



บริษัทการค้าระหว่างประเทศในต่างประเทศ

เมื่อเปรียบเทียบกิจการประเภทบริษัทการค้าระหว่างประเทศในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นนับได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างสูงเพราะ

๑. ญี่ปุ่นมีความเจริญก้าวหน้ามากทางเศรษฐกิจ และการที่สามารถซื้อขายสินค้าครั้งละเป็นจำนวนมาก ทำให้ญี่ปุ่นมีอำนาจต่อรองสูงและได้ราคาที่น่าพอใจ
๒. ญี่ปุ่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดพร้อมมูล เช่น ยานพาหนะ โกดังเก็บสินค้า คงคลังและปัจจัยที่จำเป็นอื่น ๆ
๓. ญี่ปุ่นมีผู้แทนทางการค้าอยู่ต่างประเทศและมีงานขายข้อมูลอย่างดีอยู่ทั่วโลก
๔. ญี่ปุ่นมีผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวนมากในธุรกิจแขนงต่าง ๆ
๕. ญี่ปุ่นมีความสามารถในการเสี่ยงสูงเนื่องจากทำธุรกิจหลายอย่าง
๖. ญี่ปุ่นได้รับความร่วมมืออย่างดีและมีเงินทุนในการทำงานสูงจากสถาบันการเงินทั้งภายในและภายนอกประเทศ

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นขนาดใหญ่ได้แก่ บริษัทมิตซูบิชิ (Mitsubishi Corporation) บริษัทมิตซุย (Mitsui Co., Ltd) บริษัทมารูเบนนิ (Marubeni Corporation) บริษัทซุมิตโมโชจิ (Sumitomo-Shoji Co., Ltd.) และบริษัทโตโยเมงก้า (Toyo-Menka, Ltd.) เป็นต้น ระบบและวิธีการดำเนินการของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นนี้แตกต่างกับบริษัทการค้าใหญ่ ๆ ของประเทศยุโรปหรืออเมริกาที่มีสาขาอยู่ในประเทศต่าง ๆ กล่าวคือ บริษัทในอเมริกาและยุโรปส่วนใหญ่จะดำเนินการในรูปบริษัทสาขาซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าจากบริษัทแม่ และบางบริษัทก็ยังลงทุนตั้งโรงงานเพื่อผลิตและประกอบ หรือบรรจุภายในประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าและกรรมวิธี

วิโรจน์ กลั่นเปาว์ (บรรณาธิการ), "บริษัทการค้าระหว่างประเทศ: เครื่องมือในการเพิ่มพลังการส่งออก," วารสารเศรษฐกิจธนาคารกรุงเทพ ๑๒ (เมษายน ๒๕๒๓): ๔๐.

การผลิตของบริษัทแม่แล้วจึงจัดจำหน่ายในประเทศนั้น ๆ โดยตรง แต่บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นดำเนินการโดยมีสาขาของตนอยู่ในประเทศต่าง ๆ เกือบทั่วโลก โดยทำการศึกษาว่ามีทรัพยากรและสินค้าอะไรในประเทศนั้น ๆ ที่ผลิตเหลือบริโภคบ้างและมีความต้องการสินค้าชนิดใดจากต่างประเทศบ้าง จากนี้ก็จะดำเนินการหาตลาดต่างประเทศให้กับสินค้าที่ผลิตเหลือใช้ในประเทสนั้น และเสาะแสวงหาสินค้าจากประเทศอื่น ๆ ที่ประเทศนั้นต้องการเข้ามาจำหน่าย นอกจากนี้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นยังมีการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในต่างประเทศอย่างกว้างขวางด้วย เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจและเพื่อเป็นหลักประกันว่าจะสามารถมีสินค้าประเภทที่ตลาดต้องการและมีคุณภาพได้มาตรฐานส่งออกไปจำหน่าย การดำเนินการนำเข้าและส่งออกนี้มีทั้งวิธีผ่านบริษัทสาขาของตนในประเทศคู่ค้าและวิธีติดต่อโดยตรงกับบริษัทคู่ค้า บริษัทสาขาที่อยู่ในประเทศคู่ค้าจะเป็นผู้หาข่าวสารการค้าและติดต่อประสานงานกันตลอดเวลา การดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นนี้ให้ความสำคัญแก่สินค้าในประเทศก่อน คือพยายามนำสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศญี่ปุ่นส่งออกไปจำหน่ายและนำวัตถุดิบที่ญี่ปุ่นต้องการให้แก่ญี่ปุ่น^๑

การดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นในลักษณะนี้ เป็นจุดสนใจที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เริ่มก่อตั้งบริษัทการค้าระหว่างประเทศขึ้น และพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและการส่งออก รัฐบาลของเกาหลีใต้และไต้หวันได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือค่อนข้างมาก ต่อการก่อตั้งบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ขณะนี้ในเกาหลีใต้มีบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ๑๒ บริษัท รัฐบาลให้สิทธิประโยชน์แก่ธุรกิจนี้อย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันก็มีเงื่อนไขในการควบคุมดูแลค่อนข้างเข้มงวด "ใน พ.ศ. ๒๕๒๒ รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายว่า บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้จะต้องส่งสินค้าออกได้เป็นมูลค่าถึงร้อยละ ๔๓ ของมูลค่าการส่งสินค้าออกทั้งหมด"^๒

^๑มินัส บารมีชัย, "บริษัทการค้าระหว่างประเทศ, "วารสารเพิ่มผลผลิต ๑๘ (พฤษภาคม ๒๕๒๒): ๒๓.

^๒เทรตดั่งคัมปานีเหล่าเก่าในเขตใหม่ (ทบปรณาธิการ), รวมประชาชาติธุรกิจ (๒๙ กันยายน ๒๕๒๒): ๗.

เช่นเดียวกัน ในไต้หวัน บริษัทการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทอย่างสำคัญในการขยายตลาดการค้าต่างประเทศของประเทศและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ไต้หวันประสบความสำเร็จอย่างมากในการส่งสินค้าอุตสาหกรรมไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

การศึกษาถึงบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้จะช่วยให้ทราบถึงลักษณะการพัฒนาบริษัทการค้าในต่างประเทศและวิธีการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ได้ดียิ่งขึ้นสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย เพราะบริษัทการค้าระหว่างประเทศของไทยนำแนวความคิดในการจัดตั้งและการดำเนินงานมาจากประเทศทั้งสองเป็นส่วนใหญ่

ประเภทของบริษัทการค้าระหว่างประเทศในต่างประเทศ

ประเภทของบริษัทการค้าระหว่างประเทศในต่างประเทศแบ่งได้เป็น ๓ ประเภทคือ^๑

๑. บริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป (General Trading Company) เป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ที่บริหารงานครอบคลุมธุรกิจมากมาย ในด้านการส่งออกดำเนินการขนส่งสินค้าออกแทบทุกประเภทโดยมุ่งให้ได้ยอดรายรับรวมสูงสุดในลักษณะของการเพิ่มปริมาณส่งออก ในบางกรณีอัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุนอาจจะต่ำมาก

๒. บริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้าน (Specialized Trading Company) เป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศบริหารงานจำกัด เฉพาะธุรกิจที่มีความชำนาญเท่านั้น ในด้านการส่งออกจะส่งสินค้าที่เคยทำได้ดีไม่ก้ำกั้น เช่น บริษัทส่งออกที่ส่งสินค้าข้าว ข้าวโพด ถั่วต่าง ๆ ออกเป็นหลักเท่านั้น โดยปกติแล้วยอดรายรับรวมของบริษัทประเภทนี้อาจจะต่ำกว่าของบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป แต่มักมีอัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุนสูงกว่า

๓. บริษัทการค้าระหว่างประเทศแบบต่อเนื่อง (Integrated Trading Company) เป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศ สำหรับยุคปัจจุบันที่มีระบบการวางแผน การพัฒนาการผลิตและการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศและของโลก นอกเหนือจากการซื้อขายตามปกติแล้วยังร่วมลงทุนในการผลิต การธนาคารและการขนส่งทั้งภายในและภายนอกประเทศอีกด้วย

^๑วิฑูร ฑุลยานนท์, "บริษัทการค้าระหว่างประเทศ," โครงการฝึกอบรมและสัมมนาเพื่อส่งเสริมการส่งออก, ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์. (ยึดสำเนา)

การพัฒนาบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

การพัฒนาบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเริ่มเปิดการค้าระหว่างประเทศใน พ.ศ. ๒๔๐๒ หลังจากมีระบบเศรษฐกิจปิด (Closed Economy) เป็นเวลากว่า ๒๕๐ ปี การค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นในระยะแรกประมาณร้อยละ ๔๕ ถูกครอบครองโดยบริษัทค้าขายชาวต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เนื่องจากบริษัทค้าขายชาวต่างประเทศเหล่านี้ไม่มีงานขายในการจำหน่ายหรือรวบรวมสินค้าของตนเอง สินค้าที่สั่งเข้ามาหรือส่งออกจึงต้องผ่านคนกลางชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นบริษัทรับช่วงซื้อสินค้าจากบริษัทค้าขายชาวต่างประเทศเพื่อจำหน่ายแก่ประชาชนหรือส่งสินค้าที่บริษัทค้าขายชาวต่างประเทศต้องการส่งออกต่อไป ต่อมารัฐบาลญี่ปุ่นเริ่มตระหนักถึงอิทธิพลของบริษัทค้าขายชาวต่างประเทศ จึงได้เรียกร้องให้ชาวญี่ปุ่นตั้งบริษัทการค้าส่งออกหรือเรียกโดยทั่วไปว่า Trading Company เพื่อติดต่อค้าขายกับต่างประเทศโดยตรง บริษัทการค้าส่งออกรขนาดใหญ่ที่ดำเนินงานในรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ แบ่งได้เป็น ๒ กลุ่มคือ^๑

๑. กลุ่มบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป เป็นกลุ่มบริษัทที่ซื้อขายสินค้าโดยทั่วไป มี ๓ บริษัทคือ บริษัทมิตซุชิ บริษัทนิปปอนชิ และบริษัทชูชูอิ
๒. กลุ่มบริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้าน เป็นกลุ่มที่ซื้อขายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ซื้อขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์โลหะหรือเครื่องจักร บริษัทในกลุ่มนี้ได้แก่ บริษัทนิชิเมน บริษัท ซี. อิโต บริษัทมารูเบนอิ เป็นต้น

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ ๒ สมาคมสัมพันธมิตรผู้ยึดครอง (General Headquarter of Occupation) เรียกกันย่อ ๆ ว่า GHO ได้รับการแต่งตั้งจากประเทศสัมพันธมิตรให้ยึดครองประเทศญี่ปุ่นได้มีคำสั่งในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. ๒๔๙๐ ให้กลุ่มบริษัทการค้าครอบครัขนาดใหญ่ของ

^๑Japan External Trade Organization, Using Trading Companies in Exporting to Japan, JETRO Marketing Series, no. 2 (Tokyo: (n.p.). 1972):

ญี่ปุ่น (Zaibatsu)^๑ สลายตัวเป็นผลให้บริษัทมิตซูบิ แยกแยกออกเป็นบริษัทเล็ก ๆ ๑๗๐ บริษัทและบริษัทมิตซูบิชิ แยกแยกออกเป็นบริษัทเล็ก ๆ ๑๓๙ บริษัท เหตุที่บริษัททั้งสองถูกสั่งให้สลายตัวเพราะ GHO มีความเห็นว่า "ความใหญ่โตของบริษัททั้งสองทำให้เกิดอำนาจผูกขาดซึ่งเป็นอุปสรรคทางการค้าเสรีและบริษัททั้งสองเป็นแรงสนับสนุนทางเศรษฐกิจที่สำคัญแก่รัฐบาลและกองทัพญี่ปุ่นในการทำสงครามโลกครั้งที่ ๒"^๒ อุตสาหกรรมของญี่ปุ่นในขณะนั้นที่ยังสามารถส่งออกได้คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ หลังจากที่บริษัทมิตซูบิชิ และบริษัทมิตซูบิชิ สลายตัวแล้วมีเพียงบริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้านที่ทำการซื้อขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เท่านั้น

หลังสงครามเกาหลีสงบลงในปี พ.ศ. ๒๔๙๔ บริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้าน ซึ่งรุ่งเรืองอยู่ในภาวะสงคราม ขาดทุนจนต้องล้มเลิกการเป็นจำนวนมาก เมื่อ GHO ได้ผ่อนคลายนโยบายในการควบคุมบริษัทการค้าของญี่ปุ่นลง บริษัทเล็ก ๆ ซึ่งแยกแยกออกมาจากบริษัทมิตซูบิชิ และบริษัทมิตซูบิชิ สามารถกลับรวมตัวในรูปของบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไปได้อีกและบริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้านที่ทำการซื้อขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอตระหนักถึงความไม่มั่นคงของบริษัทที่จำกัดอยู่กับอุตสาหกรรมประเภทเดียว จึงเริ่มแผนการขยายกิจการจากบริษัทการค้าระหว่างประเทศเฉพาะด้าน ไปดำเนินการแบบบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป นอกจากนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมชนิดใหม่ ๆ ทำให้ บริษัทการค้าขนาดเล็กและขนาดกลางที่พัฒนาเป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

^๑Zaibatsu คือกลุ่มบริษัทการค้าครอบครัวขนาดใหญ่ของญี่ปุ่น ได้แก่ กลุ่มครอบครัวตระกูลมิตซูบิชิ กลุ่มครอบครัวตระกูลอิวาซากิ ซึ่งมีอิทธิพลในวงการค้าของญี่ปุ่นเป็นอันมากในระหว่าง พ.ศ. ๒๔๑๖-๒๔๙๐

^๒ธนาคารแห่งประเทศไทย, "บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น," (กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๒๒), (อัครสำเนา).

การพัฒนาของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการค้าใช้เวลานานกว่า ๑๐๐ ปี ดังนั้นบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นจึงไม่จำเป็นต้องได้รับสิทธิผลประโยชน์จากรัฐบาลญี่ปุ่นเพิ่มเติมก็สามารถดำเนินการต่อไปได้ในปัจจุบันญี่ปุ่นมีบริษัทการค้าส่งออกมากกว่า ๖,๐๐๐ บริษัทและมีขนาดใหญ่มีลักษณะเป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไป มีอยู่ ๔ บริษัท (ดูตารางที่ ๑ แสดงรายชื่อ "๑๐ บริษัทขนาดใหญ่" ของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น)

ตารางที่ ๑

รายชื่อ "๑๐ บริษัทขนาดใหญ่" ของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ชื่อบริษัท (๑)	วันที่ก่อตั้ง (พ.ศ.) (๒)	ทุนจดทะเบียน		จำนวนพนักงาน (๕)	จำนวน เงินทุนหมุนเวียน ช่วงครึ่งปีหลัง หน่วย: ล้านเยน (๖)	จำนวน สาขาในต่างประเทศ หรือสำนักงานตัวแทน ในต่างประเทศ (๗)
		หน่วย: ล้านเยน (๓)	หน่วย: ๑,๐๐๐ บาท (๔)			
Ataka & Co.,Ltd.*	พ.ย. ๒๔๕๒	๑๐,๐๐๐	๖๔๕,๓๖๔	๓,๕๕๓	๖๔๖,๗๗๐	๖
C. Itho & Co.,Ltd.	ธ.ค. ๒๔๙๒	๓๔,๙๑๒	๒,๔๒๗,๖๕๖	๗,๐๔๙	๑,๗๑๔,๑๙๕	๙๕
Kanematsu-Gosho,Ltd.	มี.ค. ๒๔๕๑	๗,๒๖๐	๕๐๔,๘๓๕	๓,๖๙๕	๖๕๐,๐๙๖	๖๗
Marubeni Corporation	ธ.ค. ๒๔๙๒	๓๐,๔๖๓	๒,๑๑๘,๒๘๘	๗,๗๐๓	๑,๘๒๘,๐๐๑	๘๓
Mitsubishi Corporation	เม.ย. ๒๔๙๓	๓๓,๔๘๐	๒,๓๒๘,๐๘๐	๙,๕๐๑	๒,๗๙๔,๒๒๙	๑๒๐
Mitsui Co.,Ltd.	ก.ค. ๒๔๙๐	๓๓,๐๔๑	๒,๒๙๗,๕๕๓	๑๐,๐๙๔	๒,๖๗๗,๕๘๔	๗๓
Nichimen Co.,Ltd.	พ.ย. ๒๔๓๕	๑๐,๐๑๐	๖๗๖,๐๖๐	๓,๘๕๒	๖๕๖,๑๑๖	๕๒
Nissho-Iwai, Ltd.,	ก.พ. ๒๔๗๑	๑๗,๒๗๑	๑,๒๐๐,๙๖๔	๖,๙๔๑	๑,๓๒๗,๙๕๔	๙๒
Sumitomo-Shoji Co.,Ltd.	ธ.ค. ๒๔๖๒	๑๕,๖๘๖	๑,๐๙๐,๗๔๙	๕,๕๗๐	๑,๓๖๐,๑๘๔	๘๔
Toyo-Menka,Ltd.	เม.ย. ๒๔๖๓	๑๐,๐๐๐	๖๔๕,๓๖๔	๔,๑๒๓	๘๒๗,๑๗๗	๓๔

ที่มา: หนังสือ "The role of Japanese Trading companies in the external trade of Thailand."

หมายเหตุ จำนวนตัวเลขของ (๕), (๖) และ (๗) เปรียบเทียบจากช่วงครึ่งปีหลัง พ.ศ. ๒๕๑๖

*Ataka & Co.,Ltd. ล้มละลายใน พ.ศ. ๒๕๒๐ เนื่องจากเกิดหนี้สูญจากการปล่อยเงินกู้ให้แก่บริษัทน้ำมันแห่งหนึ่งในแคนาดา

การพัฒนาบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้มีบริษัทการค้าส่งออกมากกว่า ๒,๐๐๐ ราย ส่วนมากดำเนินธุรกิจในด้าน การนำวัตถุดิบเข้ามาเพื่อป้อนโรงงานและส่งออกสินค้าสำเร็จรูป กิจกรรมเหล่านี้ต้องการที่จะพัฒนาทางด้านการส่งออกแต่ถูกบริษัทการค้าของญี่ปุ่นเอาเปรียบในทุก ๆ ด้านตั้งแต่การลงทุนร่วม การให้เงินกู้ การซื้อขายสินค้าทำให้ต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการบริษัทการค้าขนาดใหญ่หลายบริษัทจึงเรียกร้องให้รัฐบาลเกาหลีใต้จัดตั้งบริษัทการค้าระหว่างประเทศในรูปของ บริษัทการค้าระหว่างประเทศทั่วไปขึ้น เนื่องจากการดำเนินงานตามนโยบายเร่งรัดการส่งออกของรัฐบาลเกาหลีใต้ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๕ ไม่ได้ประสบความสำเร็จ รัฐบาลเกาหลีใต้จึงเล็งเห็นความสำคัญของการจัดตั้งบริษัทการค้าระหว่างประเทศ "ใน พ.ศ. ๒๕๑๘ รัฐบาลเกาหลีใต้จึงได้ประกาศนโยบายและจัดทำแผนเร่งรัดการส่งออกโดยอาศัยบริษัทการค้าระหว่างประเทศเป็นมาตรการสำคัญออกเป็นกฎหมายพิเศษว่าด้วยบริษัทการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. ๒๕๑๘ (General Trading Company Regulation 1975)"^๑ รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ให้สิทธิผลประโยชน์แก่ธุรกิจนี้อย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันก็มีเงื่อนไขในการควบคุมดูแลค่อนข้างเข้มงวด ในขั้นแรกมีบริษัทการค้าระหว่างประเทศตั้งขึ้น ๓ บริษัทและได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วช่วงระยะเวลาเพียง ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๑๘-๒๕๒๓) ก็ได้รับความสำเร็จเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้มีทั้งสิ้น ๑๒ บริษัท (ดูตารางที่ ๒ แสดงรายชื่อและขนาดของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้)

^๑นาเอ็ด อ. ศรีเชียงใหม่ (นามแฝง), "บริษัทการค้าขนาดใหญ่เครื่องมือเร่งรัดการส่งออก," ข่าวพาณิชย์ (๑๐ มกราคม ๒๕๒๓): ๘.

ตารางที่ ๒

รายชื่อและขนาดของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

สิ้นสุด ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๒๑

รายชื่อบริษัท	เงินลงทุน		ยอดขายสุทธิ		จำนวนพนักงาน (หน่วย: พันคน)
	ล้านดอลลาร์สหรัฐ	ล้านบาท	ล้านดอลลาร์สหรัฐ	ล้านบาท	
Daewoo Industrial Co.,Ltd.	๘๔.๓๐	๑,๗๑๙.๗๒	๘๐๙.๙๐	๑๖,๕๒๑.๙๖	๑๒.๐
Samsung Co.,Ltd.	๒๔.๗๙	๕๐๕.๗๒	๕๗๕.๖๐	๑๑,๗๒๑.๘๔	๓.๗
ICC Corporation	๑๓.๘๐	๒๘๑.๕๒	๓๑๐.๑๐	๖,๓๒๖.๐๔	๒๐.๐
Hyosung Corporation	๑๐.๓๓	๒๑๐.๗๓	๘๐๔.๘๐	๑๖,๔๙๙.๕๒	๒.๗
Bando Sangso Co.,Ltd.	๘.๒๖	๑๖๘.๕๐	๔๐๑.๔๐	๘,๑๘๘.๕๖	๔.๕
Sunkyong Ltd.	๑๕.๕๐	๓๑๖.๒๐	๓๕๖.๒๐	๗,๐๖๒.๔๘	๕.๘
Ssangyong Corporation	๖.๒๐	๑๒๖.๔๘	๒๕๖.๑๐	๕,๐๒๐.๔๔	๐.๕
Samwa Co.,Ltd.	๑๑.๓๖	๒๓๑.๗๔	๒๑๑.๒๐	๔,๓๐๘.๔๘	๑๓.๐
Hyundai Corporation	๑๖.๕๓	๓๓๗.๒๑	๓๖๕.๙๐	๗,๔๖๔.๓๖	๐.๖
Kunyo & Co.,Inc.	๑๐.๓๓	๒๑๐.๗๓	๒๓๐.๘๐	๔,๗๐๘.๓๒	๐.๓
Hanil Synthetic Fiber Co.	๔๑.๖๕	๘๔๙.๖๖	๓๕๐.๒๐	๗,๑๔๔.๐๘	๓๐.๐
Korea Trading Inc.	n.a	n.a	n.a	n.a.	n.a

ที่มา: Korea Exchange Bank

หมายเหตุ: *เงินลงทุนและยอดขายสุทธิเปลี่ยนเป็นเงินบาท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ๑ ดอลลาร์สหรัฐต่อ ๒๐.๕๐ บาท

n.a ไม่มีข้อมูล

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ลักษณะของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ลักษณะสำคัญของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น อาจสรุปได้ดังนี้^๑

๑. ขนาดขององค์การมีขนาดใหญ่ ก่อตั้งขึ้นด้วยปริมาณเงินทุนจำนวนมาก อาศัยความสามารถในการหาเงินทุนจากการติดต่อกับธนาคารพาณิชย์ที่สำคัญภายในประเทศและแหล่งเงินทุนในต่างประเทศมีการจ้างพนักงานเป็นจำนวนมาก

๒. สามารถสร้างงานช่วยในการติดต่อสื่อสารและข้อมูลโดยการจัดตั้งสำนักงานสาขาและตัวแทนในต่างประเทศโดยอาศัยระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

๓. ประกอบกิจการค้าในสินค้าที่มีรูปแบบ ลักษณะ แตกต่างกันหลายชนิด เริ่มดำเนินการตั้งแต่จัดหาแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งจะครอบคลุมทรัพยากรทางเศรษฐกิจแทบทุกประเภท จนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปออกจำหน่ายตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศทั่วโลก

๔. กิจกรรมของบริษัทจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจแทบทุกประเภทในระบบเศรษฐกิจ นอกจากงานในหน้าที่หลักที่ติดต่อซื้อขายแล้ว ยังเข้าร่วมธุรกิจอื่น ๆ โดยให้ความสนับสนุนช่วยเหลือทางการเงิน รวมทั้งการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในกระบวนการทางการผลิต ทั้งภายในและต่างประเทศ และจะครอบคลุมไปถึงการจัดตั้งบริษัทในเครือและธุรกิจหลายประเภทโดยเข้าไปมีบทบาทในการจัดการด้านช่องทางจำหน่าย การผลิต พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนในภูมิภาคต่าง ๆ โดยบริษัททำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับกิจการต่าง ๆ ทั้งบริษัทในเครือและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

^๑Hikoji Katano and Phitaya Smutrakalin, The Role of Japanese Trading Companies in the External Trade of Thailand. (Bangkok: (n.p.), 1974), p. 11.

ผลการดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ผลการดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น ๑๐ บริษัท (ดูตารางที่ ๓) แสดงแนวโน้มยอดขายของบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ๑๐ บริษัทใหญ่ของญี่ปุ่น) ปรากฏว่ายอดขายในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๑๗ ถึงกันยายน พ.ศ. ๒๕๑๘ อยู่ในภาวะซบงักงัน สาเหตุที่สำคัญเพราะ^๑

๑. การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลญี่ปุ่น โดยการลดการพิมพ์ธนบัตรออกสู่ตลาด ทำให้ค่าของเงินเยนสูงขึ้นในช่วงหลัง พ.ศ. ๒๕๑๕ เพราะรัฐบาลญี่ปุ่นเกรงว่าเศรษฐกิจของประเทศจะถูกกระทบกระเทือนจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศ จึงทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่ขยายตัวเท่าที่ควร

๒. วิกฤติการณ์น้ำมันที่เกิดขึ้นช่วง พ.ศ. ๒๕๑๗ ทำให้ราคาสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้น อัตราการเจริญเติบโตของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น ขยายตัวอย่างรวดเร็วสูงกว่าการขยายตัวของราคา รัฐบาลได้มีนโยบายรักษาระดับราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปโดยกำหนดกฎเกณฑ์ข้อบังคับอย่างเข้มงวดด้านการปฏิบัติงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นต่าง ๆ เป็นผลให้ยอดขายของบริษัทเหล่านี้ลดน้อยลง

๓. นโยบายการรักษาระดับราคาของรัฐบาลญี่ปุ่นถูกนำไปใช้ในหลายประเทศ ทั้งนี้เป็นผลมาจากวิกฤติการณ์น้ำมัน เพื่อที่จะรักษาสถานะการดำเนินงานเศรษฐกิจของแต่ละประเทศไม่ให้ขยายตัวเร็วเกินไป ทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศไม่สามารถสร้างยอดขายให้สูงขึ้นได้

^๑I. Kato (Editor) Japanese General Trading Companies, (Tokyo: Economic Information Service Co., 1976), p. 12.

ตารางที่ ๓

แนวโน้มยอดขายของบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ๑๐ บริษัทใหญ่ของญี่ปุ่นระหว่างเดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๑๗-เดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๑๘

หน่วย: ล้านดอลลารสหรัฐอเมริกา

	กันยายน ๒๕๑๖ ถึง มีนาคม ๒๕๑๗	มีนาคม ๒๕๑๗ ถึง กันยายน ๒๕๑๗	กันยายน ๒๕๑๗ ถึง มีนาคม ๒๕๑๘	มีนาคม ๒๕๑๘ ถึง กันยายน ๒๕๑๘
ยอดขาย	๒๙,๘๐๕	๗๘,๒๐๑	๗๘,๐๕๔	๗๕,๐๘๒
ดัชนี	๑๐๐.๐	๒๖๒.๓	๒๖๒.๐	๒๕๑.๙
ดัชนีราคาขายส่ง	๑๐๐.๐	๑๕๕.๘	๑๕๖.๕	๑๕๖.๓

ที่มา: Sogo Shosha Yearbook, 1976.

เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ๑๐ บริษัทใหญ่ จาก ยอดขายของแต่ละบริษัทแบ่งแยกตามประเภทของการค้า ช่วงระยะเวลา ๖ เดือนระหว่าง ๑ เมษายน ถึง ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๑๘ (ดูประกอบจากตารางที่ ๔) ปรากฏว่า บริษัทมิตรชูบิชิ มีมูลค่าการค้ากับประเทศที่สามและการค้าภายในประเทศมากที่สุดจำนวน ๑,๒๐๙.๗๔ และ ๖,๘๒๙.๗๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการส่งสินค้าเข้ามากที่สุดเป็นจำนวน ๔,๒๒๓.๓๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๖.๐๗ ของมูลค่าการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น สำหรับบริษัทมิตรชูบิชิ จำกัดมีการส่งสินค้าออกมากที่สุดจำนวน ๒,๖๖๒.๓๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๓.๙๑ ของมูลค่าการส่งออกของประเทศญี่ปุ่น

ตารางที่ ๔

ยอดขายของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นแบ่งแยกตามประเภทการค้าระหว่าง ๑ เมษายน - ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๑๘

หน่วย: ล้านดอลล่าร์สหรัฐอเมริกา

ชื่อบริษัท	ประเภทการค้า	สินค้าส่งออก	ส่งสินค้าเข้า	การค้ากับประเทศที่สาม	การค้าภายในประเทศ
Ataka & Co., Ltd.		๔๖๗.๙๖	๔๔๕.๕๘	๕๒๑.๙๑	๑,๘๘๙.๒๓
C. Itoh & Co., Ltd.		๑,๗๔๔.๓๒	๑,๙๒๓.๖๓	๕๘๘.๘๔	๔,๘๖๒.๐๖
Kanematsu-Gosho, Ltd.		๖๖๗.๐๓	๙๘๕.๕๕	๓๗๗.๕๘	๑,๗๐๗.๐๒
Marubeni Corporation		๒,๓๘๒.๐๗	๑,๘๕๖.๙๙	๘๗๘.๑๗	๔,๐๓๑.๑๖
Mitsubishi Corporation		๒,๒๙๑.๐๔	๔,๒๒๓.๓๕	๑,๒๐๙.๗๔	๖,๘๒๙.๗๗
Mitsui Co., Ltd.		๒,๖๖๒.๓๐	๒,๗๐๔.๓๐	๑,๑๐๘.๖๐	๖,๕๓๑.๗๐
Nichimen Co., Ltd.		๖๔๐.๒๘	๖๓๒.๒๐	๓๒๓.๓๓	๑,๑๖๓.๐๑
Nissho-Iwai Ltd.		๑,๕๖๐.๖๑	๑,๓๖๙.๑๖	๕๘๙.๘๑	๒,๙๒๐.๕๐
Sumitomo-Shoji Co., Ltd.		๒,๐๘๔.๖๓	๑,๒๘๔.๗๓	๙๖๓.๗๕	๔,๗๙๘.๕๖
Toyo-Menka, Ltd.		๗๘๓.๓๑	๖๓๐.๗๔	๗๘๖.๕๘	๑,๗๘๒.๗๕

ที่มา: Sogo Shosha Yearbook, 1976.

ภายหลัง พ.ศ. ๒๕๑๘ การดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นเริ่มมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น สาเหตุเพราะ^๑

๑. อัตราดอกเบี้ยลดต่ำลง ภาวะดอกเบี้ยที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างดอกเบี้ยที่ได้จากลูกค้าและดอกเบี้ยจากเงินที่กู้ยืมของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น หากอัตราดอกเบี้ยจากเงินที่กู้ยืมลดลงร้อยละ ๑ บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น จะสามารถประหยัดเงินได้ประมาณ ๒๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีโดยในเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๗ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ ๙ ต่อปี ลดเหลือร้อยละ ๖.๕ ต่อปี ในเดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๑๘ ผลปรากฏว่าบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นสามารถประหยัดเงินได้ประมาณ ๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ภาวะดอกเบี้ยที่ผ่อนคลายและความสะดวกในการหาแหล่งเงินทุน ทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นสามารถขยายการดำเนินงานได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

๒. หน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มประสิทธิภาพสูงขึ้นในการทำงาน บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นเริ่มมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดการ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน โดยการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นตามภูมิภาคต่าง ๆ ปรับปรุงนโยบายการค้าต่างประเทศ เพิ่มความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนในต่างประเทศและพัฒนาความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ระดับต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลให้การดำเนินงานมีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น

๓. แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ความเจริญเติบโตของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นมีผลมาจากความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์รวมของประชาชาติ (Gross National Product) ใน พ.ศ. ๒๕๑๗ อัตราความเจริญเติบโตลดลงเหลือเพียงร้อยละ ๒.๒ และอัตราความเจริญเติบโตใน พ.ศ. ๒๕๑๘ เพียงร้อยละ ๒ ยอดขายของบริษัทการค้าระหว่างประเทศญี่ปุ่นระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๗ - ๒๕๑๘ ก็ประสบภาวะซบเซาด้วย ดังนั้น เมื่ออัตราความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๑๔ (เมษายน พ.ศ. ๒๕๑๔ - มีนาคม พ.ศ. ๒๕๑๕) มีอัตราเพิ่มขึ้นของ GNP ร้อยละ ๕.๒ ต่อปี บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นก็มีแนวโน้มจะเจริญเติบโตตามไปด้วย

^๑ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๗ - ๑๘.

ปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น^๑

ก. ปัญหาการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ

เมื่อญี่ปุ่นเริ่มเปิดการค้าระหว่างประเทศใน พ.ศ. ๒๔๐๒ ญี่ปุ่นประสบปัญหาทางการค้าระหว่างประเทศอันเนื่องมาจากอุปสรรคต่าง ๆ คือ ภาษา และวิธีดำเนินการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากชาวผู้มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ทางการค้าระหว่างประเทศที่ดีพอ แต่ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญที่ญี่ปุ่นประสบมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๑๖ เป็นต้นมา คือ ปัญหาการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากจำนวนคู่แข่งในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

วิธีแก้ไข

๑. เพิ่มการลงทุนมากขึ้น โดยเป็นผู้ร่วมลงทุนลงทุนร่วมกับนักธุรกิจต่างประเทศในต่างประเทศ ช่วยสร้างโรงงานในต่างประเทศทั้งหมดหรือบางส่วนในรูปเครดิต โดยมีเงื่อนไขให้ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นเป็นผู้รับซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายในต่างประเทศ
๒. เพิ่มปริมาณการค้าโดยการพัฒนาแหล่งผลิตและหาตลาดใหม่ในต่างประเทศ
๓. เพิ่มปริมาณการส่งออกและจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำ โดยส่งวัตถุดิบจากต่างประเทศเข้ามาผลิตเพื่อส่งออก
๔. รวมกลุ่มบริษัทเพื่อทำการค้าระหว่างประเทศ เช่น การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร (Food Industries Combinat) เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งเนื่องจากแหล่งวัตถุดิบและผู้ผลิตหลายรายอยู่ในบริเวณเดียวกัน และช่วยเหลือผู้ผลิตในประเทศให้ซื้อวัตถุดิบในราคาถูกลงโดยรวบรวมคำสั่งซื้อจากผู้ผลิตหลายราย
๕. ให้บริการความสะดวกทางการค้าโดยจ้างผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีศุลกากร กฎหมาย และเงื่อนไขทางการตลาดอื่น ๆ เพื่อให้คำแนะนำทางการค้าแก่ผู้ผลิตในประเทศและผู้ซื้อในต่างประเทศ

^๑สัมภาษณ์ โคอิชิ อิโมโต, ที่ปรึกษาพิเศษบริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด, ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๓.

๖. จัดตั้งงานขายข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในต่างประเทศ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในต่างประเทศและโอกาสด้านการค้าในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

ข. ปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเพราะการขยายตัวทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นประการหนึ่ง และอีกประการหนึ่งธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่างมีนโยบายที่จะสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของตนขึ้น โดยให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นเป็นแกนกลางในการปล่อยเงินกู้และให้เครดิตแก่อุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลางในญี่ปุ่น และการร่วมลงทุนในบริษัทต่าง ๆ ทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นขยายตัวอย่างรวดเร็วพร้อมกับบริษัทเหล่านี้ เมื่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปย่อมทำให้ฐานะการเงินของกิจการถูกกระทบกระเทือน เช่น เมื่อเกิดสภาวะการณ์เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกใน พ.ศ. ๒๕๑๗ ทำให้เศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีการขยายตัวในอัตราต่ำ เป็นผลทำให้บริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางในญี่ปุ่นได้รับความกระทบกระเทือนเป็นอย่างมากและไม่สามารถชำระเงินกู้ให้แก่บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นได้

วิธีแก้ไข

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นแก้ไขการเกิดหนี้สูญโดยให้เงินกู้เพื่อพยุงฐานะของบริษัทเหล่านั้นไว้ แต่สภาวะการณ์เศรษฐกิจตกต่ำใน พ.ศ. ๒๕๑๗ เกิดขึ้นเป็นระยะเวลาาน ทำให้หนี้สินไม่สามารถเรียกคืนได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นจึงเปลี่ยนวิธีแก้ไขโดยระงับการร่วมลงทุนในโครงการอุตสาหกรรมหรือปล่อยเงินกู้แก่บริษัทที่มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อขยายชนิดสินค้าและยอดขาย การพิจารณาแผนการลงทุนในโครงการอุตสาหกรรมเงินให้กู้แก่บริษัทต่าง ๆ จะได้รับการพิจารณาโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมอื่นในลักษณะ Backward Linkages and Forward Linkages โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น

ค. ปัญหาข้อจำกัดในการขยายตัวของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นในอนาคต

หลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นมีการขยายตัวมาก การซื้อขายวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ขั้นมูลฐาน เช่น เหล็ก ถ่านหิน

และน้ำมัน ซึ่งเป็นสินค้าที่ค่อนข้างมาตรฐานและซื้อขายครั้งละจำนวนมาก แต่กำลังการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมขั้นมูลฐานไม่สามารถขยายต่อไปได้อีก เนื่องจากปัจจุบันโครงสร้างของอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นได้เปลี่ยนแปลงจากยุคที่อุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมขั้นมูลฐานไปสู่ยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง เช่น อุปกรณ์ไฟฟ้ารถยนต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ทำให้ยอดขายอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมขั้นมูลฐานคงเดิมหรือเพิ่มในอัตราที่ต่ำมาก ก่อให้เกิดปัญหาในการขยายตัวของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นในอนาคตเป็นอย่างมาก

วิธีแก้ไข

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการปรับปรุงองค์กรและระบบบริหารภายใน และเริ่มเปลี่ยนจากการขยายทางด้านปริมาณเป็นการขยายทางด้านคุณภาพ คือ สินค้าชนิดใดที่มีลักษณะและวิธีซื้อขายแตกต่างจากสินค้าอื่นก็พยายามให้แยกออกไปตั้งเป็นบริษัทอิสระที่ซื้อขายสินค้าเฉพาะอย่าง เพื่อให้แต่ละบริษัทสามารถวางแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการพัฒนาารูปแบบของกิจการให้เป็นบริษัทการค้าระหว่างประเทศแบบผสม เพื่อให้เหมาะสมกับการขยายตัวของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

ลักษณะของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

ธุรกิจส่วนใหญ่ของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้มุ่งการค้าแบบซื้อมาขายไป และขยายขอบเขตของกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมด้วย แต่มีลักษณะแตกต่างจากบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นที่บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ไม่ได้ดำเนินงานโดยตรงในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่อุตสาหกรรม เช่น การสนับสนุนทางการเงิน การประกันภัย การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า หรือสนับสนุนนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่นเดียวกับบริษัท

การค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น^๑

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้มีลักษณะสำคัญสรุปได้ดังนี้

๑. ดำเนินการค้าต่างประเทศเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์มากประเภท มีปริมาณและมูลค่าสูง ติดต่อบลูกค้าในตลาดการค้าทั่วโลก โดยขยายการลงทุนด้านธุรกิจและเปิดสำนักงานสาขารวมทั้งงานช่วยการติดต่อสื่อสารข้อมูลเป็นจำนวนมากในนานาประเทศ

๒. บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้เกือบทั้งหมด ยกเว้น บริษัทโคเรียเทรดดิ้ง เป็นตัวแทนด้านการค้าระหว่างประเทศของกลุ่มบริษัทในเครือ

๓. มีความสามารถสูงในการหาแหล่งเงินทุนและเพิ่มทุน และทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการค้า ในการจัดซื้อวัตถุดิบเข้าประเทศและหาตลาดต่างประเทศสำหรับผู้ผลิตในประเทศ อีกทั้งทำการค้าแบบ Offshore Trade คือซื้อสินค้าจากประเทศหนึ่งและส่งไปขายต่อยังประเทศที่สาม

๔. บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากรัฐบาล เช่น การจัดตั้ง สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ความช่วยเหลือทางการเงิน ตลอดจนการจัดตั้งหน่วยงาน Kotra^๒ ขึ้นเพื่อสนับสนุนด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

^๑Korea Exchange Bank, "Korea International Trading Companies", Korea Exchange Bank Magazine, 3 (March 1979): 14.

^๒Kotra เป็นหน่วยงานของรัฐบาลเกาหลีใต้ตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการค้าขายแก่ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ โดยการสร้างงานช่วยทางด้านติดต่อสื่อสารข้อมูล มีเจ้าหน้าที่ไปประจำตามสำนักงานสาขาทั่วโลก ทำหน้าที่จัดเตรียมเอกสาร ข้อมูล ให้แก่ผู้ส่งสินค้าเข้าชาวเกาหลีใต้ที่สนใจจะส่งสินค้าเข้าจากต่างประเทศและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดการค้าของเกาหลีใต้แก่ผู้ส่งออกในต่างประเทศ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ที่เหมาะสมแก่ผู้ส่งออกชาวเกาหลีใต้หรือผู้ซื้อในต่างประเทศ ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ทันสมัยด้านผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออกและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของเกาหลีใต้และเผยแพร่สินค้าที่ผลิตได้ในประเทศโดยการจัดงานแสดงสินค้าในนานาประเทศ

ผลการดำเนินงานของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

ก. ผลการส่งสินค้าออก

เมื่อเปรียบเทียบผลการส่งสินค้าออกของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ ๑๒ บริษัท (ดูตารางที่ ๕) ใน พ.ศ. ๒๕๒๐ มูลค่าการส่งออกรวมของบริษัทเหล่านี้มีจำนวน ๒,๔๗๐.๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๕๕ ของมูลค่าการส่งออกของประเทศ โดยมีบริษัท เชมซุงมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดจำนวน ๓๕๐.๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๓.๘๘ ของมูลค่าการส่งออกของประเทศ ส่วนใน พ.ศ. ๒๕๒๑ มูลค่าการส่งออกรวมของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้มีจำนวน ๓,๘๘๒.๗๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๕๕ ของมูลค่าการส่งออกของประเทศ โดยมีบริษัทเคอฮินดัสเตเรียล มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดจำนวน ๗๐๕.๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๕.๕๕ ของมูลค่าการส่งออกของประเทศ และเมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มในการส่งออกโดยเฉลี่ยระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๘-๒๕๒๐ ทุกบริษัท ยกเว้นบริษัทฮาญุนโต สามารถส่งออกมีอัตราเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบริษัทบันจูเซงซู สามารถส่งออกมีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ ๑๕๑.๗ แสดงว่าบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มีความเจริญเติบโตของการส่งออกอย่างรวดเร็ว

ข. ผลการส่งสินค้าเข้า

เมื่อเปรียบเทียบผลการส่งสินค้าเข้าของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ ๑๒ บริษัท (ดูตารางที่ ๖) ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๘-๒๕๒๑ มูลค่าการส่งเข้าของบริษัทเหล่านี้มีจำนวน ๒๘๔.๘๐, ๔๔๒.๖๐ และ ๖๐๒.๓๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๓.๒๕, ๔.๐๕ และ ๔.๐๒ ของมูลค่าการส่งสินค้าเข้าของประเทศตามลำดับ จากปริมาณการส่งสินค้าเข้าที่เพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่า กลุ่มบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ยังไม่ได้สนองนโยบายของรัฐบาลเกาหลีใต้ในการลดดุลการค้าของประเทศ แต่สินค้าที่ส่งเข้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้นำมาใช้ในการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมในเครือของบริษัท ความพยายามส่วนใหญ่ของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้มุ่งไปที่การส่งออก ดังนั้น ความสำคัญของธุรกิจการส่งสินค้าเข้าเพื่อสนับสนุนการผลิตในประเทศ จึงทำให้รัฐบาลเกาหลีใต้ต้องหาแหล่งวัตถุดิบจากต่างประเทศมาตอบสนองความต้องการในอนาคตโดยอาศัยบริษัทการค้าระหว่างประเทศเหล่านี้

ตารางที่ ๕

ผลการส่งสินค้าออกของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้แบ่งแยกตามบริษัท ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๘-๒๕๒๑

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

ชื่อบริษัท	ปี พ.ศ.		๒๕๒๐	๒๕๒๑	%	อัตราการเพิ่ม โดยเฉลี่ย (๒๕๑๘-๒๕๒๑)
	๒๕๑๘	๒๕๑๙				
Daewoo Industrial Co.,Ltd	๑๗๐.๘	๓๑๙.๐	๓๖๑.๘	๗๐๔.๘	๑๗.๕	๖๕.๑
Samsung Co.,Ltd.	๒๒๖.๓	๓๖๗.๒	๓๙๐.๒	๔๙๓.๔	๑๒.๒	๓๑.๗
ICC Corporation	๖๓.๗	๑๙๓.๒	๒๙๗.๔	๔๗๒.๓	๑๑.๗	๑๐๔.๓
Hyosung Corporation	๓๔.๓	๑๑๓.๙	๑๕๒.๘	๓๓๗.๘	๘.๔	๑๒๙.๑
Bando Dangso Co.,Ltd.	๓๐.๘	๑๓๖.๗	๑๙๘.๘	๓๒๙.๖	๘.๒	๑๕๑.๗
Sunkyong Ltd.	๖๔.๕	๑๒๔.๖	๑๗๖.๒	๒๘๓.๔	๗.๐	๖๕.๑
Ssongyong Corporation	๑๒๗.๐	๑๕๒.๗	๑๑๗.๑	๒๖๔.๕	๖.๖	๔๐.๑
Samwo Co.,Ltd.	๒๘.๑	๑๐๖.๐	๑๖๗.๑	๒๖๐.๖	๖.๕	๑๓๐.๓
Hyundai Corporation	-	-	๓๒๓.๓	๒๕๙.๗	๖.๔	-๑๙.๗
Kumyo & Co.,Inc.	๓๔.๒	๙๙.๔	๑๓๕.๐	๒๕๖.๐	๖.๓	๑๐๕.๓
Hanil Synthetic Fiber Co.,	๑๓๗.๓	๒๑๘.๑	๑๒๗.๑	๑๘๘.๓	๔.๗	๒๑.๘
Korea Trading Co.,	๑๑.๙	๑๘.๒	๒๓.๘	๓๑.๓	๐.๘	๓๘.๔

ตารางที่ ๖

ผลการสั่งซื้อสินค้าเข้าของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้แบ่งแยกตามบริษัทระหว่าง พ.ศ. ๒๕๑๙-๒๕๒๑

หน่วย: ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.

ชื่อบริษัท	๒๕๑๙		๒๕๒๐		๒๕๒๑	
	ปี พ.ศ.	%		%		%
Daewoo Industrial Co., Ltd.	๕๑.๕	๑๗.๘	๕๐.๑	๑๐.๕	๕๕.๐	๘.๓
Samsung Co.,Ltd.	๒๓.๓	๘.๐	๒๓.๕	๔.๘	๔๐.๐	๖.๐
ICC Corporation	๓๕.๖	๑๒.๓	๗๕.๑	๑๕.๗	๕๘.๕	๘.๘
Hyosung Corporation	๘.๗	๓.๐	๒๕.๖	๕.๔	๔๕.๐	๖.๘
Bando Sangso Co.,Ltd.	๒๐.๑	๖.๘	๔๕.๐	๙.๔	๔๘.๕	๗.๓
Sunkyong Ltd.,	๒๓.๐	๗.๘	๕๖.๒	๑๑.๗	๙๗.๕	๑๔.๗
Ssangyong Corporation	๒๗.๖	๙.๕	๔๓.๕	๙.๑	๕๘.๐	๘.๗
Samwo Co.,Ltd.	๖.๘	๒.๔	๑๗.๐	๓.๖	๔๕.๐	๖.๘
Hyundai Corporation	-	-	๑.๒	๐.๓	๒๔.๖	๓.๗
Kumyo & Co.,Inc.	๑๖.๘	๕.๘	๑๔.๘	๓.๑	๕๐.๐	๗.๕
Hanil Synthetic Fiber Co.,	๕๐.๐	๑๗.๓	๖๐.๘	๑๒.๗	๗๙.๘	๑๒.๐
Korea Trading Co.,	๒๑.๒	๗.๓	๒๘.๗	๖.๒	n.a.	-

ที่มา: Korea Exchange Bank

n.a ไม่มีข้อมูล

ปัญหา อุปสรรค และวิธีการแก้ไขของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้

ก. ปัญหาการขยายตัวทางด้านการค้าระหว่างประเทศ

บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้เกิดจากความร่วมมือของบริษัทการค้าส่งออกขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก บริษัทเหล่านี้มีปริมาณการค้าน้อย ยังไม่สามารถขยายงานไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างทั่วถึง เพราะยังขาดแคลนวัตถุดิบที่จะมาป้อนแก่ผู้ผลิตภายในประเทศอุตสาหกรรมภายในประเทศยังไม่ก้าวหน้า ยังขาดผู้มีความรู้ความชำนาญในด้านการตลาดต่างประเทศและการจัดตั้งสำนักงานสาขาในต่างประเทศที่กว้างขวางเพียงพอ จึงทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ประสบปัญหาการขยายตัวทางด้านการค้าระหว่างประเทศ

วิธีแก้ไข

๑. ได้มีการประมาณการวัตถุดิบที่จะใช้ในอนาคต และเข้าร่วมลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบที่จะนำมาป้อนให้แก่ผู้ผลิตภายในประเทศ
๒. ได้มีการศึกษาค้นคว้าถึงการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภายในประเทศให้การสนับสนุนการจัดตั้งอุตสาหกรรมใหม่ ๆ พยายามสร้างระบบการไหลเวียนทางการค้าโดยจัดตั้งระบบขายสินค้าแต่ละชนิดเพื่อสนับสนุนให้มีการขยายตัวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพสินค้า
๓. รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนโดยการจัดตั้งหน่วยงาน Kotra เพื่อช่วยเหลือทางการหาข้อมูลข่าวสารทางการค้า และบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ก็ได้พยายามสร้างงานช่วยในการติดต่อสื่อสารกับประเทศคู่ค้าทั่วโลกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อหาช่องทางในการขยายตลาดในต่างประเทศ

สัมภาษณ์ แชนซุน ลี, ที่ปรึกษาพิเศษคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก, ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๓.

/ข. ปัญหาทางด้านการเงิน

ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๑๘ บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ได้ เริ่มพัฒนาระบบการดำเนินงานในรูปบริษัทการค้าระหว่างประเทศเพื่อรวบรวมผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลางที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้เนื่องจากปัญหาทางด้านการเงิน เข้ามาอยู่ในเครือของบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ ทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้เกิดปัญหาการเงินในการหาแหล่งเงินทุนจำนวนมากเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน

วิธีแก้ไข

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ให้การสนับสนุนบริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้โดยให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินผ่าน Ex-Im Bank^๑ ทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้สามารถขายสินค้าในตลาดต่างประเทศได้ในราคาถูก หรือขายสินค้าขาดทุนได้ ส่วนที่ขาดทุนนี้จะได้รับการชดเชยจากรัฐบาลเกาหลีใต้ ความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนและการเพิ่มทุนของบริษัทจะต้องมีรัฐบาลให้การสนับสนุนอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้ยังสามารถดำเนินกิจการและเจริญเติบโตอยู่ได้ หากรัฐบาลเกาหลีใต้ไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาอุปสรรคทางด้านการเงินได้ ดังนั้นวิธีแก้ไขปัญหานี้ที่บริษัทการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้นำมาใช้คือ การวางแผนในการหาแหล่งเงินทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศไว้ล่วงหน้าโดยไม่หวังพึ่งความช่วยเหลือจากรัฐบาลเกาหลีใต้ฝ่ายเดียว มีการวางระบบการใช้จ่ายเงินทุนอย่างรัดกุมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาในอนาคต เช่นเดียวกับที่บริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่นประสบมาแล้วเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น

^๑Ex-Im Bank เป็นธนาคารที่สร้างขึ้นเพื่อช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่ผู้ส่งออก เช่น ให้กู้เงินระยะยาวในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งจะมีบทบาทอย่างมากในโครงการใหญ่ ๆ ที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ๆ นอกจากนี้ยังให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ส่งออก โดยให้ผ่อนในระยะยาว มีผลทำให้ผู้ส่งออกขายสินค้าได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีราคาสูงมาก เช่น เครื่องบิน ในการนี้ผู้ส่งออกจะได้รับเงินไปทันที ส่วนผู้ซื้อที่ผ่อนชำระคืนกับ Ex-Im Bank ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ