข่งขันหรือการรวมเป็นพันธมิตรที่จะส่งอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ รวมทั้งกลุ่มทางทฤษฎีรัฐที่ทำตามจุดมุ่งหมายของกลุ่มข้าราชการที่ต้องการขยายขนาดของงบประมาณเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด ในที่สุดกลุ่มที่มีอำนาจหรืออิทธิพลมากที่สุดจะเป็นผู้ควบคุมนโยบายสาธารณะเพื่อประโยชน์ของผลประโยชน์ของกลุ่ม²⁰ ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลประโยชน์แคบๆ ครอบงำรัฐบาลจึงควรพยายามหาทางลดบทบาทของรัฐเสีย

2.2.1.1.3 ผลกระทบภายนอก (Externalities) มีผลทำให้โครงสร้างของต้นทุนหรือผลได้ระหว่างเอกชนและสังคม ไม่สอดคล้องกัน ตลาดจึงไม่อาจทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ถ้าหากระบบกรรมสิทธิ์ (Property Rights) ชัดเจนและผู้กระทำหรือผู้ถูกผลกระทบสามารถที่จะตกลงกันได้ว่าจะแก้ไขอย่างไร ซึ่งความจริงมักเป็นกรณีที่ตกลงกันได้ยาก เพราะมีต้นทุนสูงในกระบวนการแสวงหาข้อมูล การเจรจา และการตกลงเพื่อเสียค่าทดแทน (Transaction Cost) ดังนั้นรัฐบาลอาจต้องเข้ามาแทรกแซง เพื่อดังกฎเกณฑ์ให้มีการจ่ายค่าทดแทนความเสียหายที่นำเงินมาใช้แก้ไขปัญหา (Pollution Tax)

¹⁹ Stigler, G. (1975), *The Citizen and the State*, University of Chicago Press. Laffont, J-J. and J. Tirole (1988), 'The Politics of Government Decision Making: A Theory of Regulatory Capture', Working paper No. 506, Department of Economics, M.T. Olson, M. (1965), *The Logic of Collective Action*, Cambridge, Mass: Harvard University Press. (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, เรื่องเดียวกัน, หน้า 63)

²⁰ Skidmore, Thomas E., Perter H. Smith, *Modern Latin America*, Oxford University Press 1997, Fourth Edition. (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, เรื่องเดียวกัน, หน้า 63)

2.2.2 แนวคิดแบบเครือข่ายการผลิต และอุตสาหกรรม²¹

2.2.2.1 เครือข่ายการผลิต (Network of Production) ของ Walter Hatch และ Kozo Yamamura นั้นได้แบ่งเครือข่ายการผลิตไว้ 3 ลักษณะคือ เครือข่ายแบบ Hub Cluster และ WEB ทั้ง 3 แบบสามารถอธิบายการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมยางรถยนต์ทางการผลิต ดังนี้

2.2.2.1.1 เครือข่ายการผลิตแบบ HUB คือ เป็นลักษณะเครือข่ายการผลิตได้เป็นแบบแรกเริ่ม คือ บริษัทสาขาส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทแม่กับผู้ประกอบการภายในท้องถิ่นจะมีความผูกพันใกล้ชิดกับบริษัทแม่ของตน จะไม่มีการติดต่อระหว่างกันเองเท่าใดนัก ซึ่งลักษณะสำคัญของเครือข่ายการผลิตนี้คือ โรงงานที่ตั้งขึ้นในประเทศต่างๆ นั้นจะทำหน้าที่เป็นโรงงานประกอบชิ้นส่วนต่างๆ ที่นำเข้ามาจากบริษัทแม่เป็นส่วนใหญ่ และมุ่งผลิตเพื่อขายตลาดภายในประเทศเป็นสำคัญ

2.2.2.1.2 เครือข่ายแบบ CLUSTER คือ บริษัทแม่อาจย้ายฐานการผลิตไปยังบริษัทสาขาที่มาก่อน และมีการชักชวนกลุ่มผู้รับเหมา การผลิตชิ้นส่วนให้ย้ายฐานมาผลิตชิ้นส่วนในประเทศเดียวกัน ถ้าผู้รับเหมาไม่ย้ายการผลิตมาบริษัทแม่ก็จะทำการติดต่อกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนที่อยู่ในประเทศนั้น ซึ่งในลักษณะนี้จะมีโรงงานที่ผลิตชิ้นส่วนตั้งขึ้นในประเทศต่างๆ เพื่อส่งให้บริษัทสาขาในต่างประเทศทำหน้าที่ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ ซึ่งมีราคาต้นทุนต่ำกว่าบริษัทในประเทศแม่ขายให้แก่โรงงานสาขาภายในประเทศนั้นๆ โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศแม่

2.2.2.1.3 เครือข่ายแบบ WEB คือ บริษัทสาขาเชื่อมโยงเข้าถึงกันอย่างใกล้ชิดโดยบริษัทจะนำเข้าชิ้นส่วนสำคัญที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงจากบริษัทแม่ ในขณะที่ชิ้นส่วนอื่นๆ นั้นจะแลกเปลี่ยนซื้อขายไปมาระหว่างบริษัทสาขาด้วยกัน ที่จะกระจายตามภูมิภาคต่างๆ เป็นลักษณะเครือข่ายที่แบ่งงานกันทำเฉพาะอย่างเท่านั้น และมีความซับซ้อนมากขึ้น

สำหรับการสร้างเครือข่ายของบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่นที่ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ นั้นรวมถึงประเทศไทย จะเป็นไปในลักษณะของการสร้างเครือข่ายแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศตามความถนัด เฉพาะอย่างเพื่อลดต้นทุนการผลิต นอกจากจะเป็นการตั้งโรงงานเพื่อผลิตสินค้าขายในตลาดท้องถิ่นแล้ว การผลิตในประเทศต่างๆ ภายใต้ระบบเครือข่ายการผลิตญี่ปุ่นยังเป็นการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่สามอย่างสหรัฐ ยุโรป เป็นตลาดขนาดใหญ่ รวมถึงการส่งกลับประเทศญี่ปุ่นด้วย

²¹ พาริณี ทรัพย์ทวี. องค์การธุรกิจกับบทบาทการลงทุนทาง FDI ในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2548.

2.2.2.2 เครือข่ายอุตสาหกรรม (Industrial Clusters)²² แนวคิดเรื่อง

เครือข่ายหรือคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีการนำกลับมาใช้กันมากในประเทศไทยในช่วงหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ โดยรูปแบบหนึ่งของคลัสเตอร์ คือ เขตอุตสาหกรรม (Industrial District) ที่มีการร่วมมือกันของกิจการต่างๆ ในเขตพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงกันในลักษณะต่างๆ เช่น การผลิตชิ้นส่วน การรับช่วงการผลิต การร่วมมือกันพัฒนาบุคลากร และการจัดจำหน่ายสินค้า เขตอุตสาหกรรมในบางประเทศมีการพัฒนาเป็นเวลานานมาแล้ว เช่น ประเทศอิตาลี จะมีเขตที่เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน เช่น การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ เครื่องหนังและรองเท้าอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ อุตสาหกรรมแต่ละอย่างในแต่ละท้องถิ่นที่มีการพัฒนามาเป็นเวลานานร้อยปี แต่เครือข่ายอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเครือข่ายตามเขตภูมิศาสตร์เสมอไป หากกิจกรรมต่างๆ มีการเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันก็ถือว่าอยู่ในเครือข่ายเดียวกันได้ เนื่องจากเครือข่ายหรือคลัสเตอร์ คือ กลุ่มกิจการที่เกี่ยวข้องในลักษณะต่างๆ เช่น ผู้จัดบริการและโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะด้าน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดจำหน่ายสินค้า ลูกค้า และสถาบันที่เกี่ยวข้อง รวมตลอดถึงสถาบันที่ให้การสนับสนุนทางด้านความรู้ และการศึกษาวิจัย เช่น คลัสเตอร์ทางด้านคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ที่หุบเขาซิลิคอน (Silicon Valley) ในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา และคลัสเตอร์ ซึ่งการใช้แนวคิดเรื่องเครือข่ายอุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์นี้มีความแตกต่างจากแนวความคิดการส่งเสริมอุตสาหกรรมดั้งเดิมที่มักพิจารณาอุตสาหกรรมแต่ละสาขาหรือประเภท แต่การส่งเสริมอุตสาหกรรมตามแนวคิดคลัสเตอร์นั้นมักไม่จำกัดเพียงอุตสาหกรรมแต่ละสาขา แต่จะพิจารณารวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันที่มีส่วนส่งเสริมคุณค่าทั้งในกลุ่มมูลค่าเพิ่ม และขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น การผลิตยานยนต์จะต้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมการออกแบบ การประกอบ และการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่มีส่วนเสริมสร้างคุณค่าแก่การผลิตยานยนต์จึงอาจจัดอยู่ในเครือข่ายหรือคลัสเตอร์เดียวกันได้ ผู้ผลิตยานยนต์ที่มีการแข่งขันกัน และอยู่ในคลัสเตอร์เดียวกันได้ ถ้ามีการร่วมมือทำให้การผลิตและการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมการผลิตมีประสิทธิภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

การเกิดตลาดสำหรับผู้ประกอบการในเวทีโลกาภิวัตน์ (Globalization) จะมีการแสดงออกใหม่ๆ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติ (MNC: Multi National Corporation) เช่น บริษัทมิชลิน บริดจสโตน และกู้ดเยียร์ เป็นต้น โดยประชากรในประเทศจะเป็นตัวกำหนดระดับการผลิต เช่น ประเทศอินเดีย มีประชากรพันกว่าล้านคน จึงมีการผลิตสินค้าเพื่อใช้ในประเทศมากกว่าที่จะพึ่งพิงจากต่างประเทศ ขณะที่ตลาดแบบโลกาภิวัตน์ (Global Market) ที่ทุกอย่างเป็นตลาดเดียวกัน

²² สุโขทัยธรรมาริราช. เอกสารการสอนเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาริราช. หน้า 42. 2548.

และไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ในการติดต่อซื้อขาย สามารถซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่ถือเป็นตลาดที่รวดเร็วที่สุด ทำให้เกิดการสร้างพันธมิตรใหม่ๆ (New Alliance) และเกิดเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ ซึ่งเป็นมิติใหม่ของโลกาภิวัตน์ของเอกชนในประเทศไทยและต่างชาติ ซึ่งจะมีการร่วมมือกันในบางครั้งหรืออาจแข่งขันกันในธุรกิจบางประเภท ดังนั้นทุนที่มานั้นเป็นทุนในลักษณะของการทุนเสริมสร้างหรือทุนทำลาย เนื่องจากต่างชาติเข้ามาครอบงำกิจการ (Take Over) ในทุกเรื่องแม้กระทั่งเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคมด้วย

2.2.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมตลาด²³

พฤติกรรมตลาด หมายถึง นโยบายของธุรกิจที่มีต่อตลาดสินค้าของตนและคู่แข่ง คำว่าตลาดเป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะบทบาทของตลาดในแง่หน้าที่ (Function Aspect) ในการที่จะแก้ไขปัญหาสำคัญของธุรกิจ ซึ่งจะมากำหนดราคา ปริมาณ คุณภาพ รูปแบบของสินค้า และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ รวมถึงนโยบายที่มีปฏิกริยาโต้ตอบคู่แข่ง การกระทำและปฏิกริยาโต้ตอบเป็นการสร้างเสริมพฤติกรรมตลาด พฤติกรรมของหน่วยธุรกิจนั้นจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละตลาด เช่น พฤติกรรมของผู้ขายน้อยราย การดำเนินนโยบายทางด้านราคา อาจทำโดยวิธีการต่างๆ กัน เช่น การกำหนดราคาร่วมกัน (Coordinating Price) การกำหนดราคาโดยผู้นำตลาด (Price Leader) ซึ่งพฤติกรรมหน่วยธุรกิจในตลาด จำแนกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.2.3.1 การแข่งขันทางด้านราคา (Price Competition) การแข่งขันทางด้านราคาเป็นการดำเนินนโยบายของผู้ผลิตที่มีผลกระทบต่อราคา เช่น การตัดราคา และการใช้ส่วนลดประเภทต่างๆ ได้แก่ ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสด และส่วนลดพิเศษ เป็นต้น

2.2.3.2 การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non-price Competition) การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาเป็นการดำเนินนโยบายที่ไม่มีผลกระทบต่อราคา ได้แก่ การปรับปรุงสินค้าของตนให้แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น (Product Differentiation) เป็นการแข่งขันในด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในลักษณะการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมการขาย เช่น สถานที่ การให้บริการหลังการขาย โดยมีการส่งเสริมการตลาด (Promotion Activities) เป็นการดำเนินกิจกรรมที่มุ่งจะเพิ่มอุปสงค์สำหรับสินค้าเพื่อปรับเปลี่ยนความชอบของผู้ซื้อที่จะขายสินค้าได้มากขึ้นในราคาเดิม เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการส่งพนักงานขายออกแนะนำ เป็นต้น รวมทั้งแข่งขันด้านการกระจายสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel : Place)

²³ จารุณี เทพอารุช (นพพร นุชนิยม. การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย. หน้า 27. 2540.)

2.3. การพัฒนาอุตสาหกรรมจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย²⁴

ประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ทำให้เศรษฐกิจมีอัตราการเจริญของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) สูง แต่ก็ยังมีปัญหาทางสังคมต่างๆ ดังนั้นการประเมินโดยดูเฉพาะเรื่องอัตราการเจริญทางเศรษฐกิจ (Economic growth rate) อย่างเดียวจึงไม่พอเพียง ซึ่งการเป็นอุตสาหกรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งในขบวนการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนา เพราะทำให้ประชาชนส่วนมากได้เข้าถึงปัจจัยสี่อันเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Needs) แต่มักจะเกิดปัญหาความแตกแยก (Alienation) หรือความล้มเหลวของความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล และเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มสังคมต่างๆ ทำให้ภาวะของการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลถูกกำหนดโดยกลไกตลาดอย่างสิ้นเชิง และทำให้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่างมนุษย์เสื่อมสลาย ธุรกิจชั้นนำจำนวนหนึ่งกำลังแข่งขันกันผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับระบบนิเวศ และสถานะแวดล้อม เพราะเชื่อว่าเขาจะเป็นผู้นำตลาดในอนาคต

ดังนั้นแม้ว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมจะมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ต้องไม่ละเลยการประเมินถึงต้นทุนและผลได้ จะช่วยอธิบายการเกิดเป็นอุตสาหกรรมที่จะช่วยการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากมิติที่แตกต่างไปจากการมองแบบเดิมๆ จำเป็นต้องมีกรอบทฤษฎีมิใช่เพียงเพื่อประเมินต้นทุน และผลได้ในรูปของสินค้าและความร่ำรวย แต่ต้องแยกแยะชนิดต่างๆ ของการผลิตอุตสาหกรรมและความเหมาะสมในบริบทของสถานการณ์ และกลุ่มคนที่แตกต่างกันด้วย การผลิตอุตสาหกรรมได้มีคำจำกัดความแยกได้เป็นแนวคิดอุตสาหกรรมคือสิ่งที่ไม่ใช่เกษตรหรือของที่ผลิต โดยไม่ได้ปลูกจากที่ดินนั้นเป็นอุตสาหกรรมเหมืองแร่ เป็นอุตสาหกรรมไม่ได้ปลูกแต่ขุดขึ้นมาและต้องผ่านกระบวนการผลิต ซึ่งแนวคิดการแยกอุตสาหกรรมเพื่อประโยชน์ทางสถิติคือ แบ่งเป็นรายสาขาอุตสาหกรรม จากการวิเคราะห์ขบวนการเป็นอุตสาหกรรมในประเทศกำลังพัฒนา มีประเด็นที่ต้องตระหนักที่ในบางประเทศที่ถูกครอบงำโดยการลงทุนจากต่างประเทศอาจไม่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมเกิดขึ้นก็ได้ เช่น หลายๆ ประเทศในอาฟริกาที่เสียอิสรภาพตกเป็นอาณานิคมที่มีนักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนเพื่อผลิตเหมืองแร่ธาตุที่มีค่า เช่น แร่เงิน ทอง เพชร หรือเข้ามาทำไร่ขนาดใหญ่ ที่เรียกว่า Plantation โดยใช้แรงงานคนพื้นเมืองทำไร่บนที่ดินที่บริษัทต่างชาติยึดเป็นเจ้าของ มีการใช้เครื่องจักรสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต การผลิตในประเทศกำลังพัฒนาเป็นเพียงช่วยขยายการผลิตอุตสาหกรรมในประเทศแม่ แต่ไม่ได้ทำให้เกิดพัฒนาการอุตสาหกรรมในประเทศผู้รับทุนอย่างกว้างขวาง ลักษณะของประเภทสินค้าที่ผลิตและกระบวนการผลิตที่ใช้นำไปสู่การลงทุนในสาขาเศรษฐกิจอื่นๆ หรือที่นักเศรษฐศาสตร์ เรียกว่าผลกระทบเชื่อมโยง (Linkage Effects)

²⁴ ผาสุก พงษ์ไพจิตร, เรื่องเดียวกัน, หน้า 63

2.3.1 เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

ภาวะทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าโลก (WTO) เน้นการเปิดเสรีทางการค้า และการลงทุนทางการค้าโลก

2.3.1.1 องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO)

²⁵ ก่อตั้งขึ้นมาเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2538 โดยสืบเนื่องมาจากการประชุมของข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยพิกัดอัตราภาษีศุลกากรและการค้า (GATT) รอบอุรุกวัย ปัจจุบันองค์การการค้าโลกมีสมาชิก 134 ประเทศ และเพิ่งมีการประชุมระดับรัฐมนตรีที่เมืองซีแอตเติล ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการสนับสนุนการก่อตั้ง WTO ให้คำมั่นสัญญาว่า GATT หรือ WTO จะไม่คุกคามต่ออำนาจปกครองหรือระบอบประชาธิปไตยของประเทศสมาชิก ถ้านำข้อตกลงจากการประชุมรอบอุรุกวัยมาปฏิบัติ จะมีการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างมหาศาล สหรัฐอเมริกาจะลดการขาดดุล ครอบครัวยุโรปจะมั่งคั่งขึ้น ประเทศต่างๆ ในละตินอเมริกาจะฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และการเติบโตของเอเชียจะดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น นอกจากนี้ธุรกิจขนาดเล็กและแรงงานจะได้รับอานิสงส์จากการขยายฐานการผลิต ซึ่งต้องการให้ทุกฝ่ายจะได้รับผลประโยชน์จากการก่อตั้ง WTO แต่ว่ากฎของ WTO จะยังไม่ได้นำมาปฏิบัติอย่างเต็มที่และมีกฎหมายข้อที่ยังอยู่ในระหว่างการนำมาใช้อย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ผลกระทบของ WTO ที่มีต่อโลกและประเทศต่างๆ ซึ่งจากการเปิดการค้าเสรีภายใต้กฎเกณฑ์ของ WTO ที่มีการสร้างข้อจำกัดทางการค้าแบบผูกขาดขึ้นมาไม่มีองค์ประกอบใดที่สอดคล้องกับปรัชญาการค้าเสรีของอดัม สมิท หรือ เดวิด ริคาร์โด

กฎเกณฑ์ของ WTO กลับส่งเสริมโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจที่เรียก การค้าที่จัดการโดยบริษัทข้ามชาติ (Corporate Managed Trade) ให้กลายเป็นระบบการปกครองโลกในรูปแบบใหม่ซึ่งสัญญาที่ฝ่ายสนับสนุน WTO นำกฎเกณฑ์ต่างๆ มาปฏิบัติได้กลายเป็นการคุกคามต่อผลประโยชน์ของส่วนรวม ทั้งด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม การขยายตัวทางเศรษฐกิจไม่เกิดขึ้นจริง ยังทำให้เกิดวิกฤตการณ์ในเอเชียและความไม่มีเสถียรภาพของระบบการเงินโลก ที่เกิดจากช่องว่างระหว่างรายได้ของนครรวยกับคนจนขยายตัวออกไปทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ค่าจ้างแรงงานในประเทศส่วนใหญ่ตกต่ำลง สินค้าอุปโภคบริโภคถูกกดราคาให้ต่ำ และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนส่วนใหญ่ไม่ดีขึ้น ในทางตรงกันข้ามผลประโยชน์

²⁵Lori Wallach and Michelle Sforza, Whose Trade Organization?: Corporate Globalization and the Erosion of Democracy, Public Citizen, 1999. <http://www.fridaycollege.org/fctranslate/WTO1.html>

ของบรรษัทข้ามชาติและธุรกิจขนาดใหญ่กลับทำกำไรเพิ่มขึ้น เกิดความคลั่งไคล้ของการรวมกิจการในรอบปีที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการผูกขาดในธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เป็นหัวใจสำคัญ

ดังนั้นประเทศกำลังพัฒนาที่มีสินค้าส่งออกไม่หลากหลายจึงอยู่ในฐานะเสียเปรียบ และถูกกดดันได้ง่ายจากระบบของ WTO ทำให้สามารถบังคับให้รัฐบาลของประเทศสมาชิกเปลี่ยนแปลงนโยบายภายในประเทศ โดยที่คณะกรรมการเหล่านี้ไม่มีความรู้ความเข้าใจกฎหมายหรือเป้าหมายทางนโยบายของประเทศนั้นเลย นอกจากเป็นการละเมิดอำนาจอธิปไตยของประเทศแล้ว ยังเป็นการทำลายระบอบประชาธิปไตยที่ประชาชนสามารถแสดงเจตจำนงของตนผ่านทางนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย

2.3.1.1.1 ข้อตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Agreement on Technical Barriers to Trade: TBT) มีเงื่อนไขข้อบังคับของสินค้าในประเทศสมาชิกจะต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการค้าเกินกว่าที่จำเป็น และจะต้องเป็นข้อบังคับที่ไม่แตกต่างจากมาตรฐานสากลที่ WTO กำหนดไว้ กล่าวคือ รัฐบาลของประเทศสมาชิกไม่สามารถออกข้อบังคับสินค้าให้มีมาตรฐานสูงกว่าที่ WTO กำหนด และข้อบังคับสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมถือว่าไม่สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ WTO ซึ่งสหรัฐอเมริกาเคยใช้เงื่อนไขในข้อตกลง TBT กดดันให้ญี่ปุ่นผ่อนคลายนโยบายเกี่ยวกับปริมาณสารพิษที่ปล่อยออกมาจากรถยนต์ เป็นวิธีการที่องค์กรผู้บริโภคใช้กดดันผู้ผลิตและส่งเสริมความสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อมแก่ผู้บริโภค เป็นข้อบังคับทางเทคนิคที่ขัดต่อข้อตกลง TBT ดังนั้นข้อตกลง TBT กลายเป็นเงื่อนไขที่สร้างอำนาจต่อรองให้อุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น เห็นได้จากกรณีที่สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปได้รับการกดดันจากรัฐบาลญี่ปุ่นเกี่ยวกับอนุสัญญาเกียวโต เป็นความพยายามของนานาชาติที่จะลดปรากฏการณ์เรือนกระจกของโลกให้ลดน้อยลง ญี่ปุ่นพยายามตั้งมาตรฐานรถยนต์ที่จะออกใหม่ให้สูงขึ้น เพื่อให้การเผาผลาญน้ำมันมีประสิทธิภาพสูงสุด และลดมลภาวะ รัฐบาลสหรัฐและสหภาพยุโรปร่วมกันกดดันรัฐบาลญี่ปุ่น และเป็นการทำที่เป็นเพียงเพื่อผลประโยชน์ของบรรษัทยักษ์ใหญ่ในวงการรถยนต์ คือ เดมเลอร์-ไครสเลอร์ ฟอร์ดและเบนซ์

การสร้างมาตรฐานสากลหรือเรียกว่า Harmonization เป็นความพยายามของธุรกิจและอุตสาหกรรมข้ามชาติ ที่ต้องการให้มาตรฐานสินค้าและข้อบังคับที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศมีมาตรฐานที่เหมือนกันหมด จะเอื้อต่อการทำธุรกิจไร้พรมแดน และเป็นกลไกสำคัญที่จะบรรลุเป้าหมาย ทาง WTO ได้จัดตั้งคณะกรรมการและกลุ่มดำเนินงานขึ้นมากกว่า 50 คณะ เพื่อสร้างมาตรฐานและข้อบังคับสากลขึ้นมา ถ้าคณะทำงานทั้งหมดไม่เปิดรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนหรือชุมชนที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง และคณะทำงานยังมีแต่ผู้เชี่ยวชาญทางการค้า ไม่มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ทำงานโดยไม่มีการตรวจสอบจาก

ภายนอก และมักขอความคิดเห็นจากตัวแทนของอุตสาหกรรมและธุรกิจเอกชน กระบวนการสร้างมาตรฐานสากลจะมีผลกระทบโดยตรงต่อนโยบายทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นของประเทศต่างๆ การสร้างมาตรฐานสากลเป็นการมองข้ามหรือไม่ให้ความสำคัญแก่ความหลากหลายของวัฒนธรรม ศาสนา ทักษะคิดและความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม ทั้งๆที่ในความเป็นจริงแล้ว แม้กระทั่งการบริโภค ปัจจัยทางวัฒนธรรมก็มีส่วนกำหนดอยู่ไม่น้อย การสร้างมาตรฐานสากลควรเป็นไปเพื่อส่งเสริมสาธารณสุข การอนุรักษ์ธรรมชาติและความปลอดภัยของมนุษย์และสิ่งมีชีวิต ไม่ใช่เป็นการทำให้มาตรฐานที่มีอยู่แล้วในประเทศต่างๆยิ่งอ่อนแอลง ทว่า WTO ก็แสดงให้เห็นในทุกกรณีว่ามันให้ความสำคัญแก่สิ่งเหล่านี้น้อยกว่าผลประโยชน์ของผู้ประกอบการข้ามชาติ

2.3.1.1.2 ข้อตกลงว่าด้วยมาตรการการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Agreement on Trade-Related Investment Measures: TRIMs) ที่เกิดขึ้นตั้งแต่การเจรจา รอบอุรุกวัย เป็นข้อตกลงที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างกฎเกณฑ์ให้การเคลื่อนย้ายการผลิตสินค้าและบริการทำได้โดยสะดวกและไร้พรมแดน ข้อตกลงนี้เป็นการผลักดันของประเทศพัฒนาแล้ว มีสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำ ทั้งนี้เพื่อสร้างหลักประกันว่าบริษัทของประเทศพัฒนาแล้วจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกับบริษัทท้องถิ่นในประเทศอื่น โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาที่มีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการลงทุนเพื่อปกป้องธุรกิจท้องถิ่นของตน ข้อตกลง TRIMs เป็นเสมือนทัพน้าของระบบเศรษฐกิจโลกที่จัดการของบริษัทเต็มรูปแบบ มีความพยายามผลักดันให้เกิดการประชุมลับของกลุ่มประเทศร่ำรวยที่สุดในโลกที่เรียกว่า OECD เพื่อสร้างข้อตกลงพหุภาคีว่าด้วยการลงทุน (Multilateral Agreement on Investment: MAI) ทำให้สิทธิของผู้ลงทุนมีมากถึงขนาดที่สามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากรัฐบาลทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นได้ ซึ่งส่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากข้อตกลง TRIMs ที่ตั้งเอนนโยบายการลงทุนไปจากการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศ และหาหลักประกันให้แก่สิทธิของผู้ลงทุน ภายใต้ข้อตกลง TRIMs บังคับให้ประเทศสมาชิกยกเลิกนโยบายที่ตั้งเงื่อนไขให้บริษัทต่างชาติต้องซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่น (เพื่อส่งเสริมรายได้และการกระจายตัวทางเศรษฐกิจ) และการตั้งเงื่อนไขให้บริษัทต่างชาติต้องมีการส่งออกที่สมดุลกับการนำเข้า (เพื่อรักษาดุลการชำระเงินของประเทศ) โดยจำกัดการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่บริษัทต่างชาติใช้ซื้อสินค้านำเข้า (เพื่อเพิ่มคลังสำรองเงินตราต่างประเทศ) และการตั้งเงื่อนไขให้บริษัทต่างชาติต้องส่งออกผลผลิตของตน (เพื่อไม่ให้แย่งส่วนแบ่งตลาดของบริษัทท้องถิ่น)

นโยบายที่ขัดแย้งกับ TRIMs เป็นวิธีการที่ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ใช้รักษาระบบเศรษฐกิจ และตลาดในประเทศของตัวเองมาเป็นเวลายาวนาน เป็นวิธีในการชี้ทิศทางการลงทุนจากต่างชาติมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศของตน รวมทั้งรักษารายบริษัทท้องถิ่นให้มีโอกาส และเวลาในการพัฒนาเพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ ซึ่ง

นโยบายนี้ไม่อาจใช้ได้อีกต่อไปภายใต้ WTO ส่งผลกระทบของข้อตกลง TRIMs ในประเทศพัฒนาแล้ว คือ ปรากฏการณ์ของความคลั่งไคล้ในการรวมกิจการระดับยักษ์ใหญ่ โดยเฉพาะภาคการเงินและโทรคมนาคม รวมทั้งการสร้างหลักประกันให้แก่การขยายภาคบริการข้ามพรมแดน ทำให้เกิดบริษัทข้ามชาติไม่เพียงสามารถย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ แต่ยังไม่จำเป็นต้องใช้งานภาคบริการภายในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น บริษัทในสหรัฐอเมริกาและยุโรปสามารถจ้างโปรแกรมเมอร์ในอินเดียด้วยค่าจ้างที่ถูก ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานในประเทศพัฒนาแล้วตกต่ำลง

2.3.1.1.3 ข้อตกลงว่าด้วยทุ่มตลาดและอุดหนุนตลาด (Anti-Dumping: AD/ Counter-Veiling Duties: CVD) ประเทศสมาชิกในองค์การการค้าโลก (WTO) มีพันธกรณีที่จะต้องลดภาษีศุลกากร และลดการจำกัดมาตรการที่มีใช้ภายในประเทศกำลังพัฒนาได้เริ่มบังคับใช้กฎหมายตอบโต้การทุ่มตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติความตกลงว่าด้วยการตอบโต้การทุ่มตลาดของ WTO ผนวกกับแรงกดดันจากอุตสาหกรรมภายในประเทศที่เรียกร้องให้รัฐบาลหันมาใช้มาตรการ AD กลุ่มครองผู้ผลิต ประเทศกำลังพัฒนาจึงกลายมาเป็นผู้ถูกบังคับใช้มาตรการเหล่านี้มากขึ้น โดยข้อตกลงว่าด้วยการตอบโต้การทุ่มตลาด และความตกลงว่าด้วยการต่อต้านการอุดหนุนของ WTO ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การใช้มาตรการ AD และ CVD ของประเทศสมาชิกสอดคล้องกัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดที่เห็นได้ชัด คือ จำนวนการใช้ และประเทศผู้ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด โดยผู้ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดส่วนใหญ่ คือ ประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งเป็นประเทศที่มีนโยบายการค้าเสรี และเปิดตลาดให้แก่สินค้าเข้าจากต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ถูกใช้มาตรการ AD มากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปขายในประเทศพัฒนาแล้ว ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอน และความไม่มีเสถียรภาพในการส่งออกของประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งทำให้มูลค่าการค้าและส่วนแบ่งตลาดของประเทศกำลังพัฒนาลดลง

2.3.1.2 การค้าเสรีระหว่างกันรูปแบบทวิภาคีหรือ FTA (Free Trade Agreement) ปัจจุบันเศรษฐกิจการค้าของโลกกำลังเดินหน้าเข้าไปสู่ระบบการค้าเสรีมากขึ้นเรื่อยๆ และอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าการเจรจาการค้าในกรอบเวทีขององค์การการค้าระหว่างประเทศ (WTO) จะไม่มีแนวโน้มของความคืบหน้าหรือเห็นความสำเร็จแต่ประการใด ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของสภาพทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาที่ต่างกันมากในกลุ่มสมาชิก ทำให้ความสนใจ ผลประโยชน์ และความต้องการทางการค้าของประเทศต่างๆ แตกต่างกันอย่างมากจนยากหรือแทบที่จะไม่มีทางเป็นไปได้ที่จะสร้างกรอบกติกาความตกลงที่สามารถก่อให้เกิดเงื่อนไขที่ได้ประโยชน์ทุกประเทศ

ได้อย่างเหมาะสม (Win-Win) จากความล่าช้าของ WTO ทำให้ประเทศต่างๆ หันมาให้ความสนใจในการทำความตกลงการค้าเสรีในกลุ่มเล็กๆ และระหว่างสองประเทศมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่ง WTO เปิดทางให้สามารถดำเนินการได้ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้อย่างกว้างๆ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศต่างๆ เร่งทำความตกลงการค้าเสรีระหว่างกันในรูปแบบทวิภาคี หรือ FTA (Free Trade Agreement) นั้นไม่เพียงแต่เพราะความนิยมหรือเหตุผลของความสะดวกในการตกลง หรือจากการตกลงกันน้อยฝ่าย จึงสามารถหาผลประโยชน์ร่วมได้ไม่ยาก หรือเพราะเหตุผลทางการเมืองเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญเป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจ คือ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบกับสินค้าของตนเองเหนือประเทศคู่แข่งในตลาดประเทศที่ตนเองทำความตกลงด้วย เพราะสินค้าของตนเองจะเข้าตลาดได้มากขึ้น เนื่องจากไม่ต้องหรือเสียภาษีศุลกากรน้อยกว่าและสะดวกกว่า รวมทั้งสามารถเข้าสู่ตลาดก่อนคู่แข่ง ซึ่งถือว่ามีความได้เปรียบในระดับแรก สามารถเป็นที่รู้จัก และสร้างฐานลูกค้าหรือเครือข่ายการค้า ส่วนผู้มาใหม่ในอุตสาหกรรมต้องออกแรงและลงทุนมากกว่าปกติเพื่อเข้ามาแข่งที่หลัง ดังนั้นหลายประเทศจึงต้องเร่งทำความตกลงกับประเทศต่างๆ ให้มาก และเร็วที่สุดที่จะทำได้ โดยเฉพาะประเทศที่จะเป็นหรือมีศักยภาพที่จะเป็นตลาดสินค้าที่สำคัญของตนเอง และยังประเทศต่างๆ เข้าสู่การเจรจาการค้าเสรีมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งจำเป็นต้องมีความตกลงการค้าเสรีกับประเทศอื่นๆ มากขึ้นเท่านั้น เพื่อไม่ให้เสียเปรียบคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ

เขตการค้าเสรี (FTA) คือ ความตกลงระหว่าง 2 ประเทศขึ้นไปที่มีเป้าหมายที่จะลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดการค้าเสรีระหว่างกัน และปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้ขยายขอบเขตของ FTA ที่สะท้อนแนวคิดสำคัญทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นสูงสุดเมื่อประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าที่ตนมีต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ แล้วนำสินค้าเหล่านั้นมาค้าขายแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ประโยชน์สูงสุดดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้น หากยังมีการเก็บภาษีขาเข้าและมีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆ ส่งผลให้เกิดการบิดเบือนราคาแท้จริงของสินค้า ทำให้การค้าขายไม่เป็นไปอย่างเสรีและมีประสิทธิภาพ ซึ่ง FTA ถือเป็นเครื่องมือทางการค้าสำคัญที่ประเทศต่างๆ สามารถใช้เพื่อขยายโอกาสในการค้า และสร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจพร้อมๆ ไปด้วยกับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้แก่สินค้าของตน เนื่องจากสินค้าที่ผลิตใน FTA จะถูกเก็บภาษีขาเข้าในอัตราที่ต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก FTA จึงทำให้สินค้าที่ผลิตภายในกลุ่มได้เปรียบด้านราคามากกว่าประเทศนอกกลุ่ม โดยมีลักษณะสำคัญของ FTA มีรูปแบบที่ขึ้นอยู่กับประเทศคู่สัญญา FTA ที่จะตกลงกัน โดยไม่มีกฎเกณฑ์กำหนดตายตัวให้ FTA มีลักษณะพื้นฐานที่เหมือนกัน และมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าที่จะไม่สร้างอุปสรรคทางการค้าเพิ่มต่อประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก (No Fortress Effects)

ที่ครอบคลุมการค้าระหว่างประเทศมากพอ (Substantial Coverage) ซึ่งเป็นกติกาที่ WTO กำหนดไว้ เพื่อปกป้องและป้องกันผลกระทบของ FTA ที่มีต่อประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่สมาชิกของ FTA นั้นๆ และมีตารางการลดภาษีหรือเปิดเสรีที่ประเทศคู่สัญญา FTA เจรจาลดภาษีให้แก่กัน โดย**หลักการ** **การทำ FTA** เป็นการจัดทำความตกลงในกรอบกว้างครอบคลุม(Comprehensive) การเปิดเสรีทั้งด้านการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน รวมทั้งมาตรการทางการค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measure: NTM) เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้านำเข้า และมาตรการโควต้า และการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจอื่นๆ ข้อตกลง FTA ต้องสอดคล้องกับกฎของ WTO ซึ่งมีเงื่อนไขให้การเปิดเสรีต้องครอบคลุมการค้าสินค้าและบริการอย่างมากพอ (Substantial Coverage) มีความโปร่งใส และเปิดให้สมาชิกอื่นๆ ตรวจสอบข้อตกลงได้ มีความยืดหยุ่น (Flexibility) สอดคล้องกับระดับการพัฒนาของประเทศคู่เจรจาเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย และยึดหลักการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ (Reciprocity) ที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงสถานะของไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา เพื่อให้มีเวลาในการปรับตัวนานกว่า หรือมีภาระผูกพันน้อยกว่า และควรมีมาตรการป้องกันผลกระทบของการเปิดเสรีต่ออุตสาหกรรมภายใน เช่น มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping Measures: AD) มาตรการต่อต้านการอุดหนุน (Counter-Veiling Duties: CVD) มาตรการปกป้อง (Safeguards) รวมทั้งกำหนดกลไกการยุติข้อพิพาททางการค้าอย่างเป็นธรรม

2.3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย

การพัฒนาอุตสาหกรรมหรือการเป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) เป็นที่สิ่งจำเป็นสำหรับประเทศกำลังพัฒนา เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาคาความยากจน แต่จะต้องจัดการกับผลกระทบทางด้านลบของการเป็นอุตสาหกรรม และปัญหาอื่นๆ การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็น**กฎเกณฑ์สำคัญ**อย่างหนึ่งของกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมเมื่อเกิดในประเทศใดจะส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ ในโลกเป็นอย่างมาก ขณะนี้การเป็นอุตสาหกรรมในประเทศต่างๆ ของโลกทำให้เปิดปรากฏการณ์หลายอย่างมีภาพพจน์ที่ขัดแย้งกัน เช่น การบริโภคนิยมแนวตะวันตก กระจายสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ทั่วโลก การก่อเกิดปัญหาทางสังคม และชุมชน เนื่องจากสภาพความเป็นอยู่ของประเทศกำลังพัฒนาต่ำกว่ามาตรฐาน แม้แต่ปัญหาในประเทศอุตสาหกรรมใหม่ที่มีการเพิ่มขึ้นของการจ้างงานแบบด้อยคุณภาพ เช่น โรงงานนรกที่มีการใช้แรงงานเด็ก และการว่างงาน ซึ่งเกิดมาจากความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี ความรู้ ปัญหามลภาวะ และภาวะแวดล้อมเสื่อม โดยสิ่งเหล่านี้ก็เศรษฐศาสตร์ได้ให้ความสำคัญของการที่จะทำให้อยุติความกระหายของมนุษยชาติ และยุติปัญหาการมีสิ่งของอำนาจความสะดวกสบาย

ทางวัตถุไม่พอเพียงได้ในประเทศ การปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้เป็นการเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่ยุทธวิธีที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจน และการขาดแคลนสินค้าวัตถุดิบในประเทศกำลังพัฒนาได้ ถ้าไม่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมจะไม่ถือว่ามีการพัฒนาการเศรษฐกิจ

หัวใจของการพัฒนาอุตสาหกรรม คือ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ทำการผลิตสินค้าให้ถูกลง จำนวนมากขึ้น ผลิตได้เร็วขึ้นทำให้ประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น หรือผลิตภาพสูงขึ้น (Productivity) ที่มีตัวแปรสำคัญในกระบวนการนี้ตัวหนึ่งคือการใช้เครื่องจักรทำการผลิตแทนคน (Mechanization) และด้วยการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้ทุกประเทศที่มุ่งเป็นอุตสาหกรรม มีแนวโน้มที่ละเลยภาคเกษตรกรรม โดยที่มียุทธศาสตร์จำนวนหนึ่งให้เน้นการส่งเสริมเทคโนโลยีระดับปานกลางทั้งในภาคเกษตรและอุตสาหกรรม เพื่อช่วยเพิ่มการจ้างงานที่มีคุณภาพและไม่ละเลยภาคเกษตรเสียทีเดียว การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์จากการส่งเสริมการลงทุน เป็นผลกระทบโดยตรงจากการสูญเสียประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ได้รับจากนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ นอกจากนี้ยังพบปัญหาสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นปัญหาสะสมมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรม และส่งผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ

2.3.2.1 นโยบายการโยกย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมสู่ประเทศกำลังพัฒนา อุตสาหกรรมที่กระบวนการผลิตแยกเป็นส่วนๆ ได้ ส่วนที่ใช้ทุนและเทคโนโลยีเข้มข้นถูกเก็บเอาไว้ในประเทศพัฒนาแล้ว ส่วนของกระบวนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานมากถูกย้ายไปผลิตในประเทศกำลังพัฒนาเพื่อลดต้นทุน เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ มีการย้ายไปผลิตแหล่งที่มีแรงงานราคาถูกในประเทศกำลังพัฒนา เพราะสามารถใช้แรงงานราคาถูกในประเทศกำลังพัฒนาในการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสินค้าบริโภคที่ใช้เทคโนโลยีสูง (Consumer Electronics)

การเคลื่อนย้ายฐานการผลิตสินค้าเหล่านี้สู่ประเทศกำลังพัฒนา หลังจากประเทศพัฒนาแล้วประสบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจราคาน้ำมันขึ้นครั้งแรก จึงมีผลเปิดโอกาสให้ประเทศกำลังพัฒนาอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้นการเพิ่มขึ้นของเงินทุนโดยตรงจากต่างประเทศจากญี่ปุ่นและประเทศเอเชียนิกส์ (NICs) เช่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน สู่ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการผนึกภูมิภาคต่างๆ เข้าด้วยกันภายใต้ระบบการผลิตที่เป็นสากลระบบเดียวกัน ในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ประเทศญี่ปุ่นมีความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ที่มีผลทำให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างรวดเร็ว บทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI) จากประเทศพัฒนาแล้ว และจาก

ญี่ปุ่นมีลักษณะเป็นการ “หมุนเวียนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ” จากประเทศพัฒนาแล้วมาสู่ประเทศกำลังพัฒนาที่ได้รับเงินทุน FDI (Recycling Comparative Advantage)²⁶

2.3.2.2 นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการเป็นประเทศพัฒนาแล้ว วิเคราะห์จากนโยบายเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ รัฐบาลและกลุ่มชนชั้นนำของเกาหลีใต้มุ่งมั่นที่จะพัฒนาประเทศให้เป็นอุตสาหกรรม และให้แข่งกับญี่ปุ่นได้มาตั้งแต่ต้น ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์สำนักเสรีนิยมใหม่ยืนยันว่าการเปิดระบบเศรษฐกิจให้เสรีมากขึ้นจะเป็นการลดการคุ้มครองอุตสาหกรรม การลดบทบาทการเกื้อหนุนของรัฐ และการเน้นนโยบายส่งเสริมการส่งออก (Outward-Oriented Policies) แต่การใช้นโยบายเศรษฐกิจเสรีนิยมจะทำให้รัฐบาลมีบทบาทน้อยลง ดังนั้นรัฐบาลเกาหลีจึงได้มีการสนับสนุนระบบเศรษฐกิจเอกชนที่ไม่ได้ปล่อยเสรีในระบบตลาดเต็มที่ ภาครัฐเข้ามามีบทบาทสูงในการส่งเสริมธุรกิจส่งออก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของเกาหลีใต้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะภาวะการเบี่ยงเบนด้านราคาที่ทำให้อุตสาหกรรมมีความยืดหยุ่นสูงขึ้น โดยกำหนดขั้นตอนดังนี้คือ เริ่มด้วยอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าประเภทสินค้าบริโภค และอุตสาหกรรมเบาอื่นๆ แล้วขยายไปสู่อุตสาหกรรมหนัก เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งด้านการลงทุนจากต่างประเทศรัฐบาลแยกชัดเจนระหว่างการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศกับการลงทุนการผลิตภายใต้สัญญา เรียกว่า Licensing ทำให้ต่างชาติเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการในประเทศโดยไม่จำเป็นต้อง

ดังนั้นธุรกิจต่างชาติจึงมีน้อย และส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) มีเพียงร้อยละ 1.2 ของเงินลงทุนทั้งหมดภายในประเทศ และสัดส่วนของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) มีน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้ที่มีขนาดใหญ่จากกลุ่มต่างๆ จะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล และจะใช้ระบบการผลิตทั้งที่ตนเองผลิตเอง และส่งเหมาช่วงงาน (Subcontract) ให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและย่อม ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและเล็กถูกเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งคล้ายกับญี่ปุ่น ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กในเกาหลีใต้สามารถเพิ่มผลิตภาพ บางครั้งได้รับความช่วยเหลือทางเทคโนโลยี และการเงินจากธุรกิจขนาดใหญ่

การพึ่งพิงเทคโนโลยีจากต่างประเทศสูงมากในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา การยืมเทคโนโลยีจึงเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นทั่วไป ประเทศเกาหลี มีการยืมเทคโนโลยีจากญี่ปุ่น 10 กว่าปีในระยะเริ่มแรก และต่อมาสามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้เองจนขายเทคโนโลยีให้สหรัฐฯ ได้ แสดง

²⁶ Trade & Development Report, 1996 หน้า 81 (สาสุก พงษ์ไพจิตร, เรื่องเดียวกัน, หน้า 86)

ให้เห็นความสามารถการนำเข้าเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับเข้ากับสภาพท้องถิ่น และปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น ประเทศเกาหลีได้สามารถปรับปรุงเทคโนโลยีด้วยตนเองได้ จากการเข้าแทรกแซงของรัฐบาลในการช่วยให้ประชากรในประเทศเรียนรู้เทคโนโลยี ส่งเสริมการไปฝึกอบรมในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ที่ปรึกษาต่างประเทศที่เรียกว่า ที่ปรึกษา (Consultant) ซึ่งรัฐบาลมีส่วนร่วมในการเจรจาซื้อเทคโนโลยี และมีบทบาทสำคัญด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รัฐบาลส่งเสริมการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรและสนับสนุนการศึกษาระดับมัธยมมากขึ้น

ดังนั้นบทบาทของรัฐบาลจึงไม่ใช่เพียงเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) แต่ยังมีภาระงานเพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ให้มีประสิทธิภาพ และไม่ถูกรอบงำโดยตรงจากต่างประเทศ รัฐบาลมีนโยบายเศรษฐกิจสำคัญๆ ที่มีการแทรกแซงหรือนำทางเศรษฐกิจ และนโยบายควบคุมทางการเมือง มีการเตรียมใช้นโยบายที่มีการประสานงานใกล้ชิดด้านรายละเอียดระหว่างรัฐบาล ผู้นำธุรกิจ นักวิชาการหรือเทคโนโลยีแคเรต และข้าราชการกระทรวงสำคัญ รวมทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีการสนับสนุนการซื้อถ่ายโอนเทคโนโลยีมากกว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ บางกรณีไม่สนับสนุนต่างชาติเป็นเจ้าของกิจการในประเทศเลย

2.3.2.3 นโยบายส่งเสริมการลงทุน การกำหนดนโยบายเพื่อบรรเทาภาระด้านการคลังของรัฐบาล เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนใหม่ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในการใช้สิทธิ และประโยชน์ภาษีอากร โดยให้สิทธิประโยชน์แก่โครงการที่มีผล ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และใช้หลักการบริหารจัดการองค์กรที่ดี (Good Governance) ในการให้สิทธิ และประโยชน์ด้านภาษีอากร กำหนดให้ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องรายงานผลการดำเนินงานของโครงการที่ได้รับการส่งเสริม เพื่อให้สำนักงานได้ตรวจสอบก่อนใช้สิทธิ และประโยชน์ด้านภาษีอากรในปีนั้นๆ ซึ่งการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อแข่งขันในตลาดโลก โดยกำหนดให้ผู้ได้รับการส่งเสริมทุกรายที่มีโครงการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ต้องดำเนินการให้ได้รับ ใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า และมีการปรับมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้สอดคล้องกับข้อตกลงด้านการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ โดยการยกเลิกเงื่อนไข การส่งออก และการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ มีการสนับสนุนการลงทุนเป็นพิเศษในภูมิภาคหรือท้องถิ่นที่มีรายได้ต่ำ และมีสิ่งเอื้ออำนวยต่อการลงทุนน้อย โดยให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรสูงสุด

หลักเกณฑ์การถือหุ้นของต่างชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนต่างชาติในการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรม คณะกรรมการจะผ่อนคลาตามมาตรการจำกัดการถือหุ้น โดยใช้แนวทางการพิจารณาโครงการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากหรือทั้งสิ้นได้ไม่ว่าตั้งในเขตใด อาจกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติเป็นการเฉพาะสำหรับกิจการที่ให้การ ส่งเสริม บางประเภท หลักเกณฑ์การให้สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากร สิทธิและประโยชน์สำหรับโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จะได้รับตามเขตการลงทุนที่สถานประกอบการตั้งอยู่ ยกเว้น กรณีที่มีการกำหนดไว้เป็นการเฉพาะสำหรับกิจการประเภทนั้น ซึ่งแบ่งออกเป็น กิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ กิจการที่ให้ความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อประเทศเป็นพิเศษ นโยบายส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรม นโยบายส่งเสริม SMEs นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการเกษตรไทย ประเภทกิจการที่มีการกำหนดไว้เป็นการเฉพาะอื่นๆ ทั้งนี้การให้สิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจะกำหนดให้ไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ยกเว้น โครงการตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จะไม่กำหนดสัดส่วนการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยสิทธิประโยชน์สำหรับกิจการ ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรไม่ว่าตั้งอยู่ในเขตใด ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ไม่ว่าตั้งอยู่ในเขตใด ไม่กำหนดสัดส่วนการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และสิทธิประโยชน์อื่นให้ได้รับตามเกณฑ์ที่ตั้งในแต่ละเขต

เห็นได้ว่ารัฐมีการส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย แบบระบบทุนนิยมที่มีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ สะท้อนถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในประเทศ ส่งผลให้เกิดการพึ่งพิงทุนต่างประเทศ ทำให้เกิดการครอบงำหรือผูกขาดทางการผลิต ซึ่งการใช้การส่งเสริมการลงทุนเป็นการหาผลประโยชน์จากนโยบายของรัฐ อาจทำให้เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจจากการสะสมทุนที่มีการใช้ขนาดของทุนไม่สอดคล้องกับเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการสะสมทุนแบบที่ไม่มีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต

2.3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมจากแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง

การสร้างเสถียรภาพทางการเมืองจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นปัจจัยส่งเสริมและดึงดูดการลงทุน ทั้งจากทุนต่างประเทศและทุนภายในประเทศ สอดคล้องกับกระแสการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ที่ต้องการลงทุนในแหล่งที่มีค่าแรงถูก มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่อาศัยความ

ได้เปรียบที่มีอยู่เดิม และเงินทุนจากต่างประเทศที่ไหลเข้าช่วยชดเชยการขาดดุลที่เกิดจากความ ต้องการใช้เทคโนโลยีในประเทศ ซึ่งระยะแรกจะทำให้เศรษฐกิจมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ค่าจ้าง แรงงานเพิ่มสูงขึ้น ช่วยขยายช่องทางตลาดส่งออก แต่ก็ส่งผลถึงการว่างงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ภาครัฐไทยไม่เข้มแข็งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ เมื่อเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ และ ไต้หวัน โดยเฉพาะประเทศจีน เนื่องจากนโยบายการแทรกแซงกลไกตลาดของภาครัฐไม่มีความ แข็งขันหรือมีประสิทธิภาพ ผู้กำหนดนโยบายอุตสาหกรรมมีลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัยหรือมี ลักษณะร่วมแนวคิดในทิศทางเดียวกัน คือ มีข้อขัดแย้งเชิงผลประโยชน์ระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ ต่างๆ โดยมีอำนาจในขอบเขตที่จำกัด และมีกระบวนการกำหนดนโยบายที่ขาดความรอบคอบ และ เปิดเผยได้ เพราะรัฐบาลไทยข้องงในเรื่องการกำหนดนโยบายอุตสาหกรรมที่ชัดเจนและโปร่งใส และขาดมีประสิทธิภาพในการนำมาปฏิบัติอย่างแท้จริง

การเป็นประเทศเอเชียนิคส์หรืออุตสาหกรรมใหม่ของรัฐบาลไทยมีบทบาทน้อย มาก ดังที่นักเศรษฐศาสตร์สำนักเสรีนิยมใหม่ได้กล่าวถึงภาครัฐที่มีการดำเนินนโยบายอุตสาหกรรม ที่ไร้ประสิทธิภาพ และไม่เชื่อมโยงกัน แต่ภาครัฐไทยสามารถสนองตอบต่อวิกฤตการณ์ทาง เศรษฐกิจ และประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหา ดังเช่น ปัญหาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การ ผลักดันด้านการส่งออก การพัฒนากลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน มีประเด็น สำคัญต่อ เศรษฐกิจไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ทำให้ได้ใช้มาตรการเหมือนกับเกาหลีใต้ด้าน การส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกทั่วไป เช่น การสนับสนุนด้านสินเชื่อ ระบบการคินภาษี การส่งเสริมตลาดส่งออก

นอกจากนี้เศรษฐกิจไทยได้ผ่านนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า ก่อนที่จะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมส่งออก แม้ว่าจะไม่ชัดเจนต่อการสนับสนุน ในปลายทศวรรษ 2530 การทุจริตกลายเป็นประเด็นทางการเมือง และเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย ที่ส่งผลกระทบต่อ การพัฒนาประเทศ เป็นปัจจัยส่งผลเสียต่อการลงทุน การพัฒนาสังคม และการเมืองกันเพิ่มมา กขึ้น ซึ่งได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญในการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของรัฐบาลไทยที่จำเป็นต้อง เปลี่ยนแนวทางการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจที่เคยเน้นความสำคัญของการรักษาเสถียรเศรษฐกิจ โดยรวม ให้นำมาสนใจกับนโยบายระดับจุลภาค เช่น นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขาที่มี ศักยภาพส่งออก ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบให้กับอุตสาหกรรมที่ ไทยพอจะมีศักยภาพจะแข่งขันในตลาดโลกได้ แทนที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับให้ประเทศอื่นเป็นผู้กำหนด ความได้เปรียบหรือความเสียเปรียบให้กับประเทศไทย

แนวคิดจากเศรษฐศาสตร์แนวโครงสร้างเกี่ยวกับกำหนดนโยบายของรัฐในการ พัฒนาอุตสาหกรรมจากมาตรการให้แรงจูงใจ และมาตรการการลงโทษอุตสาหกรรมที่ตั้งเป้าให้

ส่งออกตามเป้าหมาย โดยให้ความเห็นเกี่ยวกับการบริหารนโยบายเศรษฐกิจมหภาคของไทย หลังจากมีการแยกนโยบายมหภาคและจุลภาคออกจากกัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ซึ่งภาครัฐมุ่งเน้นการดูแลนโยบายมหภาค มีการจัดตั้งสถาบันเพื่อบริหารนโยบายเศรษฐกิจสมัยใหม่ คือ สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง และสำนักงบประมาณ จะช่วยประสานการจัดหาทุนเพื่อโครงการสาธารณูปโภคใหญ่ๆ แต่หน่วยงานภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจต่างๆ มีปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการแนวทางการส่งเสริม และมีปัญหาขาดการประสานงานระหว่างกัน โดยเฉพาะกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์ ส่งผลให้การใช้นโยบายอุตสาหกรรมมีลักษณะแยกส่วน และไม่สัมพันธ์กับนโยบายเศรษฐกิจมหภาค และทำให้เกิดระบบพรรคพวก (Clientelism) ที่เข้าร่วมเป็นรัฐบาลเป็นผู้จัดสรรผลประโยชน์จากรัฐมนตรีกระทรวงด้านเศรษฐกิจที่จะมีการตอบแทนผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจการเมืองแก่พรรคพวกของกลุ่มตนเพื่อประโยชน์จากค่าเช่าเศรษฐกิจนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ชูศักดิ์ จรุงศรีสวัสดิ์.²⁷ ได้ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการ การคุ้มครอง และการทดแทนการนำเข้า พบว่า อุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์มีลักษณะโครงสร้างของตลาดเป็นแบบ Oligopoly เพราะมีโรงงานขนาดใหญ่เพียง 3 ราย มีแนวโน้มการรวมตัวกันสูง ทำให้โรงงานที่จะเข้ามาใหม่ต้องประสบอุปสรรคสูง ความแตกต่างระหว่างสินค้ามีไม่มากนัก ราคาจำหน่ายใกล้เคียงกันและราคาใกล้เคียงกับยางนำเข้าที่มีราคาปานกลาง และสูงกว่ายางนำเข้าที่มีราคาต่ำ ส่วนราคาจำหน่ายระหว่างโรงงานใหญ่กับโรงงานขนาดเล็กในประเทศมีส่วนต่างอยู่ประมาณร้อยละ 15-20 ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ความต้องการยางรถยนต์เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 200 เป็นความต้องการที่มีต่อผลผลิตในประเทศสำหรับรถยนต์นั่งประมาณร้อยละ 80 และยางรถบรรทุกโดยสารร้อยละ 99 ซึ่งยางรถเก๋งนำเข้าเป็นยางเรเดียล ส่วนยางรถบรรทุกเป็นขนาดที่ไม่มีผลิตในประเทศไทย ซึ่งอุตสาหกรรมประเภทนี้ได้รับการคุ้มครองค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมอื่น ๆ และอยู่ในประเภทที่แข่งขันกับสินค้านำเข้า เช่นกัน สำหรับอัตราการทดแทนยางนอกในระยะยาวให้ผลการทดแทน

²⁷ ชูศักดิ์ จรุงศรีสวัสดิ์. อุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย: การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการ การคุ้มครอง และการทดแทนการนำเข้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.

ดีกว่าระยะสั้น การทดแทนภายในช่วงแรกผลการทดแทนดีกว่าระยะยาว ช่วงที่ 2 แทนที่จะมีการทดแทนการนำเข้าเพิ่มขึ้น ส่วนความต้องการของยางรถยนต์ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระ 3 ตัว ราคา รายได้ต่อหัวที่แท้จริง และความต้องการทดแทน ในที่นี้ปริมาณน้ำมันเบนซิน และดีเซลที่ใช้คือมี Time lag 1 ปีสำหรับยางรถเก๋งนั่ง และ Time lag 2 ปีสำหรับยางรถบรรทุก

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องในเรื่องโครงสร้างตลาดยางรถยนต์ ที่มีต้องมีการรวมตัวกันเพื่อต่อรองกับกลุ่มทุนในต่างประเทศ ที่มีแนวโน้มการรวมตัวกับเพื่อลดต้นทุนจากการประหยัดต่อขนาดการผลิต และความต้องการใช้ยางเพื่อทดแทน ที่มาจากการนำเข้ามีต้นทุนที่ต่ำกว่ายางที่ผลิตในประเทศโดยเฉพาะยางรถบรรทุกที่ได้รับการคุ้มครองในการสนับสนุนจากรัฐมากที่สุด แต่ก็มีอุปสรรคไม่สามารถดำเนินการแข่งขันได้ เนื่องจากมีอุปสรรคจากผู้ผลิตขนาดใหญ่ในการควบคุมตลาด ที่มีการเติบโตสูงมาก

2. พันธริยา บรรจงชีพ.²⁸ ได้ทำการศึกษาเรื่องมาตรการบังคับใช้เงินส่วนในประเทศ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่าการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีนำเข้า และการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการบังคับใช้เงินส่วนในประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปริมาณการใช้เปลี่ยนแปลงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าเพิ่มภาษีนำเข้าหรือเพิ่มสัดส่วนในการใช้เงินส่วนภายในประเทศเพิ่มขึ้น จะทำให้การใช้ปริมาณการใช้เงินส่วนในประเทศเพิ่มสูงขึ้นด้วย ผลการศึกษา พบว่า ชิ้นส่วนที่ผลิตได้ประเทศส่วนใหญ่ยังมีราคาสูงกว่าชิ้นส่วนนำเข้า จึงทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นสูงขึ้นด้วย สำหรับยางรถยนต์ พบว่ามีค่า Realized NRP ได้เปลี่ยนแปลงจากบวกเป็นลบและมีการส่งออกไปตามประเทศในสัดส่วนที่น่าพอใจแสดงว่าการผลิตนั้นมีการพัฒนาให้ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น จนกระทั่งมีศักยภาพในการส่งออกไปแข่งขันกับต่างประเทศในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีการลงทุนจากต่างชาติ

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องในเรื่องนโยบายภาษีในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนที่เป็นยางรถยนต์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้เงินส่วนในประเทศน้อยลง ทำให้ผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายการผลิตทั่วโลก มีศักยภาพในการนำเข้าวัตถุดิบการผลิตยางรถยนต์ ที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก เช่น สารเคมี และยางสังเคราะห์ เป็นต้น

²⁸ พันธริยา บรรจงชีพ. มาตรการใช้เงินส่วนที่ผลิตในประเทศ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

3. ประวิตร ผานชวงศ์.²⁹ ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย งานวิจัยนี้ได้สรุปไว้ว่าโครงสร้างของเศรษฐกิจเปลี่ยนไปจากภาคเกษตรกรรมมากเป็นภาคอุตสาหกรรม การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนสูงกว่าสินค้าภาคเกษตรกรรมมาก และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างมาก สืบเนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งในด้านปริมาณการผลิตและมูลค่าการส่งออก ซึ่งในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 23894.79 ล้านบาทเพิ่มจากปี พ.ศ. 2534 ที่มีมูลค่าสูงเพียง 6041.76 ล้านบาท สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของชิ้นส่วนยางรถยนต์ของไทย โดยส่วนแบ่งตลาดของการผลิตเพื่อการประกอบรถยนต์หรือ OEM มีแนวโน้มสูงขึ้นทั้งรถยนต์ที่นั่ง และรถยนต์เชิงพาณิชย์หรือรถปิกอัพขนาด 1 ตัน โดยมีตลาดส่งออกยางรถยนต์สำหรับรถโดยสาร และรถบรรทุกของไทย ซึ่งตลาดประเทศฟิลิปปินส์นั้น เป็นตลาดที่ควรผลักดันให้มีการส่งออกมากขึ้นเพราะไทยมีความได้เปรียบ ในขณะที่ สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรไทยไม่มีศักยภาพในการแข่งขันมากนัก

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องกับในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของชิ้นส่วนที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยศักยภาพของชิ้นส่วนยานยนต์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณการส่งออก แต่ขึ้นอยู่กับ OEM ที่ได้รับจากผู้ผลิตรายอื่นและการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์

4. นพพร นุชนิยม.³⁰ ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งเป็นการศึกษาโครงสร้างพฤติกรรมในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งได้พิจารณาจากผู้ผลิตที่มีการปรับตัวในแต่ละช่วงเศรษฐกิจ และการปรับตัวต่ออำนาจการผูกขาดทางการค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่ จากการศึกษาพบว่า การแข่งขันในประเทศจะเน้นการใช้กลยุทธ์การลดราคาและการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นและให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคมีผลทำให้ต้นทุนในส่วนการขายและบริการเพิ่มขึ้น และส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ผลิตรายใหญ่ ที่มีต้นทุนการผลิตขึ้นอยู่กับการประหยัดต่อขนาดการผลิต จึงเป็นการวัดถึงความสามารถในการทำกำไรของ

²⁹ ประวิตร ผานชวงศ์. การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

³⁰ นพพร นุชนิยม. การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ผู้ผลิต โดยมีการปรับตัวหันมาส่งออกมากขึ้น และกดดันให้รัฐปรับเปลี่ยนนโยบายที่การสนับสนุน การส่งออก และนโยบายเปิดเสรีทางการค้า

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องในเรื่อง โครงสร้างอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย ที่เกิดขึ้นในช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และภาวะการฉับโตทางเศรษฐกิจ เป็นอธิบายความสัมพันธ์ ของพฤติกรรมและการดำเนินงาน ภายใต้โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจ ที่จะทำ ให้ทราบถึงอุปสรรคของการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย

5. จุฑาทิพย์ จงวนิชย์.³¹ ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบจากมาตรการบิดเบือนของรัฐที่มี ต่อความคุ้มครองและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ พบว่าอุตสาหกรรม ยางยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ (Local Content) ในสัดส่วนสูง ประมาณร้อยละ 41 ของมูลค่าต้นทุนรวมทั้งหมด ใช้ผลผลิตทางการเกษตร คือ ยางพารา มาแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) เริ่มแรกอุตสาหกรรมยางยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า และได้พัฒนาจนมีความสามารถในการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่มาตรการต่างๆ ที่รัฐมีต่ออุตสาหกรรมนี้ ทั้งต่อวัตถุดิบ (Input) และผลผลิต(Output) ยังมีลักษณะกระตุ้นให้เกิดการผลิตเพื่อทดแทนการ นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการทางด้านภาษีนำเข้า ซึ่งมีโครงสร้างภาษีลักษณะ เป็นขั้นบันได โดยที่อัตราภาษีนำเข้าที่ให้แก่ผลผลิต (Output) สูงกว่าอัตราภาษีนำเข้าที่ให้แก่ วัตถุดิบ (INPUT) ซึ่งโครงสร้างภาษีนี้เพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ผลิตนำทรัพยากรต่างๆ มาผลิตยางรถยนต์ เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและก่อให้เกิดการบิดเบือนการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ มาผลิต ถึงแม้ว่า การผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศผู้ผลิตต้องเสียภาษีนำเข้าวัตถุดิบ ซึ่งแตกต่างจากการผลิตเพื่อ ส่งออกที่สามารถขอคืนภาษีนำเข้าได้แต่ผลผลิตได้รับการคุ้มครองจากภาษีนำเข้าผลผลิตในอัตราที่ สูงกว่า และเพียงพอที่จะชดเชยภาระภาษีวัตถุดิบ ซึ่งก่อให้เกิดการบิดเบือนการจัดสรรทรัพยากร ภายในประเทศและไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิตเพื่อการส่งออก

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องในเรื่องนโยบายที่ให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศในการผลิตยางรถยนต์ ซึ่งมีการบิดเบือนจากมาตรการใช้ วัตถุดิบในประเทศเพื่อการผลิต เนื่องจากโครงสร้างที่ภาษีที่ต่ำกว่า ทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบจาก ต่างประเทศมากกว่าการใช้วัตถุดิบในประเทศ

³¹ จุฑาทิพย์ จงวนิชย์. ผลกระทบจากมาตรการบิดเบือนของรัฐที่มีต่อความคุ้มครองและความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมยางรถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

6. วีรพล นิตินาคร.³² ได้ทำการศึกษาเรื่องศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย พบว่า อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีการพัฒนาควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ได้ความคุ้มครองจากรัฐบาลมาตลอดเป็นเวลากว่า 40 ปี จนอยู่ในระดับที่เป็นอยู่ปัจจุบัน การกำหนดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ การกำหนดสัดส่วนในการลงทุน การกำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้าชิ้นส่วนยนต์ในอัตราสูง ก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตและการบริหารจัดการจากผู้ผลิตชิ้นส่วนจากต่างประเทศ และประเทศไทยยังไม่มีทางได้เปรียบจากการเปรียบเทียบแท้จริงจากมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นทุกปี เนื่องจากปัญหาทางด้านเทคโนโลยีเป็นปัญหาที่สำคัญ เพราะไทยซื้อเทคโนโลยีโดยตรงจากต่างประเทศซึ่งจะล่าช้าอย่างรวดเร็ว และขาดการวิจัยและพัฒนาเนื่องจากต้องลงทุนสูง ส่วนของวัตถุดิบต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งบางรายการมีการเก็บภาษีที่สูงทำให้ต้นทุนสูงตามไปด้วย อย่างไรก็ตามความได้เปรียบของไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นจากการปรับตัวของอุตสาหกรรมของไทย

การศึกษาที่ได้เน้นเกี่ยวข้องในเรื่องการกำหนดสัดส่วนในการลงทุนภายใต้โครงสร้างภาษีนำเข้า ที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่สามารถที่จะมีความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากไม่ได้มีการถ่ายทอดทางได้เทคโนโลยี

7. อธิพร ยิ้มประเสริฐ.³³ ได้ทำการศึกษาเรื่องคู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล :ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีการใช้ยางแปรรูปขึ้นต้นในประเทศเพียงร้อยละ 10 และมีการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณยางที่ผลิตขึ้นต้นที่ผลิตได้ทั้งหมด ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้อุตสาหกรรมต่อเนื่อง ถือเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ส่งผลให้รัฐบาลพยายามแก้ปัญหาเกี่ยวกับราคายางแปรรูปขึ้นต้นที่มีความผันผวนจากราคาตลาดโลก โดยต้องการเพิ่มสัดส่วนการใช้ยางในประเทศให้เป็นร้อยละ 20 เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยสามารถที่จะเพิ่มปริมาณการใช้ยางแปรรูปขึ้นต้นในประเทศได้เพียงร้อยละ 15 จากร้อยละ 10

³² วีรพล นิตินาคร. ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

³³ อธิพร ยิ้มประเสริฐ. คู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดของในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ภายใน 5 – 10 ปี เนื่องมาจากประเทศไทยขาดการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตของผลิตภัณฑ์
ยาง และขาดการสื่อสารทางการตลาดให้เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ยางของไทย

การศึกษาที่ได้นั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องนโยบายของรัฐที่ต้องการเพิ่มปริมาณการใช้ยางใน
ประเทศ แต่ก็มีอุปสรรคไม่สามารถดำเนินการได้ และใช้เวลานาน โดยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรม
ที่ไม่เกี่ยวกับยางรถยนต์ ที่มีการเติบโตมากขึ้น

8. พาริณี ทรัพย์ทวี³⁴ ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์การธุรกิจกับบทบาทการลงทุนทาง FDI
ในประเทศ เป็นการศึกษาการลงทุนของบรรษัทข้ามชาติในบทบาทขององค์การธุรกิจญี่ปุ่น จากการศึกษา
ดำเนินการสร้างเครือข่ายธุรกิจของกลุ่มทุนญี่ปุ่นในประเทศไทย ในการสร้างเครือข่ายการผลิต ซึ่ง
ผลการวิจัยได้สรุปถึงการเข้ามาลงทุนของกลุ่มธุรกิจญี่ปุ่นนั้น มีการศึกษาพื้นฐานอุตสาหกรรมของ
ประเทศไทย เกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ สาธารณูปโภค ภูมิประเทศ วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ รวมทั้ง
นโยบายและสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน โดยได้ทำการศึกษาร่วมกับรัฐบาล ที่มีลักษณะ
ของการให้ทุนศึกษาและมีการจัดตั้งองค์การธุรกิจในประเทศไทย เช่น สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์
และชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจและปกป้องกลุ่มธุรกิจ โดยเป็นตัวกลางใน
การเจรจาต่อรองกับรัฐบาลในด้านการกำหนดนโยบาย รวมทั้งมีการแทรกซึมผลประโยชน์ผ่าน
กลุ่มทุนไทยที่เข้าร่วมเป็นรัฐบาล และมีอำนาจในการออกนโยบาย เป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นต่อกลุ่ม
ทุนญี่ปุ่น และสร้างความเชื่อถือให้กับธุรกิจในสังคมไทย โดยมีการสร้างให้ประเทศไทยเป็นฐาน
การผลิตยานยนต์ จนเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย

การศึกษาที่ได้นั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุนแบบ
ทางตรงจากต่างประเทศของรัฐ ที่ต้องการกระตุ้นการลงทุนในประเทศในการสร้างความ
เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการถ่ายโอนเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมของ
ไทย แต่มีอุปสรรคที่ไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายได้ เนื่องจากไม่มีการถ่ายโอนที่
แท้จริง การลงทุนเป็นเพียงการจ้างแรงงานและการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมเท่านั้น

³⁴ พาริณี ทรัพย์ทวี. องค์การธุรกิจกับบทบาทการลงทุนทาง FDI ในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

บทที่ 3

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย

ความสำคัญของอุตสาหกรรมยางรถยนต์สำหรับประเทศไทยนั้นมีมากขึ้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศ ทั้งนี้ประเทศไทยมีการผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดของโลก การผลิตยางรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของผู้ผลิตยางรถยนต์จากกลุ่มทุนข้ามชาติ ทำให้อุตสาหกรรมยางรถยนต์มีการพัฒนาไปตามการผลิตยางรถยนต์จากต่างประเทศ และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมยานยนต์โดยเป็นชิ้นส่วนยานยนต์ จากสถิติมวลรวมผลิตภัณฑ์ประชาชาติ ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์มีประมาณร้อยละ 12 ของมวลรวมทั้งหมด ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มีส่วนสำคัญที่ประกอบกิจการอุตสาหกรรมในด้านเศรษฐกิจ

การศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยจากการเชื่อมต่อระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ ซึ่งมีการกำหนดปริมาณการผลิตตามความต้องการใช้ของยางรถยนต์ในประเทศ และกำหนดปริมาณวัตถุดิบที่ความต้องการใช้ในประเทศ โดยมีกลุ่มทุนและกลุ่มผลประโยชน์เชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับบทบาทการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนในประเทศไทย ประกอบด้วย

3.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ

3.1.1 นโยบายยางพาราของไทย

3.1.2 โครงสร้างการผลิตยางธรรมชาติ

3.1.3 การบริโภคยางธรรมชาติ และตลาดการค้ายางธรรมชาติในตลาดโลก

3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์

3.2.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมยานยนต์

3.2.2 โครงสร้างตลาดรถยนต์

3.2.3 แนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์

3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์

3.3.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมยางรถยนต์

3.3.2 โครงสร้างการผลิตยางรถยนต์

3.3.3 โครงสร้างตลาดยางรถยนต์

3.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ

อุตสาหกรรมยางธรรมชาติหรือยางพาราเป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราขั้นต้น ซึ่งเป็นการนำเอาหน้ายางสดที่กรีดยได้จากต้นยางพารามาแปรรูปให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและสะดวกต่อการนำไปใช้แปรรูปเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ยางพาราที่ผลิตได้แบ่งออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครป ยางหึ่งแห้ง น้ำยางข้น ยางพาราเหล่านี้จะนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆ เช่น ยางยานพาหนะ ประกอบด้วย ยางรถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถจักรยาน ยางเครื่องบิน ยางรถเครื่องจักรหนัก ยางรถที่ใช้ในอุตสาหกรรม และเกษตรกรรม รวมทั้งยางที่ใช้ในงานก่อสร้าง ถูมือยาง ถูยางอนามัย ยางรัดของ และท่อต่างๆ เป็นต้น

อุตสาหกรรมยางธรรมชาติจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมยาง และผลิตภัณฑ์ยาง ยังคงเป็นอุตสาหกรรมในอันดับต้นๆ ของประเทศไทยที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในภาคเกษตรกรรมและการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในภาคอุตสาหกรรม รวมถึงมูลค่าการส่งออกที่อยู่ในสินค้าอันดับ 1 ใน 20 ของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพสูงในด้านวัตถุดิบที่เป็นข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงาน จากการที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิต และส่งออกยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก

3.1.1 นโยบายยางพาราไทย¹

ยุทธศาสตร์ยางพาราไทยที่ภาครัฐได้กำหนดขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหายางพาราให้มีประสิทธิภาพนั้น แบ่งออกเป็น 9 ประการ ดังต่อไปนี้

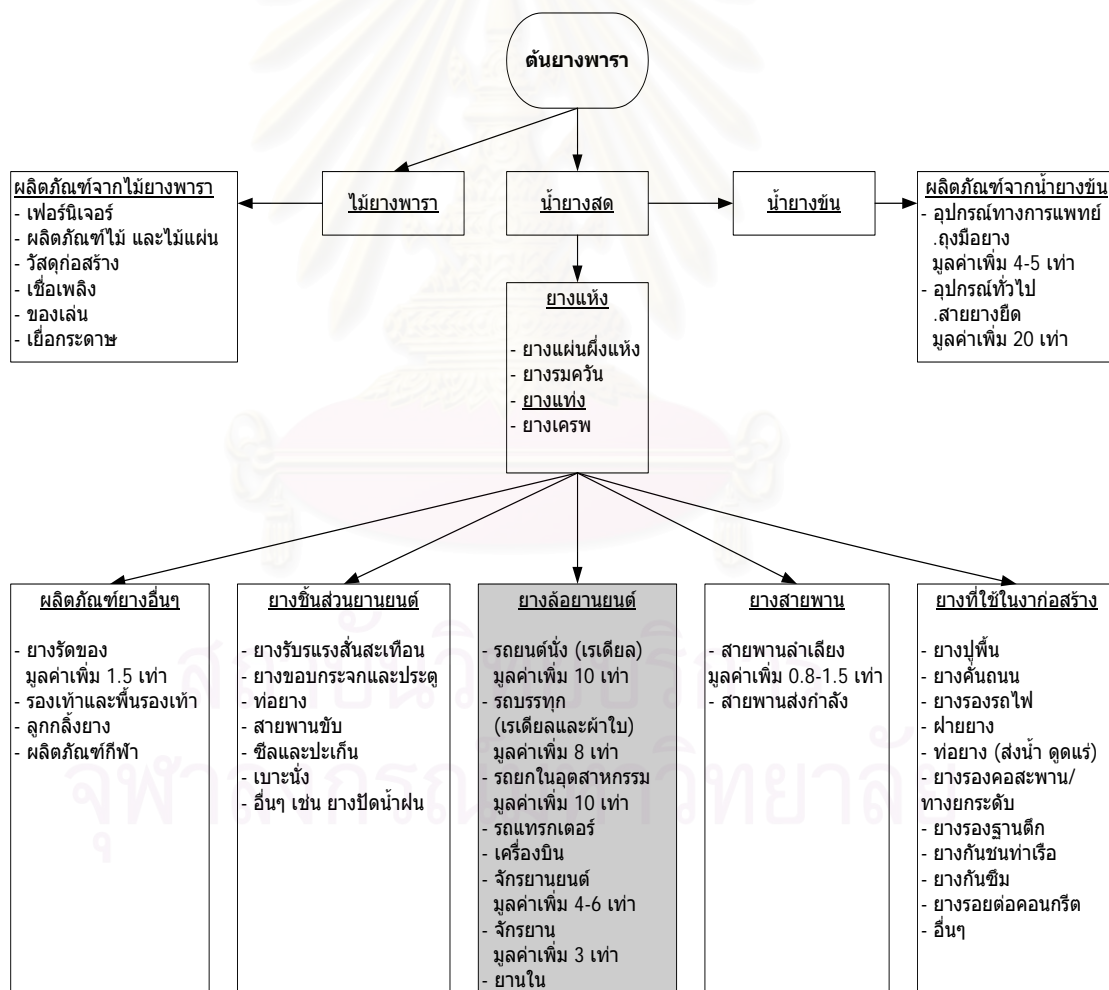
1. ปฏิรูประบบและการจัดการสถาบันยางพาราใหม่ทั้งหมด
2. ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรชาวสวนยาง และทำให้เกษตรกรชาวสวนยางได้ประโยชน์จากสวนยางอย่างเต็มที่ ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ยางที่ได้มาตรฐานสากลอย่างหลากหลายจากทุกระดับสังคม
4. ปฏิรูประบบวิจัยและพัฒนายาง
5. ปฏิรูประบบตลาดยางทุกด้าน

¹ คณะกรรมการปฏิรูประบบการพัฒนาางพาราไทย. การปฏิรูประบบการพัฒนาางพาราไทย. การประชุมเชิงปฏิบัติการ เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2545

6. สร้างฐานข้อมูลยางพาราให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้
7. สร้างเมืองยาง เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์ยางพารา
8. ส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรชาวสวนยางและวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้าน
9. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจมีส่วนร่วมในทุกด้าน

3.1.2 โครงสร้างการผลิตยางธรรมชาติ

การผลิตยางธรรมชาติของโลกประมาณร้อยละ 70 มาจากแหล่งผลิตที่สำคัญ คือ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย โดยไทยเป็นประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ที่สุด ซึ่งเน้นที่การผลิตยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น



ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างการนำยางธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ที่มา: รวบรวมจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยางแผ่นที่ไทยผลิตได้มากที่สุด คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 อินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตยางแผ่นธรรมชาติรายใหญ่องลงมาเป็นอันดับ 2 แต่มีการผลิตยางแท่งมากที่สุดในโลก สำหรับมาเลเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตผลิตยางแผ่นรมควันอันดับสามของโลก และเน้นการผลิตยางแท่งเช่นเดียวกับ อินโดนีเซียมากขึ้น ทั้งสองประเทศมีศักยภาพการผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 1 เริ่มลดลง เนื่องจากขาดแรงงานและมีการลดพื้นที่การปลูกยางมาปลูกปาล์มน้ำมันแทน แต่ก็ยังมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางจากการใช้ยางธรรมชาติที่ผลิตได้ในประเทศ

รายงานผลผลิตยางธรรมชาติของโลกในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (2541-2544) ของ League Management Committee (LMC)² พบว่า ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.5 ต่อปี จาก 6.821 ล้านตันในปี พ.ศ. 2541 เป็น 6.979 ล้านตันในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งมีปริมาณการผลิตยางแท่งเท่ากับในปี พ.ศ. 2543 ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2543 จะมีการผลิตยางมากกว่าปี พ.ศ. 2542 ร้อยละ 2.2 แต่ปริมาณการผลิตยางของมาเลเซียและอินโดนีเซียลดลงในปี พ.ศ. 2542 ขณะที่ไทยและเวียดนามมีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่การเพาะปลูกยาง และเวียดนามยังมีแผนพัฒนาการปลูกยางที่มีการขยายพื้นที่ปลูกยางจาก 1.875 ล้านไร่ในปี พ.ศ. 2542 เป็น 4.375 ล้านไร่และในปี พ.ศ. 2548 ส่วนทางด้านมาเลเซียพยายามขยายการปลูกยางในประเทศกีนีทวีปแอฟริกาตะวันตก ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์และต้นทุนถูกกว่า

รายงานผลผลิตยางธรรมชาติของโลกในช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 ของ International Rubber Study Group (IRSG) ปริมาณยางธรรมชาติของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.2 ต่อปี ซึ่งมีแหล่งผลิตที่สำคัญในแถบประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ 85 ของกำลังการผลิตของโลก และมีประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ประเทศที่มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 70 ได้แก่ ประเทศไทยสามารถผลิตยางได้ 2.9 ล้านตันต่อปีคิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกยางประมาณ 13 ล้านไร่ ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียสามารถผลิตยางได้ 1.9 ล้านตันคิดเป็นร้อยละ 22 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกยางประมาณ 21.5 ล้านไร่คิดเป็นร้อยละ 33 และมาเลเซียสามารถผลิต 1.1 ล้านตันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกยางในประเทศประมาณ 8.5 ล้านไร่ สำหรับผู้ผลิตรายอื่นๆ เช่น อินเดีย จีน และเวียดนาม ได้มีการเพิ่มการผลิตทำให้แนวโน้มปริมาณขยายตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะเวียดนามที่เป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติคุณภาพดี ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2547 มีอัตราขยายตัวร้อยละ 4.1 และมีการบริโภคยางเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เนื่องจากจีนเป็นผู้บริโภคยางรายใหญ่ของโลกที่ต้องการใช้ยางมีปริมาณ 1.5 ล้านตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 18 ขณะที่สหรัฐอเมริกาต้องการใช้ยางในปริมาณ 1.1 ล้านตันหรือประมาณร้อยละ 15 ของปริมาณยางที่ผลิตทั้งโลก

² ข้อมูลของ LMC มีข้อมูลบางพารากราจากอีกหลายแหล่งที่อาจให้ตัวเลขที่แตกต่างกันบ้าง แต่โดยส่วนใหญ่แล้วก็จะมีแนวโน้มที่ใกล้เคียงกัน เช่น The International Rubber Study Group เป็นต้น

ตารางที่ 1 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของโลก (หน่วย: พันตัน)

ประเทศ	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	สัดส่วน
ไทย	2,250	2,382	2,640	2,614	2,450	2,760	2,865	36
อินโดนีเซีย	1,738	1,640	1,634	1,683	1,620	1,780	1,870	23
มาเลเซีย	886	768	616	545	895	1,000	1,150	12
อินเดีย	591	620	627	611	615	735	750	9
จีน	450	464	478	486	475	493	500	7
เวียดนาม	219	237	258	291	312	345	420	5
อื่นๆ	687	720	727	749	765	784	796	8
ทั้งหมดทั่วโลก	6,821	6,831	6,980	6,979	7,132	7,453	7,851	100

ที่มา : LMC Commodity Bulletin, April 2002 and IRSG (December, 2004)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าการผลิตรวมกันระหว่างประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย มากถึงร้อยละ 71 ขณะที่ประเทศอื่นมีการเติบโตของการผลิตเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 29 ประเทศไทยมีสัดส่วนการผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก ร้อยละ 36 ซึ่งเป็นการผลิตยางพาราในปริมาณ 2.8 ล้านตันในปี พ.ศ. 2547 และจำนวนร้อยละ 90 จะถูกนำไปแปรรูปเป็นยางขึ้นต้น ได้แก่ ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครพ และน้ำยางข้น ส่วนที่เหลือจะนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ ยางยานพาหนะ ถุงมือยาง ยางรัดของ สายยางยืด และผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

การผลิตยางขึ้นต้นเป็นการผลิตยางแผ่นจำนวน 317,190 ตัน และยางแท่งจำนวน 735,808 ตัน ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 16.3 และ 8.7 ตามลำดับ ขณะที่ในปี พ.ศ. 2548 การผลิตยางขึ้นต้นมีการผลิตยางแผ่นจำนวน 324,770.98 ตันเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.39 และยางแท่งจำนวน 667,560.56 ตัน ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ -9.27 มีทิศทางการปรับตัวตามปริมาณความต้องการยางในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น แต่ก็มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนเกี่ยวกับความต้องการใช้ยางธรรมชาติในอนาคต เนื่องจากปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้ประเทศไทยได้มีโครงการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมยางให้มีมูลค่าเพิ่มจากการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปยางธรรมชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติ และส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางแทนลักษณะการส่งออกวัตถุดิบยาง โดยเฉพาะการพัฒนายางแผ่นเป็นยางแท่งซึ่งประเทศอุตสาหกรรมมีความต้องการยางแท่งเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 2 ปริมาณการผลิตยางพาราหรือยางธรรมชาติ

(หน่วย: ตัน)

ผลิตยาง	2545	2546	2547	2548
ยางแผ่นรวมควัน	369,795	379,222	317,190	324,770
ยางแท่ง	709,146	806,225	735,808	667,560

ที่มา : LMC Commodity Bulletin, April 2002

3.1.3 การบริโภคนยางธรรมชาติ และ ตลาดการค้ายางธรรมชาติในตลาดโลก

ความต้องการบริโภคยางธรรมชาติของโลกเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนานั้นมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบต่อเนื่อง และมีการบริโภคยางเพิ่มสูงขึ้น เช่น ประเทศจีนมีการบริโภคยางเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 20 ทั้งนี้อุตสาหกรรมรถยนต์ในจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ยางธรรมชาติได้ถูกแปรรูปเป็นยางล้อรถยนต์ ยางคอสระพานของถนนที่สร้างใหม่ในจีน

ยางธรรมชาติที่ผลิตได้ในโลกถูกใช้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิด การผลิตมีประมาณร้อยละ 70 ยางธรรมชาติที่ผลิตได้ในโลกมาจากการผลิตยางในรูปแบบแผ่นรวมควัน และแท่ง ซึ่งยางรถยนต์แต่ละชนิดจะมีปริมาณยางธรรมชาติในสัดส่วนที่แตกต่างกันระหว่างร้อยละ 6-36 ของน้ำหนักผลิตภัณฑ์ ซึ่งตลาดการใช้ยางเพื่อผลิตยางรถยนต์มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของตลาดโลก โดยการผลิตยางรถยนต์นั้นมีบริษัทขนาดใหญ่ 3 บริษัทสามารถสร้างอิทธิพลโดยการร่วมมือกันซื้อขายจากผู้ผลิตบริดจสโตน ผู้ผลิตมิชลิน และผู้ผลิตก๊อดเยียร์ เข้าข่ายกรณีตลาดของผู้ซื้อ (Monopoly market)

ตลาดการค้ายางธรรมชาติในตลาดโลก มีประมาณมากกว่า 5 ล้านตันของแต่ละปี คิดเป็นร้อยละ 78.20 ของยางที่ผลิตได้ทั้งหมดของโลก ซึ่งในระยะปี พ.ศ. 2540-2544 มีการค้ายางเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.5 ต่อปี หรือจาก 5.221 ล้านตันและในปี พ.ศ. 2540 เป็น 5.455 ล้านตันในปี พ.ศ. 2544 แม้ว่าปี พ.ศ. 2544 ปริมาณการค้ายางของโลกลดลงร้อยละ 4.3 จากปี พ.ศ. 2543

การค้ายางแท่งมีมากที่สุด รองลงเป็นยางแผ่นรวมควัน และน้ำยางข้น คิดเป็นร้อยละ 50 ร้อยละ 19 และ ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ ประเทศมาเลเซียมีการผลิตยางธรรมชาติลดลง แต่ยังเป็นประเทศที่มีอิทธิพลต่อตลาดยางธรรมชาติของโลก เนื่องจากมาเลเซียได้วางรากฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางเป็นอย่างดี ตั้งแต่สมัยยังเป็นอาณานิคมของอังกฤษ มีการพัฒนาคนและการวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาง และส่งคนไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อศึกษาความเหมาะสมของยางธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางแต่ละชนิด ทำให้อุตสาหกรรมยางทั่วโลกยอมรับยางธรรมชาติ

มาตรฐานของมาเลเซียมากกว่าของประเทศอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมาเลเซียผลิตยางธรรมชาติได้น้อยลงผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาง มีการปรับตัวเพื่อใช้ยางมาตรฐานของประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ มากขึ้น

3.1.3.1 การส่งออกยางธรรมชาติในตลาดโลก

ตารางที่ 3 การส่งออกยางพาราของประเทศผู้ผลิต

(หน่วย: พันตัน)

ประเทศ	2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ	สัดส่วน	ปริมาณ	สัดส่วน	ปริมาณ	สัดส่วน	ปริมาณ	สัดส่วน
มาเลเซีย	989.00	100.00	984.00	100.00	978.00	100.00	821.00	100.00
ยางแท่ง	827.00	83.62	815.00	82.83	854.00	87.32	716.00	87.21
ยางแผ่น	41.00	4.15	25.00	2.54	10.00	1.02	10.00	1.22
น้ำยางข้น	88.00	8.90	112.00	11.38	91.80	9.39	69.00	8.40
อินโดนีเซีย	1,641.00	100.00	1,495.00	100.00	1,376.00	100.00	1,419.00	100.00
ยางแท่ง	1,577.00	96.10	1,426.00	95.38	1,322.00	96.08	1,366.00	96.26
ยางแผ่น	45.00	2.74	59.00	3.95	43.00	3.13	44.00	3.10
น้ำยางข้น	15.00	0.91	13.00	0.87	9.10	0.66	11.50	0.81
ไทย	1,960.00	100.00	2,113.00	100.00	2,608.00	100.00	2,446.00	100.00
ยางแท่ง	480.00	24.49	541.00	25.60	790.00	30.29	898.00	36.71
ยางแผ่น	1,047.00	53.42	955.00	45.20	1,123.00	43.06	981.00	40.11
น้ำยางข้น	246.00	12.55	217.00	10.27	323.00	12.38	410.50	16.78
ทั่วโลก	5,221.00	100.00	5,279.00	100.00	5,699.00	100.00	5,455.00	100.00
ยางแท่ง	2,884.00	55.24	2,782.00	52.70	2,966.00	52.04	2,980.00	54.63
ยางแผ่น	1,132.00	21.70	1,038.00	19.66	1,176.00	20.64	1,036.00	18.99
น้ำยางข้น	410.00	7.85	417.00	7.90	517.60	9.08	582.90	10.69

ที่มา : LMC Commodity Bulletin, April 2002

ประเทศผู้ส่งออกทางธรรมชาติที่สำคัญของโลกประเทศมีส่วนการส่งออกถึงร้อยละ 86 มีประมาณ 4.6-5 ล้านตันต่อปีของการส่งออกทั้งหมด คือ ประเทศไทยมีประมาณร้อยละ 44.8 อินโดนีเซียมีประมาณร้อยละ 26 และมาเลเซียมีประมาณร้อยละ 15.1 ส่วนใหญ่ประเทศผู้ผลิตทางธรรมชาติจะผลิตทางธรรมชาติการส่งออกเป็นหลัก และมีการใช้ในประเทศเพียงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 10 ยกเว้นสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ในประเทศ ซึ่งมีประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญอื่นๆ คือ ไนจีเรีย ศรีลังกา เวียดนาม กัมพูชา ไลบีเรีย แต่ก็มีบทบาทในตลาดโลกน้อยมาก อย่างไรก็ตามประเทศผู้ผลิตหลายประเทศทั้งมาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย ได้ใช้ทางธรรมชาติที่ผลิตได้เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ภายในประเทศมากขึ้น

ประเทศไทยจึงเป็นผู้ส่งออกทางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นมากที่สุดในโลก โดยส่งออกทางแผ่นรมควันร้อยละ 94.7 ของการค้ายางแผ่นทั่วโลก และน้ำยางข้นร้อยละ 70.4 ของการค้ำน้ำยางข้นทั่วโลก อินโดนีเซียและมาเลเซีย เป็นประเทศที่ส่งออกทางแท่งมากที่สุดในโลก และส่งออกมากกว่าร้อยละ 75 ของการค้ายางแท่งทั้งหมดของโลก ซึ่งตลาดส่งออกประเภทสินค้าที่ผลิต และส่งออก แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การส่งออกทางแปรรูปขึ้นต้นและผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยส่งออกทางและผลิตภัณฑ์รวมทั้งสิ้น 5,392.10 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยแบ่งออกเป็นการส่งออกทางพาราขึ้นต้น 3,432.50 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลิตภัณฑ์ยาง 1,959.60 ล้านเหรียญสหรัฐ และในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกของพาราและผลิตภัณฑ์ยางรวมทั้งสิ้น 6,5114.10 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยแบ่งออกเป็นการส่งออกทางพาราขึ้นต้น 4,147.60 ล้านเหรียญสหรัฐ และผลิตภัณฑ์ยาง 2,366.50 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งแบ่งสัดส่วนเป็นมูลค่าพารา ร้อยละ 63.22 และผลิตภัณฑ์ยางร้อยละ 36.88 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2547 ในไตรมาสเดียวกันการส่งออกพารา ร้อยละ 65.38 และผลิตภัณฑ์ยางร้อยละ 34.61 ซึ่งมีสัดส่วนขยายตัวเพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์ยาง ตลาดสำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฮองกง เฉพาะสายพานลำเลียง และส่งกำลัง ซึ่งตลาดที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์

จากตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกทางของโลกเป็นยางแท่งมากที่สุด และมากกว่ายางแผ่นถึงประมาณ 3 เท่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการส่งออกของประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ที่มีการสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ขณะที่ประเทศไทยมีส่วนการส่งออกทางแผ่นมากกว่ายางแท่ง แต่มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งต่างจากทิศทางการส่งออกทางของตลาดโลกที่จะส่งผลต่อการพัฒนาารรถยนต์ของไทย เนื่องจากมีการใช้ยางแท่งในการผลิตยางรถยนต์มากขึ้น ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติมีทิศทางที่จะผลิตยางแท่งมากขึ้นตามความต้องการของตลาดโลก

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกของสินค้ายางและผลิตภัณฑ์ยาง

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	Δ%2548/2547
ยางแผ่น	579.4	786.9	1,199.2	1,329.00	1,563.30	17.63
ยางแท่ง	475.6	603.8	1,002.3	1,325.30	1,660.10	25.26
น้ำยางข้น	262.9	322	545.7	713.70	854.60	19.74
ยางพาราอื่น ๆ	8.1	27.6	41.2	64.40	70.10	8.85
ผลิตภัณฑ์ยาง	1095.1	1,268.0	1,557.6	1,959.60	2,366.50	20.76

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก

3.1.3.2 การนำเข้ายางของโลก

ตารางที่ 5 การนำเข้ายางธรรมชาติสุทธิจากไทยของประเทศผู้นำเข้า

(หน่วย: พันตัน)

ประเทศ		2541	2542	2543	2544
สหรัฐอเมริกา	ปริมาณ	1,177.00	1,075.00	1,192.00	972.00
	สัดส่วน	22.54	20.36	20.92	17.82
จีน	ปริมาณ	420.00	401.00	820.00	944.00
	สัดส่วน	8.04	7.60	14.39	17.31
ญี่ปุ่น	ปริมาณ	678.00	755.00	802.00	714.00
	สัดส่วน	12.99	14.30	14.07	13.09
มาเลเซีย	ปริมาณ	432.00	416.00	512.00	484.00
	สัดส่วน	8.27	7.88	8.98	8.87
เกาหลี	ปริมาณ	282.00	332.00	331.00	331.00
	สัดส่วน	5.40	6.29	5.81	6.07
รวมทั้งโลก	ปริมาณ	5,221.00	5,279.00	5,699.00	5,455.00
	การเติบโต		1.11	7.96	-4.28

ที่มา : International Rubber Study Group

ประเทศผู้นำเข้าทางธรรมชาติที่สำคัญของโลกประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา จีนและ ญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2544 เป็นสัดส่วนร้อยละ 17.8 17.3 และ 13.1 ตามลำดับ โดยจีนเป็นประเทศที่มี อัตราการเติบโตของการนำเข้ามากที่สุดในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา คือ มีการเติบโตมากกว่า 2 เท่าในปี พ.ศ. 2543 และเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 15 ในปี พ.ศ. 2544 ส่วนสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นมีการนำเข้า ทางธรรมชาติลดลง ในปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 18.5 และร้อยละ 11 ตามลำดับ ส่งผลทำให้จีนสามารถ ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำเข้าอันดับ 2 แทนญี่ปุ่นได้ในปี พ.ศ. 2543 และต่อเนื่องมาถึงปี พ.ศ. 2544 จีน จึงเป็นประเทศที่น่าจับตามองในตลาดของโลก และในอีก 5 ปีข้างหน้าผู้ประกอบการคาดหวัง ประเทศจีนจะเป็นผู้นำเข้าทางธรรมชาติที่สำคัญที่สุดในโลก เพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง กับการขนส่ง โดยจีนและญี่ปุ่นนำเข้าทางแผ่นดิน ถ้าพิจารณาเฉพาะการนำเข้าทางน้ำอย่างเช่น ประเทศผู้นำเข้าหลักได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา จีนและเยอรมัน ขณะประเทศที่น่าเข้าทางทะเล เป็นส่วนใหญ่ คือ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป

ตารางที่ 6 มูลค่าการนำเข้าของสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ยาง

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	$\Delta\%$ 2547 /2548
ผลิตภัณฑ์ยาง	303	340.1	376.2	470.00	505.90	7.64
ท่อหรือข้อต่อและ สายพานลำเลียง	58.4	66.6	75.6	81.60	87.00	6.62
ผลิตภัณฑ์ยางวัลเคไนซ์ เช่น ประเก็น ฝารอง และซีล	195.2	219.2	244.9	261.60	276.00	5.50
อื่น ๆ	49.4	54.3	55.8	126.80	142.90	12.70

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร กระทรวงการคลังและ กรมส่งเสริมการส่งออก

ตลาดนำเข้าของไทย เป็นประเภทสินค้าผลิตภัณฑ์ยางมีการนำเข้าจำนวน 403.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2547 และในปี พ.ศ. 2548 ผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่าการนำเข้า 505.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.64 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2547 แยกเป็นผลิตภัณฑ์ยางวัลเคไนซ์ มีมูลค่าการนำเข้า 276.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.50 ยางประเภทท่อหรือข้อต่อ มีมูลค่าการนำเข้า 87.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.62 และยางประเภทอื่นๆ มีมูลค่าการนำเข้า 142.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12.70

แนวโน้มในปี พ.ศ. 2548 จะผลผลิตยางธรรมชาติทั้งประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากพื้นที่กรีดยางได้เพิ่มขึ้นในทุกภาค และราคาขางที่จูงใจให้เกษตรกรกรีดยางเพิ่มขึ้น ส่วนการส่งออกยางขึ้นต้นคาดว่าจะมีแนวโน้มทรงตัว อันเนื่องมาจากการที่ประเทศจีนมีนโยบายในการชะลออัตราการขายตัวทางเศรษฐกิจเพื่อมิให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตในอัตราที่สูงอย่างรวดเร็วเกินไป และการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางภาคในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่เติบโตต่อเนื่องตามอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้สถานการณ์ในปี พ.ศ. 2548 นั้นมีการผลิตยางขึ้นต้น ประเภทยางแท่งและยางแผ่นมีปริมาณการผลิตลดลง เนื่องจากแหล่งผลิตในภาคใต้มีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยลง แต่ผลิตภัณฑ์ยางประเภทยางรถปิกอัพ มีปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ปิกอัพขนาด 1 ตันภายใต้ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และยางประเภทยางนอกรถยนต์นั่ง รถบรรทุก มีการปรับตัวลงเล็กน้อย เนื่องมาจากมีการคาดการณ์ว่าราคาต้นทุนวัตถุดิบคงไม่ต่ำกว่าราคาในปัจจุบันและอนาคต คาดว่าราคาเพิ่มสูงขึ้น การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่น ยางรถรถยนต์และถุงมือยาง

สำหรับปี พ.ศ. 2549 ราคาน้ำยางจะยังคงมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น และยังคงมีปัจจัยจากความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เข้ามาส่งผลกระทบต่อ ทำให้ปริมาณน้ำยางที่กรีดยางได้ออกสู่ตลาดในปริมาณไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับความต้องการใช้ยางในตลาดโลกยังมีทิศทางที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ นอกจากนี้ นโยบายของรัฐเรื่องของแผนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมใหม่และยุทธศาสตร์ยางพาราปี พ.ศ. 2549 – 2551 มีเป้าหมายมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการสนับสนุนการใช้ยางภายในประเทศ ทั้งในด้านการทำเชือก สร้างอ่างเก็บน้ำหรือถนน ประกอบกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ได้รับการผลักดันจากภาครัฐให้เป็นศูนย์กลางผลิตรถยนต์และชิ้นส่วน โดยตั้งเป้าในปี พ.ศ. 2549 จะผลิตรถยนต์ให้ได้ 1 ล้านคัน ส่งผลให้มีการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศมากยิ่งขึ้น จาก 2 ปัจจัยทั้งตลาดภายในและนอกประเทศดังกล่าว จะยังคงส่งผลกระทบต่อทิศทางอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์

พัฒนาการของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยตลอด 40 ปีที่ผ่านมาได้เริ่มก่อตัวขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 จากความสามารถเพียงการผลิตชิ้นส่วนเพียงไม่กี่รายการ แต่ด้วยวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยที่ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทยให้มีความสามารถประกอบรถยนต์ได้ในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าและช่วยลดปัญหา

การขาดดุลการค้า ผ่านนโยบายการบังคับใช้และกำหนดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ และนโยบายการให้สิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยสามารถประกอบรถยนต์ได้หลายประเภท เช่น รถยนต์นั่ง รถปิกอัพขนาด 1 ตัน รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถจักรยานยนต์ รวมถึงการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ต่างๆ โดยสามารถใช้ชิ้นส่วนในประเทศสำหรับการผลิตรถปิกอัพมากกว่าร้อยละ 80 และสำหรับการผลิตรถยนต์นั่งร้อยละ 50 ดังนั้นที่ผ่านมา นโยบายของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

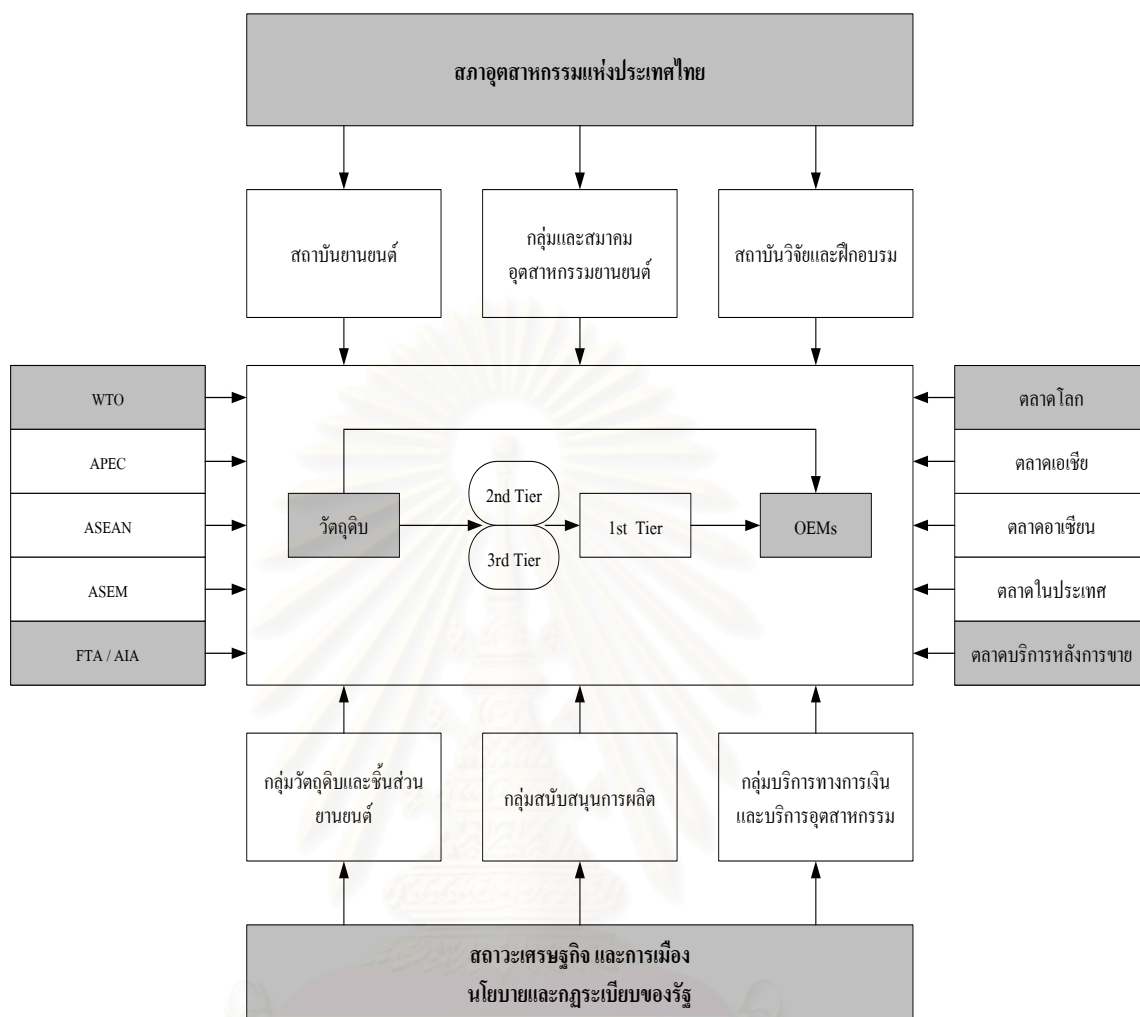
หลังผ่านปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจช่วงปี พ.ศ. 2539-2541 อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งในด้านปริมาณการผลิต ยอดขายในประเทศ และยอดการส่งออกสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องประกอบกับแรงผลักดันจากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐ ทำให้นักลงทุนจากต่างประเทศสนใจที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักที่นักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจ เนื่องจากในประเทศไทยมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านแรงงาน ค่าเช่าที่ดิน ความชำนาญ ฯลฯ ปัจจุบันบริษัทผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ เข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ต่อไปในอนาคต ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีเงินหมุนเวียนทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก และทำให้มีการจ้างงานในประเทศไทยมากขึ้น

อุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดโลกในปี พ.ศ. 2547 ตลาดเอเชียมีการเจริญเติบโตสูงที่สุด เนื่องจากประเทศจีนและประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่และมีความสามารถในการผลิตที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์รวมในปี พ.ศ. 2547 ทั้งสิ้น 928,081 คัน อยู่ในอันดับที่ 15 ของโลก มีสัดส่วนร้อยละ 1.55 ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมดในโลก และประเทศที่เป็นผู้นำการผลิตรถยนต์นั่ง 10 อันดับแรกของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี จีน ฝรั่งเศส สเปน แคนาดา เกาหลี บราซิล และ สหราชอาณาจักร ตามลำดับ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่มีผู้ผลิตที่ส่งชิ้นส่วนและวัสดุให้กับผู้ประกอบการโดยตรง (Direct Supplier) 386 ราย นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตชิ้นส่วนสนับสนุนที่ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประมาณ 1,000 ราย ทั้งนี้ค่ายรถยนต์ระดับโลกที่เข้ามาลงทุนตั้งโรงงานประกอบในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตในภูมิภาค จะมีการจัดหาชิ้นส่วนโดยใช้แนวทาง Global Sourcing จะสั่งซื้อชิ้นส่วนจากผู้ผลิตที่ผลิตชิ้นส่วนที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดและมีราคาถูกที่สุดจากทั่วโลก ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทยในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง นอกจากนี้ การประกอบรถยนต์ใช้วิธีในการลดขั้นตอนการประกอบลงโดยอาศัย

แนวทางที่จะพัฒนาการใช้ชิ้นส่วนในลักษณะเป็นตัวแทนมากขึ้นในโรงงานประกอบ หรืออาศัยผู้ผลิตชิ้นส่วนที่อยู่ใกล้เคียงดำเนินงานให้ ดังนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนรายใหม่ที่เกิดขึ้นจะเลือกตั้งโรงงานให้อยู่ใกล้กับโรงงานประกอบรถยนต์ เพื่อจะได้สะดวก เกิดความรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง โดยอาศัยระบบโลจิสติกส์ (Logistics) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

การที่นโยบายของภาครัฐมีบทบาทต่อทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาจนถึงปัจจุบัน ยิ่งทำให้เห็นได้ชัดว่าผู้ประกอบการและผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ลงทุนประกอบกิจการในไทย ได้รับการปกป้องคุ้มครองอย่างมากจากนโยบายหลัก ๆ ใน 5 เรื่อง ได้แก่ การตั้งกำแพงภาษีนำเข้าในอัตราสูง การบังคับและกำหนดการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ การห้ามและควบคุมการนำเข้า การห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ใหม่ การให้การส่งเสริมการลงทุน ซึ่งผลจากนโยบายการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและผลักดันอุตสาหกรรมยานยนต์จนปัจจุบันสามารถประกอบรถยนต์ ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จากเพียงแค่จำหน่ายในประเทศจนสามารถส่งออกได้ทั้งรถยนต์สำเร็จรูปและส่งออกชิ้นส่วนทั้งตลาดชิ้นส่วนโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) และตลาดชิ้นส่วนทดแทน (REM) ได้มูลค่านับแสนล้านบาทต่อปี แต่ยังมีผลในเชิงลบจากนโยบายการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมดังกล่าวเกิดผลในเชิงลบต่อปัญหาความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ เนื่องจากการอาศัยความได้เปรียบจากการแข่งขันจากต้นทุนที่ต่ำกว่าชิ้นส่วนนำเข้าจากกำแพงภาษี และต้นทุนในการผลิตจากสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนในด้านภาษีนำเข้าเครื่องจักรและภาษีนำเข้าวัตถุดิบ ผลกระทบในเชิงลบดังกล่าวยิ่งส่งผลมากขึ้นเมื่อรัฐบาลมีนโยบายอย่างชัดเจนในการเปิดการค้าเสรี ทำให้มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยและส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ เมื่อกระทรวงอุตสาหกรรมจำเป็นต้องประกาศยกเลิกการบังคับใช้และกำหนดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศทุกประเภท ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 และต้องเริ่มประกาศลดอัตราภาษีนำเข้าและยกเลิกมาตรการทุกชนิดที่เป็นนโยบายปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมที่ขัดต่อข้อตกลงขององค์การการค้าโลกเพื่อปฏิบัติตามข้อตกลงการค้าเสรี ส่งผลให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศเริ่มประสบปัญหาการแข่งขันกับชิ้นส่วนนำเข้าที่มีราคาถูกลงกว่า หรือความได้เปรียบในการแข่งขันลดลง



ภาพที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมรถยนต์

ที่มา: รวบรวมจากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมยานยนต์

3.2.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยมีการขยายตัวอย่างมากทั้งในด้านการผลิต และการจำหน่าย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ได้ฟื้นตัวขึ้น และจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐที่เห็นผลทำให้เกิดกำลังซื้อเพิ่มขึ้น ภาวะดอกเบี้ยต่ำ การเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ออกมากระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของค่ายรถยนต์ต่างๆ ทำให้ สภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี พ.ศ. 2545 มีการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภทประมาณ 595,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 29.51 มีการจำหน่ายประมาณ 400,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544

ร้อยละ 34.66 เป็นการจำหน่ายรถยนต์นั่งร้อยละ 30 เป็นการจำหน่ายรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน ร้อยละ 60 ที่เหลืออีกร้อยละ 10 เป็นการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ และมีการส่งออกรถยนต์ ประมาณ 185,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 5.53

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิต การจำหน่าย และการส่งออก ตลอดจนการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ๆ สนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี ทำให้สถานะอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี พ.ศ. 2547 มีการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภทประมาณ 920,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 22.58 โดยแบ่งเป็นการผลิตรถยนต์นั่งสัดส่วนประมาณร้อยละ 33 รถยนต์ปิกอัพ 1 คัน ประมาณร้อยละ 64 และรถยนต์พาณิชย์อื่นๆ ประมาณร้อยละ 3 มีการจำหน่ายในประเทศประมาณ 620,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 16.28 โดยเป็นการจำหน่ายรถยนต์นั่งสัดส่วนประมาณร้อยละ 34 เป็นการจำหน่ายรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน ประมาณร้อยละ 58 ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 8 เป็นการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ และมีการส่งออกรถยนต์ประมาณ 320,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2546 เป็นร้อยละ 36.16 สัดส่วนการส่งออกรถยนต์ทุกประเภทต่อการผลิตคิดเป็นร้อยละ 34.78

หากพิจารณาปริมาณการส่งออกรถยนต์โดยแยกรายประเภท เป็นการส่งออกรถยนต์นั่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 33 รถยนต์ปิกอัพ 1 คัน ประมาณร้อยละ 67 การผลิตรถยนต์นั่งในประเทศปี พ.ศ. 2547 มีอัตราการผลิตคิดเป็นร้อยละ 30 ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมด และประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถยนต์นั่งจากประเทศไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย, สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ตลาดส่งออกรถแวนและปิกอัพที่สำคัญ ได้แก่ สหราชอาณาจักรฯ และออสเตรเลีย ตลาดส่งออกรถบัสและรถบรรทุกที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย สำหรับการนำเข้ารถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2547 มีการนำเข้ารถยนต์นั่งมูลค่าประมาณ 15,500 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.48 แหล่งนำเข้ารถยนต์นั่งของไทยที่สำคัญ และมีการนำเข้ารถยนต์โดยสารและรถบรรทุกมูลค่าประมาณ 7,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 45.77 และแหล่งนำเข้ารถยนต์โดยสารและรถบรรทุกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น

ผู้นำประกอบรถยนต์ 2 รายคือ บริษัท TOYOTA MOTOR THAILAND จำกัด และบริษัท HONDA AUTOMOBILE (THAILAND) จำกัด ที่มีการผลิตรถยนต์นั่งตามขนาดความจุกระบอกสูบ ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ขนาดความจุกระบอกสูบ 1,201-1,500 ซีซี ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 51
2. ขนาดความจุกระบอกสูบ 1,501-1,800 ซีซี ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 29
3. ขนาดความจุกระบอกสูบ 1,801-2,000 ซีซี ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 10

4. ขนาดความจุกระบอกสูบ 2,001-2,400 ซี ซี ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 8
5. ขนาดความจุกระบอกสูบ 2,401-3,000 ซีซี ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.99
6. ขนาดความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 3,001 ซีซีขึ้นไป ผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01

การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ตลาดรถปิกอัพ 1 คัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และถือเป็นประเภทรถที่มีตลาดใหญ่ที่สุดของไทย มีส่วนแบ่งทางการตลาดถึงร้อยละ 60 ของตลาดรถยนต์ทั้งหมด
2. ตลาดรถยนต์นั่ง มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 35 ของตลาดรถยนต์ทั้งหมด
3. ตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ไม่รวมรถปิกอัพ 1 คัน) ได้แก่ รถบรรทุกขนาดต่าง ๆ ประกอบด้วย รถบรรทุกน้อยกว่า 1 ตัน รถบรรทุก 1.5 ตัน รถบรรทุกขนาด 2-4 ตัน และรถบรรทุกขนาดใหญ่ มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 3
4. ตลาดรถยนต์อื่น ๆ คือ ตลาดรถยนต์ขับเคลื่อน 4 ล้อ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 2 ของตลาดรถยนต์ทั้งหมด

การผลิตรถปิกอัพ 1 คันของไทยปี พ.ศ. 2547 ผลิตได้มากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถรองรับความต้องการจากประเทศต่าง ๆ ได้ ซึ่งอัตราการผลิตรถปิกอัพมีสัดส่วน ร้อยละ 65 ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมด โรงงานที่ประกอบรถปิกอัพในประเทศไทยมีทั้งหมด 6 โรงงาน มีสัดส่วนการผลิตรถปิกอัพ 1 คันของบริษัทต่างๆ ดังนี้คือ

1. TOYOTA MOTOR THAILAND CO., LTD. ร้อยละ 24
2. ISUZU MOTOR THAILAND CO., LTD ร้อยละ 24
3. AUTOALLIANCE (THAILAND) CO., LTD. ร้อยละ 19
4. MITSUBISHI MOTOR (THAILAND) CO., LTD. ร้อยละ 17
5. GENERAL MOTORS (THAILAND) CO., LTD. ร้อยละ 11
6. SIAM NISSAN AUTOMOBILE CO., LTD. ร้อยละ 5

ปี พ.ศ. 2548 ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์ของประเทศไทย มีจำนวน 1,125,316 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 21.25 เป็นการผลิตรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.62 แต่รถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ ลดลงร้อยละ 8.80 และ 3.58 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2548 เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2547 ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.02 และ 6.16 ตามลำดับ และหากเปรียบเทียบกับไตรมาสที่สามของปีเดียวกันการผลิตและจำหน่ายปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.37 และ 25.09 ตามลำดับ

การขยายตัวทั้งการผลิต และการจำหน่ายของอุตสาหกรรมรถยนต์ มีปัจจัยบวกส่วนหนึ่ง มาจากผู้ประกอบการสามารถผลิตและนำเสนอสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี แม้ว่าสถานการณ์ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงจะยังคงมีการปรับตัวสูงขึ้น ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ในภาพรวมมากนัก แต่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ในแต่ละประเภท มากกว่า ซึ่งเห็นได้จากปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์นั่งในปีพ.ศ. 2549 ลดลงจากปีที่ผ่านมา เพราะได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันเบนซินที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับไม่มีการนำรถยนต์นั่ง รุ่นใหม่ออกสู่ตลาด แต่สำหรับรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน มีปริมาณการผลิตและการจำหน่าย ขยายตัวใน อัตราที่มากขึ้น เนื่องจากเป็นที่นิยมของผู้บริโภค และมีความสำคัญในเชิงพาณิชย์

3.2.2 โครงสร้างตลาดรถยนต์

ตลาดของรถยนต์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 มีโครงสร้างที่เป็นรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ 66.77 รองลงมาเป็นรถยนต์นั่ง ร้อยละ 26.75 และ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ ร้อยละ 6.48 โดยโครงสร้างตลาดในปี พ.ศ. 2547 ของรถยนต์ปิกอัพ 1 คันต่อรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ คือ ร้อยละ 58.93 33.39 และ 7.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การผลิตรถยนต์ในประเทศ

(หน่วย: คัน)

ประเภทรถยนต์	2543	2544	2545	2546	2547	2548
รถยนต์นั่ง	103,089	160,687	192,000	260,649	304,349	277,555
รถยนต์ปิกอัพ 1 คัน*	294,834	289,349	390,000	468,938	597,914	822,867
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ	13,798	9,382	13,000	20,925	25,818	24,894
รวมการผลิตรถยนต์	411,721	459,418	595,000	750,512	928,081	1,125,316

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย และสถาบันยานยนต์

หมายเหตุ: * เป็นตัวเลขผลิตรวมรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน Double Cab และรถยนต์ PPV ที่สร้างมาจาก
ฐานของรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน

การจำหน่ายรถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2548 มีการจำหน่ายรถยนต์นั่งและหากเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547 ลดลงร้อยละ 10.30 หรือประมาณ ส่วนรถยนต์ปิกอัพนั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 ทำให้

รถยนต์ปิกอัพ 1 คันมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น แต่รถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์อื่นๆ มีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง

ตารางที่ 8 การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย

(หน่วย: คัน)

ประเภทรถยนต์	2543	2544	2545	2546	2547	2548
รถยนต์นั่ง	83,106	104,502	120,000	179,005	209,042	188,211
รถยนต์ปิกอัพ 1 คัน*	151,703	168,639	240,000	309,114	368,911	469,657
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ	27,380	23,911	40,000	45,057	48,086	45,569
รถยนต์จำหน่ายในประเทศ	262,189	297,052	400,000	533,176	626,039	703,437

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย กรมการขนส่งทางบก
หมายเหตุ: * เป็นตัวเลขจำหน่ายรวมรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน, Double Cab และรถยนต์ PPV ที่สร้างมาจากฐานของรถยนต์ปิกอัพ 1 คัน

การนำเข้ารถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2548 มีการนำเข้ารถยนต์นั่งคิดเป็นมูลค่า 13,466.5 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 10.30 แต่มีการนำเข้ารถยนต์โดยสารและรถบรรทุกคิดเป็นมูลค่า 10,992.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 69.44 เมื่อพิจารณาในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2548 เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว มีการนำเข้ารถยนต์นั่ง และรถยนต์โดยสารและรถบรรทุก เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.21 และ 54.73 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่ง และรถยนต์โดยสารและรถบรรทุก เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.48 และ 17.02 ตามลำดับ

แหล่งนำเข้ารถยนต์นั่งของไทยที่สำคัญในปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย แหล่งนำเข้ารถยนต์โดยสารและรถบรรทุกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สำหรับข้อมูลจากกรมศุลกากร ซึ่งได้รายงานผลการนำเข้ารถยนต์นั่ง ที่ผ่านพิธีการศุลกากร ณ สำนักงานศุลกากรแหลมฉบัง, สำนักงานศุลกากรกรุงเทพ, สำนักงานศุลกากรนำเข้าท่าเรือกรุงเทพ สำนักสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร และสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ ปრაกฏในปี พ.ศ. 2548 มีการนำเข้ารถยนต์นั่งรวมจำนวน 24,711 คัน โดยแบ่งเป็นรถยนต์ของค่ายญี่ปุ่น 16,162 คัน รถยนต์ของค่ายเกาหลี 4,867 คัน รถยนต์ของค่ายยุโรป 3,636 คัน และรถยนต์สหรัฐอเมริกา 46 คัน

ตารางที่ 9 การนำเข้ารถยนต์ในประเทศไทย

(หน่วย: ล้านบาท)

ประเภทรถยนต์	2543	2544	2545	2546	2547	2548
รถยนต์นั่ง	11,436.6	8,534.6	8,000.0	16,090.0	15,012.1	13,466.5
รถยนต์โดยสารและรถบรรทุก	6,598.6	5,308.6	6,300.0	4,704.8	6,487.4	10,992.0
ส่วนประกอบและอุปกรณ์						
ประกอบ โครงรถและตัวถัง	58,242.8	70,661.6	79,000.0	104,058.8	120,667.8	129,319.0
รวมรถยนต์นำเข้า (ร้อยละ)	1,538.3	2,149.6	2,300.0	1,347.6	1,548.9	2,471.1

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

การส่งออกรถยนต์ของไทยในปี พ.ศ. 2548 มีปริมาณการส่งออกรถยนต์ (CBU) จำนวน 440,715 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 32.72 คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 203,025.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นสัดส่วนปริมาณการส่งออกต่อการผลิตคิดเป็นร้อยละ 39.16 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 มีสัดส่วนปริมาณการส่งออกต่อปริมาณการผลิตร้อยละ 35.78 ทั้งนี้ ปริมาณการส่งออกรถยนต์ (CBU) ในไตรมาสที่สี่ของปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 128,980 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 34.45 เปรียบเทียบกับไตรมาสสามของปีเดียวกัน มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.99 ซึ่งการผลิต และการส่งออกรถยนต์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากการส่งออกรถยนต์ปีกอล์ฟ 1 คันที่มีฐานผลิตในประเทศไทยเป็นสำคัญ

ตารางที่ 10 การส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วน

(หน่วย: ล้านบาท)

ประเภทรถยนต์	2543	2544	2545	2546	2547	2548
รถยนต์ (CBU) (คัน)	152,836	175,299	185,000	235,022	332,053	440,715
รถยนต์	63,148.28	83,894.70	84,000.00	102,208.06	149,232.80	203,025.09
ส่วนประกอบ(OEM)	9,531.17	11,748.57	14,000.00	27,720.03	43,873.39	76,790.69
เครื่องยนต์	7,106.22	7,481.38	6,000.00	5,290.96	4,316.07	7,903.79
ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์	1,245.65	1,758.56	1,800.00	2,182.00	2,909.43	4,100.47

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ สมาคมอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย

สำหรับความต้องการชิ้นส่วนในตลาด REM ขึ้นอยู่กับปริมาณ และอายุการใช้งานของ ชิ้นส่วนนั้นๆ รวมทั้งพฤติกรรมการใช้รถยนต์ และพฤติกรรมการบำรุงรักษาซ่อมแซมรถยนต์ ตลอดจนสภาพถนนและสภาพอากาศ ทำให้ความต้องการสินค้าของชิ้นส่วนในตลาด REM ไม่น่าแน่นอนบริษัทผู้ผลิตในตลาด REM จึงต้องมีความสัมพันธ์กับผู้ขายเพื่อขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ปี พ.ศ. 2549 มีการย้ายฐานการผลิตรถยนต์ปีกอล์ฟ 1 ตัน เข้ามาอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้มีการผลิตและส่งออกเพิ่มขึ้นอีก ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถยนต์นั่งจากประเทศไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย มีการขยายตัวจากปี พ.ศ. 2547 ประมาณร้อยละ 11.64 และ 256.25 ตามลำดับ มีตลาดส่งออกที่น่าสนใจ คือ ซาอุดีอาระเบีย โอมาน และคูเวต ซึ่งมีการขยายตัวสูงมาก ตลาดส่งออกทดแทนและปีกอล์ฟที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 71.90 และมีตลาดส่งออกที่น่าสนใจ คือ นิวซีแลนด์ และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 106.62 และ 80.08 ตลาดส่งออกทดแทนและรถบรรทุก คือ ออสเตรเลีย ขยายตัวถึงร้อยละ 19.10

ตารางที่ 11 จำนวนรถแยกตามประเภทที่จดทะเบียน ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2548

ประเภทรถ	ทั่วประเทศ
ก. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	8,999,265
1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน Sedan (Not more than 7 Pass.)	3,396,524
2. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน Microbus & Passenger Van	546,271
3. รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล Van & Pick Up	4,752,357
4. อื่นๆ	302,493
ข. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก	765,994
1. รวมรถโดยสาร Bus : Total	103,247
2. รวมรถบรรทุก Truck : Total	645,892
3. อื่นๆ	16,855
รวมทั้งสิ้น	9,765,259

ที่มา: ฝ่ายสถิติ กลุ่มวิชาการและวางแผน สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก
หมายเหตุ : รถ ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2548 คือ รถที่จดทะเบียนทั้งสิ้น (สะสม) ณ วันที่ 31 ธันวาคม โดยหักรถที่ทะเบียนระงับแล้ว³

³ สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก (2548). จำนวนรถแยกตามประเภทที่จดทะเบียน.

3.2.3 แนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์

แนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยปี พ.ศ. 2546 ยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่คงเป็นไปในลักษณะที่ไม่ขยายตัวมากเช่นปี พ.ศ. 2545 ซึ่งในปี พ.ศ. 2546 นี้ คาดว่ารถยนต์จะมีการผลิตในประเทศ 665,000 คัน และมีการจำหน่าย ในประเทศ 450,000 คัน สำหรับชิ้นส่วนรถยนต์ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับภาวะของการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ ดังนั้นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ในปี พ.ศ. 2546 จะมีแนวโน้มที่ดีในทิศทางเดียวกับอุตสาหกรรมรถยนต์

ในปี พ.ศ. 2547 อุตสาหกรรมรถยนต์ยังคงมีแนวโน้มที่ดี ทั้งด้านการผลิต การจำหน่าย และการส่งออก เนื่องจากเศรษฐกิจในภาพรวมที่กำลังขยายตัว ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การดำเนินนโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำอย่างต่อเนื่อง ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ และการแข่งขันในการส่งเสริมการจำหน่ายของค่ายรถยนต์ต่างๆ ตลอดจนมีหลายบริษัทที่มีการส่งออกรถยนต์จากฐาน การผลิตในประเทศไทยไปยังตลาดทั่วโลก สำหรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์จะขึ้นอยู่กับภาวะของอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงเป็นที่คาดว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์จะมีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกับอุตสาหกรรมรถยนต์

ในปี พ.ศ. 2548 มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิต การจำหน่าย และการส่งออก เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์หลายรายอยู่ในระหว่างการย้ายฐานการผลิตรถยนต์ปีกอ๊อฟจากประเทศญี่ปุ่นมายังประเทศไทย ดังนั้น ปริมาณการผลิตเพื่อส่งออกรถยนต์ปีกอ๊อฟของไทยจึงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการถ่ายโอนโคเวตการผลิต นอกจากนี้การที่ภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมภายในประเทศที่กำลังขยายตัว ประกอบกับผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์ต่างๆ ได้วางแผนที่จะนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่มากระตุ้นตลาด ตลอดจนมีการแข่งขันกันในการส่งเสริมกิจกรรมการขาย ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยขยายตัว

ในปี พ.ศ. 2549 แนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย จะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิต การจำหน่าย และการส่งออก เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศที่ยังคงขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ แม้ว่าสถานการณ์ราคาน้ำมันสูง และอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากรถยนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน และผู้ผลิตสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค และนำเสนอผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ที่น่าเน้นการประหยัดน้ำมัน ซึ่งอุตสาหกรรมรถยนต์ปีกอ๊อฟ 1 ตันยังอยู่ในช่วงของการย้ายฐานการผลิตจากญี่ปุ่นมายังไทย ทำให้มีการผลิตและส่งออกเพิ่มขึ้น มีทั้งการปรับเปลี่ยนเครื่องยนต์ใหม่ และการเปลี่ยนรูปแบบใหม่ที่เป็นไปตามแนวโน้มของตลาดมากขึ้น ในส่วนของรถยนต์นั่งจะมีการขยายตัว และมีรถยนต์รุ่นใหม่มาสู่ตลาดมากขึ้น โดยที่มีเครื่องยนต์ขนาดน้อยกว่า 2.0 ลิตร ยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนด้านราคาและการ

ประหยัดพลังงาน เป็นไปได้ว่าในปี พ.ศ. 2549 จะมีการผลิตรถยนต์ 1.28 ล้านคัน มีการจำหน่ายในประเทศ 0.77 ล้านคัน และส่งออก 0.54 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 13.75 9.46 และ 22.53 ตามลำดับ ทั้งนี้จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออกร้อยละ 42.19

3.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์

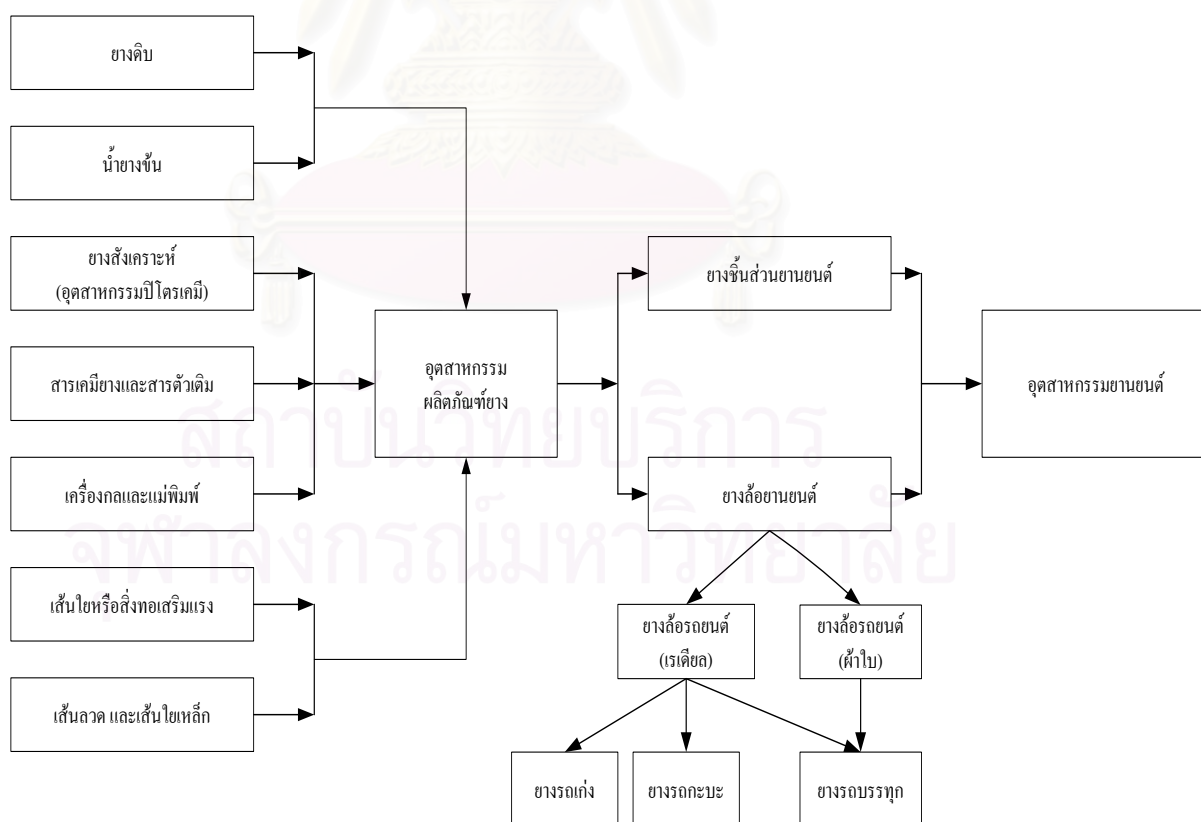
อุตสาหกรรมยางรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศ ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2505 และทำการผลิตครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2507 โดยบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์จากต่างประเทศเข้าร่วมลงทุนและทำการผลิต เพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ (Import Substitution) ผู้ผลิตไฟร์สโตน จากสหรัฐอเมริกา เป็นบริษัทแรกที่ผลิตยางรถยนต์ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุก ส่วนผู้ผลิต บริดจสโตน จากประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ที่สำคัญที่เข้ามาทำการผลิตเนื่องจากการขยายตัวของความต้องการยางรถยนต์ภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง และดึงดูดผู้ประกอบการต่างประเทศให้เข้ามาทำการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น และผู้ผลิต กู๊ดเยียร์จากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้ตามเข้ามาลงทุนและผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2512 และ 2513 ตามลำดับ

ยางรถยนต์จากต่างประเทศ มีปริมาณการผลิตยางรถยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2540 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2530-2540) ซึ่งเป็นช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจไทยมีอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุด และปริมาณการใช้ยานยนต์ในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก ปริมาณการผลิตยางรถยนต์เพิ่มขึ้นทั้งยางรถยนต์นั่ง และยางรถบรรทุก อัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตยางรถยนต์นั่งในช่วงปี พ.ศ. 2530-2540 เท่ากับร้อยละ 35 ต่อปี โดยเพิ่มจาก 1.5 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2530 เป็น 7.2 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2540 ในขณะที่อัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตยางรถบรรทุกเท่ากับร้อยละ 12 ต่อปี เพิ่มขึ้นจาก 1.4 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2530 เป็น 3.3 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2540 อัตราการขยายตัวของปริมาณยางรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง และสูงกว่าการเพิ่มของปริมาณการผลิตยางรถบรรทุก อัตราการขยายตัวที่แตกต่างกันทำให้โครงสร้างการผลิตมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป โดยสัดส่วนการผลิตยางรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 34 ในปี พ.ศ. 2520 เป็นร้อยละ 70 ในปี พ.ศ. 2540

การขยายตัวของโครงสร้างการผลิตของยางรถยนต์ภายในประเทศสอดคล้องกับปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นจาก 30,000 คันในปี พ.ศ. 2530 เป็น 132,000 คันในปี พ.ศ. 2540 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ต่อปี พ.ศ. 2540 หรือ

มีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ประกอบกับลักษณะการผลิตยางรถยนต์นั่งที่ส่วนใหญ่เป็นยางเรเดียล (Radial) ไม่สามารถนำไปหล่อดอกยางหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ขณะที่ยางรถบรรทุกที่เป็นยางไบแอส (Bias) สามารถหล่อดอกยางแทนการเปลี่ยนยางเส้นใหม่ทั้งเส้นได้ ขณะที่ผู้ประกอบการภายในประเทศเริ่มพัฒนาจากการหล่อดอกยาง

การผลิตยางรถยนต์จำเป็นอาศัยเครื่องจักร เทคโนโลยี และขบวนการผลิตที่ซับซ้อนทำให้ในช่วงแรกผู้ผลิตภายในประเทศยังไม่สามารถทำการผลิตได้เองภายในประเทศ ประกอบกับปริมาณความต้องการยางรถยนต์ภายในประเทศและระดับราคายังไม่จูงใจให้ผู้ผลิตภายในประเทศเข้ามาทำการผลิตยางรถยนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตมากที่สุด จึงเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีการผลิตยางธรรมชาติมากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก ยางรถยนต์มีการใช้ยางธรรมชาติคิดเป็นน้ำหนักโดยเฉลี่ย 2 กิโลกรัมต่อเส้นหรือ 10 กิโลกรัมต่อคัน และประเทศไทยมีการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 ของปริมาณการผลิต ทำให้ปริมาณการผลิตยางรถยนต์มีแนวโน้มขยายตัวสอดคล้องกับปริมาณการผลิต และการใช้รถยนต์ในประเทศ



ภาพที่ 4 แสดงโครงสร้างอุตสาหกรรมยางรถยนต์

3.3.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย

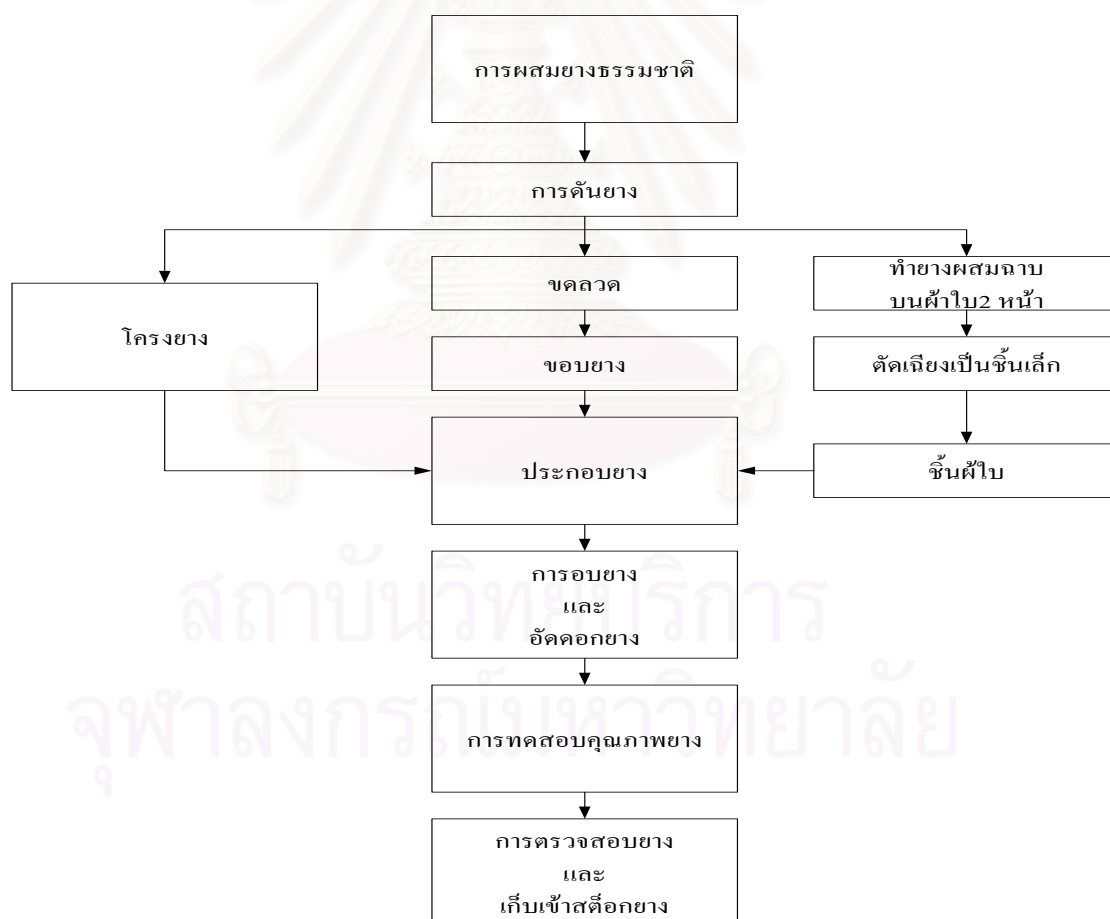
ปัจจุบันการผลิตยางรถยนต์นั่งภายในประเทศเป็นยางเรเดียล (Radial) ทั้งหมดส่วนการผลิตยางไบอัส (Bias) นั้นมีการผลิตลดลง และแทบจะไม่ทำการผลิตโดยเฉพาะกลุ่มบริษัทร่วมทุนข้ามชาติในปัจจุบันไม่ทำการผลิตยางไบอัส (Bias) อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการภายในประเทศบางส่วนยังทำการผลิตแต่ก็นักและเป็นยางที่ใช้สำหรับรถเฉพาะประเภทเช่น รถสามล้อเครื่อง เป็นต้นสำหรับยางรถบรรทุก การผลิตส่วนใหญ่ยังคงเป็นการผลิตยางไบอัส (Bias) ถึงแม้ 6-7 ปีที่ผ่านมา บริษัทไทยบริจิสโตน จำกัด และบริษัทกลุ่มยางสยาม จำกัด เริ่มทำการผลิตยางรถบรรทุกเรเดียล (Radial) ภายในประเทศ แต่ปริมาณการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากความต้องการยางรถบรรทุกประเภทนี้ยังมีไม่มากเท่าใดนัก ทำให้ผลิตไม่สามารถขยายการผลิตภายในประเทศให้มีความคุ้มทุนต่ำเพียงพอ (Economy of Scale) จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตยางที่มีปริมาณการผลิตยางรถบรรทุก ไบอัส (Bias) คิดเป็นร้อยละ 90 ของการผลิตยางรถบรรทุกโดยรวม การผลิตส่วนใหญ่ดำเนินการทั้งกลุ่มร่วมทุน และกลุ่มผู้ประกอบการภายในประเทศ

3.3.2 โครงสร้างการผลิตยางรถยนต์

3.3.2.1 การผลิตยางรถยนต์ ทั้งยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุก มีขบวนการผลิตที่คล้ายกัน เช่น การเตรียมยางผสม การขึ้นรูปยาง แต่จะมีความแตกต่างกันบ้างในสัดส่วนของวัตถุดิบ ขนาดของเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต เพื่อให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการในการผลิตยางแต่ละประเภท และแต่ละขนาด ขบวนการผลิตเริ่มจากการนำเอายางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์และสารเคมีต่างๆ มาผสมในสัดส่วนที่เหมาะสมตามประเภทของยางเพื่อให้ได้ยางผสม (Compound Rubber) และนำไปขึ้นรูปผลิตเป็นชิ้นส่วนต่างๆ สำหรับการผลิตยาง เพื่อนำมาประกอบเข้ากัน โดยทั่วไปยางรถยนต์ประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ 3 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นโครงของยาง เป็นส่วนแกนหลักของยาง ทำหน้าที่เป็นโครงรับน้ำหนักของรถและสิ่งของที่บรรทุก ส่วนที่สองขอบยาง ทำหน้าที่เป็นขอบยึดกับวงล้อทำให้ยางรถไม่หลุดออกเมื่อถูกแรงเหวี่ยงขณะที่รถวิ่งด้วยความเร็ว และส่วนที่สามเป็นดอกยาง เป็นส่วนที่สัมผัสกับพื้นถนน

องค์ประกอบแต่ละส่วนใช้เทคโนโลยีการขึ้นรูปที่แตกต่างกัน โดยโครงยางเป็นการนำยางผสมมาขึ้นรูปในลักษณะการดันผ่านเครื่อง Extrusion เพื่อให้ยางมีลักษณะเป็นหลอดและมีขนาดเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตรถจักรยานยนต์จะมีขนาดเล็กกว่าการผลิตยางรถยนต์นั่ง และยางรถบรรทุก เทคโนโลยีการขึ้นรูปชิ้นส่วนในแต่ละประเภทพิจารณาได้จากเทคโนโลยีการผลิตขนาด

ตามที่ต้องการ เช่นกันในส่วนของขอบยางจะเป็นการนำเอายางผสมมาเคลือบเส้นลวด (Bead Wire) พันให้เหมาะสมตามลักษณะและขนาดที่ถูกต้องโดยใช้การขึ้นรูปแบบ Extrusion ในขณะที่ชั้นผ้าใบจะเป็นการขึ้นรูปในลักษณะเครื่อง Calender ที่นำเอายางผสมมาบนเส้นใยสังเคราะห์ไนลอน (Nylon fabric) เพื่อให้ได้ชั้นผ้าใบ (Ply) ผ้าใบที่ลាយยางแล้วผ่านเครื่องตัดผ้าใบตามขนาดที่ต้องการ โดยที่ส่วนประกอบทั้ง 3 ส่วน ถูกนำมาประกอบเข้ากันโดยผ่านเครื่องประกอบยางรถยนต์ (Band-Building Machine) ยางที่ผ่านการประกอบจะเป็นเพียงยางดิบหรือ Green tire แล้วจึงนำยางดิบผ่านเข้าเครื่องอบยาง (Curing Press) ให้ร้อนและอ่อนตัวลงเพื่อให้สามารถอัดลายดอกของยางและอบให้ยางสุกตามต้องการ เมื่ออบยางให้สุกเรียบร้อยแล้วทางโรงงานจะทำการตรวจสอบคุณภาพของยางที่ได้ อาทิเช่น การสุ่มตัวอย่างในสายการผลิตมาทดสอบวิ่งในสนามเทียม (Drum Testing) เป็นต้น กระบวนการผลิตทั้งหมดสามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กรรมวิธีการผลิตยางรถยนต์

ที่มา : บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด, 2539

3.3.2.2 ประเภทยางรถยนต์ สามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทตามองศาการวางผ้าใบ

3.3.2.2.1 ยางไบอัส (Bias) หรือเรียกกันทั่วไปว่า ยางผ้าใบ เป็นยางที่จัดวางชั้นผ้าใบที่นำเข้ามาประกอบเป็นโครงยาง ทำมุม 60 องศากับแนวระดับชั้นผ้าใบทำจากเส้นใยในล่อน

3.3.2.2.2 ยางเรเดียล (Radial) เป็นยางที่มีการจัดวางชั้นผ้าใบที่นำเข้ามาประกอบทำมุม 45 องศากับแนวระดับและพันให้ซ้อนกันเพื่อให้ชั้นผ้าใบทำมุมระหว่างกัน 90 องศา ชั้นผ้าใบสำหรับยางเรเดียล (Radial) ทำจากเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์ นอกจากนั้นยางเรเดียล (Radial) ยังมีเข็มขัด (Belt) สำหรับรัดหน้ายางเพื่อเสริมความแข็งแรง ความทนทานกับการใช้งาน

ความแตกต่างระหว่างยางไบอัส (Bias) และ ยางเรเดียล (Radial) ที่สำคัญคือ วัสดุที่ใช้ในชั้นผ้าใบ การเสริมเข็มขัดรัดหน้ายางที่ทำให้ยางเรเดียล (Radial) เป็นยางที่มีคุณภาพสูงกว่า อายุการใช้งานยาวนานกว่า และราคาสูงกว่ายางไบอัส (Bias) รวมทั้งองศาของการจัดวางชั้นผ้าใบ ซึ่งการปรับเปลี่ยนองศาจาก 60 องศาสำหรับยางไบอัส (Bias) เป็น 45 องศาและพันซ้อนกันสำหรับยางเรเดียล (Radial) ทำให้การผลิตมีความสลับซับซ้อนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเมื่อวางชั้นผ้าใบ 45 องศากับแนวระดับหลายชั้น ผ้าใบในแต่ละชั้นจะทำมุมซึ่งกันและกัน 90 องศา ดังนั้นการวางจึงจำเป็นต้องใช้ความละเอียดในการจัดวางชั้นผ้าใบเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดความสมดุลในชั้นผ้าใบ และยางที่นำไปใช้งาน เข็มขัดรัดหน้ายางทำจากเส้นใยเหล็ก (Steel Cord) มาฉาบด้วยยางผสมโดยผ่านเครื่อง Calendar เพื่อเสริมความแข็งแรงให้หน้ายางสัมผัสถนนได้เต็มที่ และกันการทิ่มตำหน้ายางจากวัตถุมีคม ดังนั้นขบวนการผลิตสำหรับยางเรเดียล (Radial) จึงมีขั้นตอนเพิ่มขึ้นในการขึ้นรูปเพื่อผลิตเข็มขัดรัดหน้ายาง และทำให้ใช้เงินลงทุนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

วิวัฒนาการผลิตยางรถยนต์โดยทั่วไปเริ่มจากการผลิตยางไบอัส (Bias) และพัฒนาไปสู่ยาง เรเดียล (Radial) แต่ระดับการพัฒนาการผลิตไปสู่ยางเรเดียล สำหรับยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุกแตกต่างกัน ยางรถบรรทุกจะใช้เวลานานกว่าเมื่อเทียบกับยางรถยนต์นั่ง ทั้งนี้เพราะกันหันไปผลิตยางเรเดียล จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้น และทำให้ราคาของยางเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ในขณะที่ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับยางรถบรรทุกยังคงให้ความสำคัญกับระดับราคาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ตลาดรองรับของยางเรเดียล ยังคงมีไม่มากเท่าใดนักและไม่คุ้มกับการลงทุน ปัจจุบันการผลิตยางรถบรรทุกเรเดียล มีเฉพาะบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด และบริษัทในกลุ่มยางสยามเท่านั้น

3.3.2.3 วัตถุดิบสำหรับการผลิตยางรถยนต์ การผลิตยางรถยนต์ต้องใช้วัตถุดิบที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก จำแนกได้ดังนี้

3.3.2.3.1.ยางธรรมชาติ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการผลิตยางรถยนต์เพื่อช่วยทำให้ยางรถยนต์มีความยืดหยุ่น และทนต่อแรงกระแทกได้ ทั้งนี้เพราะยางธรรมชาติมีคุณสมบัติทางกลศาสตร์สูง เมื่อเนื้อยางถูกยืดออกจะสามารถคืนตัวและกระดอนได้ดี ทนต่อแรงดึง อย่างไรก็ตามยางธรรมชาติเหมาะที่จะใช้ในอุณหภูมิช่วง 40 ถึง 70 องศาเซลเซียส และไม่สามารถทนต่อโอโซน ความร้อน และน้ำมันบางประเภทได้ ยางธรรมชาติที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์จะเป็นยางธรรมชาติในลักษณะยางแผ่นหรือยางแท่ง ผู้ผลิตกำหนดสัดส่วนผลิตยางรถยนต์ที่ใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ ร้อยละ 95 และไม่ใช้ยางในเป็นส่วนประกอบร้อยละ 5

3.3.2.3.2 ยางสังเคราะห์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อทดแทนและแก้ไขข้อบกพร่องบางประการที่ไม่มีในยางธรรมชาติ จำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มแรกเป็นยางสังเคราะห์ที่มีคุณสมบัติคล้ายธรรมชาติ ซึ่งยางสังเคราะห์กลุ่มนี้ถูกผลิตและพัฒนา เนื่องจากในบางช่วงยางธรรมชาติประสบปัญหาการขาดแคลนและไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ ยางสังเคราะห์ในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติแตกต่างจากยางธรรมชาติบ้างแต่ไม่มากนัก โดยมีคุณสมบัติทนความร้อนได้ดีกว่ายางธรรมชาติ แต่คุณสมบัติทางด้านความเหนียวและความยืดหยุ่นด้อยกว่ายางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ SBR (Styrene-Butadiene Rubber) BR (Polybutadiene Rubber) RR (Rutyl Rubber)

กลุ่มที่สอง เป็นยางสังเคราะห์ที่มีคุณสมบัติพิเศษที่ยางธรรมชาติไม่มี โดยเฉพาะในเรื่องคุณสมบัติความทนทานต่อน้ำมัน ความร้อนและโอโซนยางสังเคราะห์ เช่น CR (Chloroprene Neoprene Rubber) NBR (Acrylonitrile Butadiene (Nitrile) Rubber) CSM (Chlorosulphonated Polyethylene Rubber) ยางสังเคราะห์ในส่วนนี้จะใช้ผสม (Blend) เข้ากับยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์กลุ่มแรกในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้ Compound Rubber มีคุณสมบัติต่างๆ ตามความต้องการ ยางสังเคราะห์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น ไบแลนค์ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เบลเยียม และเยอรมัน

3.2.3.3. ผงเขม่าดำ (Carbon Black) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันดิบและมีคุณสมบัติในการช่วยให้ยางแข็งตัว เพิ่มความทนทานของยางต่อรอยขีดข่วนต่างๆ ถึงแม้ปัจจุบันมีโรงงานผลิตผงเขม่าดำภายในประเทศ 2 แห่งคือ บริษัท Thai Carbon Black จำกัด และบริษัท Thai Carbon Product จำกัด อย่างไรก็ตามปริมาณผลิตผลผงเขม่าดำที่ผลิตภายในประเทศยังไม่เพียงพอปริมาณความต้องการ การผลิตภายในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของความต้องการภายในประเทศ ส่วนที่เหลือต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ผงเขม่าดำจะทำให้ยางแผ่นจะมีคุณสมบัติทางด้านความยืดหยุ่น ความเหนียวดีกว่ายางแท่ง แต่ก็จะมีปัญหาความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพยาง ซึ่งกำลังการผลิตของบริษัท

Thai Carbon Black จำกัด ประมาณ 140,000 ตันต่อปีคิดเป็นร้อยละ 70 ของกำลังการผลิตรวมของทั้งประเทศ ส่วน บริษัท Thai Carbon Product จำกัด กำลังการผลิตประมาณ 60,000 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 30 ของกำลังการผลิตรวม

3.3.2.3.4 สารเคมีต่างๆ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการผสมยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ และ Carbon Black ให้เข้ากันและเพื่อเพิ่มคุณสมบัติหรือเร่งปฏิกิริยา ในการผลิตและเตรียมเป็น Compound Rubber ที่พร้อมจะนำไปขึ้นรูป สารเคมีต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศสารเคมีเหล่านี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

3.3.2.3.4.1 สารที่กลุ่มที่ทำให้ยางคงรูป (Vulcanizing Agent) สารกลุ่มนี้ใส่เพื่อให้โมเลกุลของยางอยู่ในสถานะที่ยึดหยุ่นได้ดี ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างโมเลกุลของยาง เพิ่มความแข็งแรงและทำให้ยางคงรูป สารในกลุ่มนี้ได้แก่ ซัลเฟอร์ (กำมะถัน) เปอร์ออกไซด์ และ ซิงค์ออกไซด์ (ZNO) เป็นต้น

3.3.2.3.4.2 สารป้องกันยางเสื่อมสภาพ (Protective Agent) เป็นสารที่เพิ่มสภาพความทนทานของยางต่อปัจจัยต่างๆ ได้ดีขึ้น เช่น แสง ออกซิเจน โอโซน และยืดอายุการใช้งานในผลิตภัณฑ์มากขึ้น อาทิ สาร โอโซน เป็นต้น

3.3.2.3.4.3 สารช่วยในกระบวนการผลิต สารกลุ่มนี้จะมีหลากหลายประเภททำหน้าที่เฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป เช่น สารพวกน้ำมัน จะช่วยทำให้ยางที่กำลังบดผสมนึ่ง Peptone 22 ช่วยในการย่อยยาง เป็นต้น

3.3.2.3.4.4 สารอื่นๆ สารกลุ่มนี้ผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องใส่เสมอไปแต่จะขึ้นอยู่กับความต้องการคุณสมบัติอื่นที่พิเศษบางประการของยางผสมหรือผลิตภัณฑ์ที่จะผลิต เช่น สารทำให้ยางฟู หรือการใส่สารเพื่อให้ยางมีสีต่างๆ โดยใช้อินทรีย์

3.3.2.3.5 ชั้นผ้าใบ เป็นส่วนของยางที่สัมผัสกับพื้นถนนและมีส่วนสำคัญในการสร้างความสมดุลของยางรถยนต์ชั้นผ้าใบสำหรับยางเรเดียล ซึ่งทำจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ ปัจจุบันมีผู้ผลิตภายในประเทศ 3 ราย ได้แก่ บริษัท บรันดาบูเรีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างไทยและอินโดนีเซีย บริษัท ไทยบาโรคา อินดัสตรี จำกัด เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศไทยและอินเดีย และบริษัท สยามไทร์คอร์ด จำกัด เป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่างประเทศไทยและเกาหลี อย่างไรก็ตามปริมาณการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศจึงนำเข้าบางส่วนจากต่างประเทศ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี

3.3.2.3.6 เส้นลวด เป็นเส้นลวดที่ใช้ในการผลิตจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทสำคัญคือ เส้นลวดประเภท Bead Wire สำหรับทำขอบยาง ปัจจุบันมีผลิตภายในประเทศเพียง 2 รายคือ ระเบิดของไวร์ และสหวิริยาไวร์คอร์ด แต่ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ภายในประเทศ และกำลังการผลิตยังคงไม่สม่ำเสมอ จึงยังต้องมีการนำเข้า Bead Wire จากต่างประเทศ ส่วนเส้นลวดประเภทที่สองได้แก่ Steel Cord เป็นเส้นลวดใยเหล็กที่ใช้สำหรับยางเรเดียล (Radial) ปัจจุบันยังไม่มีการผลิตภายในประเทศยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แต่คาดว่าจะมีการผลิตภายในประเทศโดยบริษัท บริดจสโตน จากประเทศญี่ปุ่น

การใช้วัตถุดิบประเภทต่างๆ สำหรับการผลิตยางรถยนต์แต่ละประเภทมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับชนิด ลักษณะ และคุณสมบัติของยางรถยนต์ ยางรถยนต์ประเภท ไบอัส (Bias) มักใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนที่สูงกว่ายางเรเดียล (Radial) เช่นในกรณียางรถยนต์นั่งไบอัส (Bias) ในสัดส่วนยางธรรมชาติร้อยละ 41 ของน้ำหนักยาง ยางสังเคราะห์ร้อยละ 11 ของน้ำหนักยาง ผงเขม่าดำร้อยละ 25 และสารเคมีต่างๆ โดยรวมร้อยละ 11 ของน้ำหนักยาง ขณะที่ยางเรเดียลใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 18 ของน้ำหนักยาง และใช้ยางสังเคราะห์ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของน้ำหนักยาง ทั้งนี้เพราะยางสังเคราะห์ช่วยเพิ่มความคงทนและเพิ่มความทนต่อความร้อนสะสมที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องจากรถวิ่งด้วยความเร็วสูง สัดส่วนของ Carbon Black ต้องใช้เพิ่มขึ้นในการผลิตด้วยเช่นกันเป็นร้อยละ 28 ของน้ำหนักยาง นอกจากนี้วัตถุดิบสำคัญที่ทำให้การผลิตยางเรเดียล (Radial) แตกต่างจากการผลิตยางไบอัส (Bias) ก็คือการใช้เส้นลวดใยเหล็กเข้ามาเป็นส่วนประกอบในการผลิต ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 7 ของน้ำหนักยาง เช่นเดียวกับกรณียางบรรทุกไบอัส (Bias) และเรเดียล (Radial) ส่วนการผลิตยางบรรทุกไม่ว่าจะเป็นยางไบอัส (Bias) หรือ เรเดียล (Radial) ใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนที่สูงกว่าการผลิตรถยนต์นั่ง เนื่องจาก ลักษณะการใช้งานของยางบรรทุกจำเป็นต้องรับน้ำหนักมาก ใช้ความเร็วไม่สูงนักเมื่อเทียบกับยางรถยนต์นั่ง ทำให้ต้องการคุณสมบัติทางด้านความยืดหยุ่นสูงซึ่งยางธรรมชาติสามารถตอบสนองคุณสมบัติดังกล่าวได้ โดยยางบรรทุก ไบอัส (Bias) สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติเท่ากับร้อยละ 45 ของน้ำหนักยาง ยางบรรทุกเรเดียล มีสัดส่วนการใช้เท่ากับร้อยละ 40 ของน้ำหนักยาง ในขณะที่ยางบรรทุกใช้ยางสังเคราะห์ในสัดส่วนที่น้อยลงกว่ายางรถยนต์นั่ง โดยสัดส่วนยางสังเคราะห์เท่ากับร้อยละ 6 ของน้ำหนักยางสำหรับยางบรรทุกไบอัส (Bias) และร้อยละ 9 ของน้ำหนักยางสำหรับยางบรรทุกเรเดียล ขณะที่สัดส่วนผงเขม่าดำและเส้นลวดสำหรับขอบยางมีสัดส่วนใกล้เคียงกันระหว่างยางไบอัส (Bias) และยางเรเดียล (Radial) ในยางรถยนต์นั่ง

3.3.2.4 เทคโนโลยีการผลิต เกี่ยวกับยางรถยนต์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ

3.3.2.4.1 เทคโนโลยีของเครื่องจักรในขบวนการผลิตยางรถยนต์ จำเป็นต้องมีเครื่องจักรเข้ามาในขบวนการผลิตทุกๆ ขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การจัดเตรียมยางผสม การขึ้นรูปยางผสมในลักษณะต่างๆ ทั้งในส่วนโครงยาง ขอบยาง ชั้นผ้าใบ การประกอบส่วนต่างๆ และการอัด

ลายดอกยาง ดังนั้นขบวนการผลิตดังกล่าวต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากโดยเฉลี่ยประมาณ 300-1,500 ล้านบาท เครื่องจักรต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตจำแนกได้ดังนี้

3.3.2.4.1.1 เครื่องผสมยาง ทำหน้าที่ผสมวัตถุดิบต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นในสัดส่วนที่แตกต่างกันไปในการผลิตยางแต่ละประเภท เครื่องผสมยางมีหลากหลายประเภทตามลักษณะและปริมาณการใช้งาน แต่กรณียางรถยนต์ซึ่งใช้ปริมาณยางผสมเป็นจำนวนมากจะใช้เครื่องผสมยางขนาดใหญ่ประเภท Banbury ซึ่งใช้แรงงานน้อย คุณภาพของยางที่ผสมได้สม่ำเสมอ ปัจจุบันยังไม่สามารถผลิตเครื่อง Banbury ได้เองภายในประเทศยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

3.3.2.4.1.2 เครื่องจักรสำหรับขึ้นรูปยาง เป็นเครื่องจักรที่นำเอายางที่ผสมจากเครื่องผสมยางมาเป็นรูปเป็นลักษณะของชิ้นส่วนต่างๆ โดยอาจนำปัจจัยการผลิตอื่นๆ เช่น โลหะหรือผ้าใบเข้ามาเป็นส่วนประกอบการเครื่องจักรในการขึ้นรูปยางรถยนต์มี 2 ลักษณะ คือ

3.3.2.4.1.2 .1 เครื่องจักรประเภท Extrusion เป็นเครื่องจักรที่ใช้ขึ้นรูปยางโดยอาศัยแรงดันจากการหมุนของสกรูดันให้ยางผสมผ่านแม่พิมพ์ออกมา Extrusion ใช้ในการขึ้นรูปยางในส่วนของโครงยางและขอบยาง เครื่อง Extruder ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากต่างประเทศถึงแม้ในปัจจุบันประเทศไทย สามารถผลิตเครื่อง Extruder ได้และมีราคาต่ำกว่าเครื่อง Extruder ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศถึงประมาณ 3 เท่า แต่คุณภาพ ความสม่ำเสมอ ความละเอียด ความพอเหมาะพอดีของชิ้นส่วนต่างๆ จะต่ำกว่าเครื่องจักรที่นำเข้าจากต่างประเทศ

3.3.2.4.1.2 .2 เครื่องจักรประเภท Calender เป็นเครื่องจักรที่ใช้ขึ้นรูปยางในลักษณะการรีดของผสมที่เคลือบหรือฉาบกับวัสดุอื่นให้เป็นแผ่นที่มีความหนาหรือความกว้างสม่ำเสมอตามที่ต้องการ โดยอาศัยการรีดผ่านลูกกลิ้งจำนวน 2 ลูกในเครื่องจักร เครื่อง Calender ใช้สำหรับขึ้นรูปในส่วนของชั้นผ้าใบ และเข็มขัดรัดหน้ายางในกรณีของยางรถยนต์เรเดียล (Radial) เครื่อง Calender ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

3.3.2.4.1.3 เครื่องประกอบยางรถยนต์ (Band-Building Machine) เป็นเครื่องจักรที่ทำหน้าที่การประกอบส่วนประกอบสำคัญ 3 ส่วนของยางรถยนต์เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ยางในลักษณะ Green Tire เครื่องจักรดังกล่าวมีลักษณะเป็นถังรูปทรงกระบอกขยับตัวได้ และใช้มอเตอร์เป็นตัวหมุนในขบวนการประกอบยางรถยนต์ ขนาดของเครื่องจักรประเภทนี้มีความแตกต่างในแต่ละขนาดของประเภทยาง เครื่องประกอบยางรถยนต์ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

3.3.2.4.1.4 เครื่องอบยาง (Curing Press) เป็นเครื่องจักรที่ทำหน้าที่ในการอัดลายดอกยางลงบน Green Tire เครื่องจักรมีลักษณะเป็นฝาครอบที่สามารถเปิดปิดได้ ภายในมีแม่พิมพ์ของลายดอกยางและช่องผ่านไอน้ำร้อนเพื่ออัดลายดอกยางและอบให้ยางสุก เครื่องอบยางแต่ละเครื่องมีความแตกต่างกันออกตามขนาดยางที่ต้องการ เครื่องอบยางยังคงต้องนำเข้าจาก

ต่างประเทศ การผลิตยางรถยนต์ยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเครื่องจักรจากต่างประเทศ ซึ่งเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตค่อนข้างแพร่หลายมาจาก เยอรมัน ญี่ปุ่น หรือ ไต้หวัน เป็นต้น การเลือกใช้เครื่องจักรที่จากแหล่งใดในแต่ละบริษัทขึ้นอยู่กับลักษณะของการผลิต ปริมาณเงินลงทุน และตลาดเป้าหมาย (Market Niche) การพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงในจุดสำคัญ จะมีเพียงการพัฒนาด้านประสิทธิภาพเครื่องจักรให้สามารถทำงานได้รวดเร็วและสิ้นเปลืองพลังงานน้อยลง

3.3.2.4.2 เทคโนโลยีออกแบบโครงสร้างยางและดอกยาง ในการผลิตยางรถยนต์เทคโนโลยีการออกแบบโครงสร้างยางและดอกยางเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการกำหนดคุณภาพของยาง การออกแบบโครงสร้างยางเป็นการกำหนดองค์ประกอบต่างๆ เช่น ขนาดแผ่นเหล็กที่ใช้ ชั้นผ้าใบ ความกว้างของแก้มยางและขอบยาง เป็นต้น การผลิตยางให้มีคุณภาพต้องมีการออกแบบองค์ประกอบต่างๆ ให้เหมาะสมและสมดุลซึ่งกันและกัน โดยลายดอกยางเป็นอีกส่วนที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางรถยนต์นั่งที่ให้ความเร็วสูง เพราะดอกยางเป็นส่วนที่สัมผัสกับพื้นถนนเพื่อให้เกาะถนนได้ดีสามารถรีดน้ำ และมีส่วนช่วยระบายความร้อนของยางรถยนต์ในขณะวิ่ง ในขณะที่ยางรถบรรทุกลายดอกยางมีความสำคัญลดลงเพราะการใช้งานให้ความสำคัญกับความทนทาน ความสามารถในการรับน้ำหนักมากกว่าความเร็ว การพัฒนาลายดอกยาง 1 แบบจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ทั้งการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อออกแบบดอกยางให้มีความเหมาะสม การลงทุนสนามทดสอบ เพื่อนำยางที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาทดลองวิ่งในสภาพจริง เพื่อพิสูจน์ศักยภาพของยางที่ถูกพัฒนาขึ้น โดยแหล่งที่มาของเทคโนโลยีการผลิตยางรถยนต์สามารถแบ่งออกเป็น 2 แหล่งที่สำคัญคือ กลุ่มบริษัทยางรถยนต์ที่สำคัญๆ ในโลก อาทิเช่น บริดจสโตน มิซึชิชิ คอนติเนนตัน มีเทคโนโลยีทั้งในส่วนการออกแบบโครงสร้างยาง ดอกยาง และการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ อีกกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่เน้นการจำหน่ายเทคโนโลยีเครื่องจักรและการออกแบบ โครงสร้าง ซึ่งการออกแบบและพัฒนาดอกยางของบริษัทประเภทนี้ในบางประเทศยังต้องลอกเลียนแบบจากกลุ่มบริษัทผลิตยางรถยนต์ที่สำคัญในโลก

3.3.2.5 ต้นทุนการผลิต การผลิตยางรถยนต์แต่ละเส้นจะประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบมากที่สุดร้อยละ 53.52 โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นผ้าใบลอนและผ้าใบเรย์อนมากที่สุดร้อยละ 22.46 รองลงมาเป็นการใช้ยางธรรมชาติร้อยละ 12.29 ยางคาร์บอนร้อยละ 8.12 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน อังกฤษ และเกาหลี เป็นต้น ส่วนต้นทุนการผลิตที่เหลือเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต เช่นค่าแรงงาน ไฟฟ้า ประมาณร้อยละ 27.06 และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ประมาณร้อยละ 19.42

ตารางที่ 12 สัดส่วนการใช้วัตถุดิบในการผลิตยางรถยนต์⁴

วัตถุดิบ	ยางรถยนต์นั่ง		ยางรถบรรทุก		แหล่งที่มา
	ยางไบอัส	ยางเรเดียล	ยางไบอัส	ยางเรเดียล	
ยางธรรมชาติ	6	19	29	36	จากในประเทศ
ยางสังเคราะห์	37	25	21	11	ญี่ปุ่น อเมริกา อังกฤษ เยอรมัน
ผงเขม่าดำ	27	25	25	23	จากในประเทศ, ญี่ปุ่น อเมริกา
ผ้าใบ/เส้นยาง ไฟเบอร์	7	7	10	1	
โครงสร้างใยเหล็ก (Steel Cord)	-	6	-	18	จากในประเทศ
เส้นลวด (Bread Wire)	4	5	4	4	ญี่ปุ่น
สารประกอบเคมี	19	13	11	7	นำเข้า
รวม	100	100	100	100	

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี พ.ศ. 2541

ข้อมูลทางวิชาการยางพารา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ปี พ.ศ. 2542

3.3.2.6 การจำแนกผู้ผลิตตามโครงสร้างการผลิต

ผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับที่ 1 (1st Tier) เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ (Components) เช่น โคมไฟรถยนต์ เครื่องยนต์ ฯลฯ ป้อนโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง บริษัทที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับ 1 ได้ จะต้องมีความสามารถทางเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนตามมาตรฐานที่ผู้ประกอบรถยนต์กำหนด

ผู้ผลิตส่วนระดับที่ 2 (2nd Tier) เป็นการผลิตชิ้นส่วนย่อย (Individual Parts) เช่น ชิ้นส่วนของโคมไฟรถยนต์ ฝาสูบ ฯลฯ เพื่อป้อนผู้ผลิตในระดับที่ 1 อีกต่อหนึ่ง โดยจะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับที่ 1 เพื่อให้สามารถผลิตชิ้นส่วนได้มาตรฐานตามต้องการ

⁴ นพพร นุชนิยม.การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์ การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับที่ 3 (3rd Tier) ผลิตวัตถุดิบป้อนผู้ผลิตระดับที่ 2 หรือระดับที่ 1 เช่น เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดเย็น ยางแผ่น และคาร์บอนแบล็ก ฯลฯ

ระดับผู้ผลิต Tier 1 Tier 2 และ Tier 3 เป็นชิ้นส่วนอะไหล่ที่เรียกว่า (Original Equipment Manufacturing: OEM) นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตต่ำกว่าระดับที่ 3 อีกคือการผลิตชิ้นส่วนเพื่อจำหน่ายในตลาดอะไหล่ (Replacement Equipment Market: REM)

กลุ่มที่ 1 OEM (Original Equipment Manufacturing) หรือ Direct Supplier ได้แก่บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่ผลิตชิ้นส่วนส่งให้ผู้ประกอบยานยนต์ในประเทศหรือต่างประเทศโดยตรง ซึ่งในกลุ่ม OEM นี้สามารถแบ่งย่อยได้เป็นบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ระดับ 1 (1st Tier) บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับ 2 (2nd / 3 rd Tier) และบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับถัดไปรวมไปถึงการจัดการจัดหาวัตถุดิบด้วย ทั้งนี้โดยพิจารณาถึงระดับการผลิตและประกอบชิ้นส่วนและอะไหล่เหล่านั้นๆ เป็นหลัก กล่าวคือ ผู้ผลิตในระดับ 1 จะรับผลิตและประกอบชิ้นส่วนหลักให้กับโรงงานประกอบรถยนต์โดยอาจจ้างผู้ผลิตระดับที่ 2 หรือระดับถัดไปในการผลิตและจัดชิ้นส่วนย่อยให้ บริษัท OEM รายหนึ่งอาจจะเป็นทั้งผู้ผลิตระดับ 1st Tier และ 2nd Tier ด้วยก็ได้ โดยตลาด OEM จะเป็นตลาดที่สามารถขายได้เป็นจำนวนมากและมี Margin ต่ำ ดังนั้นบริษัทที่ต้องการขายขายสินค้าในตลาดนี้ จะต้องมีความสามารถทั้งทางด้านการผลิต การบริหาร การควบคุมต้นทุน และการนำส่ง

กลุ่มที่ 2 REM (Replacement Equipment Manufacturing) ได้แก่ ผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ผลิตเพื่อส่งเป็นอะไหล่ในการนำไปใช้เพื่อการซ่อมแซมและทดแทนส่วนที่สึกหรอตามอายุการใช้งานของรถยนต์ ซึ่งแต่ละชิ้นส่วนจะมีอายุการใช้งานที่แตกต่างกันไป โดยมีการแบ่งย่อยตามระดับการผลิตและประกอบได้เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนตั้งแต่ระดับ 1st Tier / 2nd / 3rd Tier จนกระทั่งการจัดหาวัตถุดิบเช่นเดียวกับการแบ่งกลุ่มย่อยผู้ผลิตในกลุ่มย่อยผู้ผลิตในกลุ่ม OEM ผู้ผลิตชิ้นส่วนในตลาดนี้จะมีขนาดหลากหลายตั้งแต่ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่ ทำให้คุณภาพชิ้นส่วนในตลาดมีความแตกต่างกันอย่างมาก

ปัจจุบันมีผู้ผลิตยางรถยนต์มีปัจจัยโครงสร้างการผลิตได้แก่ ประเภทสินค้า ยางรถยนต์ เทคโนโลยี วัตถุดิบภายในประเทศและวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ และต้นทุนการผลิต โดยการผลิต ปัจจุบันมีจำนวนผู้ผลิตยางรถยนต์จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ร่วมทุนกับผู้ผลิตยางรถยนต์ต่างประเทศ เป็นกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ และกลุ่มดำเนินการโดยผู้ประกอบการคนไทย ดังนี้

3.3.2.6.1 กลุ่มผู้ร่วมทุนกับผู้ผลิตยางรถยนต์ต่างประเทศ เป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศ โดยอาศัยเทคโนโลยีของบริษัทต่างประเทศที่มี

เครื่องจักรที่ทันสมัยใช้เงินลงทุนสูง และมีนโยบายการผลิตและการจำหน่ายขึ้นกับบริษัทแม่ (Global Strategy) ซึ่งกลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตที่เข้ามาร่วมลงทุนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการไทยและทำให้เป็นผู้กลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด บริษัท มิซลิน และบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด รวมทั้งผู้ผลิตรายใหม่จากญี่ปุ่น เช่น ผู้ผลิตยางโยโกฮามา (YOKOHAMA) ผู้ผลิตยางดันلوب (DUNLOP) และผู้ผลิตยางแม็กซ์ซิส (MAXXIS) จากได้หวั่น การผลิตทั้งยางรถยนต์นั่ง และยางรถบรรทุก ประเภทยางเรเดียล (Radial) โดยที่ทำการผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศ กำลังการผลิตรวมของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 85 ของกำลังการผลิตรวมทั้งหมด การผลิตยางรถยนต์ของกลุ่มรวมทุนดำเนินการผลิตทั้งยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุก เทคโนโลยีการผลิตได้มาจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีเครื่องจักรการออกแบบโครงสร้างยาง ดอกยาง และการกำหนดสูตรผสมของยาง นอกจากนี้บริษัทร่วมทุนจากต่างประเทศจะส่งช่างเทคนิคเข้ามาให้คำปรึกษา ดูแลและตรวจสอบคุณภาพเครื่องจักร วัตถุดิบ และยางรถยนต์ที่ผ่านกระบวนการผลิต นอกจากนี้การดำเนินนโยบายการค้าของบริษัทเหล่านี้ถูกกำหนดจากบริษัทร่วมทุนต่างประเทศในลักษณะ Global Strategy ผู้ผลิตในกลุ่มมี 3 รายใหญ่ ได้แก่

3.3.2.6.1.1 กลุ่มบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด เป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัท บริดจสโตน จำกัด ของประเทศญี่ปุ่น กับผู้ประกอบการชาวไทย โดยบริษัทบริดจสโตนถือหุ้นประมาณร้อยละ 60 ปัจจุบันมีโรงงาน 2 แห่ง คือ โรงงานบริดจสโตน รังสิต จังหวัดปทุมธานี และโรงงานบริดจสโตน ที่อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี กำลังการผลิตรวมประมาณ 17,200 เส้นต่อวัน หรือประมาณ 6.2 ล้านเส้นต่อปี คิดเป็นร้อยละ 40 ของกำลังผลิตรวมในประเทศ โดยผลิตจำหน่ายยางรถยนต์นั่งและรถบรรทุกภายใต้เครื่องหมายการค้าบริดจสโตน และไฟร์สโตน

3.3.2.6.1.2 กลุ่มบริษัท สยามมิซลิน จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทมิซลินของประเทศฝรั่งเศสกับกลุ่มบริษัทเครือปูนซีเมนต์ไทย จำกัด เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 มีทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาทสัดส่วนการถือหุ้นประมาณร้อยละ 50:50 และเปลี่ยนแปลงส่วนทุนของกลุ่มทุนมิซลินร้อยละ 59 กลุ่มทุนปูนซีเมนต์ไทยร้อยละ 39 และกลุ่ม M.S. Enterprises Holding ร้อยละ 2 และสุดท้ายกลุ่มทุนปูนซีเมนต์ไทยถือหุ้นประมาณร้อยละ 10 มีสินทรัพย์รวม 5,100 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานรวมกว่า 3000 คน ประกอบด้วยบริษัท MICHELIN SIAM CO., LTD. (Retread) MICHELIN SIAM CO., LTD. (Tyre Wheel Assembly) THAI TYRE MOULD CO., LTD. SIAM TYRE PHRAPRADANG CO., LTD. และ SIAM STEEL CORD CO., LTD. ปัจจุบันมีโรงงาน 3 แห่ง คือ โรงงานสยามพระประแดงทำการผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุก โรงงานยางสยาม อุตสาหกรรมหนองแค จังหวัดสระบุรี เป็นการผลิตยางรถบรรทุก และโรงงานสยามมิซลิน ที่แหลมฉบังทำการผลิตยางรถยนต์นั่ง กำลังการผลิตรวมของโรงงานทั้ง 3 แห่งประมาณ

16,600 เส้นต่อวัน หรือประมาณ 6 ล้านเส้นต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 38 ของกำลังการผลิตรวมในประเทศ บริษัทจะผลิตและจำหน่ายยางรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้า ยางสยาม และมิชลิน

3.3.2.6.1.3 กลุ่มบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นการร่วมลงทุนระหว่างบริษัท กู๊ดเยียร์ จำกัด ของสหรัฐอเมริกา กับกลุ่มทุนผู้ประกอบการไทย โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นประมาณร้อยละ 53 และ 47 ตามลำดับ ปัจจุบันมีโรงงานเพียงแห่งเดียวอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี ประมาณ 8,700 เส้นต่อวัน หรือประมาณ 2.7 ล้านเส้นต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของกำลังการผลิตรวมในประเทศ ที่ผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุกภายใต้เครื่องหมายการค้า กู๊ดเยียร์ ในปี พ.ศ. 2512 ได้ทำข้อตกลงในด้านความช่วยเหลือทางเทคโนโลยีการผลิต และการบริหารร่วมกับบริษัท กู๊ดเยียร์ ไทร์แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด ในประเทศสหรัฐอเมริกา และต่อมาในปี พ.ศ. 2513 ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I.) เป็นระยะเวลา 15 ปี โดยสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเป็นการยกเว้นภาษีเงินได้จากกิจการผลิต และหล่อดอกยางเครื่องปั้นเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2521 และยังได้รับอนุมัติให้นำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้มีเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 74 ล้านบาท และแปรสภาพนิติบุคคลเป็นบริษัทมหาชนในปี พ.ศ. 2537 และระยะที่ผ่านมากกว่า 30 ปีที่ผ่านมา กู๊ดเยียร์ ได้รับความช่วยเหลือทั้งในด้านการบริหารองค์กร และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยจากบริษัทแม่ ในส่วนของการบริหารงาน และอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ นั้น ทางบริษัท กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ส่งเจ้าหน้าที่ระดับสูงหมุนเวียนมาร่วมบริหารงานกับกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.2.6.1.4 กลุ่มบริษัท โยโกฮามา รีบเบอร์ จำกัด ผู้ผลิตยางโยโกฮามา เป็นการร่วมลงทุนระหว่างกลุ่มบริษัท โยโกฮามา จากญี่ปุ่น กับกลุ่มบริษัท ต.สยามคอมเมอร์เชียล ที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้ตราสินค้า YOKOHAMA

3.3.2.6.1.5 กลุ่มบริษัท แม็กซ์อิส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตยางแม็กซ์อิส เป็นการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง ทำการผลิตยางรถยนต์นั่งและรถกระบะ ภายใต้ตราสินค้า MAXXIS

3.3.2.6.1.6 กลุ่มบริษัท ชูมิโตโมรีบเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้ผลิตยางดันล้อป เป็นการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ภายใต้ชื่อบริษัท มีที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง ทำการผลิตยางเรเดียลรถบรรทุก รถยนต์นั่ง และรถกระบะ ภายใต้ตราสินค้า DUNLOP

3.3.2.6.2 กลุ่มบริษัทที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการของคนไทย ที่มีประมาณ 10 ราย และส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุกประเภทยาง ไบอัส (Bias) กำลังการผลิตรวมกันปีละประมาณ 2 ล้านเส้น โดยกลุ่มผู้ผลิตที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการภายในประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเงินลงทุนและเทคโนโลยีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร การออกแบบดอกยาง ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงได้มาจากประเทศไต้หวัน และการควบคุมคุณภาพการผลิตซึ่งอาศัยช่างเทคนิคของไต้หวันและช่างเทคนิคที่เคยทำงานกับบริษัทผู้ผลิตยางในกลุ่มแรกช่วยดูแลผู้ผลิตที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท โอตานิไทร์ จำกัด ซึ่งมีกำลังการผลิตประมาณ 450,000 เส้นต่อปี หรือประมาณร้อยละ 4 ของกำลังการผลิตรวมของอุตสาหกรรม รองลงมาได้แก่ บริษัท คีสโตน จำกัด ซุปเปอร์สโตน และบริษัท ป.สยาม จำกัด ซึ่งมีกำลังการผลิตใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 3 ของกำลังการผลิตรวมในประเทศ รวมทั้งผู้ผลิตยางวีรรับเปอร์ ไฮฮีโร่ แซมป์เปียนและยางตราหัวสิงห์ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการหล่อดอกยางใช้แล้ว ป้อนตลาดทดแทนไม่ต่ำกว่า 80 รายกระจายอยู่ทั่วประเทศ

3.3.2.6.3 กลุ่มผู้นำเข้ายางสำเร็จรูป ได้แก่ผู้นำเข้ายาง FALKEN, DUNLOP, TOYO, YOKOHAMA จากญี่ปุ่น ยาง FEDERAL จากไต้หวัน ยาง PIRELLI จากอิตาลี ยาง FULDA และ CONTINENTAL จากเยอรมันนี ยาง HANKOOK และ KUMHO จากเกาหลี ยาง GT RADIAL จากอินโดนีเซีย ยาง SIMEX และ SILVERSTONE จากมาเลเซีย ยาง ADVANCE และ TRIANGLE และ DOUBLE COINS จากจีน รวมทั้งยาง BKT และ MRS จากอินเดีย ซึ่งเป็นการนำเข้าจำหน่ายในประเทศที่เป็นลักษณะยางอะไหล่ (REM)

ตารางที่ 13 ปริมาณการผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศ

(หน่วย: เส้น)

ปริมาณการผลิต	2545	2546	2547	2548
ยางรถยนต์นั่ง	8,248,304	10,101,950	13,159,544	13,989,114
ยางรถกระบะ	4,324,131	4,809,937	4,950,592	7,519,278
ยางรถบรรทุกและรถโดยสาร	3,791,296	3,924,184	4,136,375	4,344,360
ยางรถแทรกเตอร์	143,750	184,671	184,513	178,124
ยางอื่น ๆ	884,612	598,235	1,124,270	1,612,815
รวมผลิตยางรถยนต์	17,392,093	19,618,977	23,555,294	27,643,691

ที่มา : รวบรวมจากสถานการณ์ยางรถยนต์

สำหรับผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ในปี พ.ศ. 2547 จำแนกเป็นการผลิตยางรถยนต์นั่ง จำนวน 13,159,544 เส้น เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 30.2 ยางรถกระบะจำนวน 4,950,592 เส้น เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.9 สำหรับผลิตภัณฑ์ยางใน 12 ทรมาส 4 ของปี พ.ศ. 2548 จำแนกเป็นการผลิตยางรถยนต์นั่ง จำนวน 13,989,114 เส้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.33 ส่วนยางรถกระบะ 7,519,278 เส้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.74 อันเนื่องมาจากยอดการผลิตรถกระบะภายในประเทศยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการคาดการณ์ว่าต้นทุนการผลิตจากวัตถุดิบมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้น

การผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยมีโรงงานผลิตยาง 10 แห่งที่มีกำลังการผลิตประมาณ 31 ล้านเส้นต่อปี เป็นกำลังการผลิตของผู้ผลิตรายใหญ่ 3 รายประมาณ 29 ล้านเส้นหรือร้อยละ 93.5 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ได้แก่ ผู้ผลิตยางบริดจสโตน มิชซลิน และก๊อดเยียร์ ส่วนที่เหลือประมาณ ร้อยละ 6.5 เป็นกำลังของผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กของไทย ได้แก่ ผู้ผลิตยางวิริบเบอร์ โอทานิ ยางดีสโตน ยางไฮอีโร และผู้ผลิต ป. สยามอุตสาหกรรมยาง มีการผลิตยางรถยนต์ในประเทศ ประมาณร้อยละ 83.2 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ส่วนใหญ่ผลิตยางรถยนต์นั่งและปิกอัพร้อยละ 76 ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตยางรถบรรทุก ยางรถโดยสารขนาดใหญ่ และยางประเภทอื่นๆ ร้อยละ 24 ปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับโครงสร้างตลาดที่ส่วนใหญ่เป็นส่วนแบ่งของผู้ผลิตรายใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยประสบกับปัญหาในการทำตลาดยางรถยนต์ โดยเฉพาะยางรถยนต์นั่งและยางรถกระบะ ที่มีความต้องการในตลาดสูงมาก ที่ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถที่จะเข้าไปเพิ่มส่วนแบ่งได้มากนัก มีเพียงวิริบเบอร์ที่ผลิตยางรถยนต์นั่ง และยางรถกระบะ ส่วนผู้ผลิตรายอื่นๆ ยังคงผลิตเพียงยางรถบรรทุกกลาง และยางรถบรรทุกใหญ่ ที่มีโครงสร้างแบบ Bias เท่านั้น

3.3.3 โครงสร้างตลาดยางรถยนต์

3.3.3.1 ตลาดสำหรับยางรถยนต์ภายในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ

3.3.3.1.1. ตลาดประกอบรถยนต์ (Original Equipment Market : OEM) เป็นตลาดสำหรับการนำยางไปประกอบกับรถยนต์ ปริมาณการใช้ยางรถยนต์ในตลาด OEM ขึ้นโดยตรงกับปริมาณการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ภายในประเทศ ปัจจุบันตลาดประกอบรถยนต์มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของตลาดบริโภครวมภายในประเทศ ยางที่ใช้ในตลาด OEM จะเป็นยางรถยนต์ที่ต้องผลิตภายใต้เงื่อนไขคุณสมบัติตรงตามที่คุณสมบัติตรงตามที่คุณสมบัติที่กำหนด โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการพัฒนาของยางรถยนต์ร่วมกันระหว่างผู้ผลิตรถยนต์และผู้ผลิตยางรถยนต์ มีเงื่อนไขจะต้องผ่านการทดสอบตามมาตรฐานความปลอดภัย ทั้งห้องทดสอบ และจาก

สภาพการใช้งานจริงในสนามทดสอบ ผู้ผลิตที่สามารถส่งยางจำหน่าย OEM ได้จะต้องเป็นบริษัทที่มี R&D เป็นของตนเอง มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสามารถทำการพัฒนาขางรถยนต์ ร่วมกับการพัฒนารถยนต์ได้ ต้องมีเงินทุนในการลงทุนเครื่องทดสอบ สนามทดสอบ เพื่อจะได้มีศักยภาพในการพัฒนาขางรถยนต์ได้ ดังนั้นผู้ผลิตที่ทำการจำหน่ายในตลาดนี้มีเฉพาะกลุ่มบริษัทร่วมทุนเท่านั้น การแข่งขันในตลาด OEM อยู่ในระดับที่สูง เนื่องจากทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อ กับ โรงงานประกอบรถยนต์ ที่มีข้อมูลข่าวสารค่อนข้างสมบูรณ์ (Perfect Information) โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านคุณภาพ อย่างไรก็ตามผู้ซื้อมักนิยมกระจาย (Diversify) กลุ่มผู้ขาย และไม่ผูกขาดกับผู้ผลิตเพียงรายใดรายหนึ่งเพื่อป้องกันปัญหาขาดแคลนสินค้า ซึ่งสำหรับขางรถยนต์ บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด เป็นผู้ผลิตที่มีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ในตลาด OEM สูงที่สุด ประมาณร้อยละ 75 ของตลาด OEM รองลงมาได้แก่ กลุ่มบริษัท สยามมิชลิน มีสัดส่วนปริมาณจำหน่ายประมาณร้อยละ 15 และบริษัท กู๊ดเยียร์ จำกัด มีสัดส่วนการจำหน่ายร้อยละ 10

3.3.3.1.2. ตลาดทดแทนยางที่สึกหรอ (Replacement Equipment Marker: REM) เป็นตลาดสำหรับจำหน่ายขางรถยนต์ทดแทนยางเก่าที่สึกหรอ ปริมาณการจำหน่ายในตลาดทดแทนขึ้นอยู่กับปริมาณการใช้รถยนต์ภายในประเทศ ประเภท และคุณภาพของขางรถยนต์ ตลาด REM มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70 ของตลาดบริโภคโดยรวมภายในประเทศ คุณภาพของขางรถยนต์ในตลาด REM มีความหลากหลาย (Variety) ผู้ผลิตในตลาด REM มีทั้งกลุ่มบริษัทร่วมทุน และกลุ่มผู้ประกอบการภายในประเทศ แต่ตลาด ส่วนใหญ่ยังคงเป็นของกลุ่มบริษัทร่วมทุนประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการจำหน่ายในตลาด REM

การแข่งขันในตลาด REM มีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ ขางรถยนต์นั่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเฉพาะกลุ่มบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างประเทศเท่านั้น คุณภาพและความละเอียดของผลิตภัณฑ์ในแต่ละบริษัทมีความใกล้เคียงกัน ราคาของผลิตภัณฑ์ในแต่ละบริษัทจึงไม่แตกต่างกันมากเท่าใดนัก ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของสินค้า (Differentiate) โดยการแข่งขันที่มีใช้ราคา (Non-Price Strategy) อาทิเช่น ทยอยออกขางมาตรการส่งเสริมการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย การโฆษณา เป็นต้น สำหรับขางรถบรรทุกนั้นมีการแข่งขันทางด้านราคารุนแรงกว่าขางรถยนต์นั่ง เพราะมีผู้ผลิตมีทั้งกลุ่มบริษัทร่วมทุน และกลุ่มผู้ผลิตภายในประเทศ การแข่งขันจึงให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่ใช้ราคามากกว่าการแข่งขันที่มีใช้ราคา โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการภายในประเทศ ที่ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ขางรถบรรทุกได้ต่ำกว่าราคาของกลุ่มบริษัทร่วมทุนประมาณร้อยละ 20-30 ในขณะที่ราคาขางรถบรรทุกของกลุ่มบริษัทร่วมทุนมีราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งการจำหน่ายขางรถยนต์ที่ผลิตในประเทศประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณการผลิตและที่เหลืออีกร้อยละ 20 เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ปริมาณการ

จำหน่ายยางรถยนต์ในประเทศประมาณ 16.7 ล้านเส้น ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณการผลิตยางรถยนต์มีการขยายตัวมากขึ้น และปริมาณความต้องการยางเพื่อทดแทนยางเก่าที่สึกหรอตามจำนวนรถยนต์ที่ใช้ในประเทศก็มากขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 14 ปริมาณการนำเข้า และส่งออกยางรถยนต์ในประเทศไทย

(หน่วย: ล้านเส้น)

ปริมาณยางรถยนต์	2544	2545	2546	2547	2548
การผลิตยางในประเทศ	15.03	17.39	19.61	23.55	27.64
การนำเข้ายางรถยนต์	1.18	1.08	1.35	1.65	2.00
ปริมาณยางรถยนต์ในตลาด	16.21	18.47	20.96	25.20	29.64
การส่งออกยางรถยนต์	8.15	9.15	10.13	15.09	14.20
การใช้ยางรถยนต์ในประเทศ	9.93	8.13	11.53	12.36	12.60
ปริมาณการใช้ยางรถยนต์	18.08	17.28	21.66	27.45	26.80

ที่มา : รวบรวมเอกสารวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย

3.3.3.2 สถานการณ์ของการนำเข้ายางรถยนต์ โครงสร้างการนำเข้ายางรถยนต์ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากเท่าใดนัก โดยการนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ายางรถยนต์นั่ง มีสัดส่วนการนำเข้าสูงที่สุดประมาณร้อยละ 72 ของปริมาณการนำเข้าในช่วงปี พ.ศ. 2520-2540 ยางรถบรรทุกสัดส่วนการนำเข้ากลับมีเพิ่มสูงขึ้นจากเพียงร้อยละ 12 ในปี พ.ศ. 2520 เป็นร้อยละ 21 ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งการนำเข้ารถยนต์นั่งเกือบทั้งหมดเป็นการนำเข้ายางเรเดียล (Radial) ในขณะที่การนำเข้ายางไบอัส (Bias) มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 4 ของปริมาณการนำเข้ายางรถยนต์นั่งรวม

ปริมาณ การนำเข้ายางเรเดียล ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 1.3 แสนเส้นในปี พ.ศ. 2531 เป็น 3.3 แสนเส้นในปี พ.ศ. 2540 ในขณะที่ปริมาณการนำเข้ายางไบอัส (Bias) ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 4.5 พันเส้นในปี พ.ศ. 2531 เป็น 12 พันเส้นในปี พ.ศ. 2540 การนำเข้ายางเรเดียลจากต่างประเทศเพื่อมาจำหน่ายภายในประเทศเป็นการเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ เช่น Dunlop BF-Goodrich Yokohama Maxxis และ Continental เป็นต้น ส่วนยางรถยนต์นั่ง ไบอัส (Bias) ที่นำเข้าจะเป็นยางที่ใช้กับรถยนต์พิเศษ เช่น ยางรถ Folk lift ยางรถที่เล่นในสนามกอล์ฟ ซึ่งยางเหล่านี้เป็นยางที่ปริมาณความต้องการใช้ภายในประเทศไม่สูง จึงไม่คุ้มกับการที่ผู้ผลิตภายในประเทศจะเปิดสายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว

โครงสร้างตลาดนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศพัฒนาแล้ว ในกรณีของยางรถยนต์นั่งเรเดียล (Radial) และไบอัส (Bias) ที่มีการนำเข้าจากญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2540 ญี่ปุ่นเป็นแหล่งนำเข้าสำหรับยางเรเดียล ประมาณร้อยละ 65 รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 11 ส่วนยางไบอัส (Bias) แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 53 รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ร้อยละ 33 ซึ่งการผลิตยางรถยนต์ที่ได้เพิ่มจำนวนขึ้นและพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากแรงผลักดันทั้งทางด้าน ความต้องการใช้ยางรถยนต์ภายในประเทศที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ความสามารถของผู้ผลิตภายในประเทศเพื่อแข่งขันและทดแทนการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศ และการขยายตัวของปริมาณการส่งออกจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ดังเห็นได้จากปริมาณการนำเข้ายางรถยนต์เปรียบเทียบกับปริมาณการใช้ยางรถยนต์ภายในประเทศ มีแนวโน้มลดลง ขณะที่ปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ต่อปริมาณการผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

การนำเข้ายางรถบรรทุกส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ายางเรเดียล (Radial) ส่วนการนำเข้ายางไบอัส (Bias) มีเพียงสัดส่วนเพียงร้อยละ 17 ของปริมาณการนำเข้ายางรถบรรทุกรวม ปริมาณการนำเข้ายางรถบรรทุกเรเดียล ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 3 พันเส้นในปี พ.ศ. 2531 เป็น 81 พันเส้นในปี พ.ศ. 2540 ในขณะที่ยางไบอัส (Bias) ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันจาก 8 พันเส้นในปี พ.ศ. 2531 เป็น 2 หมื่นเส้นในปี พ.ศ. 2540 โดยการนำเข้ายางรถบรรทุกเรเดียล เพิ่มขึ้นเป็นการนำเข้าเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคบางกลุ่มประกอบกับการผลิตภายในประเทศยังคงมีสัดส่วนที่ต่ำ ส่วนการเพิ่มขึ้นของการนำเข้ายางไบอัส (Bias) เป็นการเพิ่มในส่วนของการที่มีขนาดใหญ่ และมีความการใช้ยางประเภทดังกล่าวไม่สูงมากนักทำให้ผู้ประกอบการภายในประเทศไม่มีแรงจูงใจที่จะเปิดสายการผลิตใหม่ เช่นยาง Off Road ยางรถแทรกเตอร์ ยางรถขุดดินขนาดใหญ่ เป็นต้น เช่นเดียวกันตลาดนำเข้ายางรถบรรทุก ทั้งเรเดียล (Radial) และไบอัส (Bias) ส่วนใหญ่มาจากประเทศพัฒนา โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าในปี พ.ศ. 2540 ญี่ปุ่นเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุดของทั้งยางเรเดียล (Radial) และ ไบอัส (Bias) สำหรับยางเรเดียล ประมาณร้อยละ 12 และ 75 ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ ฝรั่งเศส ร้อยละ 5 อิตาลี ร้อยละ 2 และเกาหลีใต้เป็นแหล่งนำเข้าสำคัญรองลงมาของยางไบอัส (Bias) ประมาณร้อยละ 22 ดังนั้นการพิจารณาการขยายการผลิต (Source of Growth) ไม่ได้มีอย่างชัดเจนในการประเมินถึงแหล่งที่มาของการพัฒนาการผลิตของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ภายในประเทศ ตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2522 การพิจารณาแหล่งที่มาของการขยายตัวของยางรถบรรทุกจึงแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือในช่วงปี พ.ศ. 2520-2522 และปี พ.ศ. 2523-2540 ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2522 การขยายตัวของปริมาณการผลิตเป็นการขยายการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 97.8 ในขณะที่การขยายการผลิตเพื่อการส่งออกยังคงมีสัดส่วน

ไม่สูงมากนักเพียงร้อยละ 11.5 เมื่อเทียบกับการขยายปริมาณการผลิต อย่างไรก็ตามในช่วง 2523-2540 การขยายการผลิตยางรถบรรทุกส่วนใหญ่กลับขยายปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อตลาดต่างประเทศ ซึ่งสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากเป็นร้อยละ 72.78 เมื่อเปรียบเทียบกับ การขยายปริมาณการผลิต ในขณะที่การผลิตบางส่วนประมาณร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับการขยายปริมาณการผลิตรวม เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ในประเทศของยางรถบรรทุก

3.3.3.3 สถานการณ์ของการส่งออกยางรถยนต์ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ภายในประเทศได้ขยายการผลิตและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมีผลผลิตส่วนเกิน (Excess Capacity) และสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ สัดส่วนปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ต่อปริมาณการผลิตภายในประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศไทยส่งออกยางรถยนต์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2511 และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนมีปริมาณการส่งออกยางรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็น 3.8 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2540 และสัดส่วนปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ต่อปริมาณการผลิตภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในยางรถยนต์ทุกประเภทอย่างต่อเนื่อง โดยยางรถยนต์นั่ง มีสัดส่วนปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3 ในปี พ.ศ. 2520 เป็นร้อยละ 22 ในปี พ.ศ. 2539 ในขณะที่ยางรถบรรทุก มีสัดส่วนปริมาณการส่งออกเพิ่มจากร้อยละ 0.3 เป็นร้อยละ 37 ภายหลังเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลประกาศเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นระบบลอยตัวแบบจัดการ ทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนตัวลง (Depreciate) ยางรถยนต์ภายในประเทศมีราคาต่ำลง ในต่างประเทศ ประกอบกับเศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัว ตลาดต่างประเทศจึงทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น และสัดส่วนปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ปรับเพิ่มขึ้นทุกประเภทประมาณร้อยละ 29 ยางรถยนต์นั่ง ร้อยละ 52 ยางรถบรรทุก ร้อยละ 48 และโครงสร้างการส่งออกยางรถยนต์นั่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกยางเรเดียลรถยนต์นั่ง ที่มีสัดส่วนการส่งออกสูงถึงร้อยละ 81 เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกยางรถยนต์นั่งรวม โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1 แสนเส้นในปี พ.ศ. 2531 เป็น 4 แสนเส้นในปี พ.ศ. 2540 อย่างไรก็ตามจากข้อมูลปริมาณการผลิตยางรถยนต์นั่งไบอัส (Bias) ของธนาคารแห่งประเทศไทยไม่ปรากฏตัวเลขปริมาณการผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538

ดังนั้นปริมาณการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลจากการเพิ่มปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ ไบอัส (Bias) ประเภทอื่น เช่น ยางสามล้อเครื่อง ซึ่งทางกรมศุลกากรได้รวบรวมไว้ในหมวดเดียวกับยางรถยนต์นั่งประเภทไบอัส (Bias) และมีโครงสร้างการส่งออกยางรถบรรทุกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเกือบทั้งหมดเป็นการเพิ่มขึ้นของการส่งออกยางไบอัส (Bias) ส่วนการส่งออกยางเรเดียลรถบรรทุก เริ่มมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นภายหลังจากการที่ได้เปิดดำเนินการผลิตของบริษัท ไทยบริดจิสโตน จำกัด อย่างไรก็ตามสัดส่วนการส่งออกดังกล่าวยังคงมีสัดส่วนที่ต่ำ เมื่อ

เทียบกับปริมาณการส่งออกยางรถบรรทุกโดยรวม ทำให้การที่ผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศได้พัฒนาคุณภาพเพิ่มขึ้นและทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังประเทศพัฒนาแล้วเพิ่มมากขึ้น เช่นในกรณีของยางรถยนต์นั่งที่ส่งไปในตลาดญี่ปุ่น ได้หวัน และสหรัฐอเมริกาที่มีความสำคัญ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทย มีญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่มีสัดส่วนสูงที่สุด ประมาณร้อยละ 15 ของการส่งออกยางรถยนต์นั่ง โดย รองลงมาได้แก่ ได้หวัน ร้อยละ 14.9 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 12 จากเดิมเป็นตลาดตะวันออกกลาง ส่วนกรณีตลาดส่งออกยางรถบรรทุก ในตลาดประเทศพัฒนาแล้วมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับสองรองจากตลาดซาอุดีอาระเบีย ร้อยละ 15 ของปริมาณการส่งออกยางรถบรรทุก รวม โดยสัดส่วนการส่งออกไปญี่ปุ่นต่อการส่งออกโดยรวมเท่ากับร้อยละ 12 นอกจากนี้ประเทศไทยสามารถส่งออกยางรถบรรทุกบางส่วนไปขายในสหรัฐอเมริกา และที่ตลาดตะวันออกกลางอื่นๆ เช่น เลบานอน ร้อยละ 10 ปากีสถาน ร้อยละ 10

การผลิตยางรถยนต์มีบทบาทที่สำคัญเศรษฐกิจไทยอย่างมาก ขณะที่การผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แต่ปริมาณการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน อย่างไรก็ตาม บทบาทการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศมีความสำคัญลดลงเมื่อเทียบกับปริมาณการใช้ยางรถยนต์ภายในประเทศ จากตารางที่ 15 ในปี พ.ศ. 2548 ปริมาณยางรถยนต์ในประเทศส่วนใหญ่เป็นการผลิตยางรถยนต์ในประเทศ ประมาณร้อยละ 93.1 และเป็นยางรถยนต์นำเข้าร้อยละ 6.9 ซึ่งแนวโน้มการนำเข้ายางรถยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี และมีการใช้ยางรถยนต์ในประเทศประมาณ ร้อยละ 51 และส่งออกประมาณร้อยละ 49

ผู้ผลิตไทยมีการปรับกลยุทธ์ที่เน้นการส่งออกยางรถยนต์มากขึ้น ขณะที่การนำเข้าจะเป็นยางรถยนต์ที่ไม่ได้ผลิตในประเทศ และรัฐมีการลดภาษีนำเข้ายางรถยนต์ภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรี และองค์การการค้าโลก ทำให้ประเทศไทยยังต้องนำเข้ายางรถยนต์บางประเภทจากต่างประเทศ เนื่องจากยางรถยนต์บางประเภทยังมีปริมาณการใช้ภายในประเทศในระดับที่ต่ำ และผู้ประกอบการภายในประเทศไม่สามารถขยายปริมาณการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพ (Economies of Scale) และคุ้มค่ากับการลงทุน ยังมีความต้องการใช้ยางรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้เกิดความหลากหลาย เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค

ตารางที่ 15 มูลค่าการส่งออกของยางรถยนต์เรเดียล (Radial) ปี พ.ศ. 2538 -2543

(หน่วย: บาท)

ปี พ.ศ.	ยางรถยนต์หนึ่ง	อัตราเติบโต (%)	ยางรถบรรทุก	อัตราเติบโต (%)	รวม	อัตราเติบโต (%)
2538	656,806,217		122,903,776		779,709,993	
2539	937,346,207	42.7	159,090,869	29.4	1,096,437,076	40.6
2540	1,238,075,299	32.1	327,139,243	105.6	1,565,214,542	42.8
2541	2,508,461,183	102.6	834,789,482	155.2	3,343,250,665	113.6
2542	2,178,399,252	-13.2	930,577,230	11.5	3,108,916,482	-7.0
2543	2,506,446,579	15.1	1,558,059,770	67.4	4,064,506,349	30.7
เฉลี่ย (%)	1,670,912,456	35.9	655,426,728	73.8	2,326,339,214	44.1

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 16 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548
ยางยานพาหนะ	381.9	435.3	475.0	679.8	857.0

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และกรมส่งเสริมการส่งออก

แนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออกต่อปริมาณการผลิตของยางรถยนต์ในแต่ละประเภท สะท้อนถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ภายในประเทศในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาในการพัฒนาไปสู่ระดับการส่งออก โดยเฉพาะในสัดส่วนของยางรถยนต์เพิ่มสูงขึ้น และมีสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสภาวะการแข่งขันทางด้านราคาภายในประเทศของยางรถยนต์มีค่อนข้างสูง ทำให้ผลตอบแทนที่ได้จากการขายภายในประเทศลดลง จึงเกิดแรงจูงใจผู้ผลิตส่งยางรถยนต์ออกไปจำหน่ายประเทศเพิ่มมากขึ้นโดยปี พ.ศ. 2543 ไทยมีการส่งออกยางเรเดียลประมาณ 4.3 ล้านเส้นมีมูลค่าประมาณ 4,058 ล้านบาท แบ่งเป็นยางเรเดียลของรถยนต์นั่ง 3.1 ล้านเส้นมีมูลค่า 2,500 ล้านบาท และยางรถบรรทุก 1.2 ล้านเส้นมีมูลค่า 1,558 ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนยางรถยนต์นั่งด้านปริมาณร้อยละ 72.1 หรือมูลค่าร้อยละ 61.7 ของการผลิตยางรถยนต์ในประเทศ ส่วนยางรถบรรทุกมีการขายการส่งออกประมาณร้อยละ 34.8 มีมูลค่าร้อยละ 30.7

แนวโน้มการส่งออกยางรถยนต์ของไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากการผลิตที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยเฉพาะยางเรเดียลรถบรรทุก ซึ่งมีการขยายตัวด้านปริมาณการส่งออกสูงถึงร้อยละ 152.4 และด้านนำเข้ามูลค่าร้อยละ 67.4 ในขณะที่ยางเรเดียลรถยนต์นั่งมีการขยายตัว ด้านปริมาณส่งออกร้อยละ 14.4 โดยตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย ออสเตรเลีย ฮองกง และไต้หวัน เป็นต้น ในปี พ.ศ. 2544 ปริมาณการผลิตยางรถยนต์ของประเทศจะขยายตัวประมาณร้อยละ 10 ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่ 2 รายคือ ผู้ผลิตยางบริดจสโตน และมิชลินได้ขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 5.2 ล้านเส้น และมีการใช้เต็มกำลังการผลิต เป็นผลมาจากการขยายตัวของการผลิตรถยนต์ และการส่งออกยางรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ยางรถยนต์เป็นชิ้นส่วนที่ใช้ยางธรรมชาติมากที่สุด และอนาคตคาดว่า การผลิตยางรถยนต์จะมีสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการใช้ยางรถยนต์มีแนวโน้มที่จะหันมาใช้ยางเรเดียลมากขึ้น และยางเรเดียลรถบรรทุกมีสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติร้อยละ 36 คิดเป็นสัดส่วนต่อน้ำหนักแล้วสูงกว่ายางเรเดียลสำหรับรถยนต์นั่งที่ใช้ยางธรรมชาติเพียงร้อยละ 27.5 ต่อน้ำหนักยางรถยนต์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

บทบาทกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

การศึกษาบทบาทของของกลุ่มทุนต่างๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่มีความสำคัญจากการเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ในอดีตมีการนำเข้ายางรถยนต์มาจำหน่ายในประเทศไทย หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายลดการนำเข้า เพื่อลดการขาดดุลการค้า ทำให้มีการลงทุนเพื่อผลิตยางรถยนต์ในประเทศมากขึ้น มีการใช้ยางรถยนต์เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศมากขึ้น การใช้ยางดิบเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ซึ่งประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก จึงเป็นข้อได้เปรียบของการผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตของประเทศไทยในการแข่งขันกับต่างประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันในด้านเทคโนโลยีการผลิต การออกแบบและวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (Quality) ทำให้เกิดประสิทธิภาพของโครงสร้างต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Cost) ที่ต่ำกว่า และสามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา มีประเด็นการวิเคราะห์ต่างๆ ดังนี้

- 4.1. โครงสร้างกลุ่มอิทธิพลที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
- 4.2. วิเคราะห์บทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.2.1 พัฒนาการของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.2.2 นโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.2.3 ประเทศไทยขาดนโยบายที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต้นน้ำกับกลางน้ำ
 - 4.2.4 บทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.2.5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- 4.3. วิเคราะห์เครือข่ายอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุน
 - 3.1 เครือข่ายความร่วมมือกับอุตสาหกรรมยานยนต์
 - 3.2 เครือข่ายการผลิตและการตลาดในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
- 4.4. วิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.4.1 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของกลุ่มทุนไทยภายในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.4.2 ผลกระทบจากนโยบายของรัฐต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมยางรถยนต์
 - 4.4.3 เปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างการผลิตยางรถยนต์ในประเทศกับการนำเข้า
 - 4.4.4 การสร้างภาวะของการกีดกันตลาดของกลุ่มทุนข้ามชาติ
 - 4.4.5 การสร้างการยอมรับจากการบริโภคในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์
 - 4.4.6 การสนับสนุนการแข่งขันของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย

การวิเคราะห์มุ่งเน้นการเปรียบเทียบลักษณะของปัจจัยที่เป็นแรงผลักดัน และแรงจูงใจของบทบาทการแข่งขันทางอุตสาหกรรมจากอิทธิพลของนโยบายหรือกฎระเบียบของรัฐ และบทบาทของกลุ่มทุนไทย และกลุ่มทุนข้ามชาติในอุตสาหกรรมยานยนต์เชิงบริบทเศรษฐศาสตร์การเมือง ภายใต้การเปิดการค้าเสรี ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศ ดังนี้

4.1 โครงสร้างกลุ่มอิทธิพลที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมยานยนต์

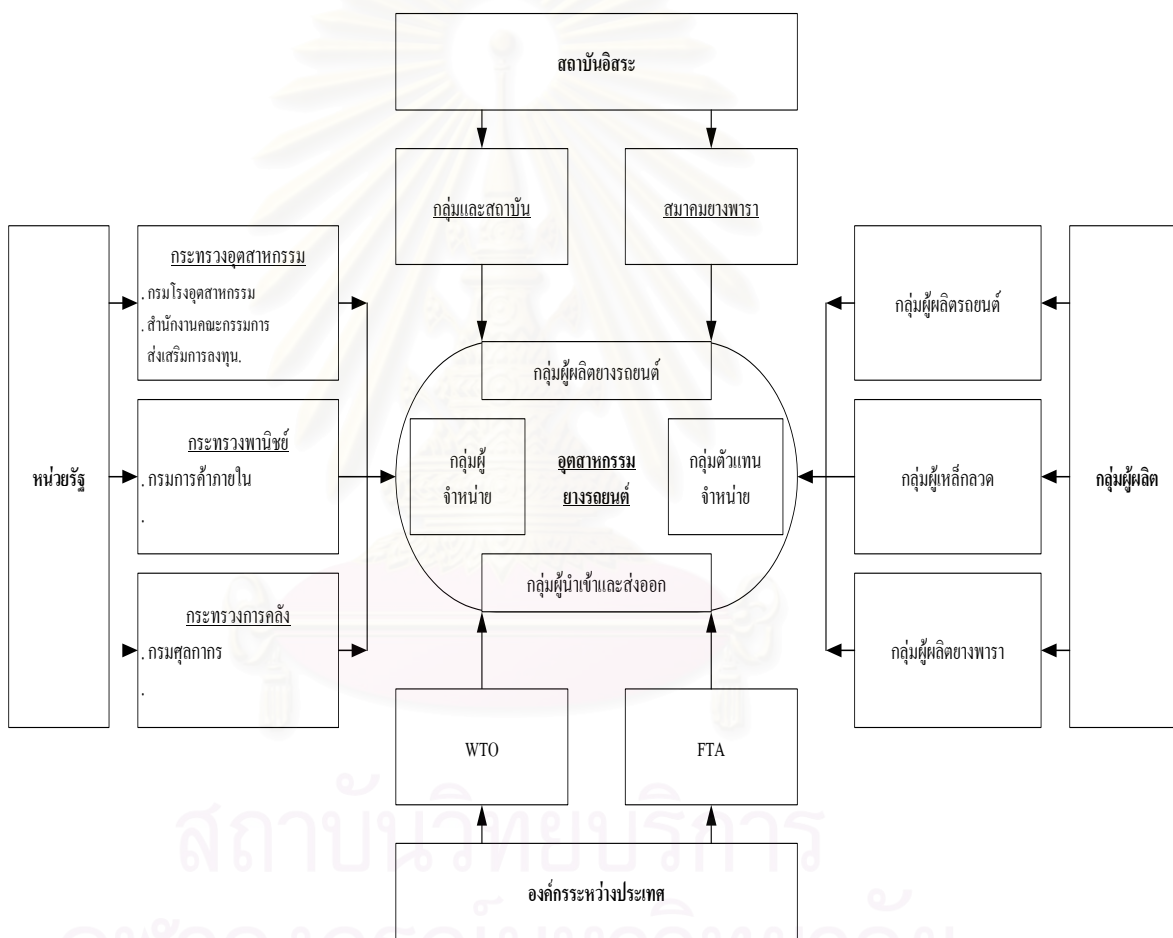
กลุ่มทุนต่างๆ ที่มีบทบาท และมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์ ประกอบด้วย กลุ่มที่เป็นหน่วยงานของรัฐ กลุ่มองค์กรระหว่างประเทศ กลุ่มสถาบันและองค์กรอิสระ และกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่าย โดยองค์กรธุรกิจทางภาครัฐและเอกชนหรือสมาคมของธุรกิจเอกชนทั้งที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มในพื้นที่เดียวกันเพื่อการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจ เน้นไปที่องค์กรธุรกิจที่มีบทบาทต่อการลงทุนของบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่น ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นอย่าง JETRO หรือองค์กรธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของนักลงทุนเอกชนอย่าง Japanese Chamber of Commerce Bangkok (JCCB) และสมาคมยานยนต์ไทยเป็นต้น โดยองค์กรธุรกิจมีวัตถุประสงค์จะช่วยสนับสนุนการลงทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

องค์กรธุรกิจในญี่ปุ่นนั้นได้เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง ถือเป็นกลุ่มธุรกิจในยุคแรกๆ ที่เป็นศูนย์กลางในการควบคุมบริษัทลูกหรือบริษัทในเครือ เนื่องจากสามารถควบคุมบริษัทลูกได้โดยยังคงผูกขาดทางธุรกิจจำนวนน้อยราย (Oligopoly) ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองได้เกิดองค์กรหรือกลุ่มธุรกิจ ที่เป็นบริษัทต่างธุรกิจมารวมตัวกันเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความสัมพันธ์แบบแนบแน่นภายในกลุ่มด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การถือหุ้น การร่วมมือทางเทคโนโลยี การให้กู้แก่บริษัทภายในกลุ่มที่มีเงื่อนไขค่อนข้างพิเศษกว่าบริษัทที่ไม่ได้สังกัดอยู่ในกลุ่ม การมีกลไกตลาดร่วมกัน การหมุนเวียนผู้บริหารระดับสูงในกลุ่ม เป็นการรวมกลุ่มธุรกิจแบบทุนอุตสาหกรรม จากการรวมองค์กรธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทแม่กับบริษัทลูกหรือที่เรียกว่า “เคเรตสึ” (Keiretsu) พบในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อย่างอุตสาหกรรมอากาศยานยนต์ เป็นต้น

สำหรับองค์กร ที่มีบทบาทต่อการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย เป็นตัวแปรสำคัญในด้านการลงทุนนั้น ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวทางภาครัฐและเอกชน เช่น

1. สถาบันยานยนต์ (Thai Automobile Institute)
2. สมาคมผู้ผลิตยานยนต์ไทย (Thai Automotive Industry Association)
3. สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (Thai Auto-Parts Manufacturer Association)

4. กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Automotive Industry Club, The Federation of Thai Industries)
5. กลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Auto-Parts Industry Club, The Federation of Thai Industries)
6. กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Rubber Industry Club, The Federation of Thai Industries)



ภาพที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์
ที่มา : รวบรวมจากสถานการณ์ทั่วไปของอุตสาหกรรมยางรถยนต์

สถาบันยานยนต์ (Thai Automobile Institute) เป็นองค์กรอิสระซึ่งก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี โดยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2541 และจัดตั้งขึ้นโดยกระทรวงอุตสาหกรรมในรูปแบบการบริหารองค์กรในลักษณะขององค์กรอิสระ โดยใช้

กฎระเบียบการบริหารงานแบบเอกชน ไม่ผูกพันระเบียบปฏิบัติข้อบังคับของราชการ และ รัฐวิสาหกิจ โดยที่ต้องการให้เป็นองค์กรที่จัดตั้งเพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดโลก ภารกิจหลักของสถาบันการสนับสนุนให้เกิดนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อภาครัฐ และประสานงานเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและต่อเนื่องในอุตสาหกรรม-ธุรกิจยานยนต์ไทย รวมถึงการกำหนด และจัดทำมาตรฐาน รวมทั้งวิจัยพัฒนาข้อมูลข่าวสาร เพื่อเสนอแนะแก่รัฐบาลในการกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายของภาครัฐ

สมาคมผู้ผลิตรายานยนต์ไทย (Thai Automotive Industry Association) ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งสำนักงานในปี พ.ศ. 2524 ปัจจุบันมีสมาชิก 151 บริษัท มีสถานะเป็นองค์กรธุรกิจเอกชนที่เป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งหมด มีวัตถุประสงค์ของสมาคมได้แก่การประสานงานระหว่างสมาชิกกับหน่วยงานราชการและเอกชนทั้งในและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อตอบสนองนโยบายของทางราชการในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ จัดสัมมนาร่วมกับสถาบันหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของสมาชิก ให้คำปรึกษาเสนอแนะต่อหน่วยราชการในขอบเขตของอุตสาหกรรม ทั้งต่อสมาชิกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (Thai Auto Parts Manufacturer Association) การที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเกิดความมั่นใจในนโยบายของรัฐบาลที่มีผลมาจากการยกเลิกนโยบายจำกัดแบบรถยนต์ที่ประกอบภายในประเทศในอัตราร้อยละ 25 ผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศจึงมีการรวมตัวกัน และสร้างความเป็นเอกเทศในการเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ และได้ร่วมกันจัดตั้ง “สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย” ขึ้นในปี พ.ศ. 2521 ได้รับการอนุมัติให้จัดตั้งเป็นสมาคมจากกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2521 เพื่อเป็นศูนย์กลางของนักอุตสาหกรรมด้านชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ ในอันดับที่จะปกป้องรักษาส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของชาติ ปัจจุบันสมาคม มีสมาชิกกว่า 372 บริษัท มีวัตถุประสงค์คือ

1. ส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจการผลิตหรือการรับจ้างทำชิ้นส่วนอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ของยานยนต์ภายในประเทศ ร่วมมือกับรัฐบาลในการส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจ
2. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ รวมทั้งเจรจาทำความเข้าใจกับบุคคลภายนอก เพื่อประโยชน์ร่วมกันในการประกอบวิสาหกิจของสมาชิก สอดส่องและติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดการค้าชิ้นส่วน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ยานยนต์ทั้งภายในนอกประเทศ เพื่อประโยชน์แก่เศรษฐกิจและการเงินของประเทศ
3. ทำการวิจัยเกี่ยวกับการประกอบวิสาหกิจการผลิตชิ้นส่วน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ของยานยนต์ แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ ความรู้ในทางวิชาการตลอดจนข่าวสารการค้าเกี่ยวกับวิสาหกิจ

4. รวบรวมข้อสถิติหรือเอกสารหรือขอรับทราบข้อมูลต่างๆ จากสมาชิกเกี่ยวกับการดำเนินวิสาหกิจการผลิตและการรับจ้างทำชิ้นส่วน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ของยานยนต์ ทั้งนี้ขึ้นกับความยินยอมของสมาชิก

5. ส่งเสริมคุณภาพชิ้นส่วน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ยานยนต์ที่ผลิตหรือรับจ้างทำหรือจำหน่ายโดยสมาชิกให้เข้ามาตรฐาน และให้สินค้าดังกล่าวมีปริมาณเพียงพอแก่ความต้องการของตลาด ตลอดจนส่งเสริมการวิจัย ปรับปรุงวิธีการผลิต และการค้าให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

6. ทำความตกลงหรือวางระเบียบให้สมาชิกปฏิบัติหรือเว้นการปฏิบัติ เพื่อให้การประกอบวิสาหกิจการผลิตและการรับจ้าง ชิ้นส่วนอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในยานยนต์ดำเนินไปได้

7. ประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างสมาชิก หรือระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอกในการประกอบวิสาหกิจ

8. ส่งเสริมความสามัคคี กีฬาเพื่อพลานามัยและจัดงานสังสรรค์บันเทิงเป็นครั้งคราว โดยไม่เกี่ยวข้องกับทางการเมือง

9. ประกอบกิจการสาธารณกุศล และให้ความอนุเคราะห์แก่สมาชิก ในด้านสวัสดิการภายในขอบเขตที่ไม่ต้องห้ามตามมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509

กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Automotive Industry Club, The Federation of Thai Industries) เป็นส่วนหนึ่งของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 จากการรวมตัวของผู้ผลิตและผู้ประกอบรถยนต์ และจักรยานยนต์ภายในประเทศ เป็น 1 ใน 33 กลุ่มของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ทำหน้าที่ประสานงานกับกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยในทุกๆ ด้านร่วมกับรัฐบาล กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ยังให้ความร่วมมือและสนับสนุนในกิจกรรมของรัฐและสภาอุตสาหกรรม และเข้าร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผนในการพัฒนายานยนต์ของภาครัฐ และเป็นศูนย์กลางในการประสานงานระหว่างสมาชิก และภาครัฐเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจยานยนต์ รวมถึงการเป็นผู้รวบรวมข้อมูลสถิติที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ ในภารกิจด้านต่างประเทศนั้น กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมไทยในการประสานนโยบายและการดำเนินงานกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุข้อตกลงการเจรจาการค้าและการลงทุนของไทยที่เอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเพื่อมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการส่งออก

กลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Auto-Parts Industry Club, The Federation of Thai Industries) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2519 เป็นการรวมตัวของนักอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยสมัยนั้น (ปัจจุบันคือ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) เพื่อประสานงานกับกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ ต่อภาครัฐในการวางนโยบายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของชาติ มีวัตถุประสงค์ในแนวทางเดียวกันกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยคือ ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ บทบาทของกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์คือการทำหน้าที่เป็นผู้แทนของภาคเอกชนในการให้ข้อเสนอแนะ การวางนโยบายและการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้สมาชิกพัฒนาตนเอง ทั้งทางด้านการจัดการ การตลาดและมาตรฐานของชิ้นส่วนยานยนต์ ในด้านต่างประเทศนั้น และเป็นแกนนำในการเจรจาให้เกิดการลงทุนและขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Rubber Industry Club, The Federation of Thai Industries) ที่ทำหน้าที่ประสานงานกับสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติของประเทศไทย เป็นผู้แทนของภาคเอกชนในการให้เสนอแนะหรือแนวทางในการวางนโยบายของรัฐ กับการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยางรวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้สมาชิกพัฒนาตนเองของผู้ผลิตยาง

คุณลักษณะขององค์กรธุรกิจดังกล่าวข้างต้นทำให้สมาชิกกลุ่มบางส่วนที่มีอำนาจทางการเมืองบรรลุมหาอำนาจในการเจรจาเรียกร้องกับภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลดำเนินนโยบายได้สะดวกขึ้น ทำให้เห็นนโยบายที่ออกมาเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ เช่น กรณีการขยายนิคมอุตสาหกรรมของธุรกิจไทย เนื่องมาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ต้องมีการจัดเตรียมด้านสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศที่ทำให้เกิดการขยายตัวของนิคมอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นพร้อมสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ภาครัฐให้การสนับสนุน จากความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนในปัจจุบันเป็นความสัมพันธ์แบบกำหนดให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทำตามความต้องการ (Captive Relationship) และกำหนดคุณลักษณะของสินค้าให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทำหน้าที่ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เอง ซึ่งผู้ผลิตของกลุ่มทุนไทยขาดอำนาจต่อรองจึงไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ลักษณะเช่นนี้ได้ ส่งผลให้ผู้ผลิตจะต้องแบกรับภาระต้นทุนในส่วนนี้เองเช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่นผู้ประกอบการยานยนต์ต้องการให้ผู้ผลิตส่วนปรับปรุงคุณภาพ และลดต้นทุนให้เป็นไป

ตามทีผู้ประกอบยานยนต์กำหนดไว้ โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนจะต้องปฏิบัติตาม ทำให้ความร่วมมือเพื่อช่วยเหลือพัฒนา ผู้ผลิตชิ้นส่วนในอนาคตเพิ่มพัฒนาไปตามสายโซ่อุปทาน (Supply Chain) มากขึ้น ด้วยคุณภาพและราคาถูก รวมทั้งจำนวนตามที่ต้องการส่งมอบที่ตรงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีความหายในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถเลือกใช้วัสดุดีในการผลิตอย่างเหมาะสม และสามารถผลิตชิ้นส่วนให้ได้คุณภาพตามที่ผู้ประกอบการรถยนต์ต้องการหรืออาจมากกว่าที่ต้องการจึงมีความได้เปรียบ ความสามารถดังกล่าวจำเป็นต้องลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา และมีผู้ที่เชี่ยวชาญทางวิศวกรรมอย่างมาก จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้แนวทางการร่วมมือและการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในอนาคตกำลังเริ่มพัฒนาไปตามสายโซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นต้น ดังนั้นรูปแบบการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ปัจจุบันเป็นไปในรูปแบบของ Cluster นั้น มีผลมาจากนโยบายที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กรธุรกิจด้านยานยนต์ที่มีกลุ่มผลประโยชน์แอบแฝงอยู่ ทำให้องค์กรธุรกิจเปรียบเสมือนสถาบันที่กำหนด และควบคุมทิศทางให้ดำเนินไปตามนโยบาย เพื่อเป้าหมายทางธุรกิจของกลุ่ม

4.2 วิเคราะห์บทบาทของกลุ่มทุนต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์

ระบบเศรษฐกิจและการค้าในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น เป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าและการลงทุน ทำให้เกิดผลกระทบต่อความสามารถในการลงทุนและการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในด้านการลงทุน การผลิต และการค้า ซึ่งผู้ผลิตได้มีการปรับตัวที่จะช่วงชิงโอกาส หรือข้อได้เปรียบในการผลิต เพื่อสร้างอำนาจต่อรองแข่งขันกับตลาดได้ ซึ่งการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ จำเป็นต้องมีส่วนจากรัฐอย่างมากในการเข้าไปสนับสนุนอุตสาหกรรมให้มีความเข้มแข็ง และสามารถที่จะแข่งขันได้ในตลาดการค้าแบบเสรี เนื่องจากประเทศที่พัฒนาแล้วมีการสะสมทุนจำนวนมาก และเคลื่อนย้ายทุนไปในประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ และมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งมีเสถียรภาพทางการเมือง โดยอาศัยปัจจัยสำคัญที่เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และวิจัยการลงทุน ได้แก่ การใช้ข้อมูลหรือสารสนเทศที่ครบถ้วนมีความถูกต้องแม่นยำ และทันต่อเหตุการณ์ จะมีการกำหนดการพัฒนาการลงทุนในอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างระบบการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเน้นการสร้างเครือข่ายการผลิต การจำหน่าย เป็นหัวใจหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industry Chain) ที่กำหนดขึ้นในประเทศของตน จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โดยรัฐเป็นผู้นำในการหาหนทางให้กลุ่มทุนไทยต่างๆ ขยาย และสร้างเครือข่ายไปทั่วโลกภายใต้

เทคโนโลยีเดียวกัน ดังนั้นรัฐบาล และกลุ่มทุนไทยจึงมีบทบาทอย่างมากที่จะพัฒนาศักยภาพการผลิตยางรถยนต์ของผู้ประกอบการของไทยสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมยางรถยนต์กับผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มทุนข้ามชาติได้

การผลิตยางรถยนต์ปัจจุบันได้กลายเป็นธุรกิจที่ไร้พรมแดนและอาศัยบริษัทข้ามชาติในการขยายธุรกิจด้วยการสร้างเครือข่ายในต่างประเทศ มีการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ อันมีผลมาจากการบริหารความเสี่ยงจากการทำธุรกิจระดับสากล และให้ความสำคัญอย่างมากกับการดูแลรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานสากลอยู่เสมอ ถ้าหากละเลยเรื่องของคุณภาพแล้วไม่เพียงแต่จะส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังมีผลให้ตราสินค้าเกิดความเสียหายเป็นอย่างมากอีกด้วย บริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporations) เป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการหลายประเทศ ไม่เพียงแต่มุ่งหวังบรรลุกำไรสูงสุดต่อหน่วยผลิตที่ตั้งอยู่ในแต่ละประเทศ แต่ยังมุ่งหวังบรรลุกำไรสูงสุดของกลุ่มบริษัทรวมทั้งหมด ซึ่งการบริหารควบคุม เป็นเจ้าของทรัพย์สิน (ทั้งหมดหรือบางส่วน) ก่อให้เกิดรายได้มากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป จากการเข้าร่วมในการผลิตระหว่างประเทศ หรือการผลิตข้ามพรมแดนของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

การเติบโตของบริษัทข้ามชาติ (MNCs) จากการขยายตัวของบริษัทในประเทศ อุตสาหกรรม ที่เป็นการรวมกลุ่มเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ จากการควบรวมกิจการ (Merger or Acquisition) การประสานกิจการบริหารระหว่างบริษัท มีทั้งการรวมตัวในแนวราบที่ทำธุรกิจในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน และการรวมตัวในแนวตั้งคือรวมบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกันโดยตรง เพื่อกระจายกระบวนการผลิตต่อเนื่องให้หลากหลายยิ่งขึ้น และการควบกิจการแบบกระจายคือการขยายกิจการไปยังธุรกิจที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมเลย เพื่อประโยชน์จากการกระจายความเสี่ยง ความร่วมมือทางเทคโนโลยี และการประสานกิจการในธุรกิจประเภทเดียวกันอาจนำไปสู่การผูกขาด ซึ่งขัดแย้งกับกฎหมายต่อต้านการผูกขาด (Anti-trust Law) **เหตุผลการเป็นบริษัทข้ามชาติ** การขยายธุรกิจตามแนวทางที่ทำได้ไม่ได้หรือทำได้ไม่ดี ในประเทศ การกระจายความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยีที่ไม่มีคู่แข่งหรือเหนือกว่าประเทศด้อยพัฒนา (Less Development Country) ที่เน้นถึงการวิจัยและพัฒนาการผลิต การตลาด การโฆษณา และการลดต้นทุนการขนส่งสินค้า การเอาชนะกำแพงภาษี ข้อกีดกันทางการค้า เพื่อให้ประหยัดต่อขนาดการผลิต (Economies of Scales) และการปรับยอดขายและผลกำไรให้สม่ำเสมอ ซึ่งจะมีลักษณะการลงทุนในต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ ในรูปแบบ Portfolio Investment, FDI (Foreign Direct Investment), Wholly-owned Subsidiary (Take Over or Acquisition or Greenfield Strategy), Joint Venture (Majority share or Equal Share or Minority Share) มีนโยบายการบริหารเป็นแบบที่ยึดประเทศแม่เป็นหลัก (Ethnocentric) แบบที่มุ่งสู่ท้องถิ่นที่ไปลงทุนเป็นหลัก (Polycentric) แบบที่มุ่งพิจารณาเป็นเขตโซน

(Regiocentric) แบบที่มุ่งพิจารณาในระดับโลก (Geocentric) ซึ่งประโยชน์ที่ประเทศกำลังพัฒนาจะได้รับ ได้แก่ การจ้างแรงงานในประเทศ การถ่ายโอนเทคโนโลยีและการบริหารแบบใหม่ เป็นช่องทางสู่ตลาดโลกเพื่อกระจายสินค้าที่ผลิตได้ เพิ่มประสิทธิภาพให้กับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ และประชาชนได้มีโอกาสในการบริโภคที่ดีขึ้น แต่ก็ทำให้เกิดผลเสียที่ประเทศกำลังพัฒนาจะได้รับจากบรรษัทข้ามชาติ ทำให้ประเทศเป็นอาณานิคมทางเศรษฐกิจหรือทาสวัฒนธรรมการบริโภค ทำให้เกิดการขาดดุลทางเศรษฐกิจหรือทรัพยากรธรรมชาติ ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง เป็นแค่มือป้อนรับจ้าง OEM-Original Equipment Manufacturer และแรงงานที่ขาดการพัฒนาศักยภาพ ทำให้ธุรกิจหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นล้มละลายหายสาบสูญได้

ผู้ผลิตยางรถยนต์ที่เป็นกลุ่มทุนชาติต้องอาศัยบทบาทของรัฐเข้ามาช่วยให้อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทยนั้นเกิดขึ้นได้ ซึ่งการเป็นอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทยจากการวิเคราะห์บริบทของเศรษฐกิจโลก เพื่อดูแนวโน้มของการเป็นอุตสาหกรรมนั้นควรแยกแยะหว่างแนวโน้มในอนาคต และปัจจัยตัวแปรที่เกิดจากวัฏจักรเศรษฐกิจที่เป็นแนวโน้มของปัจจัยตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ การที่ประเทศต่างๆ เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น และการที่เศรษฐกิจโลกแคบลงในระบบโลกาภิวัตน์ เพราะการคมนาคมขนส่งที่ดีขึ้น ทำให้การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีลักษณะเป็นการผลิตข้ามชาติมากขึ้น เพราะทุนมีความเป็นสากลมากขึ้นที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และกระบวนการที่แรงงานเข้าสู่ระบบการผลิตอุตสาหกรรม เป็นผลจากการปฏิวัติเทคโนโลยีไมโครอิเล็กทรอนิกส์ จึงเกิดสัดส่วนการจ้างงานภาคอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลง เพราะระดับพัฒนาเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปตามลักษณะความเป็นวัฏจักรเศรษฐกิจของช่วงเวลาดังกล่าวอาจเห็นได้จากมิติต่างๆ เช่น การผันแปรของอัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม การผันแปรของอัตราการเพิ่มของการค้าระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนจากระบบการค้าเสรีเป็นการคุ้มครองอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น โดยปัจจัยตัวแปรต่างๆ ที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจการค้าโลก เป็นทั้งโอกาสและขีดจำกัดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนา และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระจายการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมไปยังแหล่งที่หรือภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก

4.2.1 พัฒนาการของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ เป็นทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย และรูปแบบการจัดการธุรกิจ ที่ทำให้กลุ่มธุรกิจสามารถจะเอื้อประโยชน์ระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศของตนได้ เนื่องจากมีกลุ่มธุรกิจที่สนับสนุนทางการเมืองของรัฐบาล เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ญี่ปุ่น เป็นกลุ่มทุนรถยนต์ให้การสนับสนุนรัฐบาล ที่ได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยในการผลิต

รถยนต์นั่ง และขางรถปิกอัพ ที่มีการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะขางรถยนต์ที่มีการร่วมลงทุนระหว่างกลุ่มทุนผู้ผลิตยานยนต์กับกลุ่มทุนผู้ผลิตขางรถยนต์ในการผลิต เพื่อสนับสนุนการอุตสาหกรรมรถยนต์ของกลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรมนั้น

4.2.1.1 การพัฒนาอุตสาหกรรมขางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย อาศัยขีดความสามารถในการแข่งขันจากการพัฒนากระบวนการที่ต้องอาศัยเวลา เนื่องจากองค์ธุรกิจ และสมาคมการค้าส่วนใหญ่ มีบทบาทเป็นแกนนำในการพัฒนาที่ที่ยังยึดติดอยู่กับอำนาจต่อรอง ยังไม่พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนบทบาทตนเองเพื่อส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบใหม่กับผู้ประกอบการบางรายเข้ามาร่วมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ระยะสั้นมากกว่าที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจในระยะยาว องค์การผู้ประกอบการของกลุ่มทุนไทยยังไม่เข้มแข็ง ขาดการมีส่วนร่วม และขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาแบบองค์รวม

นอกจากนี้ภาครัฐใช้วิธีการกำหนดมาตรการต่างๆ โดยไม่มีการปรึกษาหรือรับฟังข้อคิดเห็นจากภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญในนโยบายและส่งเสริมกิจกรรมทางด้านการผลิตเพื่อการตลาดมากกว่าการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความรู้ ทักษะฝีมือแรงงานที่จะนำไปสู่การคิดค้นนวัตกรรม และการเพิ่มผลิตภาพอย่างแท้จริง ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนขาดแรงจูงใจ และโอกาสการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว เพราะมองไม่เห็นประโยชน์จากนโยบายของรัฐ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐเองก็ขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนาตามแนวคิดสมัยใหม่ เนื่องจากขาดความชัดเจนในเป้าหมาย และวิธีการวัดผลงาน หน่วยงานรัฐขาดเอกภาพในการดำเนินงาน ทำให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อน บางครั้งมีการแก่งแย่งหรือบ้ายเบี่ยงการปฏิบัติหรือความรับผิดชอบ เช่น โครงการทดสอบมาตรฐานชิ้นส่วนยานยนต์ มีหลายหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สถาบันยานยนต์

การพัฒนาอุตสาหกรรมขางรถยนต์ที่ผ่านมาส่งผลอย่างมากต่อการพัฒนาในปัจจุบันจากการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทุนไทยที่เป็นลักษณะของการร่วมทุนกับกลุ่มทุนต่างชาติ และมีการเชื่อมโยงกับกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยอาศัยการร่วมมือระหว่างรัฐ และภาคเอกชนในการกำหนดแนวนโยบายให้มีการผลิตในประเทศจากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการสร้างเครือข่ายการผลิตขางรถยนต์ให้กับกลุ่มยานยนต์ และทำให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลก แต่เป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มทุนข้ามชาติผ่านการเชื่อมโยงกับกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติหรือยางพารา โดยเฉพาะการเปิดการค้าเสรีมีการกำหนดอัตราภาษีนำเข้าขางรถยนต์จากร้อยละ 25 ให้เหลืออัตราร้อยละ 5 และร้อยละ 0 ในอนาคตจะทำให้ขางรถยนต์จากต่างประเทศ เช่น ในประเทศจีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และอินเดีย มีการนำเข้ามาแข่งขันในตลาดยางทดแทน (REM) มีแนวโน้มจะเติบโตเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ จึงไม่ได้ก่อเกิดประโยชน์กับกลุ่มทุนไทย ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ แต่จะเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มทุนข้ามชาติ จากนโยบายของรัฐภายใต้ องค์การการค้าโลก และระบบทุนนิยม ส่งผลกระทบอย่างมากในการสร้างมูลค่าเพิ่มกับวัตถุดิบที่เป็น อุตสาหกรรมต้นน้ำ และอุตสาหกรรมกลางน้ำในประเทศ ทำให้การสะสมทุนของประเทศ เป็นไปได้อย่างเชื่องช้า มีการกระจุกตัวของกลุ่มทุนที่เกี่ยวข้องกับทุนทางการเมือง ทำให้กลุ่มทุน ยางรถยนต์ของไทยจะพัฒนาศักยภาพที่จะให้สามารถแข่งขันกับทุนข้ามชาติในระบบทุนนิยมโลก เป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น

4.2.1.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนข้ามชาติ เป็นการพัฒนา อุตสาหกรรมยางรถยนต์ระดับโลก¹ มีการกระจุกตัวอยู่ 3 บริษัทยักษ์ใหญ่ของโลกที่ถือครองตลาด ยางรถยนต์มากกว่าร้อยละ 56 เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันสูง และพยายามที่จะครองตลาดยาง OEM จากบริษัทรถยนต์ในราคาที่เท่าทุนหรืออาจต่ำกว่าทุนหากจำเป็น เพียงเพื่อหวังจะให้เกิดการ ขอมรับในตลาดยางอะไหล่ หรือ REM ที่สามารถทำกำไรจากการจำหน่ายในจำนวนมาก การผลิต รวมกันทั้งหมดของโลกมีถึง 75,000 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 3,000,000 ล้านบาท ซึ่งมี อเมริกาเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ร้อยละ 34.9 รองลงมาเป็นยุโรป ร้อยละ 32.2 เอเชีย ร้อยละ 23.2 และ อเมริกาใต้ ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ซึ่งเป็นการผลิตยางรถแก่งและยางรถปิกอัพ ประมาณ 930 ล้านเส้น และยางรถบรรทุกหรือยางรถโดยสารประมาณ 93 ล้านเส้น จากบริษัทใหญ่ 3 บริษัท ได้แก่ บริดจิส โคนจากญี่ปุ่น มิซึทสึจากฝรั่งเศส และกู๊ดเยียร์จากสหรัฐอเมริกา นอกจากนั้นยังมีคอนติเนนตัล จากเยอรมนี ซุมิโตโมจากญี่ปุ่น ฟีเรลลิจากอิตาลี โยโกฮาม่าจากญี่ปุ่น คูเปอร์ของสหรัฐ และโตโย ไทร์จากญี่ปุ่น และส่วนของบริษัทท้องถิ่นในประเทศนั้นๆ เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ขนาดเล็กขาด เงินทุนในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้น้อยมาก

การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์โลกสู่ยางรถยนต์แบบเรเดียล เริ่มจากการผลิตล้อ ยานพาหนะจากโลหะหรือไม้ เพื่อความแข็งแรงไม่แตกหักง่าย จากนั้นจึงได้นำเทคโนโลยีการผลิต ที่ใช้ยางธรรมชาติมาผลิตยางรถยนต์ ในปี พ.ศ. 2382 โดย Charles Goodyear ได้ค้นพบขั้นตอนที่ทำให้ ยางสุกตัว โดยผสมกำมะถันเข้ากับยาง และอุ่นให้มีความร้อน 120 องศาเซลเซียส ที่เมื่อเย็นลงทำ ให้เกิดความทนทาน และความยืดหยุ่น แต่ก็เป็ยางตัน หรือยางสุบลมที่มีคุณภาพต่ำ จนกระทั่ง จอห์น ดันลอป ชาวอังกฤษ ได้ผลิตยางสุบลมสำหรับจักรยาน และได้พยายามพัฒนายางรถยนต์ ตระกูลมิซึทสึ ได้พัฒนาประดิษฐ์ยางจักรยานที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ต่อมาจึงได้พัฒนายางรถยนต์ ที่ใช้ในการแข่งขันรถยนต์ ในปี 2467 บริษัทไฟร์สโตนได้คิดค้นยางสุบลมแบบผ้าใบ (Cross ply) เป็นการนำยางผสมกับสารเคมีมาอบทับด้วยผ้าใบหลายๆ ชั้น กลายมาเป็นยางมาตรฐานที่ใช้กันทั่ว

¹ ยุทธศักดิ์ ภณาสวัสดิ์, (2546). ภาวรวมอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของโลก. ส่งเสริมการลงทุน ฉบับที่ 4 ปีที่ 14 หน้า 60

โลก ในปี พ.ศ. 2491 บริษัทมิชลินได้ผลิตและจำหน่ายยางเรเดียล มีสมรรถนะสูงกว่าเดิม เป็นการลดข้อจำกัดเรื่องความเร็ว ความนุ่มนวล ความปลอดภัย ทำให้ความนิยมยางฟ้าใบลดลง

แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของโลก ที่เกิดจากการสร้างเครือข่ายที่เป็นพันธมิตรหรือความร่วมมือหรือการควบกิจการ เริ่มตั้งแต่ บริดสโตนจากญี่ปุ่น ผู้ผลิตยางอันดับ 1 ของโลกได้ซื้อกิจการ ไพร่สโตน เมื่อปี พ.ศ. 2531 ต่อมากอนดินัตลจากเยอรมนี ผู้ผลิตยางอันดับ 4 ของโลกได้ร่วมมือกับโยโกฮาม่าจากญี่ปุ่น ผู้ผลิตยางอันดับ 7 ของโลกในการจำหน่ายยางในประเทศญี่ปุ่น ส่วนก๊วดิเยร์จากสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตยางอันดับ 3 ของโลก เป็นพันธมิตรกับซูมิโตโม รับเบอร์จากญี่ปุ่น ผู้ผลิตยางอันดับ 5 ของโลกนอกจากนั้นซูมิโตโมจากญี่ปุ่น ได้ซื้อหุ้นร้อยละ 51 ในบริษัท Ohtsu ผู้ผลิตยาง Falken เป็นรายเล็กจากญี่ปุ่นเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2543 พิเรลลีจากอิตาลี ผู้ผลิตยางอันดับ 6 ของโลกเป็นพันธมิตรกับคูเปอร์จากสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตยางอันดับ 8 ของโลก

ตารางที่ 17 แสดงอันดับส่วนแบ่งการตลาดยางรถยนต์ของโลก

อันดับ	ผู้ผลิตยางรถยนต์	ประเทศ	สัดส่วน(%)	ผลิตราย
1	บริษัท บริดสโตน	ญี่ปุ่น	19.4	บริดสโตนและไพร์สโตน
2	บริษัท มิชลิน	ฝรั่งเศส	19.4	มิชลิน
3	บริษัท ก๊วดิเยร์	สหรัฐอเมริกา	16.6	ก๊วดิเยร์
4	บริษัท กอนดินัตล	เยอรมัน	7.1	กอนดินัตล
5	บริษัท ซูมิโตโม	ญี่ปุ่น	4.9	คันด็อปป
6	บริษัท พิเรลลี	อิตาลี	3.9	พิเรลลี
7	บริษัท โยโกฮาม่า	ญี่ปุ่น	3.5	โยโกฮาม่า
8	บริษัท คูเปอร์	สหรัฐอเมริกา	2.2	คูเปอร์
9	บริษัท โตโยไทร์	ญี่ปุ่น	1.8	โตโยไทร์
10	บริษัท ท้องถิ่น	ประเทศต่าง เช่น จีน	21.2	-

ที่มา: รวบรวมจากบทความภาพรวมอุตสาหกรรมยางโลก ปี 2543

4.2.1.3 การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของจีน² เนื่องจากสภาพของพื้นถนนในประเทศจีนได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประกอบกับแรงขับเคลื่อนการพัฒนาของผู้ผลิตยางยนต์ และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ตลอดจนผู้ผลิตรถแทรกเตอร์จากนานาประเทศได้เห็นถึงศักยภาพทางการตลาด จึงได้ย้ายฐานการลงทุนมาสู่ประเทศจีน มีการเปิดโอกาสและมุมมองใหม่ให้กับการพัฒนาของยางยนต์ ทำให้ประเทศจีนมีปริมาณการผลิตยางรถยนต์ถึง 125 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีการผลิตมากเป็นอันดับ 2 ของโลก และมีการส่งออกประมาณ 1 ใน 3 ของการผลิตในประเทศของจีน จีนมีบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ประมาณ 300 แห่ง และมีมากที่สุด 200 แห่งที่อยู่ในจังหวัด Shandong ประมาณร้อยละ 70 เป็นโรงงานเล็กๆ ที่มีการผลิตยางรถยนต์ไม่เกิน 5 แสนเส้นต่อปี และมีบริษัทประมาณ 50 ราย ได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งสมาคมสาขาของยางยนต์ภายใต้สมาคมอุตสาหกรรมยางของประเทศจีน ที่มีกำลังการผลิตรวมกันมากกว่าร้อยละ 70 ของการผลิตได้ในประเทศ และมียอดขายสูงถึง 402.168 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ของประเทศ ประกอบด้วย 10 อันดับแรกได้แก่ Anhui Jiatong Chegshan Tyre Triangle Tyres Group Shangshan Tyre Qingdao Yellow Double Star Huaqing Guizhou Tyre Hean Tyre Shandong Linglong ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีการผลิตยางรถยนต์ชนิดเดียวกัน และการขายไม่ได้เป็นส่วนใดส่วนหนึ่งโดยตรงกับกำไร แต่การบริหารองค์กร และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กลับกลายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อกำไร มีปัจจัยมาจากการทำกำไรจากการเติบโตของตลาดยางรถยนต์ มีการลงทุนผลิตยางเรเดียลสำหรับงานหนักเพิ่มมากขึ้น กระแสการลงทุนในประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้น และมีการปรับปรุงระบบการบริหารองค์กรในลักษณะวิธีการถือครองกรรมสิทธิ์กรณีที่มีผู้ถือครองหลายราย

การพัฒนาของผู้ผลิตยาง Triangle Tyres Group ที่ประสบความสำเร็จในการผลิตยางเรเดียล 23.5R25 โดยผู้ผลิตของจีนมีการพัฒนาของผ้าใบ (Bias Tyre) สำหรับงานนอกถนน หรืองานหนัก ที่มีการเติบโตถึงร้อยละ 355.98 ส่งผลให้มีการเติบโตมากถึง 7 เท่าในระยะเวลา 3 ปี นอกจากนี้ยังพัฒนาของเรเดียลสำหรับใช้ในงานหนักมีกำไรเพิ่มมากขึ้น 2.1 เท่า และยางรถกระบะกำไรเพิ่มขึ้น 1.6 เท่า ขณะที่ยางรถเก๋งมีแนวโน้มลดลง จึงเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงการผลิตยางเรเดียลสำหรับงานนอกถนนให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการผลิตที่มีการใช้เทคโนโลยีแบบที่ทำให้มีความปลอดภัยสูง และมีอายุการใช้งานที่ยาวนานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งประหยัดพลังงานได้มากขึ้น ปัจจุบันยางรถยนต์ประมาณร้อยละ 90 ที่ผลิตเป็นยางเรเดียล

² Zhang Minquan, (2547). โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศจีน. เดอะริบบอร์ อินเตอร์เนชั่นเนล. ฉบับที่ 8 ปีที่ 2 หน้า 23

ผลกระทบของอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนที่มีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีน ที่มีอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นแรงผลักดันให้การเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจีนมีบทบาทสำคัญต่อการผลิตยางธรรมชาติ และยางสังเคราะห์ ซึ่งเกิดความไม่สมดุลจากความต้องการใช้งานในประเทศ ทำให้อนาคตของอุตสาหกรรมยางของโลก เป็นผลมาจากความต้องการของจีน ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และยางรถยนต์ ที่ได้มีการเน้นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งด้านภูมิศาสตร์ อาศัยโครงสร้างพื้นฐาน และกฎหมายที่แยกออกมาต่างหาก เพื่อใช้กำกับการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งยางรถยนต์เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างอุตสาหกรรม การผลิต การขาย และการแลกเปลี่ยนในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ ที่ได้เพิ่มการผลิตจาก 5 ล้านเส้นเป็น 15 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2533 และเป็น 85 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2544 และเป็นประมาณ 92.7 ล้านเส้นในปี พ.ศ. 2546 ในอนาคตจีนจะมีการขยายตัวในอุตสาหกรรมยางมากขึ้น เป็นผลมาจากผู้ผลิตในท้องถิ่นที่มีการลงทุนภายใต้การคุ้มครองจากรัฐ และการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับทุนข้ามชาติ

การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ถ่วงดุลอำนาจการลงทุนกับต่างชาติของจีน จากการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็ว ที่ก้าวขึ้นมาจากอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานหรือใช้เทคโนโลยีไม่สูงมากนัก เป็นหลักนำไปสู่การเป็นผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้ความรู้และเทคโนโลยี โดยอาศัยผลกำไรจากอุตสาหกรรมภาคแรงงานเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศจีน นอกจากนั้นมีการใช้นโยบายการต่างประเทศ ที่มุ่งหวังที่จะเปลี่ยนทางเศรษฐกิจให้เป็นอำนาจทางภูมิศาสตร์ และอาศัยอำนาจทางการเมืองที่เติบโตขึ้นมา เพื่อสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญอยู่ที่ทรัพยากรและขีดความสามารถของประชากรของจีนในประเทศ และชาวจีนพื้นทะเล ที่จะเป็นเครือข่ายในการพัฒนาประเทศจีน เช่น สิงคโปร์ ฮองกง และไต้หวัน เป็นต้น ทำให้ประเทศจีนมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น

ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนเข้าในประเทศ เนื่องมาจากอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และการเปิดประเทศของจีนที่มีอย่างระมัดระวัง หรือแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อเป็นการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เข้มแข็ง และเป็นอำนาจต่อรองในเวทีทางการค้าโลก โดยกำหนดนโยบายการลงทุนที่มีเงื่อนไขจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับจีนอย่างแท้จริง เช่น การกดดันให้เจนเนอรัล มอเตอร์ หรือ GM ของสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาลงทุนในจีนจะต้องจัดตั้งศูนย์วิจัยพัฒนาในประเทศจีน และจะต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการบริหารจัดการที่เป็นความสามารถหลักให้กับประชากรของจีน โดยปราศจากการคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญา และ

ยังต้องดำเนินกิจกรรมร่วมกันด้วย จึงทำให้จีนมีโอกาสเรียนรู้เทคนิคการปฏิบัติงาน ซึ่งจุดมุ่งหมายในการสร้างบริษัทนานาชาติที่เป็นจีนบนเวทีการค้าโลก

การลงทุนจากต่างชาติในจีนมีศักยภาพทั้งทางด้านเงินทุน เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ ทำให้การเรียนรู้จากต่างชาติจึงเป็นสิ่งสำคัญ แต่ต้องไม่ทำให้วัฒนธรรมและสังคมของประเทศเสื่อมโทรมลง และเป็นการลงทุนที่ไม่นำค่านิยมจากต่างชาติติดมาด้วย ซึ่งประเทศจีนมีแนวทางในการกำหนดนโยบายการลงทุนที่จะปกป้องการคุกคามประเทศของต่างชาติ แต่ก็เห็นความสำคัญของการถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งอาศัยกฎหมายบังคับบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติที่ลงทุนในอุตสาหกรรมสำคัญ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ จะต้องมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมอุตสาหกรรม ซึ่งมีต้นแบบมาจากประสบการณ์ของประเทศญี่ปุ่น แต่แตกต่างตรงที่จีนมีการสะสมของการถ่ายทอดเทคโนโลยีอยู่ตามทีศูนย์วิจัยพัฒนาต่างของรัฐ และต่างชาติ ซึ่งแต่เดิมจีนประสบปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในการเผยแพร่เทคโนโลยี และยังไม่มีความชำนาญในการสร้างนวัตกรรม ทำให้จีนได้เริ่มการพัฒนาจากการเป็นผู้ผลิตจัดส่งวัสดุประกอบให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ หรือไม่ก็เป็นผู้ผลิตวัสดุโดยตรงกับผู้ผลิตแบบ (OEMs: Original Equipment Manufactures) จากนั้นจึงได้มีการพัฒนาศักยภาพทางการออกแบบเพื่อเปลี่ยนให้เป็นผู้ผลิตที่มีการออกแบบเอง (ODMs: Original Designed Manufactures) และพัฒนาสู่การเป็นผู้ผลิตที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง (OBMs: Original Branded Manufactures)

ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมของจีนจึงเริ่มจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีขีดความสามารถมากขึ้น โดยการทำงานในศูนย์วิจัยพัฒนาที่สนับสนุนจากเงินทุนของรัฐหรือศูนย์วิจัยของนานาชาติ จีนมีแรงงานราคาถูกจำนวนมาก ที่จะต้องพัฒนาทักษะของประชากรสำหรับการแข่งขันในระดับโลก การใช้ระบบการศึกษาเรียนรู้ที่ได้รับอิทธิพลจากต่างชาติ รวมทั้งการสนับสนุนให้ประชากรไปเรียนรู้ในต่างประเทศ โดยเสนอข้อสัญญาที่จะจ้างงานบุคคลกรที่มีความสามารถสูง ซึ่งเป็นการดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านเทคนิคการประยุกต์ และมีความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ จากแหล่งความรู้ เทคโนโลยี วิทยาการ และการบริหารจัดการ ที่นี้ประเทศจีนยังการพัฒนาทางด้านภาคบริการที่จะทำให้สูญเสียโอกาสในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการสร้างอำนาจต่อรองทางด้านอุตสาหกรรมของจีน ที่เกิดจากการหลอมรวมของเงินทุน ทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญของทรัพยากรมนุษย์ของประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้ประเทศมีสภาพคล่องทางการค้าและการลงทุนสูง โดยมูลค่าการส่งออกของจีนมาจากการลงทุนร่วมกับต่างชาติของบริษัทในประเทศจีน อาศัยความสามารถในเทคนิคด้านการบริหารจัดการ ความมีมาตรฐานคุณภาพ และความมีชื่อเสียง มีช่องทางการจัดจำหน่าย และมีตลาดรองรับในต่างประเทศ บริษัทต่างชาติใช้เหตุผลทางเศรษฐศาสตร์การเมือง และเศรษฐกิจในการลงทุน และจีนก็มีนโยบายคล้ายกับญี่ปุ่นที่

ให้ความสำคัญกับแผนอุตสาหกรรมทางยุทธศาสตร์ และยังคงกั้นจากการใช้กำแพงปิดกั้นสินค้าจากต่างชาติ ซึ่งมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขขององค์การการค้าโลกไปเต็มที่ การปฏิบัติของจีนนั้นต่างจากญี่ปุ่นที่ขนาดทางภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจของจีนที่มีขนาดใหญ่และเติบโตมากขึ้น และญี่ปุ่นมักจะมีนโยบายปฏิเสธรการลงทุนจากต่างชาติ เนื่องจากญี่ปุ่นกลัวการครอบงำ และคุกคามทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ผู้ที่ดำเนินการจดทะเบียนจะมีสิทธิในเครื่องหมายการค้าตามกฎหมายจีนต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทผู้ร่วมลงทุนต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิต อีกทั้งจำหน่ายในราคาต่ำมาก เนื่องมาจากปัญหาการแสดงราคานำเข้าต่ำกว่าความเป็นจริง(Under Value)

4.2.1.4 เปรียบเทียบการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยกับมาเลเซีย และอินโดนีเซีย การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศมาเลเซีย ก็ต้องอาศัยการลงทุนจากต่างประเทศ เช่นกัน แต่มีการจำกัดขอบเขตของการลงทุน เพื่อป้องกันการควบคุมเศรษฐกิจของประเทศจากกลุ่มทุนข้ามชาติ และมีการถ่วงดุลระหว่างทุนข้ามชาติ เพื่อป้องกันการสร้างอำนาจต่อรองเหนือรัฐ และดำเนินแนวนโยบาย เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศ อาทิเช่น รถยนต์ยี่ห้อโปรตอน ที่เป็นการลงทุนร่วมจากกลุ่มทุนเปรูซาฮาน (ร้อยละ 43) กับรัฐบาล (ร้อยละ 57) โดยรัฐมีนโยบายที่จะใช้อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศขับเคลื่อนไปสู่อุตสาหกรรมหนักของประเทศในปี พ.ศ. 2526 ขณะที่รถยนต์ยี่ห้อเปโรดัว เป็นการลงทุนร่วมกับไคฮัทสุ ซึ่งเป็นเครือข่ายของผู้ผลิตรถยนต์ยักษ์ใหญ่ของญี่ปุ่น คือ โตโยต้า ประมาณร้อยละ 51 ซึ่งมีการพัฒนารถยนต์เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศมาเลเซียมากกว่า และครองแชมป์ตลาดรถยนต์ ทั้งๆ ที่เริ่มตั้งมาในปี พ.ศ. 2538 แต่ก็มีผู้นำเขารถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น เช่น โตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน ซึ่งการพัฒนาทางรถยนต์ก็ยังคงไปไปตามปริมาณการใช้รถยนต์ในประเทศ และเป็นของทุนข้ามชาติเหมือนกัน แต่มีการควบคุมสมดุลให้เหมาะสมกับการใช้ในประเทศ

ส่วนประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ดำเนินนโยบายคล้ายกับประเทศไทย เนื่องจากประเทศประสบปัญหาทางการเงิน ซึ่งต้องปรับพื้นฐานด้านการเงิน และการลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ อีกทั้งยังประสบปัญหาทางการเงินเมือง ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ขึ้นอยู่กับทุนข้ามชาติเช่นกัน เห็นได้จากที่กลุ่มทุนผู้ผลิตรายรถยนต์จากต่างประเทศเข้าไปลงทุนเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ ทำให้สามารถกำหนดแนวนโยบายการผลิต และตลาดในประเทศได้ จะเห็นได้ว่าประเทศที่ต้องการพัฒนานั้น มีการพัฒนาอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ มีส่วนจำเป็นต่อวิถีชีวิตของประชาชนในประเทศไทย ซึ่งไม่มีการ

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของกลุ่มทุนไทย ทำให้ขาดศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมของตนเอง และต้องดำเนินบทบาทของทุนข้ามชาติส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย

4.2.2 นโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์

การกำหนดนโยบายศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์ของเอเชียของไทย เป็นการเปิดเสรีการค้าการลงทุนภายใต้ระบบเสรี ข้อจำกัดตามเงื่อนไขขององค์การการค้าโลกเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้า และการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ทำให้มีการเคลื่อนไหวด้านประสิทธิภาพการผลิต และประสิทธิภาพของเครือข่ายมากขึ้น จะทำให้กิจการนั้นสามารถอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ได้ เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และเยอรมนี ส่วนประเทศจีน และอินเดียในอนาคตจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกรายสำคัญของโลก ในอนาคตผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทยปัจจุบันทั้ง 3 รายที่เป็นการร่วมทุนหรือการลงทุนโดยตรงจากต่างๆ ประเทศ และเป็นเครือข่ายของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ การผลิตยางเรเดียลให้กับรถยนต์นั่งทั้งประเภทเก๋งและปิกอัพ รถบรรทุกทั้งขนาดกลาง และใหญ่ รวมทั้งรถที่ใช้ในอุตสาหกรรม ดังนั้นนโยบายของรัฐจึงเป็นการสนับสนุนทุนต่างชาติมากกว่าทุนไทย เป็นการสร้างโอกาส และลดอุปสรรคการลงทุนให้กับต่างชาติที่เข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมยางรถยนต์

การที่รัฐกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์เพิ่มการลงทุนในประเทศ และเป็นการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ จากการใช้แนวคิดของเคนส์ เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการลงทุนของประเทศ กลุ่มทุนยางรถยนต์ของไทยยังเป็นรองในเรื่องเทคโนโลยีการผลิต และขนาดการผลิต ส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่ต้องการพัฒนาให้เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ และสามารถแข่งขันได้ ดังนั้นการออกนโยบายของรัฐส่งผลกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ และการลงทุน เนื่องจากการสร้างอุปสรรคการลงทุนให้กับทุนไทยการเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ศักยภาพของกลุ่มทุนยางรถยนต์ไทยขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐช่วยสนับสนุน ปกป้องธุรกิจให้สามารถยืนหยัดได้เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศเกาหลีใต้ ที่ใช้นโยบายสนับสนุนจนสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้

4.2.2.1 นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ การที่รัฐมีกำหนดนโยบาย และมาตรการด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ (Infrastructure) เป็นปัจจัยสำคัญในอันดับแรกๆ ของการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ทั้งนี้เพราะภาคอุตสาหกรรมจะต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคต่างๆ ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท และคมนาคม เป็นต้น เพื่อสร้างความสะดวก และรวดเร็วของการขนส่ง หรือ โลจิสติกส์

ของประเทศ ซึ่งเป็นต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบ สินค้าประเภททุน และผลผลิต ให้สามารถกระจายไปยังผู้บริโภค และเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบต่างชาติทั้งภายใน และนอกประเทศได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ารัฐมีนโยบายกระจายอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคและท้องถิ่นมีกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องในเวลาอันรวดเร็ว จะทำให้โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการไทยในการลงทุนได้อย่างมาก ดังนั้นนโยบายเศรษฐกิจส่งผลกับโอกาส และประสิทธิภาพการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์ เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศมีการกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ทำให้ต้นทุนขนส่ง และต้นทุนแรงงานสูงตามสถานะเศรษฐกิจของชุมชนเมือง

4.2.2.2 นโยบายส่งเสริมการลงทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ การที่รัฐกำหนดทิศทางของนโยบายด้านส่งเสริมการลงทุน โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment) เป็นแนวทางหนึ่งที่หลาย ๆ ประเทศนำมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อต้องการจูงใจการลงทุนจากการลดต้นทุนทางด้านอุตสาหกรรม เช่น นโยบายการกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) ด้วยการจัดตั้งแหล่งอุตสาหกรรมในรูปแบบของโครงการ Eastern Seaboard ที่แหลมฉบัง และที่มาบตาพุดเพื่อรองรับอุตสาหกรรมหนักอย่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมี (Petrochemical-based Industries) อุตสาหกรรมเหล็ก และอุตสาหกรรมยานยนต์ มีการให้สิทธิประโยชน์กับอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่นอกกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยอุตสาหกรรมที่อยู่ไกลสุดจะได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด ทำให้มีการขยายฐานการผลิตภาคอุตสาหกรรมไปยังส่วนต่างๆ ของประเทศไทยมากขึ้น และมีสนับสนุนการขยายเครือข่ายการลงทุนออกไปในภูมิภาค และสนับสนุนการรวมกลุ่มทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

การกำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์กับต่างชาติ ภายใต้ข้อกำหนดขององค์การการค้าโลก จากการที่รัฐกำหนดทิศทางของนโยบายด้านส่งเสริมการลงทุน โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment) โดยกำหนดสิทธิประโยชน์สูง ทำให้มีการขยายฐานการผลิตยานยนต์ในประเทศไทย และมีการขยายเครือข่ายการลงทุนมากขึ้น เช่นการที่บีโอไอ ได้มีการส่งเสริมการขยายเครือข่ายการลงทุนของกลุ่มทุนประเทศญี่ปุ่นเข้ามายังประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายที่จะดึงดูดอุตสาหกรรมต่างๆ ให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และทางประเทศญี่ปุ่นคาดหวังที่จะให้เอสเอ็มอี (SMEs) ของญี่ปุ่นเชื่อมโยงกับเอสเอ็มอี (SMEs) ของไทย โดยการสนับสนุนจากกลุ่มทุนธนาคารญี่ปุ่นให้การสนับสนุน ได้แก่ ธนาคาร The UFJ Group, The Bank of Tokyo Mitsubishi Ltd., Sumitomo Banking Corporation, Mizuho Financial Group และ The Shoko Chukin Bank จากบทสัมภาษณ์ของสาธิต ศิริรังคมานนท์ เลขาธิการคณะกรรมการ

ส่งเสริมการลงทุน (BOI)³ มีการทำข้อตกลงหรือ MOU (Memorandum of Understanding) กับนายอิโรชิ นาเคดะ นายกเทศมนตรีเมืองโยโกฮาม่าของประเทศญี่ปุ่น เมืองท่าอุตสาหกรรมทางด้านยานยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์ โลหะ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อร่วมเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุน และส่งเสริมกิจการเอสเอ็มอี (SMEs) ของญี่ปุ่นในลักษณะของการจับคู่ทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและญี่ปุ่น ขณะที่เสนอแนวทางเกี่ยวกับการสนับสนุนกลุ่มทุนญี่ปุ่นของนายวัฒนา เมืองสุข สมัยที่เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการลงทุนรถยนต์เอสคาร์หรือรถยนต์ขนาดเล็กในประเทศไทย เนื่องจากญี่ปุ่นมั่นใจให้ประเทศไทยเป็นแหล่งลงทุนอันดับหนึ่ง และใช้เป็นฐานการผลิตของญี่ปุ่น ซึ่งได้มีนโยบายให้บีโอไอศึกษาการให้สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจในการผลิต แต่ผู้ผลิตก็ยังไม่มีการผลิตรถยนต์ให้ได้ตามมาตรฐานข้อกำหนดของกระทรวงอุตสาหกรรม และทางผู้ผลิตส่วนใหญ่ขอยืดหยุ่นมาตรฐาน ซึ่งอาจมีการต่อรองในเรื่องสิทธิ และผลประโยชน์ที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน

นโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยจึงส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศจากการใช้แนวคิดทฤษฎีค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent) ที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งประเทศไทยกำหนดให้มีลักษณะการลงทุนข้ามชาติ หรือเป็นการลงทุนของต่างชาติเกือบทั้งหมด และประเทศไทยจะได้รับเพียงผลประโยชน์ที่เป็นค่าสิทธิ หรือค่าเช่าจากขออนุญาตการลงทุนในประเทศ ค่าแรงงาน และการพัฒนาทักษะทางด้านแรงงาน รวมทั้งการให้กลุ่มสิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์กีดกันทางการเมืองจากการออกนโยบายเอื้อผลประโยชน์ทางอ้อมกับกลุ่มทุน จึงเป็นการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent Seeking) มากกว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยขาดการสะสมทุนที่จะใช้ในพัฒนาการลงทุนยางรถยนต์เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยที่จะไม่สามารถพัฒนาการผลิตให้เทียบเท่ากับต่างชาติได้ และทำให้อุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทยอยู่ภายใต้อำนาจของของต่างชาติทางด้านเทคโนโลยี และเครือข่ายอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งเมื่อเทียบกับนโยบายการลงทุนของประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศจีน และมาเลเซีย ที่มีการสร้างเงื่อนไขการลงทุน ให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นของประเทศจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต และการจัดการให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งมีลักษณะการร่วมทุนกับทุนของประเทศนั้นๆ

4.2.2.3 นโยบายทางการผลิต และการค้าที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ แบ่งได้เป็น ดังนี้

³ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม. (2548), บีโอไอขยายเครือข่ายส่งเสริมการลงทุน จับมือเมืองโยโกฮาม่าหนุนธุรกิจเอสเอ็มอีไทย-ญี่ปุ่น. ฉบับที่ 80. เอกสารข่าวสำหรับสื่อมวลชน กองตลาดเพื่อการลงทุน วันที่ 16 มิถุนายน 2548

นโยบายด้านการผลิต สิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมของกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ในประเทศไทย คือการใช้เทคโนโลยีในการผลิต การทดสอบ การวิจัย และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จากกลุ่มทุนข้ามชาติของตน และมีการมุลค่าลงทุนสูงในด้านการวิจัย และพัฒนาตั้งแต่การกำหนดส่วนผสมยาง โครงสร้างยาง ดอกยาง และการพัฒนาคุณภาพของยางรถยนต์ด้านอื่นๆ และมีการสร้างเครือข่ายจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปยังผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มทุนของตนในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศ ที่ส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็ก มักจะประสบปัญหาในเรื่องของเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากขาดการวิจัย และพัฒนานั้น ขาดเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน และครบวงจร **รัฐบาลยังไม่มีบทบาทในการพัฒนาการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องการความช่วยเหลือ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางรถยนต์** แต่รัฐบาลก็ได้เห็นถึงความสำคัญจากการศึกษาของสภาพพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ โดยมีนโยบายการจัดตั้งศูนย์ทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นอยู่กับสถาบันยานยนต์ และจัดตั้งเป็นศูนย์ทดสอบแห่งชาติในอุตสาหกรรมยานยนต์ และยางรถยนต์

นโยบายด้านการค้า เป็นการจัดการโครงสร้างภาษีนำเข้าเป็นหลัก ซึ่งปัจจุบัน รัฐบาลได้กำหนดให้อากรนำเข้ายางรถยนต์มีอัตราที่สูงกว่าอากรนำเข้าปัจจัยการผลิต ส่งผลให้ผู้ผลิตภายในประเทศได้รับการคุ้มครอง ในปี พ.ศ. 2539 อัตราอากรนำเข้าสำหรับยางรถยนต์ของไทยจะเฉลี่ยประมาณร้อยละ 26 ขณะที่อัตราอากรนำเข้าสำหรับปัจจัยการผลิตต่างๆ อยู่ในช่วงร้อยละ 5-25 และอัตราอากรนำเข้ายางสังเคราะห์ SBR ร้อยละ 12.5 และอัตราอากรนำเข้าผงเขม่าดำ ร้อยละ 15 เป็นต้น จากโครงสร้างอากรนำเข้าดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตในประเทศได้รับการคุ้มครองสำหรับยางรถยนต์นั่งประเภทเรเดียล (Radial) ในระดับสูง มีข้อดีข้อเสียที่จะทำให้ผู้ผลิตภายในประเทศขาดแรงจูงใจในการผลิตและส่งออกสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ ที่ต้องเผชิญการแข่งขันในระดับที่สูง จากการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่าถ้าหากอัตราอากรนำเข้าของสินค้าสำเร็จรูปหรือรถยนต์ลดลงเหลือร้อยละ 5 ในปี พ.ศ. 2543 ตามข้อตกลงของเขตการค้าเสรีอาเซียนหรือ AFTA ค่าอัตรการคุ้มครองแท้จริงของไทยจะติดลบร้อยละ 2 หมายความว่า การให้การคุ้มครองแก่ผู้ผลิตของภาครัฐจะค่อย ๆ หดไป รัฐมีนโยบายทางด้านการตลาดที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจากการลดภาษีนำเข้าสินค้าที่ในรูปวัตถุดิบการผลิต หรือยางรถยนต์สำเร็จรูป ตามข้อตกลงการค้าในรูปแบบทวิภาคี หรือ FTA ที่กำหนดให้ลดภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 0 ใน 10 ปี นับจากที่ได้ทำข้อตกลง เมื่อเป็นเช่นนี้ระยะเวลาที่เหลืออยู่ผู้ผลิตควรจะเร่งพัฒนากระบวนการผลิตให้ทันสมัย และมีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ อาจทำให้ผู้ผลิตในประเทศปรับตัวไม่ทัน ดังนั้นนโยบายทางด้านภาษีที่ส่งผลกับการค้าของตลาดยางรถยนต์ใน

ประเทศ ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคาเพิ่มสูงขึ้นอันนำไปสู่การทุ่มตลาด และอาจเกิดข้อพิพาทในองค์การการค้าโลก (WTO) ตามมาตรการของการทุ่มตลาด (AD/CVD)

4.2.2.4 นโยบายการค้าเสรี กับการกีดกันการค้า ประเทศไทยพยายามเร่งการเจรจาการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอินเดีย ทำให้คู่เจรจา FTA ของไทยเป็นกลุ่มประเทศที่มีประชากรรวมกันมากกว่า 2,000 ล้านคน ซึ่งจะเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีความก้าวหน้า การขยายขอบเขตความตกลงของ FTA มีการพัฒนาออกไปไกลกว่าเฉพาะการสร้างความสะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันเท่านั้น แต่จะครอบคลุมประเด็นที่สำคัญที่คู่เจรจาทุกฝ่ายพอใจ ตั้งแต่การลงทุน การบริการ และการพัฒนาด้านต่างๆ ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจคู่สัญญาจะได้ประโยชน์จากข้อตกลงดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งมักจะเรียกกันว่า **ความร่วมมือใกล้ชิดทางเศรษฐกิจหรือพันธมิตรทางเศรษฐกิจ (Close Economic Partnership หรือ CEP)** เพราะฉะนั้นประเด็นต่างๆ ทั้งหมดจะมีการผูกโยงเข้าหากันในกระบวนการต่อรอง ที่จะมีการแลกเปลี่ยนกันข้ามสาขาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของแต่ละฝ่าย ดังนั้นการมองภาพของความเอื้อประโยชน์ (Complementary) ของความชำนาญ และได้ประโยชน์ในภาพรวมเป็นสิ่งจำเป็นของความสำเร็จในการตกลงกัน ซึ่งในกระบวนการเจรจานั้นแต่ละประเทศจะหลีกเลี่ยงการพิจารณาผลได้และเสียในเฉพาะสาขาหรือสินค้าไม่ได้ แต่อาจจะต้องพิจารณาข้ามสาขา และความร่วมมือ ซึ่งจะมีการมัดประเด็นรวมกันมากกว่าการค้าระหว่างประเทศอย่างเดียวเท่านั้น ทำให้การพิจารณาหาสถานภาพที่ดีที่สุด (Optimal Position) และนำประโยชน์ต่อประเทศมากที่สุด การเจรจาระหว่างผู้รับผลิตขอในแต่ละประเด็น เป็นสิ่งที่ท้าทายและซับซ้อนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าอาจจะทำให้ผลประโยชน์กับบางสาขา แต่จะส่งผลกระทบต่อบางสาขาได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีการผลิตในประเทศ อย่างเช่น ยางรถยนต์ที่จะต้องแข่งขันทางด้านราคากับยางรถยนต์นำเข้า จึงต้องประเมินผลกระทบทั้งในทางตรงและทางอ้อมที่จะส่งผลถึงประโยชน์ของประเทศที่จะได้รับจากข้อตกลงในภาพรวมของเศรษฐกิจและสังคม

นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศ เนื่องจากการแข่งขันในปัจจุบันขึ้นอยู่กับผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ที่เป็นของกลุ่มทุนต่างชาติ ทั้งกลุ่มทุนญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อเมริกา และได้หวัน เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าจะส่งผลให้มีการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศมากขึ้น เช่น ยางคอนติเนนตัล จากผลิตจากกลุ่มทุนเยอรมนีที่มีการลงทุนในประเทศมาเลเซีย และได้ร่วมมือกับบริษัทรถยนต์มิซูบิชิในประเทศไทย กำหนดให้ใช้ยางคอนติเนนตัล เป็นยางรถยนต์มาตรฐานในรถปิกอัพหรือรถปิกอัพ 1 ตัน ของมิซูบิชิรุ่นไตรคัลหรือการนำเข้ายางรถยนต์คุณภาพสูงที่ใช้สำหรับรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ จึงเห็นได้ว่าการเปิดเสรีทางการค้าเป็นอำนาจการกีดกันในการเข้าตลาดจากนโยบายของรัฐ ทำให้เป็นอุปสรรคของการ

พัฒนากลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ที่จะทำให้ไทยขาดเสถียรภาพจากการเสียเปรียบทางการค้า และจะทำให้ขาดดุลทางการค้าจากอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในระยะยาวได้ ดังนั้นรัฐบาลควรที่จะกำหนดนโยบายในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำของผู้ประกอบการไทย เช่น ยางพาราและยางรถยนต์ เพื่อใช้เป็นอุตสาหกรรมที่ต่อรองทางด้านดุลการค้ากับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ

4.2.3 ประเทศไทยขาดนโยบายที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต้นน้ำกับกลางน้ำ

เหตุใดประเทศไทยมีความพร้อมด้านอุตสาหกรรมต้นน้ำ (ยางพารา) แต่ไม่สามารถต่อยอดและพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ได้ และยังคงส่งออกยางดิบถึงร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมด

อุตสาหกรรมของประเทศไทยขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำกับกลางน้ำ หรืออุตสาหกรรมยางธรรมชาติกับอุตสาหกรรมรถยนต์ได้ มักจะอาศัยทุนจากต่างชาติ เข้ามามีบทบาทกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้การผลิตยางรถยนต์ต้องอาศัยวัตถุดิบในประเทศอย่างเช่น ยางธรรมชาติ ถูกกำหนดการใช้โดยบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์จากต่างชาติ เป็นการใช้นโยบาย **Global Sourcing** ของกลุ่มทุนข้ามชาติในการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อป้องกันกับอุตสาหกรรมในประเทศของตน เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์กึ่งเคียร์ของอเมริกา ที่มีโรงงานผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย แต่มีฐานการจัดหาวัตถุดิบที่เป็นยางธรรมชาติในประเทศสิงคโปร์ เพื่อจัดส่งยางธรรมชาติให้กับโรงงานผลิตของกึ่งเคียร์ทั่วโลก ขณะที่ผู้ผลิตยางรถยนต์บริดจสโตน และโยโกฮาม่าจากญี่ปุ่น ตั้งโรงงานผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยใช้วิธีการจัดหาวัตถุดิบแบบนี้เช่นกัน

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งมีการใช้ยางพารามากที่สุด มีอยู่ใน 3 บริษัทข้ามชาติ และอยู่ภายใต้อิทธิพลของทุนต่างชาติ โดยมีการซื้ออย่างผ่านบริษัทแม่ในต่างประเทศ และให้บริษัทตัวแทนในประเทศไทยเป็นผู้จัดส่ง จะเห็นได้ว่าเสมือนเป็นนำเอายางธรรมชาติในประเทศส่งออกต่างประเทศ จากนั้นก็นำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบการผลิตในประเทศ ซึ่งที่จริงแล้วเป็นเพียงการทำสัญญาในการซื้อขายระหว่างประเทศเท่านั้น และไม่เกิดการส่งสินค้าจริง แทนที่จะซื้อขายโดยตรงในประเทศ จึงเป็นลักษณะของการทำ Pricing Transfer ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการสร้างราคาของทุนข้ามชาติ จากการใช้นโยบาย **Global Sourcing** สำหรับจัดหาวัตถุดิบผ่านประเทศอื่นๆ โดยอ้างว่าจะมีการจัดส่งยางธรรมชาติไปตรวจสอบคุณภาพในต่างประเทศ จากนั้นก็จัดส่งเข้ามาผลิตในประเทศไทย หรือมีการตรวจสอบคุณภาพ แล้วจัดส่งในประเทศไทย ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายการผลิตของแต่ละรุ่น หรือประเภทของยางรถยนต์ เนื่องจากการแข่งขันยางรถยนต์ไม่ใช่เกิดแต่เพียงในประเทศเท่านั้น แต่ต้องสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ จึงเป็นมีการวิจัยพัฒนาผลิตยางใช้ใน

ประเทศ และเพื่อการส่งออก ทำให้ต้องควบคุมต้นทุนการผลิต เพื่อให้ยางรถยนต์ของตน เป็นสินค้าประเภท Community มากขึ้นสามารถใช้ได้ทั่วโลก รวมทั้งผู้ผลิตยางของไทยมีกำลังการผลิตน้อย และมีสัดส่วนในตลาดน้อยกว่าร้อยละ 10 ทำให้การใช้ยางธรรมชาติมาใช้ในการผลิตยางรถยนต์จึงมีน้อย และมีการนำไปใช้ในการผลิตที่เป็นผลิตภัณฑ์อื่นมากกว่ายางรถยนต์ เช่น ผลิตภัณฑ์ยางรองเท้า ฟองน้ำ กาว ยางมัดของ ส่วนประกอบในชิ้นส่วนรถยนต์ และอื่นๆ ทำให้การผลิตยางธรรมชาติของไทย เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าการใช้ในประเทศ เป็นการใช้ทรัพยากรของประเทศเพื่อตลาดทั่วโลก ซึ่งถ้าประเทศไทยไม่มีนโยบายจัดความสมดุล และควบคุมอุตสาหกรรมต้นน้ำ และปลาย จะทำให้ประเทศต้องใช้ทรัพยากรมากเกินไป อาจทำให้สูญเสียสมดุลทางเศรษฐกิจ จะถูกรอบงำทางเศรษฐกิจของต่างชาติ

นอกจากนั้นการผลิตยางของประเทศไทยเป็นยางแผ่นมากกว่ายางแท่งทำให้มูลค่ายางนั้นต่ำกว่า อีกทั้งความต้องการใช้ยางแผ่นในประเทศน้อยกว่าการส่งออกด้วย เห็นได้จากผู้ผลิตยางรถยนต์จากญี่ปุ่น กำหนดนโยบายการผลิตยางรถยนต์ให้ใช้ยางแผ่นรมควันเป็นส่วนผสมในการผลิต ขณะที่ผู้ผลิตยางรถยนต์จากอเมริกา และยุโรป กำหนดนโยบายการผลิตยางรถยนต์ให้ใช้ยางแท่งเป็นส่วนผสมในการผลิต ซึ่งประเทศไทยมีการผลิตยางแผ่นเท่านั้น ส่วนการแปรรูปยางแท่งเป็นการลงทุนจากต่างชาติ เนื่องจากต้องใช้ทุนในการแปรรูปเป็นยางแท่งสูงกว่า แต่การผลิตยางธรรมชาติของประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีการพัฒนาการผลิตยางแท่งมากกว่ายางธรรมชาติ เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องมากกว่า และสร้างมูลค่าเพิ่มจึงมากกว่าประเทศไทย

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ประเทศไทยไม่สามารถที่จะต่อยอดในอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างยางธรรมชาติกับยางรถยนต์ เนื่องจากกลยุทธ์ในการสร้างกระบวนการผูกขาดยางธรรมชาติ และยางรถยนต์ในประเทศไทย ที่ทำให้ยางรถยนต์ไทยไม่สามารถมีบทบาทได้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

4.2.4 บทบาทกลุ่มทุนต่างๆ ที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

การใช้เทคโนโลยีการผลิตตามการกำหนดของกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์ที่เป็นทุนข้ามชาติ เพื่อการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการในลักษณะการผลิตแบบรับจ้างผลิต (OEM) มีการลงทุนลักษณะที่พึ่งพิงกับกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์มากกว่าการลงทุนลักษณะทดแทนการใช้งาน (REM) เช่น กลุ่มยานยนต์โตโยต้าจากประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มยางรถยนต์ของบริดจสโตนจากญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจในกลุ่มธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของนักลงทุนเอกชนของญี่ปุ่น (Japanese Chamber of Commerce Bangkok : JCCB) ที่ได้มีการร่วมลงทุนในการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม

จึงมีลักษณะตลาดผูกขาดจากการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จากการสร้างตลาดแข่งขันให้ เป็นแบบน้อยรายขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตรถยนต์ และขนาดการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

4.2.4.1 บทบาทกลุ่มทุนข้ามชาติในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่เข้ามาอิทธิพลข้ามชาติ ที่มีต่อการกำหนดบทบาทการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ มักจะมีส่วนร่วมร่วมกับกลุ่มทุนทางการเมืองของไทย การขยายตัวของการค้าเสรีระหว่างประเทศ ทำให้มีการลงทุนจากศูนย์กลางทุนนิยมเป็นเหตุให้ประเทศขาดดุลการค้า โดยเฉพาะทางด้านกลุ่มอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่กลุ่มทุนมักจะแสวงหาช่องทางที่จะร่วมมือกับทุนข้ามชาติ เพื่อการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มทุน โดยที่ทุนข้ามชาติต้องการใช้กลุ่มทุนไทยเป็นตัวเชื่อมกลุ่มทุนที่อยู่ในอำนาจของรัฐในทางการเมืองของไทย ที่แต่เดิมขาดอำนาจทางการเมืองของตนเองมักจะอิงกับอำนาจจากราชการ และผู้มีอำนาจในการปกครอง โดยแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่กลุ่มทุนสามารถจัดหาให้ได้ เช่นกลุ่มทุนในประเทศจีน ที่เติบโตขึ้นด้วยการอิงอำนาจปกครองที่ให้อภิสิทธิ์ในการผูกขาดสินค้า ดังนั้นการที่กลุ่มทุนได้ก้าวสู่สถานภาพทางการเมืองการปกครองจากการอิงอำนาจทางการเมืองจากกลุ่มอื่นเป็นการก้าวสู่อำนาจทางการเมืองด้วยตนเองโดยผ่านระบบพรรคการเมืองและการเลือกตั้ง และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของระบบทุนไทยมีลักษณะเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มแบบเครือญาติ หรือเพื่อนที่ใกล้ชิดที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทุนที่เติบโตและขยายตัวเป็นเครือข่ายธุรกิจของตระกูล มีการร่วมมือกับกลุ่มทุนใหญ่ในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างกลุ่มทุน เพื่อการเข้าไปควบคุมนโยบายและการบริหาร และสร้างอำนาจผูกขาดการเติบโตของทุนในทางธุรกิจจากการอาศัยพรรคการเมืองต่างๆ

บทบาทของกลุ่มทุนข้ามชาติ ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่มีต่อการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ของภาครัฐบาล และการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อปกป้องสิทธิ และความยุติธรรมต่อกลุ่มทุนข้ามชาติ เพื่อเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการส่งออกของบริษัทยักษ์ใหญ่ไปยังทุกภูมิภาคตามมาตรฐานโลก และยังได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีแผนผลักดันการเข้าแทรกแซงตลาดเพื่อพัฒนาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และเป็นตัวแทนในการผลักดันนโยบาย และจะเป็นการเปลี่ยนแปลงมาตรการต่าง ๆ เช่น ด้านโครงสร้างภาษี กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก มาตรการการเงิน การคลัง และการบริหารจัดการ

การวิเคราะห์บริบทของเศรษฐกิจโลกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย มีแนวโน้มแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยที่เกิดจากวัฏจักรเศรษฐกิจเป็นตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ การที่ประเทศต่างๆ เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น ทำให้ระบบเศรษฐกิจโลกแคบลงเป็นระบบโลกาภิวัตน์ เพราะการคมนาคมขนส่งที่ดีขึ้น ทำให้การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีลักษณะเป็นการผลิตข้ามชาติมากขึ้น เพราะทุนมีความเป็นสากลมากขึ้น และเกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และกระบวนการที่

แรงงานเข้าสู่ระบบการผลิตอุตสาหกรรมอันเป็นผลจากการปฏิวัติเทคโนโลยีด้านไมโครอิเล็กทรอนิกส์ จึงเกิดสัดส่วนการจ้างงานภาคอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลง เพราะระดับพัฒนาเศรษฐกิจเปลี่ยนไปตามลักษณะความเป็นวัฏจักรเศรษฐกิจของช่วงเวลาดังกล่าวอาจเห็นได้จากมิติต่างๆ เช่น การผันแปรของอัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม การผันแปรของอัตราการเพิ่มของการค้าระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนจากระบบการค้าเสรีเป็นการคุ้มครองอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยตัวแปรต่างๆ ที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจการค้าโลก เป็นทั้งโอกาสและขีดจำกัดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนา และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระจายการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมไปยังแหล่งที่หรือภูมิภาคต่างๆ ของโลก

ตารางที่ 18 แสดงกลุ่มทุนผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย

กลุ่มบริษัท	สัญชาติ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	กลุ่มทุน	ผลิตรายี่ห้อ
1. กลุ่มสยามมิชลินกรุ๊ป บจ. สยามมิชลิน บจ. ยางสยามพระประแดง	ฝรั่งเศส	2,667 1,177 200	บจ. มิชลินไทยโฮลดิ้ง บมจ. ปูซิเมนต์ไทย	มิชลิน (รถเก๋ง ปิกอัพ บรรทุก เครื่องบิน)
2. กลุ่มไทยบริดจสโตน บจ. ไทยบริดจสโตน บจ. บริดจสโตนคอปเปอร์เรชั่น	ญี่ปุ่น	400	กลุ่มทุนญี่ปุ่น กลุ่มตระกูลบุญสูง ชันซ้อ และกลุ่มสารสิน	บริดจสโตน (รถเก๋ง ปิกอัพ และ บรรทุก)
3. กลุ่มก๊าดเซียร์	อเมริกา	74	ก๊าดเซียร์ ไทรม&รับเบอร์ กลุ่มตระกูลศรีเฟื่องฟุ้ง	ก๊าดเซียร์ (รถเก๋ง ปิกอัพ บรรทุก เครื่องบิน)
4. กลุ่มโยโกฮาม่า บจ. โยโกฮาม่าไทร์ แมนูแฟกเจอร์	ญี่ปุ่น	1,712	กลุ่มทุนโยโกฮาม่ารับเบอร์ ต. สยาม คอมเมอร์เชียล	โยโกฮาม่า (รถเก๋ง ปิกอัพ รถบรรทุก)
5. กลุ่มซุมิโตโม (ไทยแลนด์) บจ. ซุมิโตโมรับเบอร์ บจ. ซุมิโตโมคอปเปอร์เรชั่น	ญี่ปุ่น	3,500 420	กลุ่มซัมมิต โกลบอล เมเนจเม้นต์ กลุ่มทุนญี่ปุ่น	คันลือป (รถเก๋ง ปิกอัพ รถบรรทุก)
6. กลุ่มเม็กซิส	ไต้หวัน	4,000	กลุ่มเม็กซิส โฮลดิ้ง (บีวีไอ) กลุ่มทุนบริติชเวสต์ กลุ่มทุนไต้หวัน	เม็กซิส (รถเก๋ง ปิกอัพ)

ที่มา: รวบรวมจากเอกสารการจดทะเบียนกระทรวงพาณิชย์ และการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

จากตารางที่ 18 กลุ่มทุนยางรถยนต์ที่มีการลงทุนจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนมากกว่า 1,000 ล้านบาท มีมูลค่าการลงทุนรวมมากกว่า 11,036 ล้านบาท กลุ่มทุนต่างชาติเน้นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตรถยนต์ในลักษณะ OEM ขณะที่กลุ่มทุนไทยเน้นการผลิตยางรถบรรทุกเพื่อตลาด REM เนื่องจากความสามารถในการสร้างเครือข่ายการตลาดของกลุ่มมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาและคุณภาพการผลิตน้อยกว่าผู้ผลิตจากต่างชาติ เพราะเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตนั้นกลุ่มทุนไทยขาดทุนวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล ที่ต้องมีการนำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบในต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตและทดสอบสูงกว่าต่างชาติ

การรวมกลุ่มผู้ผลิตไทยในการสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตต่างชาติ นั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากเครือข่ายการตลาดในประเทศส่วนใหญ่เป็นของผู้ผลิตรายใหญ่ ที่ครอบคลุมทั้งตลาดแบบ OEM และ REM โดยตลาดแบบ OEM จะเป็นลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มทุนแต่ละประเทศกับผู้ผลิตรถยนต์ เช่น ผู้ผลิตรถยนต์จากญี่ปุ่นอย่าง โตโยต้า มักจะใช้ยางรถยนต์ที่ผลิตจากกลุ่มทุนญี่ปุ่น เช่น บริดสโตน หรือผู้ผลิตรถยนต์จากอเมริกาอย่าง ฟอร์ด มักจะใช้ยางรถยนต์ที่ผลิตจากกลุ่มทุนอเมริกา เช่น กู้ดเยียร์ แต่การแข่งขันตลาดยางรถยนต์มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์จึงหันมาใช้วิธีการกำหนดรุ่นรถยนต์จะใช้ยางรถยนต์ที่ทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด จึงทำให้ยางรถยนต์อย่างมิชลินของกลุ่มทุนฝรั่งเศส ที่เข้ามาทำตลาดที่หลังสามารถที่จะเข้าไปแทรกกลุ่มผู้ผลิตยางเดิมได้ และสร้างความน่าเชื่อถือจากการวิจัยพัฒนา และใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สร้างการยอมรับจากผู้บริโภคได้ ส่วนตลาดแบบ REM เป็นการเน้นตลาดที่เป็นศูนย์บริการแบบครบวงจร ซึ่งต้องมีการลงทุนสูง ที่เกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และต้องพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรให้สามารถบริการได้อย่างมีมาตรฐานของแต่ละบริษัท เริ่มจากศูนย์บริการค้าปลีกยางรถยนต์ที่วงเวียน 22 ที่เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการยางรถยนต์ในยุคแรก ต่อมาก็ได้มีการเปิดศูนย์บริการอื่นๆ มากขึ้น เช่น ศูนย์บริการอู่เกิ้ลของบริษัท กู้ดเยียร์ ศูนย์บริการคอกพิคและออบโตบอยของบริษัท ไทยบริดสโตน ศูนย์ไทรพลัส ของบริษัท สยามมิชลิน ศูนย์บริการบีคิก ศูนย์บริการเชลล์อ้อโตเชิรซ์ของบริษัทเชลล์ โดยที่ศูนย์บริการจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมทั้งมีการจำหน่ายควบคู่ไปกับกระทะล้อรถยนต์ หรือแม่็ก และบริการอื่นๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตยางรถยนต์จะต้องสร้างเครือข่ายการตลาดที่ตลาดแบบ OEM และตลาดแบบ REM เพื่อประหยัดต่อขนาดการลงทุน

4.2.4.2 บทบาทของกลุ่มสถาบันที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ โดยกลุ่มทุนธุรกิจของไทยมักจะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทุนทางการเมืองของไทย แต่เดิมขาดอำนาจทางการเมืองของตนเอง ซึ่งจะอิงไปกับอำนาจจากราชการหรือผู้มีอำนาจในการปกครอง เพื่อประโยชน์ในการปกป้องคุ้มครองธุรกิจของกลุ่มแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่กลุ่มทุนสามารถจะจัดหา

ให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มทุนเชื้อสายจีนที่เข้ามาเติบโตขึ้นในไทยด้วยการอิงอำนาจปกครองที่ให้สิทธิในการผูกขาดสินค้า⁴ และกลุ่มทุนได้ก้าวสู่สถานภาพทางการเมืองการปกครองจากการอิงอำนาจทางการเมืองจากกลุ่มข้าราชการ เป็นการก้าวสู่อำนาจทางการเมืองด้วยตนเองโดยผ่านกลไกระบบพรรคการเมืองและการเลือกตั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา จากการที่กลุ่มทุนธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมในอำนาจรัฐโดยตรง เป็นปัจจัยสำคัญของวิถีทางเศรษฐกิจ และวิถีการเมืองการปกครองการเมืองไทยมีการใช้เงินจำนวนมากในการเลือกตั้งเพื่อให้ได้อำนาจทางการเมือง และเป็นกลุ่มที่กุมอำนาจในสังคมไทย (Power Bloc) ที่มีการสร้างความแข็งแกร่งจากพัฒนาการอันยาวนาน มีการปลูกฝังทางความคิดอุดมการณ์ที่จะสร้างศักยภาพ และสถานภาพทางการเมืองการปกครองของกลุ่มทุน และยังมีความสัมพันธ์กับกลุ่มทุนข้ามชาติ จากกระแสทุนต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย จากนโยบายส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 หรือสมัยการปกครองของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ซึ่งการเข้ามาลงทุนของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยนั้นเป็นไปตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุนให้สิทธิพิเศษในการยกเว้นภาษี และให้ผลประโยชน์ขั้นพื้นฐาน เช่น ที่ดิน สาธารณูปโภค และการนำบุคลากรเข้ามาเพื่อพำนักในราชอาณาจักร วัตถุประสงค์การส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้มีการจ้างงานสอดคล้องกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น เป็นนโยบายลงทุนของรัฐที่เอื้อประโยชน์กับกลุ่มทุนข้ามชาติ

ดังนั้นนโยบายของรัฐจำเป็นต้องพิจารณาทางเลือกในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยจากการผลิตสินค้าเพื่อการตลาดในประเทศหรือตลาดโลก การจัดหาเทคโนโลยีด้วยตนเองหรือให้บริษัทข้ามชาติดำเนินการ และการควบคุมบริษัทข้ามชาติหรือปล่อยเสรีพร้อมให้สิทธิพิเศษ โดยการส่งเสริมในระบบทุนนิยมของเอกชนไทยและต่างชาติ ที่จะให้สิทธิพิเศษต่างๆ ดึงดูดทุนในรูปแบบของการร่วมทุนหรือลงทุนทั้งหมดที่มีการใช้แรงงานในประเทศ แต่กลไกการบริหารเครือข่ายการผลิตและการตลาดขึ้นอยู่กับทุนข้ามชาติ ที่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มทุนเพียงไม่กี่กลุ่ม ในรูปแบบการร่วมทุนที่กลุ่มทุนต่างชาติมีอำนาจเหนือกว่ากลุ่มทุนไทย และใช้กลุ่มทุนไทยเชื่อมโยงกับรัฐบาล ในการสร้างอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย เนื่องจากรูปแบบและสัดส่วนของการถือหุ้นของไทย ทำให้กลุ่มทุนข้ามชาติมีโอกาสในการที่จะเป็นผู้กำหนดทิศทาง และเงื่อนไขต่างๆ ในการบริหาร เพราะเป็นกลุ่มที่ถือหุ้นใหญ่ ซึ่งการลงทุนในไทยยังต้องพึ่งพาเงินทุน เทคโนโลยี เครื่องจักร วัตถุดิบ และสินค้าทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการพึ่งพาเครือข่ายของบริษัทข้ามชาติที่อยู่ทั่วโลก ที่ทำให้กลุ่มทุนข้ามชาติมีศักยภาพทางการตลาดเหนือกว่ากลุ่มทุนไทย และกลุ่มทุนไทยจำเป็นต้องพึ่งพาเครือข่ายการนำเข้า และส่งออก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วย

⁴ สิริลักษณ์ 1980 (กำชัย ลายสมิต, เรื่องเดียวกัน, หน้า 35)

4.2.4.2.1 บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ มาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ และใช้กระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมยางรถยนต์เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งการส่งเสริมที่เป็นการให้สิทธิประโยชน์และกำหนดอัตราภาษีนำเข้าในระดับที่สูงเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ มาตรการที่ได้ดำเนินการตั้งแตปี พ.ศ. 2505 รัฐบาลได้ดำเนินมาตรการการส่งเสริมการลงทุน มีการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการผลิตรถยนต์ภายในประเทศผ่านคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) อาทิเช่น การยกเว้นภาษีนำเข้า ภาษีการค้าสำหรับวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นต้น ขณะเดียวกันรัฐกำหนดให้ยางรถยนต์เป็นสินค้าควบคุม ซึ่งการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศต้องขออนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งผลของการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวทำให้มีผู้ประกอบการผลิตทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ บริษัท ยางไฟร์สโตน (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัท ยางสยามได้เข้าซื้อกิจการ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2523) บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมยางยูนิเวอร์แซล จำกัด (เลิกกิจการไปแล้ว) และบริษัท กู้ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างไรก็ตามรัฐบาลได้ประกาศงดให้การลงทุนแก่กิจการประเภทนี้เป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 5 มิถุนายน 2515 เนื่องจากรัฐบาลเล็งเห็นว่ากำลังการผลิตเพียงพอต่อปริมาณความต้องการภายในประเทศ ถึงแม้รัฐบาลจะประกาศงดให้การลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ แต่การพัฒนายังคงมีอย่างต่อเนื่องจนสามารถส่งออกได้ในปริมาณที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจุบันบริษัทผลิตยางรถยนต์ดังกล่าวข้างต้นต่างพ้นจากช่วงระยะเวลาที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากการได้รับการส่งเสริมการลงทุน รัฐบาลได้มติเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2529 ให้โครงการผลิตยางรถยนต์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนอีกครั้ง มีเพียงบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัดบริษัทเดียวที่ได้รับอนุมัติส่งเสริมการขายกิจการเพื่อผลิตยางรถยนต์ส่งออกผ่านบริษัท เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัดที่นำยางรถยนต์ไปใช้เป็นส่วนประกอบการผลิตเพื่อส่งออกรถจักรยานยนต์

มาตรการทางการค้า (Trade Policy) เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการแข่งขันกับยางรถยนต์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ มาตรการทางการค้าเริ่มจากการควบคุมการนำเข้าในปี 2506 อย่างไรก็ตามมาตรการดังกล่าวถูกยกเลิกตั้งแต่ปี 2513 และหันมาใช้มาตรการทางด้านภาษีนำเข้าแทน โดยปรับเพิ่มอัตราภาษีนำเข้ายานยนต์ทุกประเภท

มาตรการทางด้านภาษีที่กำหนดไว้ในปี พ.ศ. 2503 ในอัตราร้อยละ 17 ของมูลค่า หรือเทียบเท่ากับอัตราภาษีพิเศษ (Specific Tariff) คือ ยางรถยนต์ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 4 กิโลกรัม เท่ากับเส้นละ 33 บาท สำหรับยางรถยนต์ที่มีน้ำหนักเกิน 4 กิโลกรัมแต่ไม่เกิน 6 เท่ากับเส้นละ 55 บาทต่อเส้น สำหรับยางรถยนต์ที่มีน้ำหนักเกิน 6 กิโลกรัม เท่ากับเส้นละ 132 บาทต่อเส้น ในปี พ.ศ.

2513 มาตรการทางด้านภาษีที่กำหนดไว้ อัตราภาษีนำเข้ายางรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ร้อยละ 35 ของมูลค่าสำหรับยางรถยนต์ หรือเทียบเท่าอัตราภาษีพิเศษเท่ากับ 20 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแตกต่างไปจากเดิมที่ผันแปรไปตามช่วงของน้ำหนัก อัตราภาษีนำเข้าสำหรับยางรถยนต์ภายในปี พ.ศ. 2513 เป็นต้นมา มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนักจนปัจจุบันอัตราภาษีนำเข้าสำหรับยางรถยนต์ เท่ากับร้อยละ 30 ของมูลค่า หรือ 21.50 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับไบอัส (Bias) และ 34.50 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับยางเรเดียลเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2540 อัตราภาษีนำเข้ายางรถยนต์เหลือร้อยละ 20 และจะทยอยปรับลด ภาษีแก่ประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ร้อยละ 0-5 ในปี พ.ศ. 2543 รัฐบาลก็ให้การคุ้มครองวัตถุดิบ ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตยางรถยนต์เช่นกัน มาตรการต่างๆ ของรัฐส่วนใหญ่เป็นมาตรการทางด้าน ภาษีนำเข้า ยกเว้นกรณียางธรรมชาติ ถึงแม้วัตถุดิบบางชนิดที่ยังไม่สามารถผลิตได้เอง ภายในประเทศ เช่น ยางสังเคราะห์ เป็นต้น มีการใช้อัตราที่จัดเก็บต่ำกว่าอัตราภาษีสำหรับยาง รถยนต์ นอกจากนี้ยังมีการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษการนำเข้า (Surcharge) อีกร้อยละ 10 ของอัตรา ภาษีนำเข้า เช่น อัตราภาษีนำเข้าสำหรับลวดทำขอบยาง (Bead Wire) และ ผ้าใบเคลือบ (Dipped Cord) ร้อยละ 20 ผงเขม่าดำ (Carbon Black) ร้อยละ 10 และสารเคมีต่างๆ จัดเก็บร้อยละ 10 ส่วน ค่าธรรมเนียมพิเศษเก็บเพิ่มร้อยละ 10 ของอัตราภาษีนำเข้า

มาตรการทางภาษีการนำเข้าสำหรับการคำนวณพิเศษตามสภาพ (Specific Tariff) ในบางครั้งมีความแตกต่างกัน จากการบทสัมภาษณ์อดีตอธิบดีกรมศุลกากรในปี พ.ศ. 2545 ที่มีการ เลือกลงสู่ตราที่ให้รายได้ภาษีแก่รัฐมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันค่าเงินบาทที่อ่อนลงส่งผล ให้ภาษีที่เก็บยางรถยนต์นำเข้าตามมาตรฐานมูลค่าเพิ่มสูงกว่าการเก็บจากฐานน้ำหนัก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีการผูกพันที่ลดภาษีนำเข้าประเทศอาเซียนด้วยกันให้เหลือร้อยละ 0-5 ภายในปี พ.ศ. 2546 ตามกรอบข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area) ซึ่งยานยนต์เป็นสินค้า หนึ่งที่รวมอยู่ในแผนการปรับลดภาษีร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิก CEPT (Common Effective Preference Tariff) ดังนั้นอัตราภาษีนำเข้ายางรถยนต์ที่เก็บอยู่ในปัจจุบันจะดำเนินการปรับลดลง อย่างต่อเนื่องตามแผนการปรับลดภาษีแก่ประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ

4.2.4.2.2 บทบาทของกลุ่มสถาบันที่มีต่ออุตสาหกรรม สถานการณ์และทิศทางการ เปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกดังที่ได้กล่าวข้างต้นจำเป็นที่จะต้องมีการมีแผนแม่บท อุตสาหกรรมที่ชัดเจนและเหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อชี้นำหน่วยงานของรัฐในการกำหนด นโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้มีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มี ประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นแผนแม่บทและกรอบแนวทางที่สำคัญในการ ปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ให้มีความเข้มแข็ง และเป็นหนทางหนึ่งที่จะรักษา

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยให้ยั่งยืนต่อไปการดำเนินโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสถาบันยานยนต์ ที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมยานยนต์ และกำหนดกลยุทธ์ ที่ใช้เป็นมาตรการในแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสอดคล้องกับโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ สถานภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และการพัฒนาด้านอื่น ๆ จากการ กำหนดบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในด้านนโยบายที่มีประสิทธิภาพ และมีความเชื่อมโยงสอดคล้องประสานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์

บทบาทของสถาบันยานยนต์ มีภารกิจหลักในการให้บริการตรวจสอบ ทดสอบ วัสดุ และผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพ ความปลอดภัย และการก่อมลพิษ ทั้งนี้เพื่อยกระดับคุณภาพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล การให้บริการข่าวสาร และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งใน และต่างประเทศ ให้คำแนะนำปรึกษา รวมทั้งจัดกิจกรรมอบรม และสัมมนาวิชาการในด้านต่างๆ การประสานงานกับหน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศเป็นไปอย่างมีระบบในทิศทางเดียวกัน เป็นการสนับสนุนการศึกษาวิจัย เพื่อเสนอแนะแนวทางนโยบาย และแผนกลยุทธ์ การวิเคราะห์หาหนทางแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมยานยนต์ให้ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต เทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ และการตลาด รวมทั้งจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

บทบาทของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่มีต่อการร่วมมือกับภาครัฐบาลเพื่อกำหนดนโยบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จากการเป็นตัวแทนภาคเอกชนด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในการนำเสนอปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ต่อภาครัฐบาล และเป็นตัวแทนภาคเอกชนไทยด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในการเจรจาระหว่างประเทศ เพื่อปกป้องสิทธิ์ และความยุติธรรมอันพึงมีต่อสมาชิก เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิก และเป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อบริการสมาชิก ทั้งนี้ นโยบายที่โดดเด่นของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ คือ การกำหนดให้มีการพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนในประเทศ ของบริษัทสมาชิกกระจายไปยังทุกภูมิภาคตามมาตรฐานโลก และให้การส่งเสริมสนับสนุนการซื้อขายชิ้นส่วน และการผลิต เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งดำเนินการจัดหาข้อมูลข่าวสารการนำเข้า และส่งออกชิ้นส่วนทั้งประเภท OEM และ REM ในเรื่อง

คุณภาพของชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ ทุกระดับของโรงงาน นอกจากนั้นยังเป็นศูนย์กลางด้านข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก ที่จะให้การส่งเสริมจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนยานยนต์ การจัดแสดงสินค้าของสมาชิก เป็นประจำทุกปี และมีการติดตามผลจากการให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการทำโครงการศูนย์ทดสอบวิจัย และพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์ โครงการรวมกลุ่ม (Cluster) ที่เป็นพันธมิตรอุตสาหกรรม และโครงการอบรมพัฒนาบุคลากร (Train the trainer) โดยสนับสนุนการค้าในโครงการ AICO/AFTA ของสมาชิก โดยเฉพาะสมาชิก SMEs ประเทศกลุ่ม ASEAN และศึกษาข้อตกลงการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (FTA) สนับสนุนลดต้นทุนผลิตของสมาชิก พัฒนาระบบการจัดการ และพัฒนาบุคลากร

บทบาทของสถาบันที่มีต่อกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเทศไทยยังขาด แผนพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างครอบคลุมเหมือนกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก แต่ก็มีแผนระดับสาขาอุตสาหกรรม ซึ่งถูกประยุกต์ใช้โดยข้อเรียกร้องผลักดันของภาคเอกชน หรือบทบาทรัฐไทยในการเข้าแทรกแซงตลาดเพื่อพัฒนาในช่วงนั้น ความแตกต่างคือ ประเทศไทยที่ได้มีการพัฒนาเกษตร แต่ประเทศอื่น ๆ มีการพัฒนาอุตสาหกรรม ทั้งนี้รัฐบาลไทยได้เน้นประเด็นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นจุดมุ่งหมายของชาติ สนับสนุนส่งเสริมเทคโนโลยี และสถาบันเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ที่อาศัยนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า เป็นบทบาทใหม่ของสภาอุตสาหกรรมในฐานะสถาบันที่ภาคเอกชนใช้เป็นตัวแทนในการผลักดันนโยบาย และจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากนโยบายที่มุ่งการส่งออก ทำให้เห็นนโยบายมาตรการต่าง ๆ เช่น ด้านโครงสร้างภาษี ด้านกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก การเงิน การคลัง และการบริหาร ทำให้เกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมากขึ้น

บทบาทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางที่มีต่อกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จากการสัมภาษณ์ชาญชัย เกษสุกุล ที่ปรึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ยางในสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 เกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ให้ความคิดเห็นถึงการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ (ยางธรรมชาติ) ไปสู่อุตสาหกรรมกลางน้ำ (ผลิตภัณฑ์ยางและยางรถยนต์) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (อุตสาหกรรมยานยนต์) ซึ่งบทบาทของรัฐในการผลักดันนโยบายที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ของกลุ่มทุนไทยให้สามารถเกิดขึ้นและสามารถแข่งขันกับทุนต่างชาติได้ โดยทางกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางได้มีการผลักดันในการปรับปรุงพระราชบัญญัติการยาง ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางที่จำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์ทุก ๆ 4 ปี โดยให้มีการเพิ่มการแปรรูปเป็นระยะๆ ร้อยละ 10 15 และ 20 เป็นลำดับ แต่เนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยนั้นผูกพันกับการเมืองมากเกินไปจนทำให้บางอุตสาหกรรมขาดความเข้มแข็ง และขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ทัดเทียมกับต่างชาติได้ แต่เนื่องจากมีการ

พัฒนาอุตสาหกรรมปลายน้ำไปสู่ต้นน้ำทำให้ทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนนั้นได้เปรียบทุนไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรม เห็นได้จากปริมาณการส่งออกยางรถยนต์ ซึ่งเป็นของบริษัทยักษ์ชาติส่วนใหญ่ และบริษัทยักษ์ชาติได้ขยายการลงทุนไปสู่อุตสาหกรรมกลางน้ำและต้นน้ำ เช่น บริษัทบริดจสโตนและมิซลิน ได้ลงทุนในการผลิตยางแผ่น และยางแท่งสำหรับป้อนโรงงานผลิตยางรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะโรงงานประเทศจีน และญี่ปุ่น เป็นต้น ถึงแม้ประเทศไทยจะมีพระราชบัญญัติการยาง ที่คุ้มครองอุตสาหกรรม แต่ก็ไม่สามารถปกป้องอุตสาหกรรมได้เท่าที่ควร เนื่องจากเป็นกฎหมายที่ล้าหลัง ขาดการนำมาปฏิบัติอย่างชัดเจน และยังมีต่างชาติในการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงเป็นอุปสรรคต่อกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ เช่น นโยบายที่ส่งเสริมการลงทุนร่วมกับ JTP (Japan Infrastructure Project) ของญี่ปุ่น ได้มีการกระจายการลงทุนในประเทศไทยให้บริษัทใหญ่ๆ ของประเทศญี่ปุ่น ทำให้ต่างชาติสามารถเข้ามาลงทุนในประเทศไทยได้ง่าย ส่วนกลุ่มทุนไทยลงทุนได้ยาก เนื่องจากไม่มีเครือข่ายการลงทุนและขาดเงินทุน

4.2.4.3 บทบาทของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จากประสบการณ์ของประเทศไทยที่บ่งชี้ถึงความเป็นนายทุนของผู้ประกอบการภาคเอกชน เป็นประเภทพร้อมที่จะเสี่ยงกับการลงทุนเพื่อหวังผลกำไรในระดับสูง หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า Animal Spirits สิ่งจำเป็นในการพัฒนากระบวนการสะสมทุนจะยิ่งเกิดขึ้นเร็วภายใต้ความสนับสนุน และการส่งเสริมจากภาครัฐ ซึ่งเอกชนต้องการบทบาทจากทางภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ และการค้า และการปฏิรูปนโยบายภาษีเพื่อให้เหมาะสมกับการผลิตของภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก และส่งเสริมอุตสาหกรรมรายสาขาด้วย ดังนั้นรัฐบาลควรมีบทบาทเอื้อภาคเอกชนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในประเทศที่เปลี่ยนไปอย่างเหมาะสมการกลุ่มทุนไทยในภาคเอกชนไทยมีบทบาทเข้าผลักดันให้รัฐเปลี่ยนบทบาทผ่านกระบวนการกดดันจากสมาคมนักธุรกิจ หรือการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างข้าราชการและนักธุรกิจ แต่ทั้งนี้ก็ได้หมายความว่าสิ่งที่เอกชนเสนอทั้งหมดจะถูกนำไปปฏิบัติ นอกจากนี้บางครั้งสิ่งที่เอกชนเสนอแล้วนำไปปฏิบัติอาจไม่ใช่ นโยบายที่ดีและอาจก่อการสูญเปล่าได้ด้วย

กลุ่มทุนไทย สัมพันธ์กับกลุ่มทุนการเมืองที่สร้างความสัมพันธ์ของระบบทุนไทย มีลักษณะเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มแบบเครือญาติหรือบุคคลใกล้ชิด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทุนเชื้อสายจีนที่เติบโตและขยายตัวเป็นเครือข่ายธุรกิจของตระกูล ถึงแม้จะมีการนำบุคคลภายนอกที่มีความสามารถทางธุรกิจเข้ามาบริหารจัดการ แต่แกนสำคัญยังคงอยู่ในมือของบุคคลในบางตระกูล ที่มีการร่วมมือกับกลุ่มทุนใหญ่ในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างกลุ่มทุน ที่มีลักษณะเชิงพึ่งพาและครอบงำ การเข้าไปควบคุมนโยบาย และการบริหาร ทำให้เกิดการต่อสู้ทางชนชั้นกับการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อหวังจะสร้างอำนาจผูกขาด และพยายามจะสร้างการเติบโตของทุน ทำให้เกิด

การโค่นล้มทำลายกันในทางธุรกิจ โดยอาศัยพรรคการเมืองต่างๆ เป็นกลไกทางการเมืองของกลุ่ม ในการต่อสู้ทางชนชั้น หรือมีลักษณะการอุปถัมภ์หรือพึ่งพา ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ยึดถือในสังคมไทย ที่ยังสะท้อนวิถีความคิดระบบศักดินา (Feudal way of Thought) ที่มีการต่อสู้และการทำลายทาง ชนชั้น เป็นผลมาจากการครอบงำทางอุดมการณ์ (Ideological Hegemony) แบบศักดินา โดยการ พัฒนากลุ่มทุนที่จะไม่ให้เกิดการครอบงำทางอุดมการณ์ เนื่องจากกลุ่มที่มีศักยภาพคือยกว่าพยายาม ที่จะพัฒนาไกล และสถาบันของคนให้มีประสิทธิภาพให้มีพลังสูงขึ้น และต้องการเป็นอิสระจาก การครอบงำหรือทำทาสอำนาจผู้เหนือกว่า ที่อาศัยการใช้อำนาจทุนและอำนาจรัฐในการออก กฎหมายและนโยบายที่เป็นกลไกครอบงำเศรษฐกิจ

กลุ่มทุนขนาดใหญ่ของไทยอาจมีขนาดเล็ก เนื่องจากการสะสมทุนที่เติบโตมา ตั้งแต่ทศวรรษ 2490-2520 กิจกรรมต่าง ๆ ไม่ได้เติบโตขึ้นมาได้ด้วยตนเอง แต่อาศัยนโยบายรัฐที่ สำคัญ 2 ประการคือ หนึ่ง แม้ว่ารัฐบาลไทยไม่ได้เป็นผู้กำหนดการจัดสรรสินเชื่อ รัฐบาลยอมให้ ธนาคารเอกชนไม่กี่แห่งที่รัฐบาลสนับสนุนให้สิทธิประโยชน์เป็นผู้ทำหน้าที่สามารถเข้าถึงสินเชื่อที่ มีจำกัดจากธนาคารเหล่านี้ ทำให้ธุรกิจของกลุ่มคนเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจนเป็นกลุ่มทุนที่ ครอบงำระบบเศรษฐกิจไทย การผนึกกำลังกับกลุ่มธนาคารกดดันให้กลุ่มที่ได้รับสิทธิประโยชน์ ต่างๆ ธุรกิจขนาดใหญ่มีการถือครองทรัพย์สินในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดและภาครัฐมีการเอื้อ สิทธิประโยชน์ต่อกิจการขนาดใหญ่มากกว่ากิจการขนาดเล็ก เป็นการที่รัฐบาลไทยเข้าแทรกแซง ตลาดเพื่อส่งเสริมการสะสมทุน อีกวิธีหนึ่งคือ การดึงส่วนเกินทางเศรษฐกิจจากภาคการเกษตรสู่ ภาคอุตสาหกรรม ดังเช่น การเก็บค่าพรีเมียม และส่วนเกินถูกสะสมในภาครัฐ จึงเป็นการพัฒนา อุตสาหกรรม และนโยบายอุตสาหกรรมยังไม่เป็นระบบ รวมทั้งรัฐบาลและระบบการเมืองไทยยัง เป็นระบบอุปถัมภ์ หรือทำให้การเมืองของไทยมีลักษณะเป็นบรรษัทนิยม (Liberal Corporatism)

ก่อนปี พ.ศ. 2548 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนมีลักษณะเป็นการลงทุนที่ ทดแทนการนำเข้า ทรัพยากรการลงทุนส่วนใหญ่เป็นหารลงทุนระหว่างทุนไทยกับกลุ่มทุน ข้ามชาติ บทบาทของนักลงทุนไทยไม่สำคัญมากนัก คือ มักเป็นผู้ถือใบอนุญาตการลงทุนมากกว่า จะเป็นนักลงทุนที่แท้จริง การให้มีการส่งเสริมการลงทุนที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการและคณะ เจ้าหน้าที่ ซึ่งกฎหมายให้อำนาจคณะกรรมการในการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร เช่น การ ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร ภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และภาษีการค้า รวมทั้งการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน และการเข้าเมืองของนักลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมเท่านั้น และยังได้เปลี่ยนเป็นการลงทุนเพื่อการ ส่งออก เพราะนโยบายการส่งเสริมเน้นการเร่งรัดพัฒนาประเทศ ทำให้ผู้ที่ได้รับการส่งเสริมมักจะ

⁵ อำนาจ วีรวรรณ. เล่าเรื่องสมมติในอดีต กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ หน้า 82-83 มีนาคม, 2548

นำวัตถุดิบที่ได้รับการยกเว้นหรือลดภาษี ลักลอบเข้ามาจำหน่ายในประเทศ แทนที่จะนำไปใช้ในการผลิตตามนโยบาย ซึ่งเป็นการหาผลประโยชน์โดยมิชอบ และผิดกฎหมาย โดยที่รัฐไม่ได้มีกลไกในการควบคุม และตรวจสอบการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพ จากการที่รัฐบาลพยายามปรับนโยบายและการทำงานที่มีเหตุผลมากขึ้นจากใช้เทคโนโลยีที่ใหม่ที่มีความรู้ความสามารถ และมีความพยายามปรับปรุงการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐด้านเศรษฐกิจระดับมหภาค และหน่วยงานกระทรวงรายสาขา ขณะเดียวกันรูปธรรมการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน (กรอ.) ในช่วงทศวรรษ 2520 สมัยพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ส่งผลให้ภาคเอกชนสามารถเปลี่ยนแปลงนโยบายภาษี และข้อบังคับ กฎเกณฑ์มาตรการภาครัฐให้เอื้อต่อผลประโยชน์ของภาคเอกชนภายใต้ระบบรัฐสภา นักธุรกิจสามารถพัฒนาบทบาททางการเมืองได้ผ่านการลงเลือกตั้งในระบบการเมืองที่มีสัดส่วนนักธุรกิจของรัฐสภาและคณะรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น เป็นเหตุผลการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ต้องอิงไปกับการเมือง และทำให้ทุนไทยมีขนาดเล็ก เนื่องจากต้องพัวพันกับการเมืองเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 19 แสดงกลุ่มทุนไทยที่เป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย

(หน่วย: ล้านบาท)

กลุ่มทุนผลิตยางรถยนต์	สัญชาติ	ทุนจดทะเบียน	กลุ่มทุน	ผลิตยางยี่ห้อ
1. กลุ่ม ป. สยาม อุตสาหกรรมยาง	ไทย	11	กลุ่มตระกูลอุตสาหกรรม อำนาจ	ซูเปอร์สโตน (รถบรรทุก)
2. กลุ่มไฮซีโร่	ไทย	85	กลุ่มตระกูลพิธิษฐเกษม	ไฮซีโร่ (รถบรรทุก)
3. กลุ่มโอตานิ	ไทย	400	กลุ่มตระกูลลิปิโชติพงษ์ กลุ่มตระกูลศิษบรรจง	โอตานิ (รถบรรทุก)
4. กลุ่มวีริบเบอร์	ไทย	92	กลุ่มตระกูลสุกาญจนพงษ์	วีริบเบอร์ (รถเก๋ง ปิกอัพ และบรรทุก)
5. กลุ่มดีสโตน	ไทย	120	กลุ่มตระกูลวงศาธิวานิช	ดีสโตน (รถบรรทุก)

ที่มา: รวบรวมจากเอกสารการจดทะเบียนกระทรวงพาณิชย์ และการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

จากตารางที่ 19 กลุ่มทุนยางรถยนต์จากกลุ่มทุนไทยมีการลงทุนมูลค่ารวมประมาณ 717 ล้านบาท เน้นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ในประเภทบรรทุกในตลาดแบบ

REM เนื่องจากมีข้อจำกัดความสามารถในการสร้างเครือข่ายการตลาดของกลุ่มมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาและคุณภาพการผลิต เพราะเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตนั้นกลุ่มทุนไทยขาดทุนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล และต้องมีการนำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบในต่างประเทศ ซึ่งทำให้ต้นทุนในการผลและทดสอบสูง

4.2.5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และยานยนต์

ประเด็นปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนประเทศญี่ปุ่น ทุนตะวันตก และทุนไทย มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มพ่อค้ายาง และกลุ่มอุตสาหกรรมยางรถยนต์ รวมทั้งระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมยางรถยนต์กับกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์

ความต้องการยางรถยนต์ในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะยางเรเดียล โดยผู้ผลิตยางเรเดียลนั้นมาจากประเทศอุตสาหกรรม เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีการใช้ยางธรรมชาติมากกว่าการผลิตยางธรรมชาติ 2 เท่า ทำให้มีการจัดหาวัตถุดิบรองรับการผลิตจากทั่วโลก เพื่อที่จะควบคุมต้นทุนการผลิตยางรถยนต์ และผูกขาดอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การผลิตยางรถยนต์ นอกจากนั้นยังได้มีการลงทุนศูนย์บริการยางรถยนต์แบบครบวงจร เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย และเข้าถึงตลาดยางทดแทน (REM) ขณะที่การผลิตยางรถยนต์สำหรับป้อนโรงงานผลิตรถยนต์ (OEM) ได้มีการสร้างเครือข่ายการเข้าถึงผู้ผลิตยางรถยนต์สำหรับรถยนต์แต่ละรุ่นแตกต่างกัน ซึ่งรถยนต์ยี่ห้อเดียวกันจะใช้ยางรถยนต์ต่างยี่ห้อกันขึ้นอยู่กับการทำข้อตกลงการผลิตระหว่างผู้ผลิตรถยนต์ และผู้ผลิตยางรถยนต์ จะเห็นได้ว่าเป็นการใช้นโยบาย Global sourcing ในการจัดหาชิ้นส่วนในการประกอบรถยนต์ ซึ่งในรถยนต์บางรุ่นที่ผลิตในประเทศไทยนั้น อาจใช้ยางรถยนต์ที่ผลิตจากต่างประเทศนำเข้ามาประกอบ เช่น ยางรถยนต์จากฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และยางที่เป็นของกลุ่มประเทศของผู้ผลิตเองอย่างประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบยุโรป

ดังนั้นปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มอุตสาหกรรมเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มทุนข้ามชาติทั้งกลุ่มการค้าและกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งกลุ่มทุนที่มีปฏิสัมพันธ์จากการเป็นกลุ่มผู้จำหน่ายมากกว่าผู้ผลิต จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือศูนย์บริการยางรถยนต์ ทำให้กลุ่มทุนไทยมีบทบาทน้อยต่อการกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย ยังต้องพึ่งพิงกลุ่มทุนข้ามชาติสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม

4.3 วิเคราะห์เครือข่ายอุตสาหกรรมยานยนต์ของกลุ่มทุนต่างๆ ในประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยระหว่างผู้ประกอบการรถยนต์กับผู้ผลิตชิ้นส่วนในอดีตนั้นผู้ประกอบการรถยนต์จะมีบทบาทอย่างมากในการให้ความช่วยเหลือพัฒนาการผลิตชิ้นส่วนให้สามารถผลิตชิ้นส่วนให้ได้คุณภาพตามความต้องการของผู้ประกอบ ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งมีทั้งการกำหนดชิ้นส่วนบังคับใช้ และเลือกใช้ โดยรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศจะต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ สำหรับรถยนต์นั่งร้อยละ 54 และรถปิกอัพร้อยละ 70 และรถบรรทุกใหญ่ร้อยละ 40 ทำให้ผู้ประกอบการรถยนต์จำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วน เพื่อสร้างความสามารถในการผลิตชิ้นส่วนตามความต้องการให้ได้ เพื่อให้การใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศได้ครบตามร้อยละที่กำหนด แต่ นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ ได้มีการยกเลิกตามข้อตกลงการค้าโลก เพื่อสนองการค้าเสรี โดยได้ประกาศยกเลิกตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 ดังนั้นปัจจุบันผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศในการประกอบรถยนต์อีกต่อไป และสามารถจัดหาชิ้นส่วนได้จากทั่วโลก ด้วยใช้นโยบาย Global Sourcing ในการจัดหาชิ้นส่วนที่ได้คุณภาพ และราคาถูกที่สุดเพื่อลดต้นทุนและได้เปรียบคู่แข่งในด้านราคา

จากความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการรถยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์แบบกำหนดให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทำตามความต้องการ (Captive Relationship) โดยการกำหนดคุณลักษณะสินค้าให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วน และทำหน้าที่ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เอง ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนจะต้องแบกรับภาระต้นทุนในส่วนนี้ ตัวอย่างเช่นผู้ประกอบการต้องการให้ผู้ผลิตส่วนปรับปรุงคุณภาพ และลดต้นทุนให้เป็นไปตามที่ผู้ประกอบการกำหนดไว้ โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนจะต้องปฏิบัติตาม ทำให้ความร่วมมือเพื่อช่วยเหลือพัฒนา ผู้ผลิตชิ้นส่วนในอนาคตเพิ่มพัฒนาไปตามเครือข่ายแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของผู้ผลิตมากขึ้น ที่ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและราคา รวมทั้งจำนวนตามที่ต้องการ และการส่งมอบที่ตรงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสามารถเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตอย่างเหมาะสม และผลิตให้ได้คุณภาพตามที่ผู้ประกอบการรถยนต์ต้องการหรืออาจสูงกว่าจึงจะมีความได้เปรียบมากกว่า ซึ่งจำเป็นต้องลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา และมีผู้เชี่ยวชาญทางวิศวกรรมอย่างมาก จากเหตุผลดังกล่าวทำให้แนวทางความร่วมมือและการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในอนาคตกำลังเริ่มพัฒนาไปตามเครือข่ายของผู้ผลิต และผู้แทนจำหน่าย เป็นต้น

ตารางที่ 20 แสดงการเติบโตของการผลิตและการจำหน่ายยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ⁶

ปี	ปริมาณผลิต	ร้อยละ	ปริมาณจำหน่าย	ร้อยละ	ปริมาณส่งออก	ร้อยละ
2542	327,233	106.9	218,330	51.6	125,702	85.2
2543	411,721	25.8	262,189	20.1	152,836	21.6
2544	459,418	-11.6	297,052	13.3	175,299	14.7
2545	584,951	27.3	409,362	37.8	180,554	3.0
2546	750,512	28.3	533,176	29.0	235,521	29.5
2547	928,081	23.7	626,041	17.4	332,053	41.3
2548	1,125,316	21.3	703,432	12.4	440,640	32.7
2549	1,305,000	16.0	735,000	4.5	570,000	29.3

ที่มา: สถาบันยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และศูนย์วิจัยกสิกรไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมียอดการผลิตสูงถึง 1.25 ล้านคันในปี 2548 ซึ่งได้มีการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อเตรียมรับมือกับการเปิดเสรีทางการค้า พร้อมกับการสร้างความแข็งแกร่งในระดับโลก มีเป้าหมายในการผลิต 2 ล้านคันต่อปี แบ่งเป็นผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ 1 ล้านคัน และผลิตเพื่อการส่งออกไปต่างประเทศ 1 ล้านคัน จะทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถยนต์ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก และกำหนดเป้าหมายการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และอะไหล่ให้ได้มากกว่า 4 แสนล้านบาทต่อปี ซึ่งเกิดมูลค่าเพิ่มในประเทศมากกว่าร้อยละ 70 จากการพัฒนาความสามารถในการออกแบบ และวิจัยพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เป้าหมายของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่จะเป็นศูนย์กลางผลิตรถยนต์แห่งเอเชียได้จากการกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนาอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของโลกได้ ดังนี้

1. นโยบายจะต้องสามารถชี้ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ สำหรับทศวรรษใหม่อย่างชัดเจน และดำเนินการเพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นของการสนับสนุนให้ยานยนต์ประหยัดพลังงาน หรือสามารถสร้างพลังงานทดแทน รวมไปถึงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยานยนต์ไทยให้มีโอกาสแข่งขันในตลาดโลกได้ เช่น การสนับสนุนการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กที่มี ซีซี ต่ำกว่า 1,300 ซีซี สำหรับการใช้ในเขตเมือง โดยเฉพาะรถตู้ๆ ซึ่งเป็นรถ

⁶ โพล์บูเคย์ (2549). แผนแม่บทยานยนต์ต้องมุ่งเป้าคุณภาพสู่เป้าหมายปริมาณการผลิต. 5/6/2549

เอกลักษณ์ของไทย ซึ่งแต่เดิมมีการจำกัดอยู่ในเป็นรณินดิบุคคลเท่านั้น รัฐควรที่จะมีนโยบายการจดทะเบียนเป็นรณินดิบุคคลได้ เป็นต้น

2. นโยบายจะต้องสามารถยกระดับบุคลากรเพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิต โดยจะต้องมีความเข้มข้น และเร่งด่วนต่อแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงและท้าทายมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ประมาณ 200,000 คน โดยจะต้องมีการเพิ่มบุคลากรอีกประมาณ 120,000 คน ที่มีความสามารถ และคุณภาพตามมาตรฐานสากล

3. นโยบายจะต้องสามารถพัฒนามาตรฐานและการวิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ โดยปัจจุบันมาตรฐานในการพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่จำเป็นต้องมีการทดสอบคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อระดับศักยภาพอุตสาหกรรม เพราะประเทศไทยเปรียบเสมือนผู้รับจ้างผลิตเท่านั้น จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาไปสู่ผู้วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

การกำหนดนโยบายของรัฐในการผลิตเพื่อการทดแทนการนำเข้าแต่ไม่ได้กำหนดขอบเขตให้ชัดเจนในระดับอุตสาหกรรม จึงมีการเบี่ยงเบนนโยบายจากเหตุผลของการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ และการลดการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลให้กลุ่มเครือซิเมนต์ไทยมีแนวนโยบายไม่ผูกมัดกับโครงสร้างธุรกิจยักษ์ใหญ่หรือไม่เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจยักษ์ใหญ่ระดับโลก และต้องการผลิตตราสินค้าที่เป็นของไทยหรือสร้างสิทธิบัตรของคนไทย แต่ก็ต้องเผชิญกับแนวทางกลุ่มยานยนต์ส่วนใหญ่ที่ต้องการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าระดับโลก และมีการสร้างข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ในระดับโลกจากการใช้เทคโนโลยีด้านการผลิต และการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการตลาด เช่น การที่ผู้ผลิตยางมีขลิบที่กำหนดนโยบายมุ่งป้อนตลาดทั้งในประเทศและตลาดที่มีช่องว่างในระดับโลก โดยเฉพาะตลาดภูมิภาคเอเชีย ทำให้การดำเนินของผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศมีข้อจำกัดจากนโยบายของบริษัทแม่ ซึ่งจากแนวคิดการเป็นตัวแทนของบริษัทแม่ (Principal-agent) ที่เป็นการปกป้องถึงศักยภาพการเป็นตัวแทนในการจัดการภายใต้นโยบายเดียวกันทั่วโลก เพื่อรักษามาตรฐาน และประสิทธิภาพในการจัดการขององค์กรต่างประเทศของกลุ่มทุนข้ามชาตินั้นเอง เช่น กำหนดให้มีการใช้เทคโนโลยีแบบเดียวกัน ให้มีการบริหาร และการทำตลาดในลักษณะคล้ายๆ กัน หรือสอดคล้องกันในทุกประเทศ ส่งผลกระทบกับการผลิตชิ้นส่วนป้อนการผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่นในประเทศไทย ที่มีข้อจำกัดมากขึ้นในการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศ เนื่องจากมีระดับความสัมพันธ์ของตราสินค้าที่มีความเหนียวแน่นมากในระดับโลกที่จะต้องผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน และข้อกำหนดของผู้ผลิตยานยนต์ เช่น ผู้ผลิตโตโยต้า และฮอนด้า

กลุ่มทุนผลิตยางรถยนต์ของไทย เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กที่ผลิตยางรถบรรทุกประเภทยางไบอัส (Bias Tyre) และกำลังจะพัฒนาให้สามารถผลิตยางเรเดียล (Radial Tyre) แต่ยังคงขาดการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี และประสิทธิภาพการผลิต เนื่องจากต้องมีการลงทุนสูง และขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนายางรถยนต์ภายใต้มาตรฐานของต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการยอมรับของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จึงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่จะมีการลงทุนจากกลุ่มทุนจากต่างประเทศขยายการผลิตเข้ามาในตลาดยางรถบรรทุกมากขึ้น เพราะมีศักยภาพในการผลิตทั้งเทคโนโลยี เงินทุน และบุคลากร รวมทั้งมีอำนาจในทางตลาด โดยอาศัยการยอมรับจากคุณภาพของยางรถยนต์นั้นๆ ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการไทยจะต้องมีการเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีสัดส่วนตลาดสูงกว่ามาก ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต และการสร้างเครือข่ายการตลาดเพื่อการส่งออกให้มาก ผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังขาดเงินทุนในการพัฒนาการผลิต และขาดศักยภาพในการสร้างเครือข่าย กลุ่มทุนไทยจึงต้องมีบทบาทจะผลักดันให้รัฐกำหนดนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทย เพื่อลดอุปสรรคจากการลงทุนและการแข่งขันกับผู้ผลิตจากต่างประเทศ เพราะประเทศไทยได้มีการเปิดการค้าเสรีแล้ว

ผู้ผลิตในประเทศไทยที่มีขนาดใหญ่ เป็นของบรรษัทข้ามชาติที่เป็นยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของโลก มีขนาดการผลิตในประเทศไทยมากกว่าผู้ผลิตขนาดกลางและเล็กหลายเท่าตัว ผู้ผลิตยางมิชลินของฝรั่งเศสในกลุ่มสหภาพยุโรป ผู้ผลิตก๊อดเยียร์ของสหรัฐอเมริกาในกลุ่ม NAFTA และผู้ผลิตไทยบริส โคนของญี่ปุ่นในกลุ่ม AFTA ภายใต้นโยบายเพื่อทดแทนการนำเข้า ได้มีการเปลี่ยนเป็นนโยบายเพื่อการส่งออก เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ซึ่งรัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนที่เป็นลักษณะการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศ ที่ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ หรือบรรษัทข้ามชาติ โดยผู้ผลิตได้ขยายกำลังการผลิตอีกเท่าตัว เพื่อรองรับกับนโยบายศูนย์กลางรถยนต์แห่งเอเชีย แต่ยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมนโยบายของบริษัทแม่ในต่างประเทศ ที่ใช้นโยบายในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยางประเภทเรเดียลระดับภูมิภาคในการส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย

การพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มทุนไทยจากการใช้ยุทธศาสตร์ความเป็นใหญ่ของกลุ่มเครือซิเมนต์ไทย⁷ จากบทเรียนธุรกิจของเครือซิเมนต์ไทยในปี 2529 ที่ได้มีการลงทุนจัดตั้งบริษัท สยามโตโยต้าอุตสาหกรรม จำกัด ได้ร่วมทุนกับกลุ่มโตโยต้าประเทศญี่ปุ่น ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ เพื่อการผลิตเครื่องยนต์ ถือเป็นชิ้นส่วนหลักสำหรับรถบรรทุกเล็กหรือปิกอัพ กลุ่มเครือซิเมนต์ไทยได้ร่วมทุนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน 1200 ล้านบาท ส่วนที่เหลือเป็นการร่วมทุน

⁷ วิรัตน์ แสงทองคำ (2543) . ยุทธศาสตร์ความเป็นใหญ่ของเครือซิเมนต์ไทย. กรุงเทพฯ: พี. เพรส หน้า 80

ของกลุ่มโตโยต้า คิวโบต้า และอีซูซุ จากประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มทุนบริษัทอื่นๆ มากกว่า 100 บริษัท ซึ่งการเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมรถยนต์ของเครือซิเมนต์ไทยกับโตโยต้า ถือเป็นการวางรากฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมประเทศไทย นายจุมพล ณ. ถิ่นเตี้ย กรรมการบริหารและกรรมผู้จัดการใหญ่ของเครือซิเมนต์ไทยขณะนั้น ได้รับแนวคิดจากการศึกษาถึงความยิ่งใหญ่ของอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งโลกของฟอร์ด และเจเนอรัลมอเตอร์ ของอเมริกา และเลือกใช้เทคโนโลยีจากโตโยต้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมรายใหญ่ในตลาดรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ที่เกื้อกูลทางธุรกิจกัน โดยเครือซิเมนต์ได้เข้าไปถือหุ้นในโตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) ร้อยละ 10

การพัฒนาอุตสาหกรรมจากการสร้างเครือข่ายภายใต้ผู้ผลิตรายใหญ่ ทำให้มีการขยายอุตสาหกรรมไปสู่การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของเครือซิเมนต์ไทย ที่เป็นลักษณะของการคัดลอกและดัดแปลงมาจากเทคโนโลยีของญี่ปุ่น เนื่องจากรัฐบาลกำหนดนโยบายในการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ จึงทำให้ญี่ปุ่นจำเป็นต้องสร้างเครือข่าย เพื่อประโยชน์ในการลงทุนอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้ข้อกำหนดของบริษัทต่างประเทศ แต่เครือซิเมนต์ไทยได้มีเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมโลหะในประเทศที่มีอยู่ ประเภทเหล็กรูปพรรณ ที่ใช้เทคโนโลยีของคิวโบต้าประเทศญี่ปุ่น เพื่อผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ สำหรับเครื่องยนต์ดีเซลขนาดเล็ก และได้ใช้เทคโนโลยีจากทากาโอกา ซึ่งเป็นบริษัทในเครือโตโยต้าในการผลิตจานล้อหน้ารถบรรทุก

การสร้างธุรกิจต่อเนื่องของเครือซิเมนต์ไทยขยายไปสู่อุตสาหกรรมยางรถยนต์ โดยที่เครือซิเมนต์ไทย ใช้ความเป็นทุนใหญ่ของเครือซิเมนต์ไทยบุกเข้าไปสู่ตลาดยางรถยนต์ในประเทศ นอกจากนี้ยังสยามได้พยายามทดลองคิดค้นยางตราสินค้ำของไทยในการทดสอบตลาดภายในประเทศ ขณะเดียวกันก็ได้มีการร่วมทุนกับมิซลินจากประเทศฝรั่งเศส เพื่อผลิตยางรถยนต์คุณภาพสูง และขยายโรงงานผลิตเพิ่มเป็น 3 โรงงานในเขตธุรกิจจากการส่งเสริมการลงทุน การร่วมทุนของเครือซิเมนต์ไทย ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์มีอย่างต่อเนื่องทั้งการผลิตกระทะล้อรถยนต์ เส้นลวดเสริมหน้ายาง และลวดขอบหน้ายาง รวมทั้งอุปกรณ์ยานยนต์ เนื่องจากตลาดมีการขยายตัวอย่างมากในปี พ.ศ. 2538 และเริ่มถึงจุดอิ่มตัวในปี พ.ศ. 2539 เมื่อสถานการณ์ตลาดรถยนต์ตกต่ำอย่างรุนแรง เนื่องจากประเทศไทยเข้าสู่วิกฤติทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการปิดโรงงานของค่ายรถยนต์ต่างๆ และส่งผลต่อกิจการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ รวมทั้งยางรถยนต์ ทำให้ส่งผลกระทบต่อกิจการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างหนัก จนกระทั่งรัฐบาลที่มีนาย กร ทัพพะรังสี ที่เป็นรัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายที่สนับสนุนให้เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น เป็นการฟื้นฟูอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยแท้ที่จริงการผลิตเพื่อการส่งออกนั้น เป็นแนวนโยบายของทางบริษัทญี่ปุ่นที่ได้พยายามกดดันรัฐบาล ภายใต้

โครงการผลิตและการจัดจำหน่ายในระดับโลกของยานยนต์ญี่ปุ่นที่มีขอบเขตกระจายอยู่ทั่วโลก และประเทศไทยก็เป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น จึงเป็นเหตุให้มีการกดดันรัฐบาลให้มีการลดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ เพื่อต้องการนำเข้าชิ้นส่วนของกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น จึงทำให้ประเทศไทยมีการนำเข้าชิ้นส่วนขั้นต้น และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยไม่ได้มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นมาใช้เอง เพราะถูกกีดกันจากทางญี่ปุ่นที่ไม่ได้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยได้ประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานเท่านั้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้กลุ่มทุนของเครือซิเมนต์ไทยได้ลดบทบาทในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ และยางรถยนต์อย่างชัดเจน และลดสัดส่วนการถือหุ้นหรือถอนการลงทุนจากบริษัทต่างๆ เหลือร้อยละ 10 และทำการปรับยุทธศาสตร์หรือโครงสร้างธุรกิจ รวมทั้งจัดระดับความสัมพันธ์กับธุรกิจญี่ปุ่นใหม่ เนื่องจากยุทธศาสตร์เดิมไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ที่มีการนำเข้าชิ้นส่วนจากญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด เป็นข้อจำกัดการพัฒนาอุตสาหกรรมของเครือซิเมนต์ไทย

ดังนั้นบทบาทของรัฐจึงมีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมที่มีภาวะขาดความต่อเนื่อง และครอบคลุมภาพรวมของอุตสาหกรรม นโยบายที่กำหนดมักจะคุ้มครอง หรือใช้ในทางปฏิบัติระยะแรกๆ ของการเริ่มต้นพัฒนาอุตสาหกรรม แต่เมื่อผ่านระยะหนึ่งความต่อเนื่องของนโยบายมักจะถูกเบี่ยงเบนไปจากการหาผลประโยชน์ของกลุ่มอิทธิพลต่อนโยบาย เช่น กลุ่มทุนต่างชาติพยายามกดดันรัฐบาลในการกำหนดนโยบายลดการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ มีการกำหนดมาตรฐานสูงขึ้นตามการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงเป็นการกีดกันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนในประเทศ นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมมุ่งเน้นคุณภาพยานยนต์มากกว่าอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงด้วยกัน ทำให้การเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นไปได้ยากขึ้น ยังถูกกีดกันจากการยอมรับของผู้บริโภค ต้องให้แบบด้วยกับที่ใช้ในรถยนต์

จากการที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการจัดตั้งศูนย์วิจัยและทดสอบยางรถยนต์ ซึ่งให้เห็นถึงการเริ่มแนวทางนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศ โดยเริ่มโครงการศูนย์วิจัยและทดสอบยางรถยนต์ ได้มีการเสนอของบประมาณ 33.6 ล้านบาทจากคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีนายกรัฐมนตรีทักษิณเป็นประธานการประชุม ในปี 2549 จากการเปิดเผยของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มีการพิจารณาจากนโยบายการสนับสนุนให้ไทยเป็นศูนย์การผลิตยานยนต์แห่งเอเชีย และกำหนดให้สถาบันวิจัยยางรถยนต์นั้นลดเวลาการทดสอบในการรับรองมาตรฐานยางรถยนต์ในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการขนาดกลางของไทย มักจะประสบปัญหาในการรับรองมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออก เพราะขาดหน่วยงานทดสอบมาตรฐานในประเทศ จำเป็นจะต้องส่งไปทดสอบในต่างประเทศ และเสียค่าใช้จ่ายครั้งละ 40,000-100,000 บาท ต่อการทดสอบยางรถยนต์หนึ่งเส้นจน

ทำให้เงินไหลออกไปต่างประเทศ เฉลี่ยปีละ 60 ล้านบาท ผู้รับผิดชอบในโครงการนี้คือ หน่วยงานเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์ มหาลัยมหิดล และกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยสนับสนุนการส่งออก และสนับสนุนวิสัยทัศน์ของรัฐบาลที่จะพัฒนาขบวนรถยนต์ของผู้ประกอบ เพื่อยกระดับในการแข่งขันในตลาดโลก และช่วยรักษาตลาดยางในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่เป็นของบริษัทคนไทยประมาณ 2000 คน จะเป็นการเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิตเพื่อการส่งออกยางรถยนต์ไทยมีโอกาสการเปิดตลาดใหม่เพิ่มขึ้นอีกไม่ต่ำกว่าปีละ 1,200 ล้านบาท ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกมูลค่า 19,744 ล้านบาท คาดว่าจะการเก็บค่าธรรมเนียมการทดสอบประมาณ 30,000-50,000 บาทต่อยางรถยนต์หนึ่งเส้น รวมทั้งยังเก็บค่าธรรมเนียมสมาชิกในอัตราที่เหมาะสม เพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ต้องพึ่งงบประมาณของรัฐ

ความสำเร็จด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในเอเชียเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกของประเทศ เนื่องจากการดำเนินนโยบายการเปิดการค้าเสรี และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ที่มียุทธศาสตร์สนับสนุนการลงทุนจากการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ได้แก่

1. กลุ่มบริษัท บริดจสโตน จากประเทศญี่ปุ่นเป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปี 2510 มีกำลังการผลิต 250,000 เส้นต่อปีที่จังหวัดปทุมธานี ระยะเวลาแรกเป็นการร่วมทุนไทยกับกลุ่มทุนญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อบริษัท ยางญี่ปุ่น ต่อมามีการถอนการส่งเสริมการลงทุน เนื่องจากทำผิดเงื่อนไขการลงทุน จึงได้ทำการเปลี่ยนชื่อ และขอส่งเสริมการลงทุนใหม่ นอกจากนั้นทางบริดจสโตนที่ซื้อกิจการจากไฟร์สโตนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2505 มีกำลังการผลิต 190,000 เส้นต่อปี และขยายการลงทุนเป็น 460,000 เส้นต่อปีที่จังหวัดสมุทรปราการ ทางบริดจสโตนได้มีการขยายการลงทุน และขอส่งเสริมการลงทุนเพิ่มในปี 2530 มีกำลังการผลิต 610,000 เส้นต่อปีที่จังหวัดสระบุรี และในปี พ.ศ. 2538 มีกำลังการผลิต 1,040,000 เส้นต่อปีที่จังหวัดสระบุรี

2. กลุ่มบริษัท มิซลิน จากประเทศฝรั่งเศสเป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2538 มีกำลังการผลิต 368,500 เส้นต่อปีที่จังหวัดชลบุรี และควบรวมกิจการกับบริษัทยางสยามที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2539 มีกำลังการผลิต 219,000 ต่อปีที่จังหวัดสมุทรปราการ

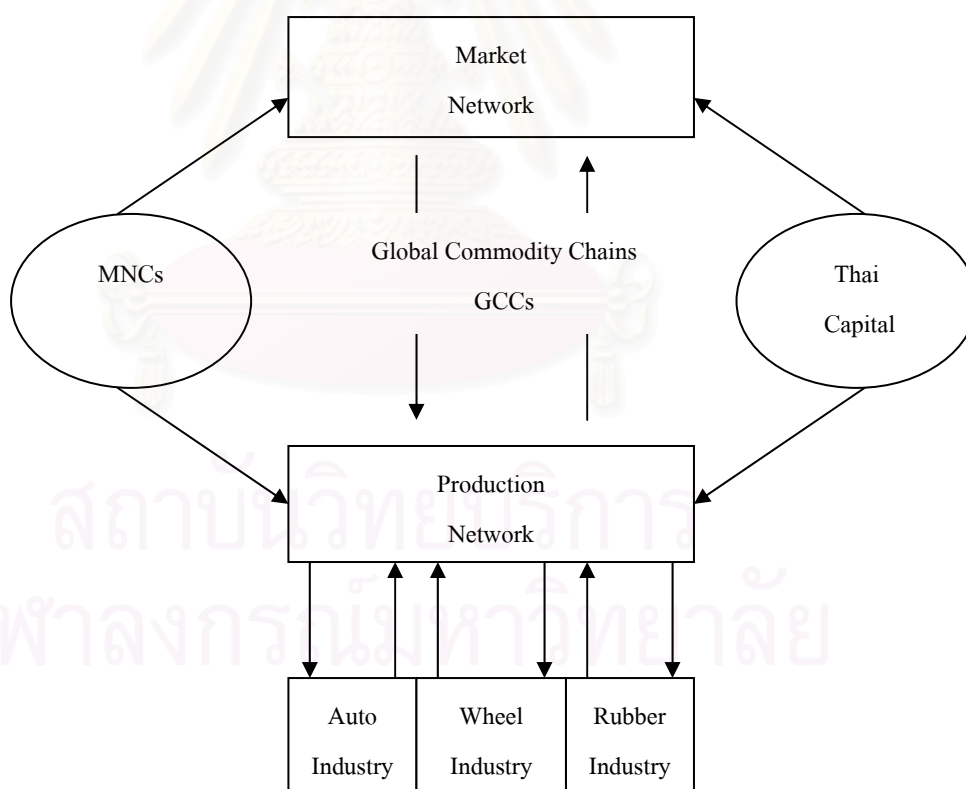
3. กลุ่มบริษัท กู๊ดเยียร์ จากประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2511 มีกำลังการผลิต 300,500 เส้นต่อปีที่จังหวัดปทุมธานี เป็นบริษัทเดียวที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4. กลุ่มโยโกฮามา เป็นกลุ่มทุนจากประเทศญี่ปุ่นของบริษัท โยโกฮามา รับเบอร์ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทที่ขยายไปสู่ระดับโลกปัจจุบัน และเริ่มต้นในประเทศไทยจากการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย ซึ่งโยโกฮามามีโรงงานอยู่ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก อาทิ อเมริกา ฟิลิปปินส์ จีน และอิน

โดนิเซีย มีความก้าวหน้าในการผลิตยางรถยนต์ที่ทันสมัย จากการใช้เทคโนโลยี New Compound II และ Dual Tread Compound ซึ่งเป็นยางที่เน้นความนุ่มนวล ปลอดภัย และความประหยัดน้ำมัน

5. **กลุ่มบริษัท ดันลอป** เป็นกลุ่มทุน ซูมิโตโมจากญี่ปุ่น ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ และตั้งโรงงานผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย ประเภทรถยนต์นั่งในจังหวัดระยอง

6. **กลุ่มแม็กซ์** เป็นกลุ่มทุนจากประเทศไต้หวัน เริ่มต้นจากการนำเข้ายางรถยนต์มาในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นยางรถบรรทุก และยางรถโดยสารขนาดใหญ่ จากนั้นได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ และมีการจัดตั้งโรงงานผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยที่จังหวัดระยอง ผลิตยางที่มีคุณภาพมาตรฐานโลก และมีประสิทธิภาพการใช้งานตามสภาพพื้นถนน มีความปลอดภัยจากการใช้มาตรฐานจากสหรัฐอเมริกา ที่มีเป้าหมายจะผลิตให้เป็นยางรถยนต์ชั้นนำของโลก มีการจัดตั้งศูนย์วิจัยและทดสอบในสหรัฐอเมริกา ทั้งการใช้เทคโนโลยีการผลิต VIP (Virtual Intelligent Prototyping) กระบวนการออกแบบ มีการใช้วิศวกรจากอเมริกา ได้รับรองคุณภาพจากผู้ผลิตยานยนต์ เช่น ฟอร์ด และ จีเอ็ม และรับรองคุณภาพจากองค์กรต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และอเมริกา



ภาพที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ในเครือข่ายอุตสาหกรรมยางรถยนต์
ที่มา: ประมวลจากโครงสร้างอุตสาหกรรมยางรถยนต์และยานยนต์

การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมกรรมยางรถยนต์มีการพัฒนาตามภาวะตลาดโลก ซึ่งได้มีการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์สอดคล้องกันระหว่างอุตสาหกรรมยางรถยนต์ กับอุตสาหกรรมยานยนต์ กระทั่งรถยนต์หรือแม่เหล็ก และยางธรรมชาติทั้งในลักษณะของ OEM และ REM ทำให้การผลิตยางรถยนต์ตามขนาดของแม่เหล็กหรือจานล้อรถยนต์ ที่มีการออกแบบรองรับกับรถยนต์แต่ละรุ่นแตกต่างกัน เช่น การผลิตยางรถยนต์ของบริดจสโตน มิชลิน และก๊อดเยียร์ มีแก้มยางต่ำตามกระทะล้อที่มีขนาดมากกว่า 20 นิ้วในรถยนต์ ทำให้ต้องใช้ยางธรรมชาติที่มีคุณภาพสูงมากใช้ในการผลิต ดังนั้นรูปแบบการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ และโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ ในปัจจุบันเป็นไปในรูปแบบของการรวมกลุ่ม (Cluster) มีผลมาจากนโยบายที่เปลี่ยนแปลงตามภาวะทางการเมือง และเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กรธุรกิจด้านยานยนต์ที่มีกลุ่มผลประโยชน์แอบแฝงอยู่ จึงทำให้องค์กรธุรกิจเปรียบเสมือนสถาบันที่คอยกำหนดควบคุมทิศทางการดำเนินไปของนโยบายเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจของตน จึงเป็นปัญหาในการพัฒนากลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นกระบวนการพัฒนาที่ต้องอาศัยเวลาในการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากองค์กรธุรกิจและสมาคมการค้าส่วนใหญ่จะมีบทบาทเป็นแกนนำในการพัฒนากลุ่มยังยึดติดอยู่กับอำนาจการต่อรอง และไม่พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนบทบาทตนเองเพื่อส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบใหม่ กับผู้ประกอบการบางรายเข้าร่วมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ระยะสั้นมากกว่าที่จะช่วยพัฒนากลุ่มในระยะยาว ทำให้องค์กรภาคชุมชนไม่เข้มแข็ง ขาดการมีส่วนร่วม และขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาแบบองค์รวม นอกจากนี้บ่อยครั้งที่ภาครัฐยังใช้วิธีกำหนดมาตรการ โดยไม่มีการปรึกษาหารือรับฟังข้อคิดเห็นจากภาคเอกชน ทำให้ผู้ประกอบการเอกชนขาดความเชื่อมั่น และไม่มั่นใจที่จะวางแผนและพัฒนาในระยะยาว เพราะมองไม่เห็นประโยชน์

4.4 วิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันของกลุ่มทุนไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์

4.4.1 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสามารถของกลุ่มทุนในประเทศไทย

ภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวได้รับผลกระทบมาจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐ และความเสียหายที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองได้แก่

4.4.1.1 ด้านการตลาด กลุ่มทุนไทยขาดความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อขยายตลาด และอำนาจต่อรอง ตลอดจนการเข้าสู่ระบบเครือข่ายของผู้ผลิตตราสินค้าอื่นได้ยาก ขณะที่กลุ่มทุนข้ามชาติมีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ สามารถ

ขยายตลาด และอำนาจต่อรอง ตลอดจนการเข้าสู่ระบบเครือข่ายของผู้ผลิตตราสินค้าอื่น ได้ยาก แต่ก็ มีอุปสรรคที่เกิดจากการปกป้องตลาดจากโครงสร้างภาษี และการคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐ

4.4.1.2 ด้านความสามารถในการผลิต กลุ่มทุนไทยยังไม่ได้เป็นฐานการผลิตชิ้นส่วน ในภูมิภาคเอเชียอย่างแท้จริง และขาดเทคโนโลยีที่เป็นแก่นแท้ (Intrinsic Technology) ของตนเอง ยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ขาดการวิจัยและพัฒนา (R&D) ขาดความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งขนาดของ อุตสาหกรรมไม่ก่อให้เกิดการประหยัดในการทำการวิจัยและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพต่ำ เมื่อ เปรียบเทียบกับผู้ผลิตต่าง ๆ ทั่วโลก ขณะที่กลุ่มทุนข้ามชาติ มีฐานการผลิตในภูมิภาคเอเชียอย่าง แท้จริง และมีเทคโนโลยีที่เป็นแก่นแท้ (Intrinsic Technology) รวมทั้งขนาดของอุตสาหกรรมที่ ก่อให้เกิดการประหยัดในการทำการวิจัยและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพต่ำจากผู้ผลิตต่าง ๆ ทั่วโลก แต่ ก็ยังมีอุปสรรคที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายการลงทุนของกลุ่มทุนข้ามชาติต่างๆ ที่เข้ามาลงทุนในตลาด เดียวกัน ทำให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น

4.4.1.3 ด้านทรัพยากรและสาธารณูปโภค การพัฒนาบุคลากรทางด้านเทคโนโลยี วิศวกรรม และการจัดการ ของกลุ่มทุนไทยยังไม่สามารถสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม บุคลากรขาดความรู้ด้านภาษาและกฎหมาย ทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรอง เสียเปรียบด้านการทำ สัญญาการค้า ขาดความสามารถในการใช้ IT และ E-Commerce ไม่มีศูนย์กลางการทำวิจัยพัฒนา

4.4.1.4 ด้านกฎระเบียบภาครัฐ ที่ให้ข้อมูลของอุตสาหกรรมมีไม่เพียงพอและขาดการ ประสานงานทางด้านข้อมูล ทำให้ผู้ประกอบการวางแผนธุรกิจได้ยาก

4.4.1.5 ด้านสภาพคล่อง กลุ่มทุนไทยมักจะขาดสภาพคล่องทางการเงิน ขาดความรู้ ด้านการบริหารการเงิน ขาดเงินทุนในการขยายกิจการเพื่อขยายตลาด ขาดเงินลงทุนในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต มีมูลค่าเพิ่มในโซ่อุปทาน (Supply chain) น้อย

4.4.2 ผลกระทบจากนโยบายของรัฐต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมมายังรถยนต์

4.4.2.1 ปัญหาที่เกิดจากนโยบายของรัฐ การที่อุตสาหกรรมไม่สามารถเจริญเติบโต ได้ด้วยตนเองหากไม่ได้รับการคุ้มครองจากรัฐบาล มีสาเหตุมาจากปัญหาผลกระทบจากภายนอก (Externalities) ในลักษณะต่างๆ นั่นคือ อุตสาหกรรมควรมีต้นทุนสูงหรือขาดทุนในระยะแรกของการผลิตเท่านั้น ส่วนระยะยาวต้นทุนต่อหน่วยควรจะต้องลดลง และทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรม สามารถแข่งขันอย่างเสรีในตลาดโลกได้ การปกป้องอุตสาหกรรมเกิดใหม่ควรกำหนดระยะเวลา การคุ้มครองที่แน่นอนและเป็นการชั่วคราวเท่านั้น มิฉะนั้นผู้ผลิตภายในจะอาศัยประโยชน์จากการ

ปกป้องคุ้มครองโดยไม่พยายามลดต้นทุนหรือเพิ่มผลผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ในที่สุดอุตสาหกรรมนั้นก็จะกลายเป็นอุตสาหกรรมทารกที่ขาดประสิทธิภาพ ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาลอย่างไม่มีสิ้นสุด ทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรเปล่าประโยชน์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

4.4.2.1.1 ปัญหาจากความไม่สมบูรณ์ของตลาดเงินและตลาดทุน ผู้ผลิต

ในอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศกำลังพัฒนามักประสบปัญหาเรื่องเงินทุน ในโครงการผลิตสินค้าและมักจะมีคู่แข่งเป็นผู้ผลิตจากต่างประเทศที่ทำการผลิตอยู่แล้วในตลาด ผู้ผลิตในประเทศจะขาดทุนในระยะเริ่มแรกการผลิต เนื่องจากมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าราคาในตลาด แต่ในระยะยาวผู้ผลิตคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากผลได้เชิงพลวัต (Dynamic External Economies) หรือจากการปรับเปลี่ยนไปตามปัจจัยทางด้านการผลิต และเทคโนโลยีการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงจนสามารถแข่งขันกับต่างประเทศในราคาตลาด เมื่อผู้ผลิตเข้าไปขอสินเชื่อในตลาดเงินกลับพบอุปสรรคที่ไม่ได้รับเงินลงทุน หากได้รับก็ต้องรับภาระดอกเบี้ยในอัตราสูงเพื่อชดเชยกับความเสี่ยงของโครงการ ทำให้ผู้ผลิตพบว่าการใช้เงินลงทุนจากการสร้างหนี้สินไม่คุ้มกับผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน สาเหตุของปัญหาที่แท้จริงเกิดจากความไม่สมบูรณ์ของตลาดเงิน และตลาดทุนในประเทศกำลังพัฒนาโครงการใหม่ๆ ที่อาจขาดทุนในระยะสั้นไม่สามารถจะระดมทุนระยะยาวเพื่อการลงทุนได้ ในปัญหาดังกล่าวนี้นี้มาตรการลดการนำเข้าของรัฐอาจช่วยเพิ่มอุปสงค์ และกำไรแก่ผู้ผลิตภายในได้บ้างในระยะสั้น ทำให้ได้รับเงินทุนในงวดแรก แต่ในระยะยาวปัญหาความไม่แน่นอนทางการเงิน จะเป็นอุปสรรคต่อความอยู่รอดของกิจการได้ รัฐได้มีการจัดตั้งธนาคารเฉพาะกิจ (Specialized Bank) เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อประเมินโครงการและให้สินเชื่อระยะยาวแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมใหม่ และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

4.4.2.1.2 ปัญหาเกี่ยวกับผลกระทบจากการลงทุนเพื่อแสวงหาความรู้

วิทยาการและเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตสินค้า ที่การลงทุนเหล่านี้เป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) แต่มีความเสี่ยง เพราะไม่แน่ชัดว่าจะได้รับผลตอบแทนเต็มที่จากการใช้ความรู้ และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ ที่พบ นอกจากนี้การลงทุนก่อให้เกิดผลได้ภายนอก (External Benefits) อาจจะทำให้ผู้ผลิตขาดทุน กล่าวคือเมื่อนำความรู้และเทคโนโลยีไปใช้ในการผลิตสินค้าแล้ว ผู้ผลิตรายอื่นอาจลอกเลียนแบบ ทำให้คู่แข่งได้กำไรจากการใช้ความรู้ และเทคนิคใหม่ๆ โดยไม่ได้ลงทุนมาก ทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ในอุตสาหกรรมเสียเปรียบจากการรับภาระต้นทุนคงที่โดยไม่ได้รับการคุ้มครองจากการแข่งขันของผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งกรณีนี้การคุ้มครองจากรัฐที่มีศักดิ์กั้นการแข่งขันจากต่างประเทศไม่สามารถจะช่วยแก้ปัญหาลักษณะจากภายนอกที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มาตรการที่ดีกว่าคือ รัฐบาลช่วยเหลือโดยการให้เงินอุดหนุนเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการแสวงหาความรู้

และเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมใหม่ การปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีได้โดยตรง เมื่อเทคโนโลยีไม่ได้รับการพัฒนา ประสิทธิภาพการผลิตก็จะไม่สูงขึ้น ต้นทุนการผลิตไม่ลดลง ความสามารถในการแข่งขันก็จะไม่เพิ่มสูงขึ้นตามที่คาดหวังไว้

4.4.2.1.3 ปัญหาเกี่ยวกับผลกระทบจากการฝึกอบรมหรือช่างเทคนิคเพื่อทำงานในอุตสาหกรรมใหม่ การผลิตสินค้าใหม่บางครั้งต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านซึ่งได้รับการเรียนรู้หรือฝึกฝนจนกระทั่งได้รับทักษะใหม่แล้วแทนที่จะทำงานกับผู้ผลิตเดิมที่ได้ลงทุนฝึกฝนให้ แต่กลับออกไปประกอบการผลิตส่วนตัวหรือย้ายไปทำงานให้ผู้ผลิตรายอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ทำให้ผู้ผลิตเดิมต้องแข่งขันกับผู้ผลิตที่ไม่ได้ลงทุนฝึกฝนทักษะแรงงานด้วยตนเอง จึงเกิดการเสียเปรียบในด้านการผลิตได้รับกำไรต่ำหรือถึงกับขาดทุน ในกรณีนี้การช่วยเหลือผู้ผลิตด้วยการปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมจากการแข่งขันจากต่างประเทศ โดยการสนับสนุนการอบรมและพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การปกครองคุ้มครองจะช่วยทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรเพิ่มในระยะสั้น และช่วยบรรเทาปัญหาผลได้ภายนอกข้างต้น อย่างไรก็ตามปัญหาการโยกย้ายงานของแรงงานก็ยังคงไม่สามารถจะแก้ไขได้ ดังนั้นผู้ผลิตจะยังคงขาดสิ่งจูงใจในการฝึกอบรมแรงงานให้มีทักษะใหม่ที่สูงขึ้นกว่าเดิมเรื่อยไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมไม่สามารถเพิ่มผลผลิตหรือเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวตามที่คาดหวังไว้ และมาตรการแก้ไขปัญหายังคงไม่ดีกว่าเพิ่มแรงงานให้มีทักษะเฉพาะด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรม

4.4.2.2 ผลกระทบจากนโยบายการส่งเสริมการลงทุน (BOI) การส่งเสริมอุตสาหกรรม มีสถาบันที่ช่วยส่งเสริมการอุตสาหกรรมของเอกชน คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีวิธีการส่งเสริมอุตสาหกรรมดำเนินอยู่ขณะนี้จัดแบ่งได้เป็น 3 ทาง คือ

4.4.2.2.1 การค้นคว้าและทดลองหาวัตถุดิบและอุตสาหกรรมภายในประเทศว่ามีอย่างไร และปริมาณเท่าใดแล้วนำมาทดลองเป็นสินค้าอุตสาหกรรมขึ้น รวมทั้งค้นคว้าหาวิธีการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ และดัดแปลงเครื่องจักรและเครื่องมือทุนแรงให้เป็นประโยชน์ด้วย

4.4.2.2.2 การส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมขึ้นภายในประเทศ ช่วยเหลือให้คำแนะนำในด้านวิชาการเกี่ยวกับอุตสาหกรรม รวบรวมสถิติวัตถุดิบ อุตสาหกรรมและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ตลอดจนอบรมวิชาชีพอุตสาหกรรมบางอย่างแก่ราษฎร

4.4.2.2.3 การเผยแพร่และโฆษณาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ทำขึ้นในประเทศโดยวิธีต่างๆ เช่น รับรองคุณภาพสินค้าอุตสาหกรรมให้คำแนะนำแก่เจ้าของโรงงานเพื่อปรับปรุงคุณภาพและช่วยหาตลาดจำหน่ายให้ตามสมควร

นอกจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังมีหน่วยงานอื่นในกระทรวงอุตสาหกรรมที่มีส่วนในการให้ความช่วยเหลือแก่การอุตสาหกรรม เช่น ภาครัฐได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องการศึกษาวิเคราะห์วิจัยเกี่ยวกับวัตถุดิบการควบคุมคุณภาพ และการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอีกด้วย จากการศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม ได้มีการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมของเอกชน ซึ่งรัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม พ.ศ. 2505 อุตสาหกรรมใดซึ่งรัฐประกาศส่งเสริมที่จะไม่เข้าทำการแข่งขันในกิจการอุตสาหกรรมประเภทนั้น เมื่อเริ่มกิจการยังยกเว้นหรือลดอากรขาเข้าและภาษีการค้าสำหรับเครื่องจักรอุปกรณ์ เครื่องอะไหล่และวัตถุดิบ ตามความสำคัญของอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมยกเว้นหรือลดภาษีเงินได้ และยังให้คำมั่นสัญญาที่จะไม่เวนคืนกิจการนั้นมาเป็นของรัฐ นอกจากนี้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปียอมให้ผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศและผู้ชำนาญการเข้ามาได้เกินอัตราจำนวนคนเข้าเมือง อนุญาตให้ส่งผลกำไรของการลงทุนนั้นคืนกลับประเทศของผู้ลงทุนนั้นได้ จึงเห็นได้ชัดว่าสิทธิและคุณประโยชน์ จากพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม กำหนดไว้ที่สูงกว่าที่มีอยู่โดยทั่วไปในประเทศอื่น อย่างไรก็ตามผู้ที่ได้รับการส่งเสริมทั้งหมดนั้นไม่ใช่จะทำการผลิตได้ผลสำเร็จเสมอไป มีจำนวนไม่น้อยที่ต้องพบกับอุปสรรคในการแข่งขัน ดังนั้นจึงมีการปรับปรุงสมรรถภาพของการส่งเสริมการลงทุนในทางวิชาการให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินหรือวิเคราะห์วิจัยเรื่องตลาด ภาวะของอุตสาหกรรมต่างๆ และการประสานงานความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้จัดตั้งคณะกรรมการในระดับสูงขึ้น เพื่อช่วยเหลือขจัดปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ ที่ผู้ลงทุนไปแล้วที่ได้ประสบขึ้นมาอีก

4.4.2.3 ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า การเจรจาจัดทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น หรือการเจรจาเปิดการค้าเสรีไทย-ญี่ปุ่นของรัฐมนตรีเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม กับรัฐบาลสมัย พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี และนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ระหว่างวันที่ 6-7 พฤษภาคม 2548 โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และตัวแทนภาคเอกชนใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และสินค้าเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม ได้มีการ

แถลงถึงจุดยืนของภาคเอกชนต่อรัฐบาล เพื่อให้ภาครัฐได้รับทราบ และต่อต้านญี่ปุ่นที่จะเข้ายึดผลประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้า หรือ เอฟทีเอ⁸

จากบทสัมภาษณ์ของ พรพิณิจ พรประภา ขณะที่เป็นรองประธานสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงภาคเอกชนมีความเห็นตรงกันที่จะให้มีการเจรจาใหม่ทั้งหมด ที่ครอบคลุมทั้งกลุ่มสินค้าเกษตรกรรม และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบตามที่ฝ่ายไทยเสนอ หรือไม่ก็ยุติการเจรจา และควรคำนึงถึงผลประโยชน์ไม่ควรใช้เวลาเป็นตัวกำหนด และที่ผ่านมาไม่ถือว่าการเจรจากลุ่มสินค้าใดถึงที่สุด เช่น หากญี่ปุ่นต้องการเจรจาเรื่องยานยนต์ก็ต้องพิจารณาด้านเกษตรใหม่ และมีทำที่ตรงกันกับนายพิศาล มาฉวพัฒน์ ขณะที่เป็นรองปลัดกระทรวงการต่างประเทศของไทย และเป็นหัวหน้าคณะเจรจาไทย-ญี่ปุ่น ได้การเสนอจุดยืนครั้งนี้จะเป็นสิ่งทำให้รัฐบาลทบทวนทำตัวอย่างรอบคอบ และไม่ยอมรับข้อเสนอของฝ่ายญี่ปุ่น ได้มีการส่งหนังสือผ่านสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นในไทย แสดงความจำนงกับรัฐมนตรีเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น เพื่อเสนอความคิดเห็นและจุดยืนของภาคเอกชนไทย โดยประเด็นการต่อรองการเจรจาเพื่อลดภาษีหรือลดอุปสรรคทางการค้า ซึ่งได้มีฝ่ายผลิตรถยนต์จากสหรัฐและยุโรปแจ้งผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการแข่งขันกับญี่ปุ่นได้ยากขึ้น และจะเป็นการทำลายการค้าของประเทศอื่นด้วย ซึ่งทางผู้ผลิตรถยนต์ เมอร์เซเดส เบนซ์ ที่กำลังตัดสินใจลงทุนในไทยอาจต้องมีการทบทวนใหม่

จากบทสัมภาษณ์ของสมพงษ์ ดันเจริญผล ขณะที่เป็นรองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงประเด็นที่ต้องการให้ญี่ปุ่นไม่ต้องกดดันผ่านการเมือง จากการเจรจา รับเอาข้อมูลของฝ่ายไทยไปพิจารณา เพื่อผลประโยชน์ของสองฝ่าย และการเจรจาต้องดำเนินการอย่างตรงไปตรงมา โดยทางฝ่ายไทยได้แสดงความเข้าใจในความละเอียดอ่อนของฝ่ายญี่ปุ่น และเรียกร้องให้ญี่ปุ่นเข้าใจเรื่องที่อ่อนไหวของไทย ยึดหลักผลประโยชน์บนความสมดุลทั้งสองฝ่าย

4.4.2.4 ผลกระทบจากความเสถียรต่อภาวะเศรษฐกิจ และการเมือง จากการที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติระบุประเทศไทยไม่ได้ให้ความสนใจในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีเพียงประมาณร้อยละ 3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติหรือจีดีพี ส่วนใหญ่ใช้นโยบายที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากการใช้ นโยบายการส่งเสริมการลงทุน และการส่งออก เพื่อต้องการสะท้อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ได้สะท้อนถึงความเจริญทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ระบบเศรษฐกิจผันผวนไปตามปัจจัยจากต่างประเทศ เช่น ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราดอกเบี้ย ทำให้เกิดผลกระทบกับกลุ่มทุนขนาดเล็กในประเทศ

⁸ หนังสือพิมพ์ มติชนรายวัน. 5 กลุ่มอุตสาหกรรมขู่จุดยืน "ต้าน" ญี่ปุ่น สืบผลประโยชน์ "เอฟทีเอ" วันที่ 06 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 ปีที่ 28 ฉบับที่ 9918

กลุ่มอุตสาหกรรมมีแนวร่วมเป็นกลุ่มข้าราชการกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศของไทย ที่มีการเคลื่อนไหวกดดันกันอย่างเป็นระบบ พุ่งเข้าไปที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รองนายกรัฐมนตรี และนายกรัฐมนตรี ซึ่งกลุ่มข้าราชการเหล่านี้ส่วนใหญ่มีความจริงใจ และปราศจากผลประโยชน์พัวพันกับธุรกิจ เพียงแต่ไม่เข้าใจภาพรวมโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย ไม่มีวิสัยทัศน์ของเศรษฐกิจไทยในอนาคต และไม่รู้ข้อมูล จึงเชื่อข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจ และไม่สนใจข้อร้องเรียนของกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเรื่องที่เดือดร้อนจากการคุ้มครองธุรกิจยานยนต์มานานนับสิบปี จากการเคลื่อนไหวของกลุ่มแนวร่วมได้หันมาใช้กลยุทธ์ที่ชูประเด็นของการรักษาปกป้องอธิปไตยจากการรุกรานทางเศรษฐกิจของต่างชาติ แต่แท้ที่จริงเป็นเรื่องผลประโยชน์ของกลุ่มผูกขาดที่ขัดแย้งกับอุตสาหกรรมที่ใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ เช่น กลุ่มธุรกิจยานยนต์ กลุ่มธุรกิจเหล็กคั้นน้ำในประเทศไทยมีลักษณะรวมศูนย์ผูกขาดอยู่เพียงไม่กี่ตระกูล มีอิทธิพลโยงใยเหนียวแน่นทั้งระดับการเมือง และข้าราชการสืบทอดกันมาต่อเนื่องทุกรัฐบาล เป้าหมายของกลุ่มทุน เพื่อต้องการสร้างอำนาจผูกขาดที่คงทนถาวร ภายใต้การคุ้มครองของรัฐบาลแบบเบ็ดเสร็จ มีวิธีการผลักดันโครงการลงทุนมูลค่าหลายแสนล้านบาท จากกลุ่มการเมืองและข้าราชการ เพื่อให้อุตสาหกรรมไทยพัฒนาแบบครบวงจร ยกกระดับคุณภาพ ลดต้นทุน ทำให้ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำมีราคาต่ำลง เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยมีเงื่อนไขที่รัฐบาลต้องให้สิทธิประโยชน์การลงทุนทั้งภายในและไม่ใช่ภายในมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท และต้องคงอัตราภาษีศุลกากรไว้ในระดับสูงเพื่อกีดกันการนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อบีบบังคับให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องทั้งหมดต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และเป็นเหตุผลสำคัญคือ โรงงานผลิตยางรถยนต์ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ตั้งแต่เทคโนโลยี ตัวโรงงาน สารเคมี บุคลากรผู้เชี่ยวชาญและวิศวกร รวมทั้งเงินทุนที่ส่วนใหญ่ต้องกู้จากสถาบันการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนั้นราคายางดิบในตลาดโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ในอนาคต เพราะความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดโลก แม้แต่เงินลดการนำเข้ายางดิบ และสร้างโรงงานผลิตยางรถยนต์ขึ้นมา ฉะนั้นต้นทุนของการโรงผลิตยางรถยนต์จะต้องสูงขึ้น ไม่ใช่ลดลง และไม่มีทางแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ รัสเซีย สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา มีจุดแข็งที่แตกต่างกัน

4.4.2.5 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่เกิดจากกลุ่มผลประโยชน์ และกลุ่มสถาบัน อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยภายใต้กลุ่มผลประโยชน์ทั้งกลุ่มผู้ผลิตข้ามชาติ กลุ่มทุนไทย และกลุ่มการเมืองไทย ที่มีอิทธิพลเหนือกลุ่มสถาบันอย่างกลุ่มสถาบันยานยนต์ กลุ่มชิ้นส่วนยานยนต์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งมีการใช้ตัวแทนที่เป็นกลุ่มทุนไทยเข้าไปมีบทบาทในกลุ่มสถาบัน ภายใต้นโยบายของกลุ่มทุนข้ามชาติ และควบคุมภาวะตลาดให้เป็นไปตามที่บริษัทแม่ในต่างประเทศต้องการ ตั้งแต่การสร้างการผูกขาดวัตถุดิบอย่างยางธรรมชาติ และสารเคมี ที่เป็น

ส่วนประกอบสำคัญในการผลิตยาง รวมทั้งการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายเข้าถึงผู้บริโภคผ่านตัวแทนของกลุ่มทุนไทย ทำให้กลุ่มทุนผู้ผลิตยางรถยนต์ของไทยยากที่จะเข้าถึงตลาดยางรถยนต์หลักใหญ่ของประเทศ เช่น ตลาดยางรถเก๋ง และยางรถปิกอัพ และกลุ่มผู้ผลิตทุนไทยถูกกดดันและถูกควบคุมให้อยู่ในวงจำกัด ไม่สามารถขยายตลาดยางของตนเองได้ จึงหาทางออกที่จะขยายไปประเทศในตะวันออกกลาง และประเทศโลกที่สามมากขึ้น

ดังนั้นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์อย่างมากเป็นกลุ่มผลประโยชน์เนื่องจากมีอิทธิพลต่อกลุ่มสถาบันในการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มทุนข้ามชาติ โดยเฉพาะกลุ่มทุนประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามามีบทบาทผ่านคณะกรรมการการลงทุนของญี่ปุ่น หรือ JETTRO เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้ส่งผลกระทบต่อทิศทางการลงทุนของกลุ่มทุนไทย และมีการกีดกันกลุ่มทุนไทยในตลาดยางรถยนต์ของประเทศ เพราะเกรงจะเกิดการทุ่มตลาดจากกลุ่มทุนไทย ทำให้เกิดระบบผูกขาดตลาดยางรถยนต์ในกลุ่มทุนข้ามชาติ ผ่านนโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย และยังคงริเริ่มเศรษฐกิจจากการบีบในประเทศเปิดการค้าเสรี เพื่อเปิดโอกาสนำเข้าสินค้าวัตถุดิบจากประเทศของตนมากยิ่งขึ้น

4.4.2.6 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศจีน และอินเดีย ประเทศจีนมีนโยบายการลงทุนคล้ายกับประเทศญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับแผนอุตสาหกรรมทางยุทธศาสตร์ และยังคงกีดกันจากการใช้กำแพงปิดกั้นสินค้าจากต่างชาติ ซึ่งมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขขององค์การการค้าโลก โดยการปฏิบัติของจีนนั้นต่างจากญี่ปุ่นที่ขนาดทางภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจของจีนที่มีขนาดใหญ่และเติบโตมากขึ้น ขณะที่ญี่ปุ่นมักจะมึนนโยบายปฏิเสธรการลงทุนจากต่างชาติ เนื่องจากญี่ปุ่นกลัวการครอบงำ และคุกคามทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น แต่จีนมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนจากต่างชาติแบบมีเงื่อนไขที่ต้องพัฒนาประเทศจีนจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีในกับประชาชนของจีน โดยอาศัยความสามารถในเทคนิคด้านการบริหารจัดการ ความมีมาตรฐานคุณภาพ และความมีชื่อเสียง มีช่องทางการจัดจำหน่าย และมีตลาดรองรับในต่างประเทศ ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมของจีนเริ่มจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีขีดความสามารถมากยิ่งขึ้น และมีการทำงานในศูนย์วิจัยพัฒนาที่สนับสนุนจากเงินทุนของรัฐหรือศูนย์วิจัยของนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องพัฒนาทักษะให้มีความสามารถมากแข่งขันในระดับโลก และดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านเทคนิคการประยุกต์ และมีความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ จากแหล่งความรู้ เทคโนโลยี วิทยาการ และการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นการสร้างอำนาจต่อรองทางด้านอุตสาหกรรมของจีน ทำให้มีสภาพคล่องทางการค้า และการลงทุนสูง

การพัฒนาของประเทศจีนจากอุตสาหกรรมรถยนต์ไปสู่ยางรถยนต์ ซึ่งมีการขยายตัวอย่างมากทั้งการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ และการลงทุนของกลุ่มทุนของจีนเอง ทำให้เกิดผู้ผลิต

ยางรถยนต์ยี่ห้อจำนวนมากในประเทศจีน และขยายตลาดยางรถยนต์ไปสู่ประเทศในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งประเทศไทยเป็นตลาดหนึ่งที่จะมีการขยายการลงทุนเข้ามา เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบยางธรรมชาติ ซึ่งจีนได้นำเข้ายางธรรมชาติจากประเทศไทยอยู่แล้ว และประเทศไทยอาจเป็นแหล่งผลิตยางรถยนต์ให้กับประเทศจีนได้เช่นกัน ขณะที่ประเทศอินเดียนั้นยังมีเหตุผลทางการเมือง และเศรษฐกิจในการลงทุน ทำให้การพัฒนาประเทศแบบกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ๆ และยังมีมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์มากกว่าอุตสาหกรรมหนักอย่างรถยนต์ และอื่นๆ ทำให้การพัฒนาของอินเดียไม่ส่งผลต่อประเทศไทยในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยมากนัก

ดังนั้นการขยายตัวอุตสาหกรรมรถยนต์ของจีนนั้นส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย ซึ่งผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มทุนไทยที่มีเครือข่ายการผลิต และการตลาดที่ไม่เข้มแข็งอาจจะถูกยางรถยนต์จากประเทศจีน หรือยางรถยนต์ของจีนที่จะผลิตในประเทศไทยนั้นแย่งส่วนแบ่งตลาดที่เหลือน้อยมากสำหรับตลาดในประเทศไทย แต่ก็เป็นไปได้ยากที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดยางรถยนต์จากผู้ผลิตที่เป็นทุนข้ามชาติ ผู้ผลิตมีเครือข่ายระหว่างกันในประเทศจีนอยู่แล้ว

4.4.3 เปรียบเทียบจะมีความคุ้มค่าการผลิตยางรถยนต์ในประเทศกับการนำเข้า

ประเด็นการใช้วัตถุดิบสำหรับการผลิตยางรถยนต์ในประเทศ (Local Content) จะมีความคุ้มค่าของการผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยมากกว่าการนำเข้ายางรถยนต์ (Import Content) หรือไม่จากการที่ประเทศไทยได้ยกเลิกนโยบายการใช้เงินส่วนในประเทศเพื่อการผลิตทดแทนการนำเข้า แต่มีการใช้นโยบายการค้าเสรี ทำให้ผู้ผลิตเข้ามามีบทบาทในการกำหนดการใช้วัตถุดิบในการผลิตมากยิ่งขึ้น และสนับสนุนให้มีการใช้วัตถุดิบในประเทศของตนมากขึ้น นอกจากนี้ส่วนประกอบที่สำคัญในการผลิตยางประกอบด้วยยางธรรมชาติ และยางสังเคราะห์ แต่เนื่องจากยางสังเคราะห์นั้นผลิตผลที่ได้จากอุตสาหกรรมน้ำมันดิบ และราคามักจะผันผวนไปตามภาวะเศรษฐกิจโลก ทำให้ผู้ผลิตหันมาใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนผสมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ โดยจัดตั้งบริษัทหน้าหรือตัวแทนในการจัดหาวัตถุดิบ และควบคุมราคาไม่ให้เกิดความผันผวน จากการสร้างความซับซ้อนในการผูกขาด เพื่อป้องกันการเข้ามามีอิทธิพลต่อการสร้างราคาวัตถุดิบ เห็นได้จากบริษัทของประเทศสิงคโปร์อย่าง เต็กบีฮั้ง หรือยางไทยปักษ์ใต้ มีบทบาท และอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมยางธรรมชาติในประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังมีบริษัทของประเทศอื่น เช่น ฮองกง ญี่ปุ่น และจีนที่เข้ามามีบทบาทในการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อป้องกันการผลิตในประเทศของตน

ดังนั้น การใช้วัตถุดิบสำหรับการผลิตภายในประเทศย่อมมีความคุ้มมากกว่าการนำเข้าข่างรถยนต์ แต่ถุคนโยบายจากบริษัทแม่ในต่างประเทศสร้างราคาควบคุมตลาดข่างทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป้าหมายการครอบงำตลาดข่างรถยนต์ และทางเศรษฐกิจของประเทศ และกดดันนโยบายทางด้านการค้าเสรีให้มีการลดการกีดกันทางภาษีจากการนำเข้า ส่งผลให้การนำเข้าข่างมาจำหน่ายในประเทศนั้นอาจจะถูกว่าการผลิตในประเทศ

4.4.4 การสร้างภาวะของการกีดกันตลาดจากกลุ่มทุนข้ามชาติ

จากบทสัมภาษณ์นายสมพงษ์ เผือญ โขล อดีตผู้แทนกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงประเด็นที่ญี่ปุ่นเสนอขอถือหุ้นเกินร้อยละ 51 ของถือหุ้นทั้งหมดร้อยละ 100 นั้นเท่ากับญี่ปุ่นจะทำธุรกิจได้ครบวงจรในอนาคต ตั้งแต่การผลิต การขาย และบริการ เช่น อยู่ซ่อมรถยนต์ เป็นของคนไทย เมื่อเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้ามาได้ร้อยละ 100 จะกระทบต่ออุตสาหกรรมที่ให้ต่างชาติครอบครอง หากให้ปล่อยให้ญี่ปุ่นรุกได้ตามที่ต้องการ สิ่งเหล่านี้ย่อมจะเกิดขึ้นและได้ผลกระทบอีกมาก โดยเฉพาะความเป็น "ดีทรอยต์แห่งเอเชีย" (Detroit of Asia) ของไทย และการที่ผู้ประกอบรถยนต์ที่มีการผลิตขึ้นส่วนตามคำสั่งของผู้ออกแบบในต่างประเทศนั้นคงไม่เพียงพอ และจะต้องเป็นศูนย์ทดสอบรถหรือสนามแข่งรถที่ทันสมัยแห่งหนึ่งของโลก แต่ในปัจจุบันศูนย์ทดสอบรถยนต์ในประเทศไทยยังไม่เกิด ทางผู้ผลิตพยายามให้รัฐบาลไทยเป็นผู้ลงทุนสร้าง ซึ่งเป็นให้ประโยชน์กับผู้ผลิตอย่างแท้จริง หากผู้ผลิตต้องการพัฒนาประเทศไทยเพื่อเป็นฐานการผลิตอย่างจริงจัง รวมไปถึงการนำเข้ารถยนต์แห่งอนาคต เข้ามาพัฒนาในประเทศไทย เช่น รถไฮบริด เพื่อเป็นการแสดงว่าการที่ใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก และพัฒนาอย่างจริงจัง ซึ่งธุรกิจรถยนต์ในโลกมีการกระจายการลงทุนไปตามสภาวะความต้องการของตลาดภูมิภาคทั่วโลก เช่น ประเทศไทย มีการใช้รถปีกอ้อมมากที่สุดในโลก

บริษัทรถยนต์ข้ามชาติสนใจมาลงทุนในประเทศไทย เพื่อต้องการผลประโยชน์จากตลาดในประเทศไทยเป็นหลักและบางส่วนถึงจะส่งออก การที่โรงงานผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่นในประเทศไทยได้ย้ายฐานการผลิตรถยนต์มายังประเทศไทย เป็นการให้ประโยชน์จากการนโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยมากกว่าที่จะเป็นการสร้างศักยภาพในการส่งออกของประเทศไทยจากการลดอากรขาเข้า ซึ่งประเทศไทยมีนโยบายเอื้อต่อการลงทุน และการส่งออกมากประเทศหนึ่งในโลก แต่ละอุตสาหกรรมได้รับคืนภาษีในอัตราที่แตกต่างกัน และบางอุตสาหกรรมไม่ได้รับคืนเลยรวมทั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) ของไทยยังให้สิทธิพิเศษในการไม่ต้องเสียภาษีนิติบุคคลนานถึง 8 ปี ขณะที่ประเทศจีนกำหนดให้ผู้ขอส่งเสริมการลงทุนเสียภาษีครึ่งหนึ่งช่วง 4 ปี

แรก จากนั้นเสียเต็มจำนวน นอกจากนี้ไทยยังมีเขตปลอดภาษี (Free Zone) และมาตรา 19 ทวิของกรมศุลกากร ซึ่งรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์มีอากรขาเข้าสูงร้อยละ 20 ขึ้นไป และได้ประโยชน์จากนโยบายการใช้วัตถุดิบในประเทศ (Local content) ตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าของญี่ปุ่นที่จะใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นร้อยละ 40 ซึ่งการผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่น เป็นการซื้อชิ้นส่วนจากโรงงานผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทย ที่มีการใช้ชิ้นส่วนที่นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ มาผลิตและประกอบในประเทศไทยร้อยละ 100 จึงเกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ เนื่องจากมีผลมากต่อการลดอากรขาเข้าเป็นร้อยละ 0 และอากรขาเข้าในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่อยู่ในอัตราที่ต่ำอยู่แล้ว การทำเอฟทีเอกับประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยไม่ได้รับผลประโยชน์อะไร เนื่องจากอุปสรรคที่สำคัญคือระบบการค้าของญี่ปุ่น เป็นการทำการค้าภายในกลุ่มเดียวกัน

การที่ญี่ปุ่นต้องการนำยางรถยนต์เข้ามายังประเทศไทย อ้างว่าเป็นประโยชน์ของคนไทย เนื่องจากจะได้สินค้าราคาถูก แต่ในความเป็นจริงผู้ผลิตญี่ปุ่นต้องการขายให้กับบริษัทในกลุ่มเดียวกันเอง ซึ่งเป็นระบบที่ญี่ปุ่นทำกับทุกประเทศ คือขายให้บริษัทลูกและให้บริษัทลูกเป็นผู้ทำกำไร เนื่องจากส่วนที่ขายต่อมายังผู้ประกอบการไทยราคาจะสูง และยังพบว่าราคาที่ผู้ผลิตขายมาให้กลุ่มในเครือของญี่ปุ่นในประเทศไทยส่วนใหญ่หรือทั้งหมดราคาต่ำกว่าที่ขายญี่ปุ่น เนื่องจากการผลิตนั้นต้องการที่จะทุ่มตลาดมายังประเทศไทย และมีการโอนกำไรระหว่างกัน (Transfer pricing) เนื่องจากนิติบุคคลของประเทศญี่ปุ่นนั้นสูงถึงร้อยละ 40 ขณะที่ประเทศไทยร้อยละ 30 ถ้าหากได้รับการส่งเสริมจากบีโอไอก็ไม่ต้องเสียภาษี และบริษัทญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้รับการส่งเสริมจากบีโอไอ เกือบทั้งหมด สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยอมรับว่ามีการทุ่มตลาดมายังประเทศไทย เป็นหน้าที่ของรัฐที่ต้องดูแลทุกอุตสาหกรรม เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้เป็นกระจายความเสี่ยงของประเทศไม่ใช่มุ่งเน้นที่กลุ่มอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง การเจรจาเขตการค้าเสรีส่วนของ Trade Remedy โดยเฉพาะ AD/CVD และ Safe guards รวมทั้งการทำเอฟทีเอกับหลายประเทศที่ผ่านมา ไม่เคยมีการกำหนดกฎให้แตกต่างจากกฎของ WTO และทำงานแก้ไขกฎหมาย AD/CVD และ Safe guards ของไทยได้มีระบุที่จะไม่ควรรนำเรื่อง Trade Remedy เข้ามาเกี่ยวข้องในการเจรจาเอฟทีเอ

4.4.5 การสร้างการยอมรับจากการบริโภคในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์

พฤติกรรมการใช้ยางรถยนต์ของประเทศกำลังพัฒนาเป็นยางรถยนต์ราคาถูก ประเภทยางประเภทผ้าใบ (Bias Tyre) และยางรถยนต์ที่มียางในเป็นส่วนประกอบ เนื่องจากมีสภาพถนนไม่ดี ทำให้ยางรถยนต์สึกง่าย หรืออาจเสียก่อนกำหนด ต้องเปลี่ยนยางบ่อยครั้ง จึงทำให้ไม่คุ้มค่าที่จะใช้ยางราคาสูงที่มีคุณภาพสำหรับการใช้บนถนนสภาพที่ดี ประเทศไทยยังมีการผลิตอยู่ในกลุ่มผู้ผลิต

ขนาดกลางและเล็กอยู่ แต่ต้องพยายามที่จะพัฒนาไปสู่การผลิตยางรถยนต์แบบเรเดียลมากขึ้น เพราะการเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้งานจากความเจริญของประเทศที่มีการสร้างถนนสภาพดีมากขึ้น

การพัฒนายางรถยนต์ภายใต้เทคโนโลยีการผลิตระดับโลกในประเทศไทย จากการใช้รถยนต์บนถนนในประเทศไทยแต่ละรายมีความหลากหลาย ทั้งลักษณะการขับขี่และสภาพถนนที่มีหลายรูปแบบ ผู้ผลิตยางรถยนต์จึงมีแนวคิดที่จะคิดค้นและผลิตยางเพื่อรถยนต์และประเภทอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้ยางรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ได้มากที่สุด และให้ดีที่สุด

4.4.5.1 บริดจสโตน⁹ การเติบโตของไทยบริดจสโตนได้ก้าวสู่ความสำเร็จจากการสร้างแรงผลักดันให้กับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย โดยแนวคิดสร้างสรรค์ ด้วยความมุ่งมั่น และความตั้งใจในการคิดค้นวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ และปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากร ตลอดจนส่งเสริม และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังจนนำไปสู่ปรัชญาที่ยึดมั่นเป็นหนึ่งในเดียวทั่วโลก คือ บริดจสโตนผลิตยางคุณภาพเยี่ยม เพื่อรับใช้สังคม จุดเริ่มต้นในประเทศไทยจากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับสภาพถนน ผสานกับการนำเทคโนโลยีการใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถที่ตอบสนองความต้องการใช้ยางรถยนต์ในประเทศไทย และสามารถสร้างความเชื่อมั่นกับผู้ผลิตรถยนต์ในปัจจุบันได้ ส่งผลให้การผลิตเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตยางรถยนต์ การสร้างสนามทดสอบยางรถยนต์ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในเอเชีย การทดสอบคุณภาพยาง นอกจากนั้นได้มีแนวคิดในการก่อตั้งค็อกพิท (Cork pit) เป็นศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการยางรถยนต์ที่ทันสมัย เน้นการให้บริการนอกเหนือจากร้านขายยางรถยนต์ทั่วไป ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ยาง และล้ออัลลอยด์ของบริดจสโตน อุปกรณ์ระดับยนต์ พร้อมทั้งการให้บริการตรวจเช็คยาง สลับยาง และตั้งศูนย์ถ่วงล้ออย่าง ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการเปลี่ยนถ่านน้ำมันเครื่อง โช้คอัพ และเบตเตอร์

กลุ่มบริดจสโตน มีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ เป็นฐานการผลิตและส่งออกรายรถยนต์ไปสู่ตลาดโลก นายโยอิชิโร ไคซากิ ประธานบริหารบริดจสโตน คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ได้กำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ก้าวสู่ระดับสูงขึ้นไปในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของโลก ด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงจากทั่วโลก จากการใช้บริดจสโตนประเทศไทยได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ QS-9000/ISO 9001 กระบวนการผลิตได้นำเครื่องจักรกล หุ่นยนต์ คอมพิวเตอร์ เครื่องเอ็กซ์เรย์ แสงเลเซอร์ และระบบการควบคุมคุณภาพ (Q.C. Circle) ที่นำมาใช้ในกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการทดสอบคุณภาพยางรถยนต์ ทั้งในห้องทดสอบและสนามทดสอบจนกว่าจะมั่นใจในคุณภาพ ก่อนนำออกสู่ตลาด นอกจากนั้นบทบาทของ โยอิชิโร ฟูกูโมริ

⁹ นิตยสาร เดอะริบบอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล (2542). *บริดจสโตน มุ่งส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่*. กรุงเทพฯ: ฉบับที่ 4 หน้า 27

กรรมการผู้จัดการไทยบริดจสโตน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่ประสบปัญหาในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศไทยในปี 2540 ต้องมีการปรับยุทธศาสตร์ด้านการตลาดขึ้นใหม่ ด้วยการเพิ่มยอดขายด้านส่งออก และปรับนวัตกรรมในการผลิตที่ผลักดันยางรถยนต์รุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น มีการแบ่งตลาดออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ตลาดผู้ประกอบการรถยนต์หรือ OEM ตลาดยางทดแทนหรือ REM และตลาดส่งออก

4.4.5.2 มิชลิน¹⁰ ผู้ผลิตยางรถยนต์เพื่อให้บริการในทุกส่วนของตลาดได้หลากหลาย จากการที่สยามมิชลินกรุ๊ป เป็นพันธมิตรกับกลุ่มปูนซีเมนต์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ประกอบด้วยกลุ่มกิจการที่ร่วมกันในการปฏิบัติการที่สอดคล้องกันในการผลิตยางรถยนต์ ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้จัดจำหน่าย กลุ่มผู้ให้บริการ และสนับสนุน ในการผลิตยางรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่ง รถบรรทุก รถสำหรับใช้งานในอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม และยางสำหรับเครื่องบิน ภายใต้เครื่องหมายการค้า มิชลิน (Michelin) บีเอฟ กู๊ดริช (BF Goodrich) และยางสยาม (Siam Tyres) เป็นที่รู้จักกันทั่วไปทั้งประเทศไทย ภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก เอเชียตะวันออก แอฟริกา และอเมริกา กำหนดกลยุทธ์ มีเป้าหมายปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอสำหรับการค้นคว้าและวิจัยนวัตกรรมยางรถยนต์ ที่ใช้ในระบบกันสะเทือนของรถยนต์ และการให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และเป็นการนำเสนอกับผู้บริโภคในราคาที่ดีที่สุดของแต่ละตลาด ที่มีความหลากหลายของการใช้ยางรถยนต์ เน้นการพัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และตอบสนองจากการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม พัฒนาภายใต้นวัตกรรมที่เป็นของมิชลิน เพื่อจะพัฒนาหลักเกณฑ์คุณภาพสูงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

กลุ่มมิชลิน ได้มีการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีมิชลิน ที่มีหน้าที่หลักของการรับฟังปัญหาวิเคราะห์ และพัฒนายางรถยนต์ให้กับกลุ่ม และมีหน้าที่พิเศษ ที่เป็นปัจจัยเบื้องต้นของวัตถุดิบ การออกแบบยางและดอกยาง กระบวนการผลิต มีการทดลองทดสอบเครื่องจักรที่ผสมผสานปัจจัยดังกล่าวเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ยางรถยนต์ทุกเส้นผ่านการทดสอบด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง รวมทั้งทดสอบภายใต้สถานการณ์จริง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงในสภาพการใช้งานในสภาวะการณ์จริง และศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มิชลินตั้งอยู่ทั่วโลก ทั้งในสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สเปน และญี่ปุ่น มิชลินใส่ใจในเรื่องของคุณภาพทุกองค์ประกอบ จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของยางธรรมชาติ และมีสวนยางธรรมชาติ 6 แห่ง ที่จะนำมาเป็นส่วนผสมการผลิตยางนี้เป็นเหตุผลที่มิชลินเป็นเจ้าของสวนยางถึง 6 แห่ง ในบราซิลและไนจีเรีย เพื่อวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบให้ได้มาตรฐาน รองรับปริมาณการผลิตของกลุ่มมิชลินทั่วโลก เพื่อนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์คุณภาพเยี่ยมยอด สมรรถนะสูงสุด ในกระบวนการผลิตของมิชลิน คงไว้ซึ่งผลิตภัณฑ์

¹⁰ มิชลิน (ประเทศไทย) ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2549 จาก <http://www.michelin.co.th/thai/about/innovation.jsp>

คุณภาพเยี่ยมตามมาตรฐานมิชลิน และเน้นการผลิตยางให้มียุทธการใช้งานยาวนาน เพิ่มศักยภาพในระหว่างการใช้งานจากการลดการต้านการหมุน(Rolling Resistance) เพื่อช่วยประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง รวมทั้งมลภาวะทางเสียง เมื่อยางรถยนต์หุ้มคอกายการใช้งาน สามารถนำมาแปรรูปเป็นพลังงานได้ เช่น การนำยางใช้แล้วไปแทนเชื้อเพลิงจะสามารถประหยัดน้ำมันได้ประมาณ 10 ลิตร ดังนั้นการเพิ่มมูลค่าของยางใช้แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของมิชลิน

การพัฒนาขางรถยนต์ที่สามารถประหยัดพลังงานของมิชลิน เป็นการสร้างจุดเปลี่ยนให้กับตลาดด้วยขางรถยนต์ เพื่อการประหยัดน้ำมันเป็นรายแรกของเมืองไทย ภายใต้จุดเด่นของการเป็นผู้นำตลาดขางรถยนต์ที่เน้นเรื่อง ความปลอดภัยเป็นรายแรก ก่อนจะเปลี่ยนมาขึ้นนำตลาดด้วยเทคโนโลยีความนุ่มเงียบในอีกหลายปีถัดมา เป็นการพัฒนานวัตกรรมที่ใช้ความแตกต่างด้านเทคโนโลยีในการสร้างมาตรฐานใหม่ที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ด้วยขางประหยัดน้ำมันมิชลิน ขณะเดียวกันขางมิชลิน ENERGY ยังคงคุณสมบัติด้านความนุ่มนวล ความเงียบไร้เสียงรบกวน การรีดน้ำ และสมรรถภาพการยึดเกาะถนน รวมถึงอายุการใช้งานที่ยาวนาน ที่เป็นจุดเด่นแต่เดิม มิชลินมั่นใจจะสามารถสนองความต้องการผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี¹¹

4.4.5.3. กู๊ดเยียร์¹² เป็นหนึ่งในสามผู้นำของบริษัทผู้ผลิตขางรถยนต์ และขางล้อเครื่องบินในนามบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ภายใต้ชื่อการค้า “กู๊ดเยียร์” ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2511 ด้วยทุนจดทะเบียน 74 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิต จัดจำหน่าย และส่งออก ผลิตภัณฑ์ขางรถยนต์ และขางล้อเครื่องบิน บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ และให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ จึงเป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายขางที่มีชื่อเสียงและเป็นที่น่าเชื่อถือในประเทศไทย ที่ได้รับการก่อตั้งและปฏิบัติงานมานานและในปี 2547 มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตคิดค้นแต่สินค้าคุณภาพ และการให้บริการที่ยอดเยี่ยมให้กับผู้บริโภค และไม่ว่าจะเป็นที่ใดในโลก โดยมีปรัชญาของการดำเนินงานจะรักษาชื่อเสียงที่ดี หรือ “Protect Our Good Name” ซึ่งผู้บริหาร พนักงานและผู้ปฏิบัติการในบริษัทยึดมั่นปรัชญานี้มากกว่าศตวรรษ

ปัจจุบัน กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) มีโรงงานในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับในตลาดสากลที่มีการแข่งขันอย่างสูง มีเหตุการณ์ที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงาน จากการก่อตั้งบริษัท และสร้างโรงงานในปี พ.ศ. 2511 ผลิตขางเส้นแรกสู่ตลาดเมืองไทยในปี พ.ศ. 2512 และผลิตขางเครื่องบินเส้นแรกสู่ตลาดโลกในปี พ.ศ. 2515 รวมทั้งผลิตขาง

¹¹ นิตยสาร แบริ่นเอจ. (2549) มิชลิน ENERGY Re-imagine ขางรถยนต์. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2549 จาก http://www.brandage.com/issue/edn_detail.asp?id=1179

¹² กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2549 http://www.goodyear.co.th/about/index_achievements.html

ประเภทเรเดียลเส้นลวดยางรถยนต์สู่ตลาดเมืองไทยในปี พ.ศ. 2532 โดยได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล TIS/ISO 9002 จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย และองค์การมาตรฐานระหว่างประเทศเป็นบริษัทแรกในกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2538 และในปี พ.ศ. 2542 ได้การรับรองระบบการจัดการด้านคุณภาพ QS 9000 จาก Lloyd's Register Quality Assurance เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2543 ได้เริ่มต้นโครงการ ศูนย์บริการลูกค้า อีเกิ้ลสโตร และ ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในปี 2545 ที่สนับสนุนโครงการคุ้มครอง สิทธิของผู้บริโภคได้รับมาตรฐานระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 ในปี พ.ศ. 2542 - 2548 ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับชาติ (จนกระทั่งถึงปัจจุบัน) และได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานในปี พ.ศ. 2545 – 2547 โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ เป็นยางรถยนต์ที่ได้ยอมรับของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยผลิตภัณฑ์ที่เป็นยางสมรรถนะสูง มีความโดดเด่นด้านดีไซน์และการยึดเกาะ มีความโดดเด่นด้วยความนุ่ม เงียบ ปัจจุบันได้มีการพัฒนายางรถยนต์แบบใหม่ที่สามารถขับขี่ได้ในขณะที่ไม่มีลมในยางรถยนต์ (Run Flat Tyres) ถือเป็นนวัตกรรมใหม่ของอุตสาหกรรมรถยนต์ของโลก โดยเป็นการผลิตแบบรันแฟลท ซึ่งได้ใช้ในรถยนต์ของยุโรป เช่น เซฟโลเล็ท เยนเนอรัล มอเตอร์ เดมเลอร์ไครสเลอร์ และ พลีมัธ พราวเวอร์ เป็นต้น โดยทำให้เป็นการลดภาระเกี่ยวกับการใช้ยางอะไหล่ ล้ออะไหล่และแม่แรง ที่ใช้ในการเปลี่ยนยางอะไหล่ของรถยนต์ ซึ่งเป็นการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าด้านความปลอดภัย และความสะดวกสบาย มีระบบเตือนเมื่อความดันของลมยางรถยนต์อยู่ในระดับต่ำ และสามารถขับขี่ได้ในขณะที่ยางแบน โดยที่ไม่สูญเสียการควบคุม และไม่ต้องพะวงกับการเปลี่ยนยางรถยนต์ ซึ่งการวิจัยพัฒนาครั้งนี้ยังได้รับรางวัลเพสอวอร์ด ในปี พ.ศ. 2542 ของบริษัท กู้ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางที่ใหญ่ที่สุดในอเมริกาเหนือ โดยเป็นความร่วมมือกันของวิศวกรของ กู้ดเยียร์ เยนเนอรัล มอเตอร์ และเดมเลอร์ไครสเลอร์

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบิน เป็นความ มีความภูมิใจที่โรงงาน กู้ดเยียร์ในประเทศไทย เป็น 1 ใน 3 โรงงานของ กู้ดเยียร์ทั่วโลก ที่มีศักยภาพสูงจนได้รับความไว้วางใจให้เป็นโรงงานผลิตยางเครื่องบิน กู้ดเยียร์ เริ่มผลิตยางเครื่องบินทั้งยางใหม่ และยางหล่อดอก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี ที่ยางเครื่องบินของบริษัทฯ ได้สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ และมีโรงหล่อดอกยางเครื่องบินที่มีเทคโนโลยีสูง ควบคุมการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนด้วยเครื่องมือ รวมทั้งระบบการตรวจสอบคุณภาพ ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยบริษัทแม่ที่

สหรัฐอเมริกา โครงยางเครื่องบินทุกเส้นที่ส่งเข้าโรงงานจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบ โครงสร้างยางด้วยเครื่องโฮโรกราฟ (Holograph) เพื่อความมั่นใจในคุณภาพ และความปลอดภัย ของยางเครื่องบินหล่อคอกทุกเส้น ปัจจุบันสายการบินแห่งชาติเกือบทุกบริษัทในภาคพื้นเอเชีย แปซิฟิกเกือบทุกประเทศ ได้ให้ความไว้วางใจใช้ยางล้อเครื่องบินของสายการบินชั้นนำของโลก

4.4.5.4 โยโกฮามา¹³ ของบริษัท โยโกฮามา รับเบอร์ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำของโลกที่ผลิตสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาง ครอบคลุมตั้งแต่ยางสำหรับพาหนะทุกชนิด สินค้าเกี่ยวกับยาง และอื่นๆ บริษัทฯได้เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2460 และบริษัทฯได้ขยายกิจการไปสู่ระดับโลกปัจจุบันบริษัทฯได้นำเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค สินค้าที่บริษัทฯได้รับความชื่นชมอย่างมากมีตั้งแต่สินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ วิศวกรรมอาคาร อุตสาหกรรมก่อสร้าง วิศวกรรมทางทะเล อุปกรณ์สำหรับเครื่องบิน และอุปกรณ์กีฬาบริษัทฯมีโรงงานอยู่ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และเอเชีย โดยนโยบายของโยโกฮามา คือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกปี และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคิเลลเลอร์อย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน จุดก่อตั้งบริษัท ต.สยาม คอมเมอร์เชียล เริ่มต้นที่ปี พ.ศ. 2544 จากที่ก่อนนี้เคยอยู่ที่วงเวียน 22 กรกฎาคม ในชื่อ “ต.สยามเทรด ดิง” ซึ่งเป็นธุรกิจด้านยางตั้งแต่รุ่นบิดา ปัจจุบันแปรสภาพเป็นคิเลลเลอร์ตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ยางโยโกฮามาในประเทศไทยทั้งหมด ที่ผ่านมา YOKOHAMA ในต่างประเทศคือผู้ผลิต ยางรถยนต์รายใหญ่อันดับ 6 ของโลก มีแหล่งต้นกำเนิดหลักอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น ณ เมืองโยโกฮามา ปัจจุบันเลิกไปแล้ว และมีอยู่ที่โตเกียวในญี่ปุ่นมีทั้งหมด 5 โรงงาน ในประเทศไทยที่เป็นโรงงานล่าสุดจากต้องการของตลาดที่มีความแตกต่าง ทำให้เราต้องมีทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นทางเลือกในเรื่องของความนุ่มนวล และความประหยัดน้ำมัน จากการใช้เทคโนโลยี New Compound II และ Dual Tread Compound ยางรถยนต์นั้นไม่ใช่แค่เรื่องของดอกยางสวย แต่ยางที่ดีด้านโครงสร้างและเนื้อยางเป็นส่วนประกอบ และมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกอย่างชัดเจน ทั้งในกลุ่มของรถยนต์นั่ง รถ SUV เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการได้ เป็นจุดแข็งที่มีสินค้าที่หลากหลาย ผู้ใช้ชอบยางที่นุ่มเงียบ และมีลายดอกยางหลายแบบให้เลือก

¹³ โยโกฮามา รับเบอร์ ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2549 http://www.yokohamatire.in.th/test_es100.html

4.4.6 การสนับสนุนการแข่งขันของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย

การพัฒนายางรถยนต์ภายใต้เทคโนโลยีการผลิตในประเทศไทย จากการใช้รถยนต์บนถนนในประเทศไทยมีความหลากหลาย ทั้งลักษณะการขับขี่และสภาพถนนที่มีหลายรูปแบบ แต่ละผู้ผลิตรายรถยนต์จึงมีแนวคิดที่จะคิดค้นและผลิตยางเพื่อรถยนต์และประเภทอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้ยางรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ได้มากที่สุดและให้ดีที่สุด ซึ่งกลุ่มทุนยางรถยนต์ไทยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ได้แก่

4.4.6.1 กลุ่มบริษัท ป. สยามอุตสาหกรรมยาง เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2531 ซึ่งมีกำลังการผลิต 0.2 ล้านเส้นต่อปี

4.4.6.2 กลุ่มบริษัท ยาง โรดสโตน เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2532 ซึ่งมีกำลังการผลิต 72,000 เส้นต่อปี (เลิกกิจการแล้ว)

4.4.6.3 กลุ่มบริษัท โอทีเอ็น เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2539 ซึ่งมีกำลังการผลิต 2.19 ล้านเส้นต่อปี และยางรถบรรทุก 730,000 ต่อปี (เลิกกิจการแล้ว)

4.4.6.4 กลุ่มบริษัท วีริบเบอร์ เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนที่เริ่มจากการผลิตยางรถยนต์จักรยานยนต์ และพัฒนาไปสู่ยางรถยนต์ และยางรถบรรทุก

ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ได้แก่ กลุ่มไฮฮีโร่ กลุ่มคีสโตน และกลุ่มผู้ผลิตยางโอตานิ เป็นผู้ผลิตรายรถบรรทุก และยางยานยนต์เครื่องจักรกล จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น พฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยต่อการใช้ยางรถยนต์ของกลุ่มทุนไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีความแตกต่างจากอดีตค่อนข้างมาก ได้รับการยอมรับมากขึ้นสำหรับยางรถบรรทุก ทำให้การทำตลาดของผู้ผลิตรายรถบรรทุกไทยปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเจาะจง และมีกลุ่มผู้ใช้ยาง (Segmentation) ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของราคายางรถยนต์จะขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงของต้นทุนวัตถุดิบหลักคือ ยางธรรมชาติ และวัตถุดิบที่ต้องนำเข้า หากเวลาที่ราคายางธรรมชาติปรับตัวสูงขึ้นราคายางรถยนต์ในช่วงนั้นก็จะปรับตัวสูงขึ้นตาม ดังนั้นเมื่อพิจารณาราคาเฉลี่ยของยางรถยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2541 พบว่าราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งราคายางรถบรรทุกและยางรถยนต์นั่ง ซึ่งอัตราการเพิ่มเฉลี่ยของราคายางรถบรรทุกจะมีมากกว่ายางรถยนต์นั่ง เนื่องจากการผลิตยางรถบรรทุกจำเป็นต้องใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนค่อนข้างมาก เพราะยางจะต้องแบกรับน้ำหนักเมื่อรถบรรทุกอันจะทำให้เกิดความร้อนเมื่อรถวิ่ง ดังนั้นการใช้ยางธรรมชาติจะช่วยให้การระบายความร้อนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการบทสัมภาษณ์ผู้ผลิตยางรถยนต์ไทยของผู้ผลิตยางรถยนต์วีร์บเปอร์ พบว่ายังมีปัญหาหลายด้านในการสร้างตราสินค้าของไทย ตั้งแต่กระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การพัฒนาตราสินค้า การพัฒนาตลาดส่งออก และปัญหาภาวะเบียดของภาครัฐในหลายหน่วยงาน ซึ่งภาครัฐและเอกชนได้ตระหนักถึงความสำคัญในด้านการค้า การพัฒนาความร่วมมือของผู้ประกอบการในกลุ่มทุนไทย เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตยางยนต์สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและผู้ผลิตยางรถยนต์ไทย ได้จัดทำแผนดำเนินการสนับสนุนยางรถยนต์ไทย และมีกรมส่งเสริมการส่งออก โดยการช่วยสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเปิดตลาดต่างประเทศใหม่ๆ แต่การดำเนินการสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของความร่วมมือ อาจยังไม่ลงลึกถึงระดับการพัฒนาตราสินค้าร่วมกัน แต่ในฐานะผู้ประกอบการในยุคการแข่งขันเสรี ควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามข่าวสาร รักษาประโยชน์ต่าง ๆ ตลอดจนเพิ่มความร่วมมือการพัฒนาตราสินค้าไทยให้สร้างโอกาส และศักยภาพในการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นได้

ภายใต้ภาวะตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทยที่มีการแข่งขันสูงมาก ทำให้การพัฒนายางรถยนต์ไทยให้เกิดการยอมรับ ต้องมีการใช้การตลาดยางรถยนต์บนสนามแข่งขัน เน้นความเชื่อมั่นของประสิทธิภาพในการขับขี่ยานยนต์ และให้ความปลอดภัยในการขับขี่ของผู้บริโภค แต่ท้ายที่สุดประโยชน์จะตกอยู่กับผู้บริโภคทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ และสามารถเปรียบเทียบได้ ราคาอยู่ในระดับที่รองรับกับพื้นฐานต้นทุนที่แม้จะเพิ่มขึ้นแต่ราคาไม่สูงตาม ถึงแม้จะมีการขยับราคาบ้างแต่ก็ไม่มากเนื่องจากการแข่งขันในตลาดจะเป็นตัวกำหนด ถ้าราคาของสูงกว่าคู่แข่งอื่นก็ไม่มีใครใช้ขงนั้น ฉะนั้นการแข่งขันที่สูงจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด และตลาดเมืองไทยเป็นตลาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ นอกจากตลาดอุตสาหกรรมการผลิตยางยนต์ที่เติบโตแล้วตลาดยางรถยนต์และส่วนประกอบควบอื่นๆ ก็เติบโตเช่นกัน และทำให้คนไทยได้บริโภคสินค้าที่ดี และราคาไม่สูงเกินไป อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจในอนาคต 3-4 ปีจากนี้ต่อไป และอนาคตมีแนวโน้มการเลือกใช้อยางรถยนต์ของผู้บริโภคอาจจะมีบางกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจถึงเรื่องของการยางรถยนต์นำเข้า เป็นยางที่มีคุณภาพสูง และปัจจุบันนี้ระยะเวลาในการจัดส่งหรือเดินทางของยางรถยนต์ไม่นานจากญี่ปุ่นมาเมืองไทยประมาณ 9 วันเท่านั้น และยางนำเข้าใหม่กว่ายางในประเทศด้วย แต่ก็ไม่ใช่จุดขายที่แท้จริง เพราะยางรถยนต์นั้นสามารถจะเก็บได้นับจากวันผลิตแล้วถึง 5 ปี ซึ่งความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของซีเรียลนัมเบอร์ไม่ใช่เพียงเรื่องของการบอกว่ายางเส้นนั้นผลิตมาเมื่อไร แต่เป็นเรื่องของการรับประกันจากอายุการใช้งานที่จะพิจารณาจากดอกยางที่เหลืออยู่ไม่ได้ เพราะยางรถยนต์ที่ผลิตออกมาจากในประเทศผู้ผลิตไม่ว่าจากประเทศไหนก็ตามหลังจากที่ผลิตแล้วสามารถเก็บเอาไว้ได้ 5 ปี นั้นเป็นเรื่องของการรับประกันของแต่ละยี่ห้อที่มีการรับประกันที่เป็นมาตรฐานในระดับสากล ถ้าผู้บริโภคมีความเข้าใจที่ผิดก็จะเกิดพฤติกรรมการใช้

ยางหรือเลือกใช้ยางที่ผิดๆ เช่นกัน สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจในเรื่องตัวเลขต่างๆ 11 ตัว บนยางที่เป็นรหัสบอกว่าเวลาที่จะเคลมยางในกรณีมีปัญหาเกิดขึ้นจะใช้ซีเรียลนัมเบอร์นี้มาเพื่อบ่งบอกตัวของยางเส้นนี้เท่านั้น แต่อาจจะมีผู้ค้าบางกลุ่มที่เห็นว่ามันเป็นกลยุทธ์ ซึ่งผู้บริโภครหรือผู้ประกอบการจัดจำหน่ายยางรถยนต์ยังไม่เข้าใจ สุดท้ายทำให้เกิดปัญหาอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ ในความเป็นจริงไม่สามารถจะบอกได้ว่ายางเส้นนี้จะวิ่งได้กี่กิโลเมตร เพราะผู้บริโภครแต่ละคนมีพฤติกรรมการขับขี่รถที่ไม่เหมือนกัน สภาพถนนที่ใช้ก็ไม่เหมือนกัน และรถยนต์ที่ใช้ก็ไม่เหมือนกัน

ผู้ผลิตยางรถยนต์ในลักษณะ OEM มักจะจำหน่ายในราคาที่เท่าทุนหรือขาดทุน เพื่อต้องการที่จะสร้างการยอมรับจากผู้บริโภคในตลาดยางอะไหล่ (REM) ผ่านความเชื่อมั่นของผู้ผลิตรถยนต์ ซึ่งเมื่อต้องการเปลี่ยนยางผู้บริโภคมักจะใช้ยางรถยนต์แบบเดิมที่ติดมากับรถยนต์ เนื่องจากเป็นยางรถยนต์ที่ผู้ประกอบรถยนต์ได้ทำการทดสอบและคัดเลือกว่าเหมาะสมกับรถยนต์ที่ผลิต มีคุณภาพและมาตรฐานกับรถยนต์รุ่นนั้นๆ ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์พยายามที่จะต่อรองให้ผู้ผลิตรถยนต์ในมีราคาต่ำที่สุด หากไม่สามารถต่อรองราคากันได้จะหันไปซื้อยางจากผู้ผลิตรายอื่นแทน เช่น ผู้ผลิต GM ไม่สามารถต่อรองราคากับผู้ผลิตยางจากมิชลินได้ จึงตัดสินใจเลิกใช้ยางมิชลินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 แนวโน้มผู้ประกอบการรถยนต์จะมีการเน้นการผลิตยางแบบโมดูลมากขึ้น คือ การผลิตยางประกอบเสร็จที่มีแม่ล้อยางหรือกระทะล้อยาง ยางรถยนต์ที่สุบลมเรียบร้อย เพื่อโรงงานที่ประกอบรถยนต์จะสามารถนำไปประกอบในรถยนต์ได้ทันที เป็นการลดต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์หันมาผลิตล้อยางรถยนต์ หรือกระทะล้อมากขึ้น เป็นการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการผลิต

ผู้ผลิตรายไม่เน้นจำหน่ายยางในรูปแบบ OEM แต่เน้นการจำหน่ายยางอะไหล่ (REM) เช่น ผู้ผลิตรถยนต์คูเปอร์จากสหรัฐอเมริกา หรือผู้ผลิตยางวิริบเบอร์ของไทย ซึ่งตลาดยางอะไหล่ล้นใหญ่กว่าตลาดยาง OEM กว่า 1-2 เท่า หรือมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 70 เนื่องจากยางอะไหล่มีอายุการใช้งานประมาณ 2-3 ปี กว่าที่รถยนต์จะหมดอายุการใช้งานประมาณ 10-15 ปี ทำให้มีการเปลี่ยนยางรถยนต์หลายครั้ง ซึ่งตลาดอะไหล่ล้นจ้ก้านเป็น 2 ตลาดย่อย ได้แก่

1. ตลาดที่บริษัทยางรถยนต์จำหน่ายแก่ดีลเลอร์ โดยใช้ยี่ห้อของตนเองหรือผู้ผลิตแต่ละรายจะใช้หลายแบรนด์ เพื่อให้ครอบคลุมตั้งแต่ตลาดบนถึงตลาดล่าง เช่น บริษัท กู๊ดเยียร์ มีสินค้า 3 ระดับ คือ ระดับล่างจะเป็นยี่ห้อเคลลี่ ระดับกลางจะเป็นยี่ห้อฟูลด้า และระดับสูงจะเป็นยี่ห้อกู๊ดเยียร์ ขณะที่ผู้ผลิตยางมิชลินจำหน่ายยางระดับกลางยี่ห้อคูริช ที่วางตำแหน่งให้เป็นยางแบบไลฟ์สไตล์ สำหรับคนรุ่นใหม่ ส่วนระดับบนเป็นยางยี่ห้อมิชลิน นอกจากนั้นยังมีตลาดยางนำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากมีการเปิดการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้า ทำให้ต้นทุนยางนำเข้าใกล้เคียงกับยางที่ผลิตในประเทศ

2. ตลาดรับจ้างผลิตในยี่ห้อของลูกค้า เช่น ผู้ผลิตยางมิชลินได้ผลิตยางยี่ห้อไรเค้นจำหน่ายให้แก่ร้านแม็กซอโต้เอ็กซ์เพรส ซึ่งมีราคาไม่แพง เนื่องจากเป็นยางที่วางตำแหน่งที่มีสมรรถนะไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ยังมีตลาดยางล้อดอก ส่วนใหญ่เป็นยางรถบรรทุก และยางเครื่องบิน เนื่องจากเป็นยางที่มีราคาสูง ซึ่งการล้อดอกยางใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้การล้อดอกยางมีคุณภาพดีใช้งานได้นานพอสมควร และมีราคาประหยัดกว่าซื้อยางใหม่ นอกจากนี้ยังมีตลาดยางเก่าหรือยางเปอร์เซ็นต์ ที่มีการใช้งานไปแล้ว

การแข่งขันยางรถยนต์มีหลายรูปแบบตามจำนวนยี่ห้อ และรุ่นรถยนต์ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งาน สภาพถนน อากาศ ฯลฯ ซึ่งคุณภาพยางที่ผลิตแทบจะไม่มีแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีการแข่งขันกันในการออกแบบดอกยาง ช่องทางการค้า การกระจายสินค้า และสิทธิของยางรถยนต์ และการจำหน่ายตรงกับผู้ใช้จำนวนมาก ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่รวดเร็วกว่าคู่แข่ง เนื่องจากจะทำให้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด ถ้ามีการพัฒนาช้ากว่าคู่แข่ง เช่นผู้ผลิตยางไฟร์สโตน ซึ่งครอบครองตลาดมาก และได้มีการคิดค้นยางเดี่ยล เมื่อ 50 ก่อน แต่พัฒนาช้าเกินไปจึงถูกซื้อกิจการโดยบริดจิสโตนในที่สุด

การแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรม Energy Tire เป็นการมองตลาดที่ค่อนข้างแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เพราะขณะที่ผู้นำตลาดอย่างบริดจิสโตน ยังคงรุกหนักด้วยจุดขายเรื่องเทคโนโลยีการยึดเกาะถนน ที่สามารถตอบสนองรถยนต์ที่มีสมรรถนะความแรงระดับสูง ด้วยภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ในสนามแข่งขันระดับโลก เช่น การแข่งรถสูตรหนึ่งฟอร์มูล่าวัน โดยเฉพาะรุ่น Potenza ที่เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเบื้องหลังความสำเร็จของนักแข่งมืออาชีพในสนามแข่งขันหลายครั้ง แต่มิชลินได้มีการสร้างตลาดในภาวะการณ์ที่ราคาน้ำมันกำลังมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสนใจและต้องการการลดค่าใช้จ่ายในการใช้รถยนต์ระยะยาวเป็นปัจจัยหลัก เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นจุดเปลี่ยนของตลาดยางรถยนต์ของไทย

หากพิจารณาภาพรวมระดับประเทศการนำยางรถยนต์ประเภทประหยัดน้ำมันมาใช้จะส่งผลต่อการประหยัดน้ำมันในประเทศเป็นจำนวนมาก เพราะการขยายตัวของปริมาณรถยนต์ในเมืองไทย ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากนโยบายของรัฐจะส่งผลให้ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงโดยรวมในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านลิตร จากบทสัมภาษณ์ของคุณประยงค์ หิรัญญะวิชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามมิชลิน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เซลส์ จำกัด ที่แสดงความคิดเห็นต่อค่าใช้จ่ายที่สามารถประหยัดได้ร้อยละ 7 เช่น การใช้น้ำมันเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนประมาณ 3,000 บาท เมื่อใช้ยาง ENERGY สามารถประหยัดได้ประมาณ 210 บาท ซึ่งเวลา 1 ปีจะสามารถประหยัดได้ 2,520 บาท และในระยะเวลา 3 ปีจะสามารถประหยัดเพิ่มขึ้น 7,560 บาท ครอบคลุมค่าเปลี่ยนยางใหม่ได้ 1 ชุดพอดี และถ้าพิจารณาในภาพรวมของประเทศ ถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะช่วยประเทศ

ประหยัดน้ำมัน จากแนวทางการพัฒนาขบวนรถของไทย ส่งผลให้ทางมิชลินสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 จากตลาดขบวนรถอย่างต่อเนื่อง ทางบริดจสโตนที่ได้ครองความเป็นผู้นำด้วยส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 50% และก๊าดเยียร์อยู่อันดับ 3 ของตลาดโดยรวม

การแข่งขันด้านราคา จากการพัฒนาอุตสาหกรรมขบวนรถ มีโครงสร้างเป็นแบบตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งจะมีลักษณะพิเศษคือผู้ผลิตแต่ละรายจะขึ้นต่อกันและกัน หมายความว่าคนที่ผู้ผลิตรายหนึ่งรายใดแสดงพฤติกรรมใดๆ ออกไป มักจะได้รับการตอบโต้จากผู้ผลิตรายอื่นเสมอ ดังนั้นการแข่งขันโดยใช้ราคาโดยตรงจะไม่ใช่วิธีที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมนี้ เพราะอาจนำไปสู่การเกิดสงครามราคาได้ แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ 3 รายคือ บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด กลุ่มบริษัทสยามมิชลิน จำกัด และบริษัท ก๊าดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีการร่วมมือกันทางด้านราคา ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลการตลาดระหว่างกัน เช่น ใบแจ้งราคาขายปลีก รายละเอียด และข้อมูลของสินค้า เป็นต้น โดยจะกำหนดราคาสินค้าชนิดเดียวกันไว้ในราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งวิธีกำหนดราคาโดยทั่วไปทำได้โดยกำหนดราคาขายปลีก (Price List) มาจากโรงงานเพื่อให้ผู้บริโภครับทราบถึงราคาของสินค้า จะติดไว้ที่ตัวสินค้า แต่ในความเป็นจริงราคาที่ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายขายจริงจะต่ำกว่าราคาขายปลีก เนื่องจากร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายจะได้ส่วนลดต่างๆ มากมายจากผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตใช้ส่วนลดเป็นเครื่องมือแทนการแข่งขันทางด้านราคา ได้แก่

1. ส่วนลดการค้า (Trade Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตให้แก่ตัวแทนจำหน่ายสำหรับเป็นค่าตอบแทนในการทำหน้าที่ทางการตลาด ส่วนลดนี้จะคิดจากราคาดังกล่าวคือ ผู้ผลิตจะจำหน่ายให้แก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในราคาดลดลงจากราคาตั้งร้อยละ 20-30 ให้เครดิต 60 วัน แต่ส่วนนี้อาจแตกต่างกันไปบ้าง เช่น แบบของผลิตภัณฑ์บางรุ่นหรือดอกยางที่ตลาดไม่นิยมหรือตกรุ่น อาจจะได้ส่วนลดสูงสุดกว่าปกติ แต่โดยไปแล้วส่วนลดการค้าค่อนข้างจะมีความแน่นอนไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

2. ส่วนลดพิเศษ (Special Discount) หมายถึง ส่วนลดพิเศษที่ผู้ผลิตจะเพิ่มขึ้นจากส่วนลดการค้าที่หนึ่ง เพื่อเพิ่มอุปสงค์ในช่วงที่ความต้องการต่ำกว่าปกติ โดยผู้ผลิตอาจจะให้ในรูปแบบของการให้ส่วนลดเพิ่มขึ้นหรือให้เป็นสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น ซื้อ 100 เส้น แกรม 5 เส้น เป็นต้น ส่วนลดประเภทนี้มักจะให้เป็นช่วงเวลาสั้นๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเพิ่มอุปสงค์บางช่วงขณะนั้น ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตของยางรถยนต์มีความต่อเนื่องและจะต้องผลิตครั้งละปริมาณมากๆ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องใช้กลยุทธ์พิเศษเข้ามาเสริมเพื่อระบายสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตไปยังร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและรักษาสายการผลิตให้สม่ำเสมอ

3. ส่วนลดเป้าหมาย (Target Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตกำหนดในระยะเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้แทนจำหน่ายสนใจ และเพิ่มความพยายามในการจำหน่ายสินค้า

โดยส่วนลดเป้าหมายที่ผู้ผลิตกำหนดอาจจะมีอัตราเดียวหรือกำหนดเป็นขั้นๆ หลายอัตรา เช่น กำหนดว่าถ้าร้านค้าใดสามารถจำหน่ายได้ถึงเป้าหมายที่ผู้ผลิตตั้งไว้จะได้รับส่วนลดเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 1 และส่วนที่เกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้จะได้รับส่วนลดร้อยละ 3 เป็นต้น

4. ส่วนลดเงินสด (Cash Discount) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ผลิตให้แก่ตัวแทนจำหน่าย สำหรับเป็นค่าชำระเงินภายในประเทศในระยะเวลาที่กำหนด โดยส่วนลดนี้จะคำนวณจากมูลค่าสุทธิหลังจากหักส่วนลดการค้าและส่วนลดพิเศษออกจากราคาจำหน่ายแล้วโดยทั่วไปถ้าตัวแทนจำหน่ายชำระเงินภายใน 7 วัน หลังจากวันที่ผู้ผลิตวางบิล ผู้ผลิตจะให้ส่วนลดเงินสดแก่ตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 2 - 4 แล้วแต่นโยบายและฐานะทางการเงินของแต่ละกิจการ

การเปลี่ยนแปลงของราคายางรถยนต์จะขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนวัตถุดิบหลักคือยางธรรมชาติและวัตถุดิบที่ต้องนำเข้า สังเกตได้ว่าหากเวลาที่ราคายางธรรมชาติปรับตัวสูงขึ้นราคายางรถยนต์ในช่วงนั้นก็ปรับตัวสูงขึ้นตาม ดังนั้นเมื่อพิจารณาราคาเฉลี่ยของยางรถยนต์ในช่วงปี พ.ศ. 2535 – 2541 พบว่าราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งราคายางรถบรรทุกและยางรถยนต์นั่ง ซึ่งอัตราการเพิ่มเฉลี่ยของราคายางรถบรรทุกจะมีมากกว่ายางรถยนต์นั่ง เนื่องจากการผลิตยางรถบรรทุกจำเป็นต้องใช้ยางธรรมชาติในสัดส่วนค่อนข้างมากเพราะยางจะต้องแบกรับน้ำหนักเวลาบรรทุกซึ่งจะทำให้เปิดเกิดความร้อน ดังนั้นการใช้ยางธรรมชาติจะช่วยให้การระบายความร้อนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา การแข่งขันในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ผลิตใช้กันมาก ซึ่งสามารถพิจารณารูปแบบการแข่งขันในด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ การแข่งขันทางด้านการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายจะใช้เครื่องมือในการแข่งขันที่แตกต่างกันออกไป เช่น

1.1 การออกแบบลายดอกยางที่ต่างกัน อาจมีจุดประสงค์ที่ออกต่างกันออกไป เช่น เพื่อความสวยงาม เพื่อคุณสมบัติการยึดเกาะถนน เพื่อคุณสมบัติในการรีดน้ำ เพื่อเพิ่มความเงียบในส่วนของยางที่ต้องสัมผัสกับพื้นถนน (โดยทั่วไประดับเสียงสัมผัสของยางจะมีมาตรฐาน ISO 362 เป็นตัวกำหนดคือจะต้องไม่สูงเกินกว่า 77 DBA) เป็นต้น ซึ่งยางประเภทที่มีลายดอกยางรถยนต์ค่อนข้างละเอียดจะช่วยทำให้สามารถยึดเกาะถนนได้ดีขึ้นและเสียงของยางจะค่อนข้างเงียบ ส่วนยางรถยนต์ที่การออกแบบร่องยางหลายๆ ร่องจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรีดน้ำได้ดี ซึ่งแต่ละบริษัทก็มีเทคโนโลยีในการออกแบบลายดอกยางแตกต่างกันเพื่อดูความสนใจของลูกค้า

1.2 การใช้สูตรผสมเนื้อยางที่ต่างกัน เพื่อให้เกิดคุณสมบัติของยางรถยนต์แตกต่างกันไปตามความต้องการแล้วแต่วัตถุประสงค์ เช่น หากต้องการให้ยางมีความยืดหยุ่นและ

เกาะถนนได้ดีขึ้นก็จะใช้ส่วนผสมของยางธรรมชาติมากกว่ายางสังเคราะห์ แต่หากต้องการให้ยางสามารถทนทานต่อความร้อนได้ดีหรือเพื่อใช้สำหรับวิ่งในความเร็วที่สูงก็จะใช้ส่วนผสมของยางสังเคราะห์มากกว่ายางธรรมชาติเนื่องจากคุณสมบัติของยางที่แตกต่างกัน กล่าวคือยางธรรมชาติจะมีคุณสมบัติเด่นคือ เมื่อเนื้อยางถูกยืดออกจะสามารถคืนตัวได้ดี ทนทานต่อแรงดึง การฉีกขาดและการสึกหรอ เนื่องจากโมเลกุลของยางธรรมชาติเรียงอย่างเป็นระเบียบจะช่วยยึดเกาะถนน แต่ยางธรรมชาติไม่สามารถทนความร้อนได้ในอุณหภูมิสูง แต่ยางสังเคราะห์ทนความร้อนได้ดีกว่า

1.3 การผลิตโครงการที่แตกต่างกัน แต่ละบริษัทจะมีเทคโนโลยีการผลิตโครงการที่แตกต่างกัน ซึ่งการผลิตโครงการแบบดั้งเดิมจะใช้ผ้าใบในลอนเป็นโครงการทั้งหมดบางครั้งก็จะใช้เรยอนผสมในลอนเป็นส่วนประกอบ ในระยะหลังบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด ก็สร้างความแตกต่างในสินค้าอีกครั้งจากการใช้เส้นลวดเหล็กกล้ามาเสริมหน้ายาง และโครงสร้างยางเรเดียลที่ต้องมีเบล (Belt) ซึ่งมีข้อดีคือ จะช่วยรักษารูปร่างได้ดีหากยางเกิดระเบิด ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่มากขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อยาง

1.4. การเพิ่มความหลากหลายของประเภทและรุ่นของยาง ยางรถยนต์แบ่งตามโครงสร้างการผลิตทั่วไปได้เป็น 2 ประเภทคือ ยางรถยนต์แบบธรรมดาที่มียางในเป็นองค์ประกอบและยางเสริมใยเหล็กหรือยางเรเดียล ซึ่งไม่ต้องใช้ยางใน ที่ผ่านมามีบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตยางเรเดียลครบถ้วนได้เป็นรายแรกของไทย ซึ่งแต่เดิมนิยามรถบรรทุกส่วนใหญ่จะเป็นยางประเภทไบอัส (Bias) ส่งผลให้บริดจสโตนสามารถดึงลูกค้าในกลุ่มที่ใช้ยางรถบรรทุกมาใช้ยางของ บริดจสโตนได้เพิ่มขึ้น และบริษัททางสยามมิชลินมีโรงงานผลิตยางเรเดียลครบถ้วน เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนกรณีของบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ผลิตยางและล้อดอกยางเครื่องบินโดยสารในประเทศไทยแข่งกับผู้ผลิตยางมิชลิน จะเห็นได้ว่ายิ่งแตกกลุ่มของลูกค้าได้มากขึ้นเท่าไรก็สามารถขยายฐานของลูกค้าได้มากขึ้น ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่จะแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้การเพิ่มความหลากหลายในจำนวนรุ่นและขนาดของยางก็เป็นสิ่งจำเป็นกันอยู่ตลอดเวลา เพราะรถที่ผลิตออกมาแต่ละรุ่นจะใช้ยางขนาดที่เหมาะสมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นหากยังมีขนาดและรุ่นให้เลือกมากขึ้นก็จะสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นด้วย

2. การแข่งขันด้านราคาช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตรายใหญ่จะแบ่งตามลักษณะตลาดเป็นหลักกล่าวคือผู้ผลิตจะจำหน่ายให้กับโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง (OEM) หรือผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดทดแทน (REM) หรือเพื่อส่งออก ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตแต่ละรายจะผลิตเพื่อป้อนในทั้ง 3 ตลาดผสมกันไปอย่างเช่น บริดจสโตนจะผลิตเพื่อป้อนให้กับโรงงานประกอบรถยนต์เป็นหลักในสัดส่วนถึงร้อยละ 70 - 80 ของกำลังการผลิต ส่วนอีกร้อยละ 20-30

จะผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดทดแทนและส่งออกบางส่วน ส่วนในกรณีของบริษัทสยามมิชลิน และก๊อดเยียร์ จะผลิตเพื่อป้อนให้กับตลาดทดแทนเป็นหลักถึงร้อยละ 65-70 จะส่งให้โรงงานประกอบรถยนต์เพียงร้อยละ 20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10-15 ทำการส่งออก ขั้นตอนการจำหน่ายจะแบ่งได้เป็น 2 วิธีคือ การจำหน่ายโดยตรงให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายต่างๆ และการจำหน่ายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย เป็นการกระจายการจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง

ขั้นตอนการจำหน่ายที่ใช้กันอย่างแพร่หลายจะเป็นแบบบริษัทผู้ผลิตจะทำการจำหน่ายโดยตรง ซึ่งในอดีตจะมีเพียงบริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด จะจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายคือ บริษัท มิตรชุบิชิ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ยางไฟร์สโตน จำกัด จำหน่ายผ่านบริษัท เซาท์ไทยพาณิชย์ จำกัด ต่อมาเมื่อบริดจสโตนรวมตัวกับไฟร์สโตน ก็มีการจัดตั้งบริษัทเพื่อดูแลทางด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายเป็นของตนเองได้แก่ บริษัท ไทยบริดจสโตน เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในขณะที่เดียวกันกลุ่มยางสยามก็จัดตั้ง บริษัท สยามมิชลินมาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เซลส์ จำกัด เป็นผู้ดูแลเรื่องการตลาดและการจัดจำหน่ายเช่นเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มบริษัทผู้ผลิตยางได้ให้ความสนใจกับด้านการตลาดค่อนข้างมาก

สำหรับปัจจัยในการแข่งขันด้านช่องทางด้านการตลาดโดยทั่วไป เช่นการเพิ่มจำนวนตัวแทนจำหน่ายทั้ง ตัวแทนจำหน่ายที่ขายส่งตัวแทนจำหน่ายรายย่อย การเพิ่มสัดส่วนในตลาดโรงงานประกอบรถยนต์หรือตลาด OEM ให้เพิ่มโดยการติดต่อผ่านบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายต่างๆ การจัดตั้งร้านค้าจำหน่ายโดยตรงของตนเองหรือร่วมกับร้านค้าและศูนย์บริการอื่นๆ เช่น Cockpit, Aotu Boy, Tyre Plus, Goodyear Tyre Corner, MAX, B-Quick เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาการแข่งขันด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในช่วงปี พ.ศ. 2535 – 2541 ที่ผ่านมาโดยเปรียบเทียบในแต่ละบริษัทจากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายของทั้ง 3 บริษัท พบว่า เมื่อภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปและอยู่ในภาวะซบเซา ความต้องการใช้ยางรถยนต์ในตลาดลดลงเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ผู้ผลิตต่างพยายามเพิ่มศักยภาพในด้านช่องทางการจำหน่ายของตนเอง เช่น มีการขยายตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มมีการตั้งร้านค้าปลีกของตนเอง เช่น Cockpit Eagle Store และ Goodyear Tyre Corner เป็นต้น เพื่อให้สินค้าได้เข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากในช่วงที่เศรษฐกิจดีที่ผู้ผลิตจะพึ่งพาเฉพาะตัวแทนจำหน่ายของตน อีกทั้งเมื่อตลาดในประเทศซบเซาช่องทางการตลาดทางด้านโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) และตลาดทดแทน (REM) ความต้องการก็ลดลงเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ผลิตต่างที่มีบริษัทแม่เป็นผู้กำหนดพยายามเพิ่มช่องทางด้านตลาดส่งออกมากขึ้น โดยการหาตลาดใหม่ๆ อย่างเช่น ตลาดอเมริกาใต้ แอฟริกาใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แม้กระทั่งตลาดในอินโดจีน เป็นต้น

3. การแข่งขันด้านประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในปัจจุบันการที่จะทำให้ผู้บริโภคได้เข้าใจ และรู้จักตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ของไทยต่างก็เห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ พิจารณาได้จากงบประมาณด้านการโฆษณาของบริษัทรายใหญ่ ซึ่งจะใช้จ่ายในแต่ละปีก่อนข้างสูงจากการใช้สื่อในการโฆษณาที่ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ แบ่งออกได้ดังนี้คือ สื่อโทรทัศน์วิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อโรงพยาบาลนตร์ และสื่อกลางแจ้ง ซึ่งในปี พ.ศ. 2541 บริษัทสตูดิโอเริ่มมีการโฆษณาโดยใช้สื่อจากโรงพยาบาลนตร์เป็นครั้งแรก ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 -2541 พบว่า สื่อโฆษณาที่ผู้ผลิตรายใหญ่ 3 รายใช้มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์และวิทยุ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดมีทั้งภาพและเสียงในการอธิบายตัวสินค้าอย่างชัดเจนทำให้ผู้บริโภคจะจดจำสินค้าได้มากกว่าสื่ออื่นๆ รองลงมาได้แก่สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะเข้าถึงตัวผู้บริโภคในเขตภูมิภาคได้ค่อนข้างดี สื่อนิตยสาร สื่อกลางแจ้ง และสื่อโรงพยาบาลนตร์ตามลำดับ โดยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าให้กับบริษัท ดังนั้นในแต่ละบริษัทจึงออกนโยบายการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ ออกมาใช้ ทั้งการส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย และการให้ของกำนัลแก่ผู้บริโภค อีกทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าของตนเองมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ทำให้บทบาทของกลุ่มทุนข้ามชาติ เป็นทุนจากต่างประเทศที่มีตราสินค้าที่ใช้กันทั่วโลก ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำผลิตรถยนต์ จากการมีประสิทธิภาพทั้งด้านแรงงานทางตรง การวิจัยและพัฒนา และการตลาด ขณะที่ประเทศจีน และเกาหลีใต้มีความโดดเด่นกว่าประเทศคู่แข่งด้านการใช้วัตถุดิบในประเทศ ซึ่งการผลิตยางรถยนต์ของประเทศไทยยังตามหลังคู่แข่งในหลายปัจจัย ทั้งด้านผลิตภาพแรงงานทางตรง การวิจัยและพัฒนา และการใช้สัดส่วนวัตถุดิบในประเทศ ทั้งนี้บริษัทยางรถยนต์ของไทยมีปัจจัยด้านการส่งมอบ และด้านอัตราของเสียในกระบวนการผลิต ที่มีศักยภาพด้อยกว่าประเทศคู่แข่งเล็กน้อย และเป็นที่น่าสังเกตว่า การมียางดิบธรรมชาติในประเทศ ไม่ได้ทำให้เกิดการได้เปรียบด้านการใช้สัดส่วนวัตถุดิบในประเทศในการผลิตรถยนต์ เมื่อเทียบกับประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่มีความก้าวหน้าทางด้านปิโตรเคมีมากกว่า และสัดส่วนการใช้ยางสังเคราะห์สำหรับผลิตรถยนต์นั้นมีมากกว่าการใช้ยางธรรมชาติ

จะเห็นได้ว่ารัฐบาลควรหันมาสนใจอุตสาหกรรมยางรถยนต์ที่จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมพื้นฐาน อย่างอุตสาหกรรมยางพารา และสร้างการผลิตยางรถยนต์ที่มีคุณภาพ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า และมีการส่งเสริมด้านการใช้ยางรถยนต์จากผู้ผลิตในประเทศให้มากขึ้น เช่น การให้หน่วยงานราชการมีการใช้ยางที่ผลิตจากผู้ผลิตในประเทศเท่านั้น ประเทศ

ไทยมีการผลิตยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก เป็นยางคุณภาพที่มีการส่งออกมากกว่าการใช้ในประเทศ ทำให้ราคาที่ยังจำหน่ายเป็นราคากลางของวัตถุดิบทางการเกษตร และสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ยางดิบในประเทศ เช่น การผลิตยางรถยนต์ของผู้ผลิตในประเทศที่เป็นทุนของประเทศไทย และเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของไทย ซึ่งรัฐควรให้สนับสนุนการทำตลาดภูมิภาค และสร้างตราสินค้าให้เป็นสากลมากขึ้น จากสถานการณ์ตลาดยางรถยนต์ในประเทศปัจจุบันแปรผันไปตามอุตสาหกรรมรถยนต์หรือตามยอดจำหน่ายการผลิตรถยนต์ใหม่ประมาณร้อยละ 45 มียอดจำหน่ายที่เป็นการทดแทนการใช้ยางรถยนต์ประมาณร้อยละ 55 การแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ทดแทนทางด้านราคา และประสิทธิภาพของยางรถยนต์มีมากขึ้น และผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่มีการลงทุนวิจัยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของยางรถยนต์ ทำให้ทุนไทยขาดศักยภาพด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศได้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะการศึกษา

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาอย่างมากในช่วงเวลา
กว่า 20 ปีอันเกิดจากการเป็นอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า และสนับสนุนอุตสาหกรรมยาน
ยนต์ ซึ่งเป็นหนึ่งอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจาก
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางกับอุตสาหกรรมรถยนต์ ในระยะแรกเริ่มของการพัฒนาจะเป็นการ
นำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ แต่การพัฒนาก็เป็นไปอย่างแข็งแกร่งเนื่องจากผู้ประกอบการไทย
ไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้เองต้องนำเข้าจากต่างชาติ แม้ว่าภาครัฐฯ จะให้การสนับสนุน
ผู้ประกอบการ เพื่อให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ด้วยตนเอง ด้วยนโยบายด้านภาษี
ศุลกากรซึ่งตั้งอัตราภาษีคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์สูงถึงร้อยละ 60 จัดเป็นอุตสาหกรรมที่
ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้รับการลดหย่อนหรืองด
เว้นภาษีวัตถุดิบ เครื่องจักร และภาษีเงินได้ แต่หลังจากที่สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ
และปัจจัยภายในประเทศอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยุโรป สหรัฐฯ และญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไป ทำให้
ประเทศเหล่านั้นต้องมีการย้ายฐานการผลิตยานยนต์ไปประเทศอื่นที่มีเงื่อนไขที่ดีกว่า ประเทศ
ไทยเป็นประเทศที่เหมาะสมต่อการลงทุน จากการที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำและอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ
คือยางธรรมชาติ การผลิตยานยนต์เริ่มต้นปี พ.ศ. 2505 เป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ซึ่ง
ก่อนหน้านั้นเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งในลักษณะของการนำเข้ามาที่รถยนต์สำเร็จรูป ยาง
อะไหล่และยานยนต์ที่นำมาใช้ประกอบในโรงงานรถยนต์ ต่อมาเริ่มให้ความสำคัญในด้านการ
ผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น จึงมีการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ได้แก่
บริษัท มิตสึบิชิ จากประเทศฝรั่งเศส บริษัท กู๊ดเยียร์ จากประเทศสหรัฐฯ และบริษัท บริดจสโตน
จากประเทศญี่ปุ่น ผลจากการเข้ามาลงทุน และร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ ทำให้ผู้ประกอบการ
ไทยได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จะสามารถเรียนรู้และพัฒนาเทคโนโลยีเองได้น้อย ทำให้สามารถ
ผลิตยานยนต์ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของตลาดได้น้อยมาก ซึ่งพิจารณาได้จากมูลค่าการ
ส่งออกยานยนต์ของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี และในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจขยายตัวส่งผลให้ความ
ต้องการใช้รถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่พอในช่วง ภาวะเศรษฐกิจเริ่มชะลอตัวอย่างมาก ส่งผล
ต่อยังผู้ผลิตยานยนต์ต้องปรับเปลี่ยนแผนการตลาด เนื่องจากความต้องการรถยนต์ในตลาด
ลดลง และในช่วงเศรษฐกิจที่ซบเซาผู้ผลิตส่วนใหญ่เน้นตลาดทดแทน และ ตลาดส่งออกเป็นหลัก

สรุปผลการศึกษา

ปัจจุบันผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย มีกำลังการผลิตรวมประมาณ 29 ล้านเส้นต่อปี จากผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย คือ บริติชสโตน มิชลิน และก๊อดเยียร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ที่ใช้ลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ และยังมีผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก ที่ผู้ผลิตชาวไทยที่ผลิตยางรถบรรทุก และรถโดยสารเป็นหลัก เช่น โอตานิ คีสโตน ป. สยาม และ วีริบเบอร์

โครงสร้างการผลิตแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่ โครงสร้างแบบไบอัส และโครงสร้างยางเรเดียล ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผลิตทั่วไปที่ถือเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ใช้ในการแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ ทั้งในเรื่องของสูตรผสมของเนื้อยาง เทคโนโลยีของเครื่องจักร และการออกแบบลายดอกยาง ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ในการผลิตปัจจัยการผลิตหลักที่ใช้คือ ยางธรรมชาติ ดังนั้นเมื่อราคายางธรรมชาติเกิดการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ราคายางรถยนต์เปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

โครงสร้างตลาดยางรถยนต์เป็นตลาดผู้แข่งขันน้อยราย และเป็นตลาดในประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ตลาดหลัก ๆ ดังนี้คือ ตลาดยางรถยนต์ที่ผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ หรือ OEM และ ตลาดยางรถยนต์ที่ผลิตเพื่อเป็นยางอะไหล่ทดแทนยางเก่าที่ชำรุดหรือ REM โดยมีภาวะเศรษฐกิจในประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการคาดการณ์ภาวะของตลาดยางรถยนต์ เนื่องจากสัดส่วนตลาดร้อยละ 80-90 ที่ต้องพึ่งพาตลาดในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10-20 จะทำการส่งออก ผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย มีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์ทั้งหมด ในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวยางรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งจะขายได้ค่อนข้างดี เพราะกำลังซื้อของผู้บริโภคมีเพียงพอในการหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ตนเอง และจะเปลี่ยนยางรถยนต์ตามระยะเวลาที่กำหนดหรือตามอายุการใช้งานของยางรถยนต์ แต่ในช่วงที่เศรษฐกิจถดถอยทำให้ปริมาณการจำหน่ายในส่วนของยางรถยนต์นั่งนั้นลดลง แต่ยางรถยนต์ประเภทยางรถกระบะ และรถบรรทุกยังพอมีความต้องการอยู่ เนื่องจากรถยนต์ประเภทนี้ยังจำเป็นสำหรับการใช้งานในด้านการขนส่ง และสามารถใช้งานได้ทั้งเชิงพาณิชย์และส่วนบุคคล ในช่วงเศรษฐกิจถดถอยผู้ผลิตต่างหันมาสนใจในตลาดยางรถยนต์แบบทดแทนมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตแต่ละรายต่างเพิ่มสัดส่วนในตลาดส่งออกมากขึ้นด้วย ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาการส่งออกจะเน้นตลาดในกลุ่มประเทศอินโดจีนและตลาดในภูมิภาคเอเชียมากขึ้น

ยางรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ทั้งยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการผลิตจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่จะเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ผลิต

กลุ่มคนไทยเป็นโรงงานขนาดเล็ก ต้องอาศัยเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญหรือวิศวกรที่มีความรู้และประสบการณ์จากที่เคยทำงานในบริษัทข้ามชาติทำให้ประสบปัญหาด้านการพัฒนาเทคโนโลยี เนื่องจากขาดการวิจัย ทั้งยังขาดเครื่องมือที่ได้มาตรฐานที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญคือปัญหาในเรื่อง โครงสร้างภาษีซึ่งอากรนำเข้าของไทยในปัจจุบันจะสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของปัจจัยการผลิต ภายได้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ไทยจะต้องปรับลดอากรนำเข้าให้เหลือเพียงร้อยละ 0 ซึ่งอาจทำให้ผู้ผลิตของไทยไม่สามารถปรับตัวได้ทัน และไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศได้

ความได้เปรียบของกลุ่มคนไทยจากการมีแหล่งวัตถุดิบจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ เพราะขาดความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการผลิตในระดับใกล้เคียงกับต่างชาติ ซึ่งการที่ประเทศใดจะสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันของตนให้เหนือประเทศอื่นได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องส่งเสริมและพัฒนาความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อสร้างรากฐานความรู้ให้แก่บุคลากรในประเทศ ซึ่งจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม (Innovation) และการผลักดันไปสู่ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ที่สามารถในการเข้าถึงตลาดโลกและสามารถผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นผลมาจาก

5.1 บทบาทกลุ่มทุนจากการเป็นกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย

บทบาทกลุ่มทุนที่มีต่อนโยบาย และมาตรการของรัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ เนื่องจากนโยบายและมาตรการของรัฐ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม เพราะเป็นตัวบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นถึงทิศทางของรัฐที่ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจน และการกำหนดมาตรการให้สอดคล้องกับนโยบายที่ได้กำหนดไว้ เช่น ถ้ารัฐมีนโยบายที่จะส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยางรถยนต์ให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้า มาตรการที่รัฐจะกำหนดออกมาก็ต้องพิจารณาว่า การส่งออกเป็นของกลุ่มทุนประเภทใด ซึ่งการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศเป็นของกลุ่มทุนข้ามชาติมากกว่า และยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต้นทุนการผลิตหรือวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากประเทศ หรือขึ้นอยู่กับการคมนาคมขนส่ง หรือ อัตราภาษีศุลกากร หรือ มาตรการทางการค้าการลงทุน มาตรการจะต้องกำหนดให้มุ่งตรงไปที่ประเด็นนั้นๆ เป็นต้น

การใช้นโยบายส่งเสริมการผลิตในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า ทำให้เกิดความล้มเหลวของนโยบายการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า จากการใช้มาตรการภาษีก่อให้เกิดการสูญเปล่าของทรัพยากรเกินความจำเป็น ส่งผลให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์จากการคุ้มครองเป็นการสูญเปล่าของสังคม และไม่สามารถแก้ปัญหาผลกระทบภายนอก รวมทั้งเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหา

วิกฤตการณ์ทางการเงินระหว่างประเทศ เป็นผลให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมชะลอตัวในระยะยาว ซึ่งความล้มเหลวที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการกำหนดนโยบายของรัฐที่ไม่สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ และขาดความต่อเนื่องในการใช้นโยบายพัฒนาประเทศ นั่นคือมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่ขาดการวิเคราะห์ผลกระทบอย่างชัดเจน เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้เงินส่วนในประเทศ ทำให้มีความพยายามที่จะกดดันรัฐให้เปิดเสรี เพื่อนำเข้าสินค้าในอัตราภาษีที่ต่ำลง หรือไม่มีการกำหนดมาตรการของรัฐ ที่ไปสนับสนุนกลุ่มทุนในทางอ้อม โดยรัฐต้องการที่จะให้ประเทศเป็นฐานการลงทุน เนื่องจากประเทศไทยมีข้อจำกัดทางการค้าและการลงทุนน้อยกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค ประกอบกับประเทศไทยยังมีที่ตั้งอยู่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน

ส่วนนโยบายด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) มีบทบาทและมีความสำคัญเป็นอันดับแรกของนโยบายของรัฐสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เป็นต้น ประมาณกำหนดงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนาของประเทศดังกล่าวสูงถึงร้อยละ 3 – 5 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติภายในประเทศ (GDP) ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย มีงบประมาณด้าน R&D ประมาณร้อยละ 0.2 – 0.3 ของ GDP เท่านั้น

การที่ประเทศกำลังพัฒนามีงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนาค่อนข้างน้อย จึงมีผลให้ไม่สามารถประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ในภาคอุตสาหกรรมได้ และต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศที่ไม่เหมาะสมหรืออาจล่าสมัยมาโดยตลอด และไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตหรือแข่งขันกับผลผลิตอุตสาหกรรมของประเทศที่พัฒนาแล้วได้ การวิจัยและพัฒนาภายในประเทศกำลังพัฒนาเองจึงเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงได้ในระยะยาว หากประสงค์จะพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นในต่างประเทศได้ โดยการใช้เงินโอนไปปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนต่อหน่วยสูงมากจนกระทั่งไม่คุ้มกันการลงทุนเฉพาะในระยะแรกของการผลิต จากมาตรการที่สำคัญได้แก่ มาตรการกีดกันการค้า มาตรการจำกัดปริมาณการนำเข้าหรือโควต้า มาตรการออกใบอนุญาตเพื่อการนำเข้า มาตรการกำหนดสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศ มาตรการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีค่าแข็งเกินความเป็นจริง

การปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเป็นเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่ากลไกตลาดและระบบการค้าเสรีที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ เช่น ความไม่สมบูรณ์ของตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยการผลิต การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมบางประเภทมีการประหยัดต่อขนาดทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลงเมื่อผลผลิตเพิ่มขึ้น หากรัฐไม่ทำการแทรกแซงระบบตลาดเพื่อปกป้องคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศ จะทำให้อุตสาหกรรมใหม่ไม่เกิดขึ้น เพราะไม่สามารถจะแข่งขันกับการนำเข้าจากต่างประเทศ (Foreign Competition) ในระยะแรกของการผลิตได้ เนื่องจากการปกป้องคุ้มครองจากรัฐสามารถ

ช่วยเพิ่มอุปสงค์ของสินค้าในประเทศ ทำให้ผู้ผลิตได้รับกำไรสูงขึ้นและนำมาชดเชยการขาดทุนในระยะแรกได้ อีกทั้งผลิตภาพจะสูงขึ้นจนกระทั่งสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกในระยะยาว ที่สำคัญคือความสามารถในการแข่งขันเกิดจากผลได้ภายนอกเชิงพลวัต ซึ่งได้มาจากความรู้ และประสบการณ์ที่สะสมอย่างต่อเนื่องมากขึ้นจากการขยายการผลิต และการลงทุนเป็นเวลาหลายปีติดต่อกัน เป็นความรู้ความสามารถที่สะสมมา (Learning by owner) และนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนจนกระทั่งสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

5.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์

ด้านการผลิต ประเทศไทยมีความต้องการใช้ยางรถยนต์โดยรวมประมาณ 25 ล้านเส้นต่อปี แต่ใช้มีกำลังการผลิตสูงสุด 31 ล้านเส้นต่อปี แสดงว่าประเทศไทยยังมีกำลังการผลิตยางรถยนต์เหลืออยู่มาก การเพิ่มปริมาณการผลิตให้เต็มกำลังการผลิตเป็นของบรรษัทข้ามชาติ และพร้อมที่จะเพิ่มช่องทางการจำหน่ายจะสามารถสร้างความเจริญเติบโตให้กับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของกลุ่มทุนข้ามชาติ ทำให้กลุ่มทุนไทยยากที่จะเพิ่มกำลังการผลิตส่วนนี้ได้

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางรถยนต์เริ่มให้ความสำคัญกับตลาดส่งออกมากยิ่งขึ้นเพื่อนำมาทดแทนตลาดภายในประเทศที่ลดลงจากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ตลาดส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 4,764 ล้านบาท ตลาดส่งออกยางรถบรรทุกที่สำคัญจะอยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ทั้งนี้เพราะต้นทุนค่าขนส่งและวิธีการขนส่งยังเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์

ด้านความสามารถด้านการแข่งขัน เป็นไประหว่างกลุ่มบริษัทร่วมทุน 3 กลุ่ม โดยจะเป็นการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีการผลิตจะเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของการใช้งานของยางรถบรรทุก ดังนั้นผู้ผลิตกลุ่มนี้จะใช้กลยุทธ์ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของยางรถยนต์เป็นเครื่องกำหนดการแข่งขันมากกว่าการกำหนดการแข่งขันด้านราคา

5.3 ศักยภาพของกลุ่มทุนไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทยมีศักยภาพที่โดดเด่นหลายประการ อาทิ ทักษะแรงงานไทย และความได้เปรียบของต้นทุนแรงงานมีฝีมือ ความหลากหลายของผู้ประกอบการยางยนต์ ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำทั่วโลกที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ทำให้ที่ตั้งอันเป็นจุดภูมิศาสตร์ที่มีความได้เปรียบ

ในการนำเข้าวัตถุดิบและส่งออกสินค้า การมีบรรยากาศในการลงทุนที่ดีทั้งด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมที่เป็นมิตร และความมั่นคงทางการเมือง เป็นต้น เพื่อให้ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีในการผลิต มีปัจจัยต่าง ๆ ที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนยังคงต้องร่วมมือกันให้ความสำคัญ เพื่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม ได้แก่

การจัดตั้งศูนย์วิจัยและทดสอบ และสนามทดสอบ จากการศึกษาพบว่ามีแตกต่างจากประเทศผู้นำด้านเทคโนโลยีที่ประเทศไทยคือยกตัวอย่างเด่นชัดในทุกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย คือ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการวิจัยพัฒนา และการออกแบบ โดยที่ผ่านมาประเทศไทยมุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนของขั้นตอนการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ประเทศผู้นำด้านเทคโนโลยียางรถยนต์ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และอเมริกา มีการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวครอบคลุมในทุกกระบวนการผลิตมาเป็นเวลานาน และหากมองถึงเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ให้มีศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวแล้วประเทศไทยจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเป็นพื้นฐานการได้มาซึ่งเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตในกระบวนการผลิต การรับรองและทดสอบคุณภาพสินค้าและการพัฒนาวัตถุดิบและสินค้าเพื่อการแข่งขัน

จากข้อมูลบทสัมภาษณ์ของผู้อำนวยการศูนย์วิจัย และทดสอบที่ช่วยทำให้ทราบถึงภาพรวมผู้ผลิตไทยว่าส่วนหนึ่งยังไม่มีความชำนาญและยังไม่เห็นความจำเป็นด้านการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีในด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการปรับปรุงสายการผลิต อาจเป็นผลมาจากแรงกดดันการแข่งขันด้านต้นทุนสินค้า จึงต้องให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรเพื่อลดต้นทุนมากกว่ากิจกรรมด้านอื่น ๆ และแสดงความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่ต้องลงทุนเนื่องจากได้รับการพึ่งพาเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ในต่างประเทศหรือบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ และบางบริษัทมีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือขาดความชำนาญในการทำการวิจัยพัฒนา เป็นต้น

ดังนั้นในระยะเริ่มแรก การดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เกิดการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี และการออกแบบของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากภาครัฐทั้งด้านงบประมาณและการดำเนินการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างศูนย์วิจัยและทดสอบยางรถยนต์ และสนามทดสอบ เพื่อรองรับปริมาณการผลิตในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างครบวงจรทั้งด้านการปรับปรุงกระบวนการผลิต การวิจัยพัฒนา การทดสอบและการออกแบบผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้อย่างน้อยผู้ผลิตยางรถยนต์ไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกและพัฒนายางรถยนต์ภายในประเทศสำหรับสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ปรับปรุงคุณภาพสินค้า และลดต้นทุนสินค้า

เพื่อการแข่งขันและการยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนา และการออกแบบ ยางรถยนต์ จึงเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะนอกจากจะช่วยสร้างศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวให้กับ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ ทั้งยังช่วยเพิ่มความมั่นใจในการลงทุนจากต่างประเทศและลดการขาดดุล บริการด้านการส่งผลิตภัณฑ์ไปทดสอบในต่างประเทศ

การเพิ่มขนาดตลาดในประเทศ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทยมีจุดแข็งในตลาดรถยนต์ กระจับ 1 คัน เนื่องด้วยมีการพัฒนาในประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และเหมาะสมกับความต้องการ ของผู้บริโภคชาวไทยที่ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรกรรม และสภาพถนนและการเดินทางในอดีต และ ปัจจุบัน บริษัทผู้ผลิตรถกระจับ 1 คัน ของประเทศญี่ปุ่นยี่ห้อต่าง ๆ เกือบทั้งหมดได้ย้ายฐานการ ผลิตมายังประเทศไทยอย่างไรก็ตาม หากมองในภาพรวมตลาดรถยนต์ของโลก รถกระจับ 1 คัน ยัง เป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีปริมาณความต้องการจำกัดและนิยมใช้กันในไม่กี่ประเทศ แต่ คาดว่ากำลังจะถึงจุดอิ่มตัวของตลาดในประเทศในอนาคต ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็น ศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของเอเชีย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็น ที่จะช่วยกระตุ้นการเติบโตของตลาดยางรถยนต์ภายในประเทศ และเป็นสินค้าส่งออกที่มีศักยภาพ เพิ่มมูลค่าการส่งออกรวมให้กับประเทศได้อีกผลิตภัณฑ์หนึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์สภาวะ แวดล้อมต่างๆ ยางรถยนต์นั่งขนาดเล็กเป็นผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการสนับสนุนพัฒนาเพื่อขยาย ตลาดในประเทศ ด้วยเหตุผลดังนี้

1. มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านต้นทุนแรงงาน การประกอบรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ยังเป็นเทคโนโลยีที่ไม่สูงมากนักสามารถสร้างศักยภาพการผลิตในประเทศให้เกิดความได้เปรียบ ด้านต้นทุนได้

2. แนวโน้มการขยายตัวของเมืองทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกมีอัตราสูงขึ้น ส่งผลต่อ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการรถยนต์นั่งขนาดเล็กเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตในเมืองสูงขึ้น

3. ต้นทุนพลังงานเชื้อเพลิงและค่าบำรุงสิ่งแวดล้อมจากรถยนต์สูงขึ้น เป็นสาเหตุสำคัญที่ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเปลี่ยนมาซื้อรถยนต์ขนาดเครื่องยนต์เล็กลง เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิง และภาษีรถยนต์ประจำปีอย่างไรก็ตาม ควรคำนึงถึงผลกระทบของการส่งเสริมผลิตรถยนต์นั่งขนาดเล็กที่อาจกระทบต่อตลาดรถกระจับ 1 คันในประเทศ เนื่องจากรูปแบบการใช้รถกระจับ 1 คันของ คนไทยที่ใช้เป็นทั้งรถยนต์นั่งและรถบรรทุกสิ่งของ หรืออเนกประสงค์

การเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ จากการศึกษาพบว่า สัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบ ทางตรงของประเทศไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่งอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสินค้าที่ ต้องการวัตถุดิบพิเศษ การใช้วัตถุดิบในประเทศมีความสำคัญอย่างมาก นอกจากจะเป็นการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับประเทศ ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการจัดซื้อและส่งมอบวัตถุดิบให้ทันต่อ

การผลิตแบบทันเวลา (Just in Time) และยังพบว่า ปัจจัยที่ประเทศญี่ปุ่น ได้มีการพัฒนาการใช้ในประเทศในอัตราค่อนข้างสูง จนเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตและสามารถได้เปรียบด้านการพัฒนาเทคโนโลยี มี 2 ประการ ดังนี้

1. มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบและยางรถยนต์จนสามารถผลิตวัตถุดิบ (Raw Materials) เช่น ยางสังเคราะห์ ได้ด้วยตนเองในประเทศ

2. มีปริมาณการผลิตที่คุ้มทุนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากบริษัทรถยนต์หรือบริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่จะตัดสินใจว่าให้ฐานการผลิตในประเทศใดหรือผลิตรถยนต์รุ่นใดจากปัจจัยด้านปริมาณการผลิตมักเป็นสิ่งที่พิจารณาในอันดับต้นๆ โดยประเทศญี่ปุ่นมีความได้เปรียบเรื่องการผลิตขนาดใหญ่ในประเทศทั้งเพื่อตลาดภายในและเพื่อตลาดส่งออก

ปัจจุบันประเทศไทยไม่มีข้อได้เปรียบด้านใดอย่างเด่นชัด โดยเทคโนโลยีการผลิตวัตถุดิบขั้นต้นยังพึ่งพาต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และปริมาณการผลิตในประเทศก็ยังไม่สูงมากหากเทียบประเทศผู้ผลิตชั้นนำต่างๆ ของโลก ดังนั้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ ภาครัฐควรมีนโยบายหรือมาตรการสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยพัฒนา ศูนย์ทดสอบ และการสนับสนุนอุตสาหกรรมรายย่อย ดังที่ได้เสนอแนะในหัวข้อข้างต้นแล้ว ทั้งนี้เชื่อว่าการสนับสนุนนโยบายดังกล่าวจะมีส่วนช่วยผลักดันสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การลดภาษีเพื่อนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนยานยนต์ที่ประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพในการผลิตก็ยังเป็นสิ่งจำเป็น แต่การลดภาษีนำเข้าทุกรายพิกต์อาจติดข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตหรือปริมาณการผลิตที่คุ้มทุนในประเทศ โดยการพิจารณาการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบการผลิต ควรพิจารณาให้ครอบคลุมกระบวนการผลิตตลอดคั่นน้ำและปลายน้ำ จึงจะเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

การสร้างตราสินค้าของประเทศ การเรียกร้องให้สร้างตราสินค้ายางรถยนต์ต้องใช้เงินลงทุน และการสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐอย่างมาก โดยเฉพาะการใช้นโยบายการปกป้องตลาดที่มีความจำเป็นในระยะเริ่มแรกของการพัฒนาตลาดภายในประเทศ ซึ่งการปฏิบัติดังกล่าวอาจเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่มีรูปแบบการพัฒนาแบบเสรีมานาน จึงไม่ควรสร้างตราสินค้ายางรถยนต์ในกลุ่มสินค้าที่ผู้ประกอบการผลิตกันอยู่แล้ว เพราะมีผลอย่างยิ่งต่อความไม่มั่นใจในการลงทุน แต่ควรใช้กลไกที่มีอยู่แล้วผลักดันให้เกิดรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนมากกว่าเลียนแบบรูปแบบการพัฒนาประเทศอื่นๆ ที่ไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศไทย ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนาตลาดยางรถยนต์ เพื่อสำหรับตลาดชิ้นส่วนโรงงาน (OEM) และตลาดชิ้นส่วนทดแทน (REM) โดยเร่งสนับสนุนตราสินค้าของผู้ประกอบการชาวไทยที่มีอยู่ และสนับสนุนข้อมูลการตลาดของประเทศคู่แข่งเป้าหมาย

ผู้ผลิตยางรถยนต์ไทยยังมีปัญหาหลายด้านในการสร้างตราสินค้า ตั้งแต่การผลิต การบริหารจัดการ การพัฒนาตราสินค้า และการพัฒนาตลาดส่งออก ตลอดจนปัญหาภาวะเบียดของภาครัฐ ซึ่งยังไม่ลงลึกถึงระดับการพัฒนาตราสินคาร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน แต่ในฐานะผู้ประกอบการในยุคการแข่งขันเสรี ควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามข่าวสารรักษาสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ตลอดจนเพิ่มความร่วมมือในการพัฒนาสินค้า และตราสินค้าของตนในการสร้างโอกาส และศักยภาพในการส่งออกให้สูงขึ้นต่อไป

การปรับปรุงบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ และจากภาครัฐยังมีความจำเป็น เนื่องจากรูปแบบของอุตสาหกรรมไทยมีลักษณะการลงทุนแบบเสรี ที่มีผู้ประกอบการมาจากทุกแห่งทั่วโลก ความร่วมมือและการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ จึงยังคงต้องมีหน่วยงานภาครัฐเป็นตัวกลางในการปลุกคั้นความร่วมมือจากทุกกลุ่มผู้ประกอบการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศมากที่สุด โดยภาครัฐควรลดบทบาทการเป็นผู้การควบคุม และเพิ่มบทบาทการเป็นผู้สนับสนุนให้ภาคเอกชนพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว อาทิ ปรับปรุงกฎระเบียบการจัดเก็บภาษีต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพิ่มความสะดวกและขยายโอกาสทางการค้า สร้างสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การขนส่ง นิคมอุตสาหกรรม ศูนย์วิจัยและทดสอบ ตลอดจนส่งเสริมการผลิตและใช้สินค้าที่ไม่สร้างมลพิษ เป็นต้น

การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันหลังการเปิดเสรีทางการค้าแบบทวิภาคี (FTA) ตลาดสินค้ายางรถยนต์ เป็นส่วนหนึ่งของชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยที่อิงกับตลาดของญี่ปุ่นเป็นสำคัญ ในกรอบการค้าเสรีนั้นกลุ่มสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์สามารถทำการค้ากับประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น คาดว่าในอนาคต วัตถุประสงค์ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อาจปรับราคาลดลง และจะมีการเพิ่มการลงทุนในประเทศมากขึ้น เนื่องจากบริษัทรถยนต์ได้วางยุทธศาสตร์ให้ประเทศในอาเซียนเป็นฐานการผลิต แต่ในขณะเดียวกันปัจจัยทางลบที่เข้ามาคือ การเปิดเสรีให้ตลาดคู่แข่งมากขึ้น คาดว่าจะทำให้เกิดการนำเข้ามากขึ้นไปด้วย เพราะไทยยังต้องนำเข้าชิ้นส่วนหลายตัวมาประกอบรวม อาทิ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนที่เกี่ยวกับความปลอดภัย เป็นชิ้นส่วนที่ต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตซับซ้อนและความถูกต้องแม่นยำสูง ประกอบกับบรรณานิคมการซื้อของผู้บริโภคคนไทยเปลี่ยนแปลงง่ายเนื่องจากนิยมสินค้าต่างประเทศ จึงมีโอกาที่ตลาดจะเปลี่ยนแปลงหันไปนิยมสินค้านำเข้าจากประเทศต่าง ๆ มากขึ้นด้านผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ติดตามข้อมูลข่าวสารทั้งด้านโอกาสทางการตลาด สิทธิประโยชน์ด้านภาษีกับประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า ด้านภาครัฐควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการปรับตัวกับการ

แข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากการเปิดการค้าเสรีต่าง ๆ โดยจัดทำข้อมูลการเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ทั้งนี้ เชื่อว่าการมีสารสนเทศที่มีมาตรฐานสากลที่จัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปใช้พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของตนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันได้ดีขึ้น

การพัฒนาบุคลากร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานในผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ แต่ก็ยังมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการเพิ่มผลผลิตจากแรงงาน ดังนั้นหากเพิ่มทักษะแรงงานทางตรงให้สูงขึ้นอาจจะช่วยให้ผลผลิตเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนแนวคิดในการเพิ่มผลผลิตภาพรวมโดยเน้นการเพิ่มการลงทุนการใช้หุ่นยนต์และเครื่องจักรอัตโนมัติ (Capital Intensive) ในสัดส่วนที่สูงมาก อาจส่งผลต่อความศักยภาพการแข่งขันด้านต้นทุนทั้งหมดของประเทศไทยให้ลดลง ดังนั้น การเพิ่มทักษะแรงงานเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตให้สูงขึ้น คาดว่าจะเป็นปัจจัยความสำเร็จอย่างหนึ่งในการเพิ่มผลผลิตภาพเพิ่มในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทยด้วยสาเหตุดังกล่าว ภาครัฐควรมีมาตรการช่วยอุตสาหกรรมในการเร่งพัฒนาบุคลากรเป็นสำคัญ เพื่อการเพิ่มผลผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ให้สูงขึ้น โดยมีกลยุทธ์ 3 ประการดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรด้านยางรถยนต์ให้เกิดความหลากหลาย ไม่เน้นแต่ด้านพัฒนาการผลิตแต่พัฒนาครอบคลุมทั้งกระบวนการ เช่น การทดสอบ การวิจัย การออกแบบ และการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ

2. พัฒนาบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทในการพัฒนามากที่สุด

3. ยกระดับการพัฒนาจากแรงงานฝีมือ (Skill Labor) ไปสู่แรงงานฝีมือขั้นสูง (High Skill Labor) โดยเริ่มต้นจากกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับฝีมือแรงงานด้านการผลิตยางรถยนต์ที่เป็นสากลอย่างชัดเจน ตลอดจนจัดเก็บสถิติการประเมินผลผลิตจากแรงงานทางตรงอย่างเป็นระบบ

จากการลักษณะการผลิตยางรถยนต์ของผู้ผลิตญี่ปุ่น แม้จะมีการใช้หุ่นยนต์และเครื่องจักรสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต ยังจำเป็นต้องมีการใช้แรงงานในโรงงานประกอบเป็นสัดส่วนสูง โดยทำหน้าที่ตรวจสอบและควบคุมเครื่องจักร หรือถ้าอยู่ในสายการผลิตต้องทำงานกับเครื่องมือที่ต้องใช้ทักษะสูง เป็นต้น หากพิจารณาด้านต้นทุนแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่ต้นทุนการผลิตเครื่องจักรและหุ่นยนต์ต่าง ๆ มีแนวโน้มถูกลง การถ่ายโอนเทคโนโลยีทำได้ง่ายขึ้นภายในระยะเวลาไม่นาน และเทคโนโลยีการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว แต่ต้องลงทุนสูงและใช้ระยะเวลาการพัฒนาคิดค้นนาน

จากการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ โดยปกติการเติบโตของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จะเป็นไปในทิศทางเดียวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ และเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ผลิตรายที่หนึ่งของไทยในปัจจุบันมีจำนวนแตกต่างจากประเทศญี่ปุ่นและอเมริกา การผลักดันให้เกิดผู้ผลิตรายในระดับที่หนึ่งที่เป็นผู้ถือหุ้นคนไทยมีความยากลำบากด้วยเหตุผลด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นสำคัญ แต่การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมมีความจำเป็นอย่างมาก และเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมเชื่อมโยงในสายการผลิตให้เกิดความน่าสนใจในการลงทุนของบริษัทต่างชาติที่มีเทคโนโลยีที่ดีกว่าให้เข้ามาถ่ายทอดเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทย การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยทำได้โดยผ่านนโยบายส่งเสริมของภาครัฐ และการพัฒนากลุ่มความร่วมมือ (Cluster) ของภาคเอกชน

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ควรมีการพัฒนาทักษะด้านแรงงาน วิศวกร และด้านต่าง ๆ ของบุคลากรให้พร้อมต่อการรองรับเทคโนโลยีที่จะถูกถ่ายโอนมา สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และสร้างบุคลากรที่มีความสามารถหลากหลายมากกว่าด้านการผลิต เช่น การทดสอบการวิจัยพัฒนาทั้งวัสดุคิบและสินค้า และทักษะด้านการออกแบบ หรือกล่าวได้ว่า ต้องสร้างจุดแข็งด้านบุคลากรให้มีศักยภาพในระดับโลก ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เมื่อบุคลากรมีความรู้และความสามารถที่สูงขึ้น และคาดว่าจุดแข็งด้านบุคลากรจะเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างศักยภาพการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย

แนวทางการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทุนไทย จากแนวโน้มการดำเนินธุรกิจผู้ผลิตที่เป็นผู้ประกอบการคนไทยจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีของการผลิตการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานนับเป็นยุทธศาสตร์การแข่งขันที่สำคัญ ผู้ผลิตจำเป็นต้องเริ่มพัฒนาเทคโนโลยีในสายการผลิตยางเรเดียลสำหรับยางรถบรรทุก เนื่องจากในอนาคตรถบรรทุกทุกประเทศที่พัฒนาแล้วจะใช้อย่างเรเดียลทั้งหมด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่ากลุ่มทุนยางรถยนต์ไทยมีบทบาทน้อยมากในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทยที่จะเข้าไปมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของตลาดยางรถยนต์ในประเทศ หรือการมีส่วนในการกำหนดนโยบายของรัฐ เนื่องจากมีการกีดกันจากกลุ่มทุนต่างชาติที่สร้างอิทธิพลทางการผลิต และการกำหนดราคา ทำให้ผู้ประกอบการของไทยไม่สามารถที่จะแข่งขันหรือไม่มีโอกาสที่จะเติบโตได้ในตลาดยางรถยนต์ไทย ประเทศไทยยังไม่มีมีความได้เปรียบเรื่องเทคโนโลยี แต่เรามีความได้เปรียบด้านแรงงาน ก็เท่ากับได้มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการเรียนรู้เทคโนโลยีและกระตุ้นให้เกิดการวิจัยพัฒนาต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต ซึ่งจะต้องอาศัยกลไกของรัฐเข้ามาช่วยกลุ่มทุนไทยให้สามารถที่จะเข้ามาสู่ตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทยได้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

สถานะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้อุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ได้รับผลกระทบอย่างมาก ทั้งในด้านของการถูกกดดันทางราคา และการที่ต้องพยายามในการลดต้นทุนลง เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นค่ายระดับโลกที่ได้ย้ายฐานเข้ามาลงทุนในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แนวทางในการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาด้านอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ที่พิจารณาดำเนินงาน มีดังต่อไปนี้

1. การมีเสถียรภาพทางด้านนโยบาย ทั้งนี้ในการปรับเปลี่ยนนโยบายใดๆ เช่น การปรับเปลี่ยนวิธีหรืออัตราการจัดเก็บภาษี ย่อมเป็นสิ่งที่ภาครัฐสามารถกระทำได้ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของประเทศ ซึ่งการพิจารณาควรดูในภาพรวมทั้งระบบ และการจะประกาศบังคับใช้ก็ควรมีระยะเวลาเตรียมการด้วย เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการทุกราย รวมทั้งทบทวนหรือแก้ไข กฎ ระเบียบ ขั้นตอนการดำเนินธุรกรรมต่างๆ ของภาครัฐที่จะช่วยลดภาระการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมทั้งแนวนโยบายการให้สิทธิประโยชน์ที่จะส่งเสริมการลงทุนเพิ่มขึ้น ตลอดจน ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการดำเนินธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการไทยในปัจจุบันกับนักลงทุนรายใหม่จากต่างชาติ เช่น การให้สิทธิประโยชน์สำหรับการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว ได้รับสิทธิประโยชน์ด้วยกันทุกเขต หรือให้ทุกเขตได้รับสิทธิประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน

2. การมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจน และมาตรการที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมประกอบยานยนต์

3. การผลักดันส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานตามข้อตกลง AFTA และ AICO ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม และควบคุมให้มีการปฏิบัติตามข้อตกลงอย่างแท้จริง เพื่อแก้ไขปัญหาค่าขึ้นข้อกำหนดด้าน Rule of Origin ให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของความร่วมมือ ASEAN และแก้ไขปัญหาการบิดเบือนปริมาณ ASEAN Content

4. การเร่งรัดให้มีการปรับโครงสร้างภาษี เนื่องจาก AFTA ในส่วนของอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีผลบังคับใช้แล้ว ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2546 โดยเฉพาะรายการที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ เช่น สารเคมี ซึ่งจำเป็นต้องนำเข้ามาใช้ในการผลิตยางรถยนต์ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตในประเทศ สามารถแข่งขันกับยางรถยนต์นำเข้าจากอาเซียนได้

5. การสนับสนุนและเร่งรัดให้มีการจัดตั้งศูนย์ทดสอบและวิจัยพัฒนายางรถยนต์ขึ้นในประเทศ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตและการแข่งขันให้กับผู้ผลิตยางรถยนต์ไทย ที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

6. การให้การส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณการดำเนินงานของกลุ่มยางรถยนต์ในการวางแผนทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ โดยการจัดตั้งสมาคมหรือกลุ่มยางรถยนต์ในสภาอุตสาหกรรม ซึ่งจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ตลอดจนการดำเนินโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในด้านอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ (Cluster Hub) ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนายางรถยนต์ไทยให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยประเทศไทยควรนำแนวทางการพัฒนาของญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มขนาดตลาดในประเทศไทยมากกว่า

เนื่องจากอุตสาหกรรมญี่ปุ่นมีการพัฒนาอย่างครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการกระตุ้นการบริโภครถยนต์ในรูปแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ได้มองเพียงแค่ความเชี่ยวชาญในการผลิตรถยนต์ แต่ยังศึกษาถึงความต้องการของตลาด และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ควบคู่กับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่จะไม่ทำให้เกิดปัญหาด้านอื่น ๆ เช่น การพัฒนาระบบจราจร และถนนรองรับปริมาณรถยนต์ที่มากขึ้น พัฒนาระบบภาษีเพื่อจูงใจประชาชนใช้รถยนต์เพื่อการประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม การลดเวลาของวงจรการใช้งาน (Cycle Time) ของรถยนต์ที่เสื่อมสภาพ ขณะที่อุตสาหกรรมของประเทศเกาหลีใต้การพัฒนาส่วนหนึ่งมาจากกระแสนิยม ซึ่งเป็นรูปแบบการปกป้องตลาดในประเทศให้ขนาดการผลิตในประเทศใหญ่ขึ้นจนเกิดความเชี่ยวชาญในการผลิต และเกิดความคุ้มทุนที่รวดเร็วจนมีศักยภาพการแข่งขันและขยายฐานการผลิตไปทั่วโลก ผู้ศึกษาเห็นว่ารูปแบบการพัฒนาตลาดรถยนต์ของประเทศญี่ปุ่นสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทยมากกว่าประเทศเกาหลีใต้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมล กมลตระกูล. จากทุนผูกขาดสู่วินาศกรรม. ในณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ).

บทบาทและพลังอำนาจของบรรษัทข้ามชาติในยุคครอบโลก. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด, ตุลาคม 2544.

กลุ่มศึกษาปัญหาภาคใต้. วิกฤตการณ์ยางพาราไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. พันธมิตรปฏิทัศน์, ตุลาคม 2525.

โฆสิต ป้อมเปี่ยมราษฎร์. สงครามเศรษฐกิจ. พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์ดอกเบี๋ย, มีนาคม 2534.

จุฑาทิพย์ จงวนิชย์. ผลกระทบจากมาตรการบิดเบือนของรัฐที่มีต่อความคุ้มครอง และความ

สามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญา

เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

โจเซฟ จี สติกลิตซ์. เศรษฐศาสตร์กระแสทวน. พิมพ์ครั้งที่ 1. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน)

9 ในณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ). ยุทธศาสตร์ นโยบาย และกระบวนการ.

นภาพร อภิวัฒน์พงษ์ สรุปลความ. กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2542.

ชนงกรณ์ คุณทลบุตร. ธุรกิจระหว่างประเทศและทิศทางธุรกิจไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ชาลส์ เอ ราริค. กรณีศึกษาการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ. แปลโดย เทียน เสร้ามัญ, บุญสุข

เผ่าศรีเจริญ, ดำรัสศิริ ศิลปพัฒนานันท์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

วิรัตน์ เอ็ดดิสัน, 2548.

ชูศักดิ์ จรยุทธศิริสวัสดิ์. อุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย: การศึกษาเกี่ยวกับ

ความต้องการการคุ้มครอง และการทดแทนการนำเข้า. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.

ณรงค์ชัย อัครเศรณี. เปิดโลกเศรษฐกิจกับ ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : อินฟอर्मมีเดีย บุ๊คส์, มิถุนายน 2547.

ดำรง ฐานดี. รัฐกับการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เดวิด ซี คอร์ทเทน. อภิชัย พันธเสน แปล วิศิษฐ์ วิงวิญญู บรรณาธิการแปล. เมื่อบรรษัทครองโลก

โลกยุคโลกาภิวัตน์ภายใต้อำนาจทุนข้ามชาติ. พิมพ์ครั้งที่ 2.

เรือนแก้วการพิมพ์, มีนาคม 2546

นพพร นุชนิยม. การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม
ยางรถยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์
การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ทองแถม นาถจำนง. ทฤษฎี 4 ชั้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์สุภาพใจ, 2544.

ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบูลย์. สุดยอดเจ้ายุทธจักรรถยนต์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์ปฐมกาล, กันยายน 2546.

ประวิตร ผานชูวงศ์. การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ของ
ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบัน. เอกสารประกอบการเรียนการสอน

ภาควิชา 2951604 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547

ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคริส เบเคอร์. เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพ. พิมพ์ครั้งที่ 3.

สำนักพิมพ์ซิลค์เวอร์ม, สิงหาคม 2546.

ผาสุก พงษ์ไพจิตร. พัฒนาการอุตสาหกรรมและพัฒนาการเศรษฐกิจประสพการณ์ของเกาหลีใต้

บราซิล ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงการค้ารำลำดับที่ 37 ศูนย์บริการเอกสารวิชาการ

คณะเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ฝ่ายข่าวพิเศษ. ได้เวลาถลกหลังไอ้เสือคดีย่อย. กรุงเทพมหานคร: หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน,

มิถุนายน 2544.

พัชรี ลิโรรส. รัฐไทยกับธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

พันธิริยา บรรจงชีพ. มาตรการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยาน

ยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

พาริณี ทรัพย์ทวี. องค์กรธุรกิจกับบทบาทการลงทุนทาง FDI ในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ไพศาล สุริยะวงศ์ไพศาล. คิดแบบเอเชีย. กรุงเทพมหานคร : ผู้จัดการ, 2544.

- ฟิลิป คอตเลอร์ และเฮอรั่มาวัน การ์ตาจายา. ลัมแล้วลูก ปลูกเอเชีย จากเศรษฐกิจฟองสบู่สู่เศรษฐกิจแบบยั่งยืน. แปลโดยเกียรติชัย พงษ์พาณิชย์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : เอ็นเน็คซ พับลิเคชั่น, 2543.
- ไมเคิล อี พอร์เตอร์. ยุทธวิธีการแข่งขัน. เรียบเรียงโดย ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, สุวินัย ต่อสิริสุข และอุดม สวานายน. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2536.
- ยาซ แทนคอน. เศรษฐศาสตร์กระแสทวน. พิมพ์ครั้งที่ 1. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน) ใน นครังค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ). รัฐแบบเคนส์ กนกศักดิ์ แก้วเทพ เรียบเรียง เป็นภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพลส โปรดักส์, 2542.
- โยชิฮิระ คุนิโอะ. กำเนิดทุนนิยมเทียมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. แปลโดยรัศมีดารา ชันติกุล และคณะ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- รังสรรค์ ชนะพรพันธ์. กระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจในประเทศไทย. บทวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมือง พ.ศ. 2547-2530. พิมพ์ครั้งที่ 1. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2546.
- จากทักษิณามิกสู่ทักษิณาธิปไตย ภาค 3. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : 2548.
- การศึกษาทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ ใน ดร.ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ และคณะ (บรรณาธิการ) นโยบายการวิจัยและการพัฒนาสำหรับประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2544.
- วรวิทย์ เจริญเลิศ. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง. เอกสารประกอบการเรียนการสอน ภาควิชา 2951601 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547
- วอลเดน เบลโล, เชียร์ คันนิงแฮม และลี เค็ง ปอห์. โศกนาฏกรรมสยาม : การพัฒนาและการแตกสลายของสังคมสมัยใหม่. แปลโดยสุรนุช ชงศิลา พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มุลนิธิโกมลคีมทอง, 2547.
- วารินทร์ วงศ์หาญเขาว์ และคารีล ทรอดกี. บรรษัทข้ามชาติโฉมหน้าใหม่จักรวรรดินิยม ใน กองชัย อภิวัฒน์รังสรรค์ (บรรณาธิการ). การพัฒนาแบบพึ่งพา: ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของโลกที่สาม. พิมพ์ครั้งที่ 1. ชมรมโรงงานเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พฤษจิกายน 2523.
- วิรัตน์ แสงทองคำ. ยุทธศาสตร์ความยิ่งใหญ่เรือซิเมนต์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : พีเพลส จำกัด, กันยายน 2543.
- วีรพล นิตชากร. ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- เศรษฐสยาม. สหรัฐอเมริกา ยุทธศาสตร์ครองความเป็นเจ้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), พฤศจิกายน 2541.
- สมพงษ์ ชูมาก. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับปัจจุบัน (ทศวรรษ 1990 สู่ทศวรรษแรกแห่งศตวรรษที่ 21). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ด้านสุทธาการพิมพ์, 2547.
- สมกพ มานะรังสรรค์. พลวัตของระบบการเงินโลกกับผลกระทบต่อไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน) 23 ใน ณรงค์ เพชรประเสริฐ (บรรณาธิการ). กรุงเทพมหานคร : เอคิสันโปรดัก, 2546.
- JAPAN FINANCE การเงินบนรอยคราบเศรษฐกิจฟองสบู่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : นัตรีพับลิค, 2546.
- สุวินัย ภรณวลัย. ทฤษฎีบรรษัทข้ามชาติกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- อนก เหล่าธรรมทัศน์. มองเศรษฐกิจการเมืองผ่านการเคลื่อนไหวของสังคมธุรกิจ. สายทิพย์ สุกดีพันธ์ เรียบเรียงเป็นภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ, 2539.
- อำนาจ วีรวรรณ. เล่าเรื่องสมมุติในอดีต. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บ้านพระอาทิตย์, 2547.
- เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา. โลกาภิวัตน์บริษัทข้ามชาติ บรรษัทภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคมของบรรษัท. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : แอคทีฟพริ้นต์, 2548.
- อิติพร ยิ้มประเสริฐ. สู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยางรัดข้อมือในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- Zhang Minquan. โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศจีน. เดอะรับเบอร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล. ฉบับที่ 8 ปีที่ 2 หน้า 23, 2547.



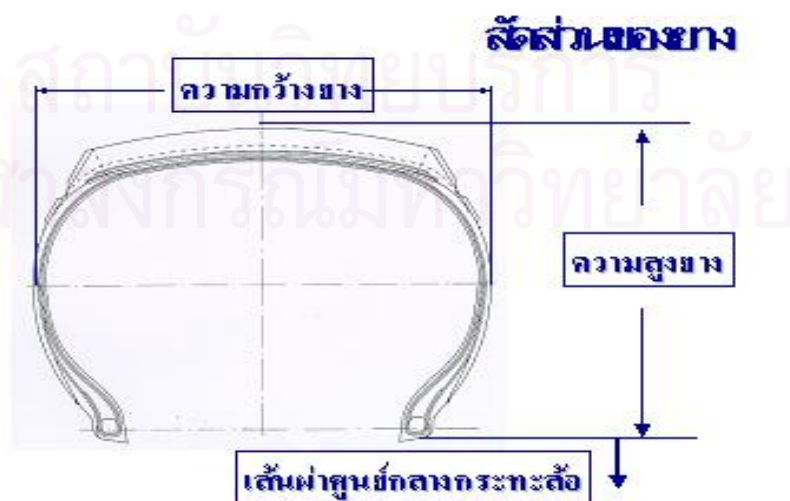
ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงรหัสกำหนดความเร็วบนยางเรเดียลสำหรับรถทั่วไป

เครื่องหมายกำหนดความเร็วสูงสุด	ความเร็วสูงสุด (กม./ชม.)	เครื่องหมายกำหนดความเร็วสูงสุด	ความเร็วสูงสุด (กม./ชม.)	เครื่องหมายกำหนดความเร็วสูงสุด	ความเร็วสูงสุด (กม./ชม.)
A1	5	D	65	Q	160
A2	10	E	70	R	170
A3	15	F	80	R	180
A4	20	G	90	S	190
A5	25	J	100	T	200
A6	30	K	110	U	210
A7	35	L	120	H	240
A8	40	M	130	V	270
B	50	N	140	W	300
C	60	P	150	ZR	มากกว่า 240

อัตราส่วนของขนาดยาง (ซีรีส์) = ความสูงของแก้มยาง x 100 % / ความกว้างของแก้มยาง



ยางแบบเรเดียล (Radial Tire)

1. สำหรับรถนั่ง (Passenger) เช่น 195/60 R 14 85H

195 = ความกว้างยาง (มิลลิเมตร)

60 = อัตราส่วนขนาดยาง (60 %)

R = โครงสร้างยางแบบเรเดียล

14 = เส้นผ่าศูนย์กลางกระทะล้อ (นิ้ว)

85 = ความสามารถในการรับน้ำหนัก (515 กก.)

H = ชีตจำกัดความเร็วสูงสุดของยาง (240 กม./ชม.)

2. สำหรับรถยนต์อเนกประสงค์ (4WD) เช่น 31 x 10.5 R 15 (LT)

31 = เส้นผ่าศูนย์กลางของยาง (นิ้ว)

10.5 = ความกว้างยาง (นิ้ว)

R = โครงสร้างยางแบบเรเดียล

15 = เส้นผ่าศูนย์กลางกระทะล้อ (นิ้ว)

(LT) = ความสามารถในการรับน้ำหนัก

3. สำหรับกิจการขนส่ง (Commercial tire) เช่น 205/75 R 14 C 104/106N 8PR

205 = ความกว้างยาง (มิลลิเมตร)

75 = อัตราส่วนขนาดยาง (70%)

R = โครงสร้างยางแบบเรเดียล

14 = เส้นผ่าศูนย์กลางกระทะล้อ (นิ้ว)

106/104 = ความสามารถในการรับน้ำหนัก (1030/950 กก.)

N = ชีตจำกัดความเร็วสูงของยาง (140 กม./ชม.)

8 PR = อัตราชั้นผ้าใบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงขนาดของยางที่สามารถใช้ทดแทนกันได้

70 ซีรี่	65 ซีรี่	60 ซีรี่	55 ซีรี่	50 ซีรี่	45 ซีรี่	40/35 ซีรี่
165/70R13	175/65R13	175/60R13	185/55R14			
	175/65R14	185/60R14	195/55R14	195/50R15		
175/70R13	185/65R13	185/60R14	195/55R14	195/50R15		
	185/65R14	195/60R14	195/55R15	195/50R16	205/45R16	
185/70R13	185/65R14	195/60R14	195/55R15	205/50R15	205/45R16	
	195/65R14	195/60R15	205/55R15	205/50R16		215/40R17
185/70R14	195/65R14	205/60R14	205/55R1	205/50R1	225/45R16	
	195/65R15	205/60R15	205/55R16	215/50R16	215/45R17	225/40R17
195/70R14	205/65R14	215/60R14	215/55R15	225/50R15	215/45R17	225/40R17
	205/65R15	215/60R15	215/55R16	225/50R16	225/45R17	235/40R17
205/70R14	205/65R15	215/60R15	215/55R16	215/50R17	225/45R17	225/40R18
	215/65R15	225/60R15	225/55R16	235/50R16	235/45R17	235/40R18
205/70R15	215/65R16	225/60R16		235/50R17		255/35R18
		235/60R16	235/55R17		245/45R18	265/35R18

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียน	นายพิศาล รุ่งกิจวรเสถียร
การศึกษา	1. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ อัญสัมชัญพานิชยการ 2. ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
การทำงาน	1. บริษัท คาลเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 2. บริษัท เลอเปอร์ดี (ประเทศไทย) จำกัด 3. บริษัท จาร์ดีนอห้ (ประเทศไทย) จำกัด 4. บริษัท กู้ดเียร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) 5. ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายยางรถยนต์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย