

การศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย

โดยแผนวิเคราะห์ธุรกิจ

สถาบันยานยนต์

ในปี ค.ศ. 2009 วิกฤติของภาคการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำไปทั่วโลก อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นภาคการผลิตหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการเงินครั้งนี้เช่นกัน ประเทศผู้นำด้านการผลิตยานยนต์เช่นสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป หรือ ญี่ปุ่น ต่างได้รับผลกระทบทางลบอย่างมาก ข้อมูลการผลิตในปี ค.ศ. 2009 พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น มีอัตราการเติบโตของการผลิตลดลงประมาณร้อยละ 30 ในขณะที่อัตราการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 24 และ ร้อยละ 9 ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับประเทศจีนแล้ว วิกฤติเศรษฐกิจครั้งนี้ไม่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยเลย ในปี ค.ศ. 2009 ประเทศจีนมีอัตราการผลิตและจำหน่ายรถยนต์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 48 และ ร้อยละ 45 ตามลำดับ ด้วยปริมาณการผลิตและจำหน่าย 13.8 และ 13.6 ล้านคัน ตามลำดับ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมยานยนต์โลก ด้วยมูลค่าตลาดที่มีขนาดใหญ่ จากประชากรที่มีจำนวนมาก มีวัตถุดิบที่สำคัญต่อการผลิต ตลอดจนความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีภายในประเทศ ทำให้ประเทศผู้นำตลาดยานยนต์โลกต่างจับตามองรวมถึงแสวงหาผลประโยชน์จากการเข้าไปลงทุนในประเทศจีน เพื่อเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในภูมิภาคเอเชีย

ดังนั้น การศึกษาถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยจึงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย ทั้งในด้านผู้ผลิต เพื่อให้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการเป็นคู่ค้าและคู่แข่งกับประเทศจีน และในด้านภาครัฐ ในฐานะผู้กำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย โดยจะศึกษาถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีน ทั้งในด้านโครงสร้างของอุตสาหกรรมและปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อาทิ กฎระเบียบ นโยบายภาครัฐในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย รวมทั้งอาจเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยด้วย

พัฒนาการของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ในประเทศจีน¹

พัฒนาการของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ของประเทศจีนแบ่งเป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ คือ ช่วงแรกเป็นช่วงการก่อตั้งอุตสาหกรรมในประเทศ ปี ค.ศ. 1958 – 1977 ช่วงที่สองเป็นช่วงการเติบโตของอุตสาหกรรม ปี ค.ศ. 1978 – 2000 และช่วงที่สาม คือช่วงเติบโตอย่างก้าวกระโดดของอุตสาหกรรม ปี ค.ศ. 2001 ถึงปัจจุบัน

ช่วงการก่อตั้งอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน (ค.ศ. 1958 – 1977) อุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศจีนเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1950 ด้วยความช่วยเหลือจากสหภาพโซเวียต ทั้งในด้านเงินทุนและการฝึกทักษะแรงงาน โดยโรงงานประกอบรถยนต์แห่งแรกขึ้นที่เมืองเสฉวน (Sichuan) ชื่อ The First Automotive Works (FAW) เน้นการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่เพื่อใช้ในการสงคราม จนกระทั่งปี ค.ศ. 1958 รัฐบาลจีนประกาศใช้นโยบาย “หนึ่งมณฑล หนึ่งโรงงาน” ทำให้เกิดโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในอีกหลายแห่งในประเทศ ได้แก่ เซี่ยงไฮ้ (Shanghai) ปักกิ่ง (Beijing) นานจิง (Nanjing) และ จี่หนาน (Jinan) ต่อมาในปี ค.ศ. 1965 ผลจากที่จีนเข้าร่วมสงครามเวียดนาม ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างจีนและเวียดนามตึงเครียดขึ้น รัฐบาลจีนจึงตระหนักถึงการพึ่งพาตนเอง ส่วนด้านการบริโภค ในขณะนั้นถือว่าประเทศจีนไม่มีตลาดผู้บริโภครถยนต์ในประเทศ เพราะรัฐบาลเป็นผู้จัดสรรการบริโภคทั้งหมด

ช่วงการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน (ค.ศ. 1978 – 2000) ปี ค.ศ. 1978 เป็นช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในจีน เนื่องจากเป็นช่วงที่รัฐบาลจีนประกาศปฏิรูประบบเศรษฐกิจและใช้นโยบายเปิดประเทศ โดยนายกรัฐมนตรี เติ้ง เสี่ยว ผิง ผลจากการปฏิรูปดังกล่าวทำให้ การควบคุมจากส่วนกลางลดลง ซึ่งเป็นการลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรถยนต์ ทำให้มีบริษัทผู้ผลิตรถยนต์จำนวนมากเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงเวลานี้ รวมทั้งผลจากการปฏิรูป ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นการซื้อรถยนต์ของประชาชนโดยทั่วไปด้วย ทำให้ในปี ค.ศ. 1992 อุตสาหกรรมยานยนต์จีนสามารถผลิตได้จำนวนหนึ่งล้านคัน โดยใช้เวลาเพียง 12 ปี (จากปี ค.ศ. 1980) ในขณะที่ญี่ปุ่นใช้เวลาถึง 25 ปี (จาก ค.ศ. 1955 ถึง 1963) จึงจะผลิตได้หนึ่งล้านคัน

ปี ค.ศ. 1994 รัฐบาลจีนกำหนดให้อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยการกำหนด “นโยบายของอุตสาหกรรมยานยนต์” ขึ้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักสี่ประการคือ (1) เพื่อทำให้การผลิตและรถบรรทุกมีการผลิตที่ใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) (2) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ (3) เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยานยนต์ และ (4) เพื่อสนับสนุนการเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคล

¹ ที่มา: Li Gang (2004), “The Chinese Automobile Industry: An Overview” และ Holweg, Luo and Oliver (2005), “The Past, Present and Future of China’s Automotive Industry: A Value Chain Perspective”

ในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงที่มีการต่อสู้อย่างรุนแรงในตลาดรถยนต์ของจีน เพราะมีผู้ประกอบการจากต่างประเทศจำนวนมากเข้ามาทำธุรกิจในประเทศจีน อุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศจีนดึงดูดเทคโนโลยีและเงินทุนจากต่างชาติ ผ่านทางการร่วมทุนกับกิจการในประเทศ (Joint Venture)

ในปี ค.ศ. 1984 Volkswagen บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จากประเทศยุโรปเป็นรายแรกที่เข้ามาลงทุนในประเทศจีน โดยร่วมลงทุนกับ FAW (First Automobile Work) และ SAIC (Shanghai Automotive Industry Corporation) ต่อมาในปี ค.ศ. 1997 General Motors บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จากสหรัฐอเมริกาเข้ามาลงทุนในประเทศจีนเป็นลำดับต่อมา เกิดเป็นบริษัท Shanghai GM ขึ้น ซึ่งถือเป็นโครงการร่วมทุนระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่ใหญ่ที่สุดในขณะนั้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติฝรั่งเศสเอง ก็เข้ามาลงทุนในประเทศจีนเช่นกัน โดย Sino-French ร่วมทุนกับ Wuhan ก่อตั้ง Dongfong Peugeot Citroen Automobile Company ขึ้น สำหรับผู้ผลิตรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่นยังไม่ให้ความสนใจลงทุนในประเทศจีน เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์จากญี่ปุ่นก็ได้ลงทุนที่ประเทศอื่นๆ ในเอเชียมาอยู่แล้ว รวมทั้งในประเทศจีนยังไม่มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI)

ช่วงการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศจีน (ค.ศ. 2001 ถึง ปัจจุบัน) ช่วงสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนอีกช่วง เริ่มต้นในปี ค.ศ. 2001 เมื่อประเทศจีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) อุตสาหกรรมยานยนต์จีนเริ่มเข้าสู่การผลิตแบบจำนวนมาก (Mass production) จึงทำให้ในช่วงนี้อุตสาหกรรมยานยนต์จีนเติบโตแบบก้าวกระโดด ปี ค.ศ. 2001 การผลิตรถยนต์ของจีนมากถึง 2,340,209 คัน และเพิ่มเป็น 3,262,947 คันในปี ค.ศ. 2002 นอกจากนี้ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศจีนได้เพิ่มมากขึ้นด้วย การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในปี ค.ศ. 2002 มีมูลค่า 1.661 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีมูลค่ามากกว่าการส่งออกรถยนต์

เพื่อปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์จีน ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 1990 และเผชิญกับความท้าทายใหม่ในอุตสาหกรรมยานยนต์หลังจากที่จีนเข้าร่วม WTO รัฐบาลจีนได้ประกาศ “นโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์ ฉบับใหม่ ปี ค.ศ. 2004” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) เพื่อผลักดันการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ (3) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพึ่งตนเองและการสร้างตราสินค้าของตนเอง (4) เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา และการผลิตขนาดใหญ่สำหรับชิ้นส่วนยานยนต์หลัก โดยสนับสนุนทั้งผู้ผลิตท้องถิ่นและผู้ผลิตรายต่างชาติ และ (5) เพื่อส่งเสริมยานยนต์ขนาดเล็กและยานยนต์ที่ใช้พลังงานทางเลือก ความแตกต่างของนโยบายยานยนต์ปี 2004 กับนโยบายฉบับเก่าปี 1994 คือ นโยบายปี 2004 เน้นการส่งเสริมและกำหนดทิศทางของยุทธศาสตร์มากกว่าการกำหนดเป็นกฎระเบียบเช่นนโยบายปี

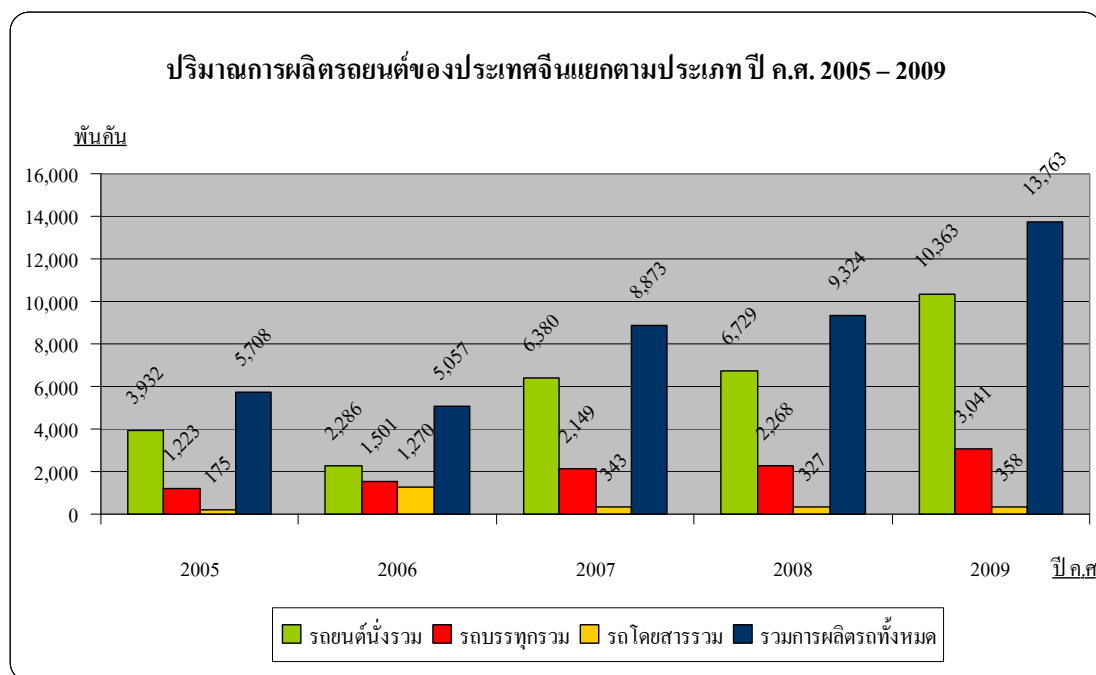
1994 ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของภาครัฐจีนอย่างชัดเจน ที่มุ่งมั่นให้ระบบตลาดเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

ปี ค.ศ. 2008 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของจีน ปริมาณการจำหน่ายมีอัตราการเติบโตลงมากที่สุด นับตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา ทำให้ในเดือนมีนาคม ค.ศ. 2009 รัฐบาลจีนได้ออกร่างนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ฉบับใหม่ ปี 2009-2011 โดยในด้านการจำหน่าย เน้นการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ ส่วนด้านผู้ผลิตเน้นการพัฒนาและยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการ เช่น การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีการผลิตสำหรับพลังงานทางเลือกหรือพลังงานสะอาด การแก้ไขปัญหาการผลิตที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด เป็นต้น

โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศจีน

การผลิต

สำหรับข้อมูลการผลิตรถยนต์ทั้งหมดของประเทศจีนตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005-2009 พบว่า การผลิตรถยนต์ในประเทศจีนประมาณร้อยละ 70 เป็นการผลิตรถยนต์นั่ง และประมาณร้อยละ 20 ผลิตรถบรรทุก นอกเหนือจากนั้นเป็นการผลิตรถโดยสาร โดยมหนครเซียงไฮ้ มณฑลจี๋หลิน และมณฑลกว่างตุงเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหลักของจีน ส่วนการผลิตรถโดยสาร (Bus) นั้น มณฑลฝูเจี้ยนเป็นแหล่งผลิตหลัก ตามด้วยมณฑลเหอหนานและมณฑลอานฮุย



ข้อมูลในปี ค.ศ. 2009 จาก Automotive News ระบุว่าผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศจีนมีจำนวนทั้งสิ้น 47 ราย แบ่งเป็นกลุ่มร่วมทุนระหว่างผู้ผลิตข้ามชาติกับผู้ผลิตท้องถิ่น (Joint Ventures: JVs) จำนวน 26 ราย และกลุ่มผู้ผลิตท้องถิ่นจำนวน 21 ราย โดยกลุ่มร่วมทุนระหว่างผู้ผลิตข้ามชาติกับผู้ผลิตท้องถิ่น (Joint Ventures: JVs) เป็นกลุ่มหลักในโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศจีน และเป็นแกนนำในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศทั้งในด้านรูปแบบของการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต ส่วนกลุ่มผู้ผลิตท้องถิ่นจะมุ่งเน้นการผลิตรถยนต์แบบประหยัด อาศัยโครงสร้างทางด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง รวมทั้งการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีการผลิตของตนเอง ในการพัฒนาตราสินค้าของตนเอง เช่น Geely และ Chery เป็นต้น

จากพัฒนาการของอุตสาหกรรมยานยนต์จีนที่ได้กล่าวไปในตอนต้น พบว่า การร่วมทุน (Joint Venture) ระหว่างผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำข้ามชาติกับผู้ผลิตท้องถิ่นในจีน เป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมจีนเติบโตได้ สาเหตุเป็นเพราะ รัฐบาลจีนได้กำหนดให้ผู้ประกอบการต่างชาติที่มาลงทุนในจีนต้องเป็นบริษัทร่วมทุนกับรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้โรงงานที่สร้างขึ้น ห้ามเป็นโรงงานที่ผลิตได้โดยเครื่องจักรอัตโนมัติ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ผลิตท้องถิ่น รวมทั้งรัฐบาลยังกำหนดให้เน้นการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล เนื่องจากการผลิตรถยนต์นั่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ ประกอบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นของจีนมีความรู้สำหรับผลิตรถบรรทุกค่อนข้างสูงโดยเปรียบเทียบอยู่แล้ว

ภายหลังที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ในปี ค.ศ. 2002 แล้ว กฎเกณฑ์การบังคับให้ผู้ผลิตต่างชาติต้องร่วมทุนกับรัฐวิสาหกิจจีนก็ถูกยกเลิกไป ผู้ผลิตต่างชาติสามารถเลือกผู้ประกอบการท้องถิ่นได้เอง โดยผู้ผลิตต่างชาติสามารถเลือกผู้ผลิตท้องถิ่นที่ยังไม่มีการร่วมทุนกับผู้ผลิตต่างชาติรายอื่นได้ ซึ่งเป็นการป้องกันการความล้มเหลวทางเทคโนโลยีการผลิตระหว่างคู่แข่งไม่ให้รู้ไหลได้ เป็นผลให้โครงสร้างการร่วมกิจการระหว่างต่างชาติกับผู้ผลิตท้องถิ่นมีความซับซ้อนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการร่วมทุนกับต่างชาติ จะก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสู่ผู้ผลิตท้องถิ่นก็ตาม แต่ก็ไม่ปรากฏว่า ผู้ผลิตต่างชาติได้ถ่ายทอดความรู้สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ผลิตท้องถิ่น นอกจากนี้ จากความซับซ้อนของความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตกลุ่มต่างๆ นั้น ก่อให้เกิดความยากลำบากในการบริหารงาน ตัวอย่างเช่น Honda ร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นสองแห่ง คือ Ghuanzhou Automobile Industry Group และ Dongfeng โดยผู้ผลิตท้องถิ่นสองรายนี้เป็นคู่แข่งกันแต่ต้องขายสินค้าเดียวกันคือ Honda ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การร่วมทุนก่อให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตท้องถิ่นกันเอง

สำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ ในปี ค.ศ. 2003 มีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลจีนทั้งหมด 1,700 ราย โดยผู้ประกอบการประมาณ 450 ราย เป็นผู้ประกอบการจาก

ต่างชาติ อาทิ เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป แม้ว่าจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศจีนจะมีจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ผลิตรถยนต์ แต่ก็ยังเป็นเพียงผู้ผลิตรายย่อยเท่านั้น

ผู้ผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ในประเทศจีนสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1: กลุ่มผู้นำอิสระ: ผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะมีเทคโนโลยีการผลิตและการบริหารจัดการเป็นของตนเอง มีการผลิตขนาดใหญ่ และมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น Wanxiang Group และ Torch Automobile Group ซึ่งทั้งสองบริษัทนี้มีบริษัทแม่อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

กลุ่มที่ 2: กลุ่มผู้ผลิตในเครือ SOEs²: ผู้ผลิตกลุ่มนี้ก่อตั้งจากการแยกหรือรวมหน่วยงานย่อยของ SOEs (คล้ายกับการเกิดขึ้นของ Visteon และ Delphi ที่เดิมเป็นหน่วยงานหนึ่งของ Ford และ GM) เช่น Fawer Automotive Parts Co., Ltd และ Shanghai Parts Industry Group โดยผู้ผลิตในกลุ่มนี้ไม่ต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรง เพราะผู้ผลิตรถยนต์เห็นว่าบริษัทเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของความลับทางธุรกิจ

กลุ่มที่ 3: กลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก: รายงานของ KPMG ระบุว่า มีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดเล็กในประเทศจีนประมาณ 3,000 ราย ซึ่งผู้ผลิตกลุ่มนี้ ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดได้ และไม่มีความสามารถในการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ได้ด้วยตัวเอง และเน้นการผลิตไปตลาดอะไหล่ (After Market)

กลุ่มที่ 4: กลุ่มผู้ผลิตร่วมทุนกับต่างชาติ: ผู้ผลิตกลุ่มนี้ มีเทคโนโลยีในการผลิตและความสามารถในการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ของตนเอง (ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในต่างประเทศ) ผู้ผลิตกลุ่มนี้มักจะมีส่วนร่วมในกิจการร่วมค้ากับคู่ค้าในท้องถิ่น (เช่น Delphi และ Visteon) แต่บางรายก็เป็นผู้ผลิตอิสระ (เช่น Bosch และ Valeo)

การจำหน่ายในประเทศ

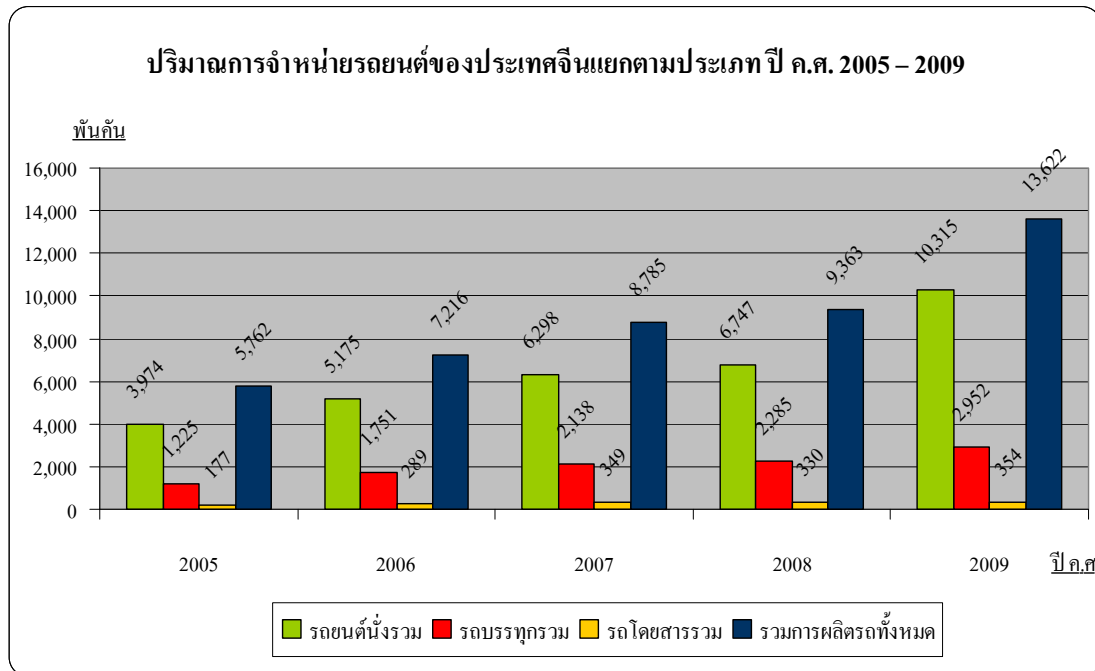
ข้อมูลปริมาณการจำหน่ายรถยนต์จาก Fourin ระบุว่า ในปี ค.ศ. 2005 ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์รวมลำดับสามของโลก รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ด้วยปริมาณการจำหน่ายในปี ค.ศ. 2005 เท่ากับ 5.7 ล้านคัน ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา

² SOEs คือ State-owned enterprise หรือ รัฐวิสาหกิจของจีนผู้ร่วมทุนกับผู้ผลิตรถยนต์ อันประกอบไปด้วย Big 3 – Small 3 – Mini 2 โดยคำนี้ถูกระบุในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฉบับปี 1994

- ‘Big 3’ ประกอบด้วย First Automotive Works, Shanghai Automotive Industrial Corporation และ Dongfeng Motor
- ‘Small 3’ ประกอบด้วย Beijing Automotive Industrial Corporation, Tianjin Automotive Industrial Corporation และ Guangzhou Automotive Industrial Corporation
- ‘Mini 2’ ประกอบด้วย Changan และ Ghizou Aviation

และญี่ปุ่นมีปริมาณการจำหน่ายเท่ากับ 17.44 และ 5.85 ล้านคัน ตามลำดับ แต่หลังจากนั้นเพียงไม่กี่ปี ประเทศจีนกลายเป็นประเทศผู้จำหน่ายรถยนต์มากที่สุดในโลก ในปี ค.ศ. 2009 ประเทศจีนมีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์มากถึง 13.62 ล้านคัน ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นมีปริมาณการจำหน่ายเท่ากับ 10.63 และ 4.60 ล้านคัน ตามลำดับ

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 เป็นต้นมา ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ที่มากที่สุดในประเทศจีนคือ การจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 75 รองลงมาคือรถบรรทุกมีสัดส่วนร้อยละ 20 แสดงดังภาพ



แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง ระบุว่าในปี ค.ศ. 2010 ผู้ประกอบการคาดว่ารถยนต์พาณิชย์ (Commercial Vehicle) จะมีสัดส่วนมากขึ้น และอาจแทนที่ตลาดรถยนต์ส่วนบุคคล โดยข้อมูลการจำหน่ายรถยนต์ของวิสาหกิจรถยนต์ต่างๆ ในจีนในเดือนมกราคม ค.ศ. 2010 พบว่า บริษัท Dongfeng Automobile Co., Ltd. (DFAC) มีปริมาณการจำหน่ายรถบรรทุกขนาดเล็ก (Light Truck) จำนวน 10,222 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วถึงร้อยละ 166 ปริมาณการจำหน่ายรถโดยสาร (Bus) สำหรับการท่องเที่ยวจำนวน 2,567 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 32 ส่วนการจำหน่ายรถบรรทุกขนาดใหญ่ (Heavy Truck) นั้น ตามข้อมูลสถิติของ China National Heavy Duty Truck Group Co., Ltd. (CNHTC) ระบุว่า มีปริมาณการจำหน่ายรวม 16,653 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วถึงร้อยละ 309.50

นักวิเคราะห์แสดงความเห็นว่า สาเหตุที่คาดว่าปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ส่วนบุคคลจะชะลอตัวลง เป็นผลเนื่องจากในปีนี้มี การปรับปรุงนโยบายการเก็บภาษีรถยนต์ ทำให้ผู้บริโภคชื้อรถไปล่วงหน้าตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม ค.ศ. 2009 แล้ว จึงทำให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

บุคคลลดลง อีกทั้ง หลังจากเศรษฐกิจจีนฟื้นตัวดีขึ้น โครงการก่อสร้างพื้นฐานของมณฑลต่างๆ เริ่มทยอยก่อสร้าง ทำให้มีความต้องการใช้งานรถยนต์ในด้านโลจิสติกส์มากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาของตลาดรถบรรทุกในจีน นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพของรถยนต์พาณิชย์ก็มีส่วนสำคัญในส่งเสริมการเติบโตของตลาดรถยนต์พาณิชย์เช่นกัน

แม้ว่าประเทศจีนจะเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายสำคัญของโลก โดยปริมาณการผลิตมากถึงหนึ่งในเจ็ดของการผลิตรถยนต์โลกก็ตาม แต่อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของจีนมีปริมาณการผลิตเพียงหนึ่งในยี่สิบของการผลิตรวมของโลกเท่านั้น นอกจากนี้ รายได้จากการผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของจีนคิดเป็นสองในสามของรายได้จากการขายรถยนต์เท่านั้น ในขณะที่อุตสาหกรรมยานยนต์ของกลุ่มประเทศยุโรป (EU) สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่นนั้น รายได้จากการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และอะไหล่จะมากกว่ารายได้ผลิตรถยนต์ประมาณสองเท่า

แต่อย่างไรก็ตาม นั้นหมายถึงอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของจีนยังมีโอกาสเติบโตได้ โดยการให้ผู้ผลิตรถยนต์ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศจีน (Local Content) มากขึ้น นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่า³ ในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า การผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่จะย้ายมาผลิตที่ประเทศจีนมากขึ้น โดยคาดว่าในปี ค.ศ. 2015 จะมีมูลค่าการผลิตประมาณ 350 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 25 ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 2008 สอนต้า กวางโจว (Honda Guangzhou) เพิ่มปริมาณการใช้ชิ้นส่วนในประเทศเพื่อผลิตรถรุ่น Jazz จากร้อยละ 60 เป็นร้อยละ 90

นอกจากนี้ คณะกรรมการจัดงานนิทรรศการอะไหล่รถยนต์นานาชาติแห่งประเทศไทย (China International Auto Parts Expo) ประจำกระทรวงพาณิชย์จีนคาดการณ์ว่า⁴ ในปี ค.ศ. 2010 การผลิตอะไหล่รถยนต์ของประเทศไทยจะมีจำนวนเทียบเท่ากับการประกอบรถยนต์ 15 ล้านคัน คิดเป็นมูลค่าการผลิตอะไหล่รถยนต์มากกว่า 1.4 ล้านล้านหยวน โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์ของจีนมีการเติบโตด้วยอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ต่อปี นอกจากนี้ จีนยังเป็นประเทศผู้ผลิตและบริโภครถยนต์มากที่สุดในโลกอีกด้วย ทำให้อุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์ในจีนมีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อีกมาก แต่ขณะเดียวกัน ผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์จีนก็ต้องเร่งพัฒนาตัวเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยี และการบริหารการผลิต เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตจากต่างชาติได้ เนื่องจากปัจจุบันมีวิสาหกิจผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์ชั้นนำจากต่างประเทศเข้ามาขยายการลงทุนในจีนอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น Bosch, Denso, Delphi, Visteon เป็นต้น อันจะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจจีนลดน้อยลง

³ ที่มา: KPMG (2009), Momentum: China's automotive components sector emerging from the crisis

⁴ ที่มา: ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง (วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553), ตลาดอุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์จีนสร้างมูลค่าการผลิตมากกว่า 1.4 ล้านล้านหยวน ในปี 53

ปัจจัยสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมรถยนต์จีนประการหนึ่ง คืออำนาจซื้อของผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยสองประการได้แก่ ราคารถยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของครัวเรือนที่จ่ายได้ (Disposable Income) และความสามารถในการชำระหนี้ผ่านผู้ให้บริการทางการเงิน การเพิ่มขึ้นของรายได้ของครัวเรือนที่จ่ายได้ (Disposable Income) โดยเฉพาะของชนชั้นกลางในเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดรถยนต์นั่ง แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของตลาดรถยนต์ไม่ใช่ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ดังที่กล่าวไปข้างต้นเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเพิ่มขึ้นของประชากรอีกด้วย

นอกจากนี้ ในช่วงปี ค.ศ. 1990 ประเทศจีนจำกัดรุ่นรถที่ขายในประเทศ (เช่น VW Santana และ Jetta) แต่ภายหลังที่จีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว รถยนต์ที่ขายในจีนก็มีจำนวนรุ่นเพิ่มขึ้น และในขณะเดียวกันตลาดรถยนต์ก็มีการเปลี่ยนแปลง จากเดิมเป็นการขายให้กับนิติบุคคลเปลี่ยนแปลงเป็นการขายให้กับประชาชนทั่วไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความนิยมของประเภทรถยนต์ จากรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ เป็นรถยนต์นั่งขนาดกลางและขนาดเล็ก

ข้อมูลทางสถิติของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการรถยนต์ของประเทศจะเติบโตขึ้น ก็ต่อเมื่อสัดส่วนของราคารถยนต์เฉลี่ยต่อ GDP เฉลี่ย มีค่าประมาณ 3 ต่อ 1 ซึ่งหากข้อมูลดังกล่าวเป็นจริงแล้ว เราสามารถพยากรณ์ตลาดรถยนต์รวมของประเทศจีนได้ว่า น่าจะมีปริมาณการจำหน่ายจำนวน 16 ล้านคัน แต่ในความเป็นจริง ระบบการเงิน ระบบภาษี ราคาน้ำมัน และต้นทุนดำเนินการต่างๆ ในประเทศจีนยังเป็นข้อจำกัดในการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องยากที่จะพยากรณ์ตลาดรถยนต์รวมของประเทศจีนได้

การส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

ผลจากค่าแรงต่ำในประเทศจีน ยังคงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ดำเนินการในประเทศจีน ซึ่งส่งผลให้รถยนต์ที่ส่งออกจากประเทศจีนมีราคาถูก ทำให้ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทยานยนต์ (HS 87) ของประเทศจีนแสดงให้เห็นว่า สินค้ากลุ่มยานยนต์ที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดสามลำดับแรก คือ ชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งมีมูลค่าส่งออกเกือบครึ่งของมูลค่าการส่งออกสินค้ายานยนต์ทั้งหมด รองลงมาคือรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ สำหรับการส่งออกครบทุก (รวมรถพ่วงและรถกึ่งพ่วง) มีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่การส่งออกรถยนต์นั่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 เท่านั้น

นอกจากนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้ายานยนต์ (HS 87) ของประเทศจีน ตามแหล่งส่งออกแล้ว พบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้ายานยนต์จากจีนมากที่สุดประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ายานยนต์ของประเทศจีน รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และเยอรมนี ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8 และ 4 ตามลำดับ ในขณะที่ไทยเป็นแหล่งส่งออกลำดับที่ 27 ของ

ประเทศจีนโดยคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ายานยนต์ของประเทศจีนเท่านั้น

เมื่อพิจารณาเฉพาะการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ (HS 8708) แล้ว พบว่า ในปี ค.ศ. 2009 ประเทศจีนส่งออกล้อและส่วนประกอบ (HS 870870) ถึงเชื้อเพลิงที่ยังไม่ได้ประกอบรวมทั้งฐานยึดเครื่องยนต์ (HS870899) และเบรกและเซอร์โวเบรกรวมทั้งส่วนประกอบ (HS870830) มีมูลค่ามากที่สุด (และมีมูลค่าใกล้เคียงกัน) คือ 2,360 2,319 และ 2,132 พันล้านเหรียญตามลำดับ นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกายังคงเป็นแหล่งส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์หลักของประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของจีน รองลงมาคือ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ มีสัดส่วนร้อยละ 10 และ 5 ตามลำดับ

นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2009 กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของจีนประกาศทดลองนำร่องพัฒนารถยนต์ประหยัดพลังงานและรถยนต์พลังงานใหม่ที่เมืองต่าง ๆ ของจีน 13 แห่ง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง (Beijing) นครเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) นครฉงชิ่ง (Chongqing) เมืองฉางชุน (Changchun) และเมืองต้าเหลียน (Dalian) เป็นต้น โดยการสนับสนุนให้หน่วยงานบริการสาธารณะ ซึ่งรวมถึง การขนส่งมวลชน รถแท็กซี่ รถในหน่วยงานราชการ รถที่ใช้ในกิจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย ตลอดจนการขนส่งทางไปรษณีย์ เป็นหน่วยงานนำร่องที่ใช้รถยนต์ประหยัดพลังงานและรถยนต์พลังงานใหม่ ด้วยการอาศัยนโยบายทางการคลังที่ให้การชดเชยแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสั่งซื้อและใช้รถยนต์พลังงานใหม่นี้

จนกระทั่งเดือนธันวาคม 2009 จึงได้ขยายขอบเขตการทดลองนำร่องการใช้รถยนต์ประหยัดพลังงานและรถยนต์พลังงานใหม่ให้กว้างขวางขึ้น จาก 13 เมืองเพิ่มขึ้นเป็น 20 เมือง และสนับสนุนให้เอกชนซื้อรถยนต์พลังงานใหม่โดยให้การชดเชยทางภาษี ซึ่งได้เริ่มดำเนินการแล้วใน 5 เมือง คือ ที่นครเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) เมืองหางโจว (Hangzhou) เมืองฉางชุน (Changchun) เมืองเซินเจิ้น (Shenzhen) และเหอเฟย์ (Hefei) กล่าวคือ รัฐบาลจีนออกมาตรการให้เงินสนับสนุนแก่ประชาชนที่ซื้อรถยนต์คันใหม่แทนที่รถยนต์คันเก่าที่สร้างมลภาวะสูง ในวงเงินตั้งแต่ 3,000 – 6,000 หยวน และต่อมาได้ขยายวงเงินอุดหนุนเป็น 18,000 หยวน โดยมาตรการนี้มีกำหนดระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2009 ถึงเดือนมิถุนายน 2010

เดือนมิถุนายน 2010 กระทรวงการคลัง กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรมและสารสนเทศ และคณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติ ร่วมมือกันจัดตั้ง “โครงการให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ซื้อรถยนต์ที่ใช้พลังงานสีเขียว” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โครงการนี้จะให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ผลิตรถยนต์โดยตรง โดยหากเป็นเครื่องยนต์ไฮบริดจะได้รับเงินอุดหนุนไม่เกิน 50,000 หยวน และเครื่องยนต์ไฟฟ้าจะได้รับเงินอุดหนุนไม่เกิน

60,000 หยวน โครงการนี้ดำเนินการที่เมืองหังโจว (Hangzhou) เมืองเหอเฟย์ (Hefei) ในมณฑลอันฮุย (Anhui) เมืองฉางชุน (Changchun) ในมณฑลจี๋หลิน (Jilin) และมหานครเซี่ยงไฮ้ (Shanghai)

นอกจากนี้ ในเดือนกันยายน 2010 วอลต์สตริตเจอร์นัล อ้างแหล่งข่าวระดับบริหารที่ไม่เปิดเผยชื่อของผู้ผลิตรถยนต์ต่างชาติ 4 ราย ระบุว่า ประเทศจีนมีแผน 10 ปีให้จีนเป็นผู้นำโลกด้านการผลิตรถไฟฟ้า (EV: Electric Vehicles) และรถไฮบริด ด้วยเงินลงทุนจำนวน 1 แสนล้านหยวน เพื่อสร้างระบบสถานีบริการเติมประจุรถ EV และบริการพื้นฐานอื่นๆที่จำเป็น และร่างกฎหมายดังกล่าว จะผลักดันให้ผู้ผลิตต่างประเทศต้องเข้าร่วมทุนกับผู้ผลิตจีนในสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 49 ซึ่งถือเป็นการกดดันให้ผู้ผลิตต่างชาติ ต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแก่ผู้ผลิตชาวจีน แผนระยะ 5 ปีแรก กำหนดให้มีการผลิตไฟฟ้าและรถไฮบริดรวม 5 แสนคัน และต้องมีอัตราการกินน้ำมัน 16 กิโลเมตรต่อลิตร และภายในปี ค.ศ. 2020 ต้องผลิตได้ 5 ล้านคัน และต้องมีอัตราการกินน้ำมัน 22 กิโลเมตรต่อลิตร

แผนดังกล่าวยังมีเป้าหมายผลักดันผู้ผลิตรถยนต์จีนจำนวน 5 แห่ง และผู้ผลิตชิ้นส่วนจำนวน 3 แห่ง ให้สามารถแข่งขันในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าและไฮบริดได้ในระดับโลก ภายในปี ค.ศ. 2020 ทั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีของจีนส่งร่างแผนดังกล่าวให้หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ และผู้ผลิตรถยนต์ของรัฐบาลจีนบางแห่งพิจารณาเพื่อขอความคิดเห็น และหากไม่มีการคัดค้าน รัฐบาลจีนจะดำเนินตามนโยบายนี้ในเดือนตุลาคม ค.ศ. 2010

นอกจากนโยบายเกี่ยวกับพลังงานทดแทนในรถยนต์แล้ว รัฐบาลจีนยังมีนโยบายอื่นที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ อันได้แก่ นโยบายการปรับเปลี่ยนนโยบายในการซื้อรถยนต์ของหน่วยงานรัฐบาลจีนที่ใช้ในงานทั่วไป โดยจะกำหนดคุณภาพและราคาในระดับที่ต่ำลง เพื่อให้รถยนต์แบรนด์จีนมีโอกาสที่จะได้รับส่วนแบ่งในตลาดรถยนต์ของหน่วยงานรัฐบาลจีนมากขึ้น โดยทางการเงินได้กำหนดเป้าหมายที่จะให้มียอดรถยนต์แบรนด์จีนในหน่วยงานรัฐบาลในสัดส่วนร้อยละ 50 ทั้งนี้ ทางการเงินได้ตัดสินใจปรับลดขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์หน่วยงานรัฐบาลจาก 2.0 ลิตร เหลือ 1.8 ลิตร และปรับลดระดับราคาจาก 250,000 หยวน เหลือ 160,000 หยวน

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศจีนโดยใช้ Diamond Model

การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ประเทศจีนใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ Michael E. Porter เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์ตามองค์ประกอบทั้งสี่ด้านของกรอบแนวคิด Diamond Model คือ

1. เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

- 1.1 ระบบขนส่ง (Logistic) ของประเทศยังไม่ครอบคลุม แม้ว่าเมืองใหญ่ของประเทศจีน เช่น ปักกิ่ง หรือ เซี่ยงไฮ้ จะมีระบบการขนส่งจำนวนมากและมีคุณภาพก็ตาม แต่ยังคงมีอีกหลายเมืองที่ระบบการขนส่งยังคงด้อยคุณภาพ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของจีนที่มี

อาณาเขตกว้าง และครอบคลุมพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ซึ่งระบบการขนส่งที่ไม่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าในประเทศจีนสูงตามไปด้วย โดยมีการคาดการณ์ว่าต้นทุนขนส่งมีมูลค่าประมาณร้อยละ 20-30 ของ GDP ซึ่งเป็นมูลค่าที่ค่อนข้างสูง

1.2 ในอดีตแรงงานมีราคาถูก แต่ในปัจจุบันแรงงานเริ่มเรียกร้องค่าตอบแทนเพิ่มขึ้น
ตัวอย่างเช่น ในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2010 แรงงานในโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ฮอนด้า เมืองฝอชาน มณฑลกว่างตุง ประท้วงหยุดงาน เรียกร้องบริษัทเพิ่มค่าแรง จนท้ายที่สุดบริษัทตกลงเพิ่มเงินเดือนให้อีก 366 หยวนแก่คนงาน 1,900 คน เป็นต้น หลังจากการประท้วงขอขึ้นค่าแรงดังกล่าว ทำให้เมืองต่างๆ ของจีนทยอยขึ้นค่าแรงขึ้นค่าเพื่อลดช่องว่างทางรายได้

1.3 ประชากรที่ได้รับการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2004 - 2008 ประเทศจีนมีจำนวนนักศึกษาเข้าใหม่ในระดับการศึกษาต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอาชีวศึกษา ในปี ค.ศ. 2008 สัดส่วนนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่อประชากรทั้งประเทศ เท่ากับร้อยละ 0.63 เปรียบเทียบกับประเทศไทยที่มีสัดส่วน ร้อยละ 0.83

1.4 ได้รับการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยีของผู้ผลิตระดับโลก ซึ่งเป็นผลจากการกำหนดนโยบายการลงทุนของวิสาหกิจต่างชาติที่ต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ผู้ประกอบการท้องถิ่น

1.5 ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนมีความแข็งแกร่ง

2. อุตสาหกรรมเกี่ยวโยงและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

2.1 มีแหล่งวัตถุดิบ (เหล็ก) เป็นของตนเอง ข้อมูลจาก "รายงานเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมจีน ปี 2010" ระบุว่าปริมาณการผลิตเหล็กดิบของจีนในปี ค.ศ. 2009 เท่ากับ 568 ล้านตัน มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ซึ่งปริมาณการผลิตดังกล่าวมากกว่า 2.2 เท่าของปริมาณการผลิตของ 4 ประเทศรวมกัน คือ ญี่ปุ่น รัสเซีย สหรัฐฯ และอินเดีย

แม้จีนจะเป็นประเทศผู้ผลิตเหล็กเป็นจำนวนมาก แต่จีนก็เป็นประเทศผู้นำเข้าเหล็กมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกเช่นกัน สาเหตุเพราะ ส่วนใหญ่เหล็กที่ผลิตได้มีคุณภาพต่ำ ในขณะที่การผลิตยานยนต์ต้องใช้เหล็กที่มีคุณภาพสูง ทำให้จีนยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าแต่อย่างใดก็ดี ปัจจุบันจีนมีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมเหล็กภายในประเทศ โดยส่งเสริมการควบรวมกิจการเพื่อลดจำนวนบริษัทผลิตเหล็กลง

2.2 มีอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่แข็งแกร่ง จากการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จากรัฐบาลจีน ทำให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตอย่างรวดเร็วทั้งด้านการผลิต

การตลาด และการใช้เทคโนโลยี ทำให้ผลิตภัณฑ์หลายประเภทมีขนาดตลาดและกำลังการผลิตมากที่สุดของโลก

- 2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จีน จากการให้สัมภาษณ์ของ จอห์น ปาร์กเกอร์ รองประธานบริหารของบริษัทฟอร์ด มอเตอร์ ฝ่ายเอเชีย-แปซิฟิก และแอฟริกา ระบุว่า ความสามารถในการแข่งขันของจีนในการเป็นแหล่งผลิตชิ้นส่วนยานยนต์กำลังเพิ่มขึ้นทุกขณะ โดยในปี ค.ศ. 2004 – 2008 ภาคการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของจีนมีอัตราการเติบโตร้อยละ 30 และในปี ค.ศ. 2009 มีมูลค่าการผลิตประมาณ 950,000 ล้านหยวน และคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นเป็น 2.5 ล้านล้านหยวน หรือราว 350,000 ล้านดอลลาร์ภายในปี ค.ศ. 2015 และจะมีมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนประมาณร้อยละ 30 ในขณะที่ปัจจุบันส่งออกประมาณร้อยละ 25
- 2.4 ผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน จีนเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการพัฒนาเพื่อเป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของโลก นอกจากต้นทุนค่าแรงที่ถูกแล้ว ต้นทุนการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในจีนยังมีความได้เปรียบประเทศส่วนใหญ่ในโลก อันเนื่องมาจากการก่อตัวขึ้นของเครือข่ายห่วงโซ่การผลิตหรือคลัสเตอร์อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในจีน ซึ่งช่วยลดต้นทุนขนส่ง ตลอดจนการจัดการวัตถุดิบ การสต็อกสินค้า ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และเกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

3. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

- 3.1 ตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่ และกำลังเติบโต ทำให้สามารถมีกระบวนการผลิตที่ประหยัด (Economy of Scale) ปัจจุบันจีนมีปริมาณผลิตและจำหน่ายรถยนต์เป็นอันดับหนึ่งของโลก ปี ค.ศ. 2009 จีนมีปริมาณการผลิตรถยนต์จำนวน 13.8 ล้านคัน และปริมาณการจำหน่าย 13.6 ล้านคัน โดยจากการแถลงข่าวของสมาคมอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งประเทศจีน (CAAM) กล่าวว่า ในปี ค.ศ. 2010 อุตสาหกรรมรถยนต์ของจีนจะยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และอัตราเติบโตของการผลิตรถยนต์จะอยู่ที่ร้อยละ 10 โดยตลอดปี จะมีปริมาณการผลิตสูงถึง 15 ล้านคัน ซึ่งจากการที่จีนมีปริมาณการผลิตจำนวนมาก ทำให้สามารถบริหารต้นทุนการผลิตต่อหน่วยให้อยู่ในระดับต่ำ จึงมีความสามารถแข่งขันในตลาดรถยนต์ระดับโลกได้
- 3.2 ผู้บริโภคในประเทศมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณารายได้สุทธิของชาวจีนในเมืองเฉลี่ยต่อคน (Per Capita Disposable income of Urban) ในปี ค.ศ. 2004 มีมูลค่า 9,422 หยวนต่อปี (หรือประมาณ 47,000 บาทต่อปี) และในปี ค.ศ. 2008 รายได้สุทธิของชาวจีนในเมืองเฉลี่ยต่อคนมีมูลค่า 15,781 หยวนต่อปี (หรือประมาณ 79,000 บาทต่อปี) จะเห็นได้ว่า ปัจจุบัน ชาวจีนมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ประกอบกับการที่รัฐบาลจีนมีนโยบาย

ลดความเลื่อมล้ำทางสังคม และเน้นการบริโภคภายในประเทศ ทดแทนการนำเข้า จึงส่งผลให้ประชาชนชาวจีนมีรายได้และกำลังซื้อเพิ่มขึ้น

3.3 คนจีนที่มีรายได้สูงนิยมซื้อรถยนต์สี่ประตูที่หรูหราและมีสเปคไต์ เน้นเรื่องของความกว้างภายในรถ

4. **บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry)**

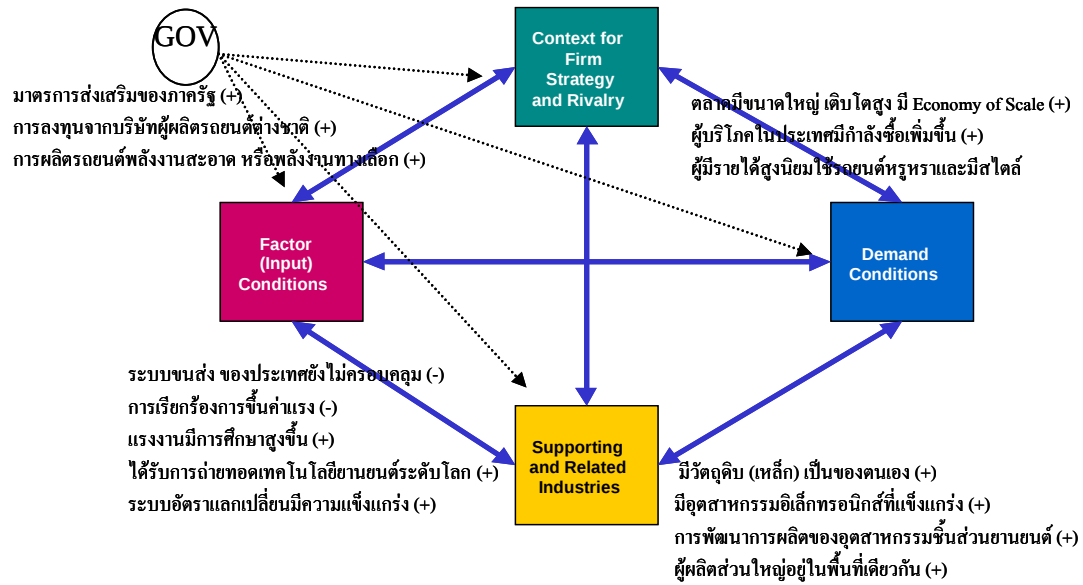
4.1 มาตรการส่งเสริมของภาครัฐ รัฐบาลจีนให้การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ไปพร้อมๆ กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ และกระแสของภาวะกดดันด้านเทคโนโลยี รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐบาลจีนที่สำคัญได้แก่

- เพิ่มสัดส่วนรถยนต์แบรนด์จีนให้มากขึ้น ในการจัดซื้อจัดจ้างรถยนต์ของภาครัฐ
- ให้เงินอุดหนุนแก่ประชาชนที่ซื้อรถยนต์คันใหม่แทนที่รถยนต์คันเก่าที่สร้างมลภาวะสูง ในวงเงินตั้งแต่ 3,000 – 6,000 หยวน และต่อมาได้ขยายวงเงินอุดหนุนเป็น 18,000 หยวน โดยมาตรการนี้มีกำหนดระยะเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2009 ถึงเดือนมิถุนายน 2010
- มีระบบการเงินที่สนับสนุนการใช้จ่ายของภาครัฐเร็วขึ้น และสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชน โดยรัฐบาลจีนมีการให้เครดิตในการลงทุนแบบก้าวหน้า โดย 4 ธนาคารใหญ่ คือ Construction Bank of China, Industrial Commercial and Bank of China, Bank of China และ Agricultural Bank of China
- อุดหนุนรถยนต์ประหยัดพลังงานและพลังงานสะอาด ได้แก่ Electric Vehicles, Hybrid Fuel Cell
- ส่งเสริมการผลิตตราสินค้าที่เป็นของจีน

4.2 บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ต่างชาติเกือบทุกค่ายเข้ามาลงทุนเพื่อขายในประเทศจีน บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในระดับโลกต่างเล็งเห็นถึงการแสวงหากำไรในตลาดรถยนต์ประเทศจีน ด้วยขนาดตลาดที่ใหญ่ ค่าแรงถูกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ประกอบกับการมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่แข็งแกร่งคือ อุตสาหกรรมเหล็ก และอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้บริษัทรถยนต์ต่างเข้ามาลงทุนตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ในประเทศจีนเป็นจำนวนมาก โดยผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลกต่างมีการเพิ่มกำลังการผลิต การสร้างโรงงานแห่งใหม่ในจีน แต่อย่างไรก็ดี จีนยังมีการจำกัดสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทต่างชาติ

4.3 ผู้ผลิตรถยนต์ทุกรายมีแนวโน้มผลิตรถยนต์พลังงานสะอาด หรือพลังงานทางเลือก ทั้งนี้ เป็นไปตามนโยบายสร้างความมั่นคงด้านพลังงานของจีน ที่เน้นการแสวงหาแหล่งพลังงานทางเลือกอื่นๆ ทดแทนน้ำมัน

ภาพแสดงการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์จีน โดยใช้ Diamond's Model



การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศจีนโดยใช้ SWOT

จากข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์จีนในข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นส่งผลทางบวก ทางลบ รวมถึงอุปสรรคและ โอกาสของอุตสาหกรรมยานยนต์จีน ได้ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths: S)

- 1.1 จีนมีขนาดตลาดที่ใหญ่ทั้งทางด้านปริมาณและมูลค่า โดยปัจจุบันมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์เป็นอันดับ 1 ของโลก
- 1.2 มีปัจจัยการผลิตรวมถึงอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ส่งผลทางบวกต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น มีจำนวนแรงงานมาก ค่าแรงที่ยังอยู่ในระดับแข่งขันได้ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเหล็กที่จีนมีทรัพยากรเป็นของตนเอง และปัจจุบันผลิตเหล็กเป็นอันดับ 1 ของโลก
- 1.3 ศักยภาพของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ปัจจุบันมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และมีการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรวมถึงอำนาจในการต่อรอง
- 1.4 รัฐบาลจีนมีมาตรการที่สนับสนุนส่งเสริมอย่างจริงจัง โดยมีการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การถ่ายโอนด้านเทคโนโลยี รวมถึงการกระตุ้นการบริโภคของประชาชนที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากนี้ การควบคุมโดยส่วนกลาง ทำให้นโยบายพัฒนาชัดเจน ทำได้รวดเร็ว เช่น นโยบายรถยนต์พลังงานทางเลือก รวมทั้งสามารถสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวข้องรองรับได้รวดเร็ว

2. จุดอ่อน (Weakness: W)

- 2.1 ประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่าจีนจะมีค่าแรงที่ถูก และจำนวนแรงงานมากมาย แต่หากเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพต่อคนแล้วยังอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงการใช้ปัจจัยด้านพลังงานต่างๆ ที่ยังคงต้องใช้ในปริมาณมาก จนรัฐบาลจีนมีนโยบายในการลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้เน้นการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง
- 2.2 สาธารณูปโภคพื้นฐานของจีนยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ แม้ว่าจีนจะมีการเร่งลงทุนระดับสาธารณูปโภคพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์จำนวนมหาศาล แต่ด้วยขนาดพื้นที่ของประเทศที่มีขนาดใหญ่และครอบคลุมพื้นที่ที่มีภูมิศาสตร์แตกต่างกัน ทำให้จีนยังต้องเร่งปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานให้มีความครอบคลุมพื้นที่ และมีความเชื่อมโยงมากขึ้น
- 2.3 ภาพลักษณ์ของสินค้าอุตสาหกรรมของจีนยังอยู่ในระดับต่ำในสายตาชาวโลก หากประเทศจีนต้องการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศจีน จำเป็นจะต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศใหม่ โดยต้องมีคุณภาพในระดับสากล
- 2.4 ปัญหาข้อพิพาทระหว่างประเทศ ทั้งในด้านการทุ่มตลาดของจีนและด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยจีนมักมีปัญหาข้อพิพาทระหว่างประเทศเกี่ยวกับการทุ่มตลาดสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศยุโรป และสหรัฐอเมริกา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการผิ่กถูกระเบียบขององค์การการค้าโลกที่จีนร่วมเป็นสมาชิก นอกจากนี้ จีนยังเป็นประเทศที่มีการลักลอบเลียนแบบตราสินค้าต่างๆ รวมถึงสินค้ารถยนต์เป็นจำนวนมาก ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์สินค้าของจีน

3. โอกาส (Opportunities: O)

- 3.1 กระแสการทำเขตการค้าเสรีในระดับต่างๆ ส่งผลให้ประเทศที่ทำข้อตกลงดังกล่าวกับจีนมีการเจรจาเพื่อข้อได้เปรียบ การแลกเปลี่ยนสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อที่สามารถเจาะตลาดสินค้าต่างๆ รวมถึงสินค้านานาชาติในประเทศจีน
- 3.2 การเปลี่ยนถ่ายการลงทุนจากโลกตะวันตก มายังโลกตะวันออก รวมถึงการที่ประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรปต่างประสบปัญหาการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ถือเป็นโอกาสของจีนที่จะสามารถดึงดูดบริษัทนานาชาติระดับโลกให้เข้ามาลงทุน และสามารถถ่ายโอนด้านเทคโนโลยีการผลิตสู่ประเทศจีน
- 3.3 รัฐบาลจีนมีนโยบายสนับสนุนยานยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน โดยแสวงหาพลังงานทางเลือกอื่นๆ จึงเป็นโอกาสให้สินค้านานาชาติที่มีลักษณะเฉพาะมีการเติบโต และมีโอกาสที่จีนจะเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่ใหญ่และมีเทคโนโลยีขั้นสูงในระดับโลกต่อไป

4. อุปสรรค (Threats: T)

- 4.1 การตอบโต้การทุ่มตลาดของประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจโลกอย่างสหรัฐอเมริกา และยุโรป ส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์จีนในระดับโลก
- 4.2 วัฒนธรรม สังคม และภาษา ของประชาชนจีน ที่ยังคงมีกระแสนิยมรักชาติอยู่ในระดับสูง การใช้ภาษากว่า 80% ยังคงใช้ภาษาจีนกลาง ประกอบกับวัฒนธรรมและสังคมของประชาชนที่ไม่ค่อยเป็นระเบียบเรียบร้อย ต่างส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมของประเทศ
- 4.3 กฎ ระเบียบในการทำธุรกิจในประเทศจีน จีนมีการวางกฎระเบียบต่างๆ ในการทำธุรกิจที่ค่อนข้างปกป้องอุตสาหกรรมและคนในประเทศ ทำให้ประเทศต่างๆ ที่เข้ามาลงทุนในจีนต่างพบกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เช่น ปัญหาด้านแรงงาน เป็นต้น

ภาพแสดงการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์จีนโดยใช้ SWOT

จุดแข็ง (Strengths: S) (1) ขนาดตลาดที่ใหญ่ทั้งทางด้านปริมาณและมูลค่า (2) มีปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมสนับสนุนที่ส่งผลทางบวกต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ (3) ศักยภาพของอุตสาหกรรมจีนส่วนยานยนต์ (4) รัฐบาลจีนมีมาตรการสนับสนุนอย่างจริงจัง	จุดอ่อน (Weakness: W) (1) ประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ (2) สาธารณูปโภคพื้นฐานยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ (3) ภาพลักษณ์ของสินค้าจีนยังอยู่ในระดับต่ำในสายตาชาวโลก (4) ปัญหาข้อพิพาทระหว่างประเทศ
โอกาส (Opportunities: O) (1) การทำเขตการค้าเสรีในระดับต่างๆ (2) การเปลี่ยนถ่ายการลงทุนจากโลกตะวันตก (3) รัฐบาลจีนมีนโยบายสนับสนุนยานยนต์	อุปสรรค (Threats: T) (1) การตอบโต้การทุ่มตลาดของประเทศอื่นๆ (2) วัฒนธรรม สังคม และภาษา ของประชาชนจีน (3) กฎ ระเบียบในการทำธุรกิจในประเทศจีน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ลักษณะของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั้น เป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ผลิตมีอำนาจเหนือตลาด รวมทั้งมีอำนาจการกำหนดราคาเหนือผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ส่งเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตรถยนต์ด้วยเหตุนี้ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ซึ่งมีเพียงไม่กี่รายในโลก จึงต่างแสวงหาแหล่งผลิตที่ทำให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงขนาดของตลาดในประเทศด้วย ด้วยเหตุผลที่สำคัญสองประการดังกล่าว จึงทำให้ ประเทศจีนจึงเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนของบริษัทรถยนต์ข้ามชาติ

แม้ประเทศจีนจะมีความได้เปรียบในด้านขนาดตลาด รวมทั้งมีทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานจำนวนมากก็ตาม แต่จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศจีนในบทที่ผ่านมา พบว่า ผู้มีบทบาทสำคัญที่ให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศจีนเติบโตและกลายเป็นประเทศผู้ผลิตยานยนต์รายสำคัญของโลกดังเช่นปัจจุบัน คือ ภาครัฐ ด้วยเหตุที่ประเทศจีนมีการปกครองจากส่วนกลาง ทำให้การกำหนดนโยบายเป็นไปอย่างชัดเจน ดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว และดำเนินการได้สอดคล้องทั้งระบบ อาทิ เมื่อรัฐบาลประกาศสนับสนุนการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน / พลังงานทางเลือกแล้ว ภาครัฐได้สนับสนุนทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมทั้งสร้างสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการใช้รถยนต์ประเภทดังกล่าว เมื่อพิจารณาในบริบทของประเทศไทย การสั่งการจากส่วนกลางเช่นประเทศจีน อาจทำได้ไม่มากนัก แต่การดำเนินการอย่างสอดคล้องเป็นระบบ ก็เป็นตัวอย่งให้เห็นแล้วว่าเกิดประสิทธิผลที่ชัดเจน

แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยกระแสโลกที่มุ่งเข้าสู่โลกไร้พรมแดน มีการค้าแบบเสรี การดำเนินนโยบายโดยการสั่งการเช่นรัฐบาลจีนที่ผ่านมา อาจไม่ได้รับการยอมรับและอาจถูกต่อต้านจากประเทศต่างๆ ดังนั้น การดำเนินการด้วยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนจึงจะทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ตัวอย่างที่ดีประการหนึ่งของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์จีน คือ การรวมกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีศักยภาพเป็นคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เพิ่มเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนเฉพาะทาง และเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง โดยภาครัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวกในระบบโครงสร้างพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาผลกระทบต่อผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยแล้ว ผู้ศึกษามีความเห็น ว่า ผู้บริโภคของประเทศจีนและไทยมีรสนิยมการบริโภคแตกต่างกัน ทำให้ตลาดรถยนต์นั่งของทั้งสองประเทศแตกต่างกันด้วย ในระยะสั้น การเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ในประเทศจีนจึงไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย แต่ในระยะยาว หากตลาดในประเทศจีนอิ่มตัว และผู้ผลิตต้องการแสวงหาตลาดใหม่ โดยใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในประเทศแล้ว ผู้ผลิตในประเทศไทยอาจได้รับผลกระทบได้

แม้ว่าประเทศจีนจะมีศักยภาพในอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่ง แต่ประเทศไทยเอง ก็มีศักยภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีลักษณะเฉพาะทาง คือ รถกระบะขนาด 1 ตัน ที่ประเทศไทยยังคงสามารถรักษาความเป็น Product Champion ไว้ได้ และสามารถส่งออกไปประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งเมื่อพิจารณาลักษณะของตลาดรถยนต์ของจีนนั้น พบว่า อาชีพเกษตรกรยังถือเป็นอาชีพส่วนใหญ่ของชาวจีน และสินค้าเกษตรกรรมของจีน ยังถือเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ให้แก่ชาวจีนในชนบท ดังนั้น การขนส่งโดยใช้รถเพื่อการพาณิชย์ เช่น รถกระบะขนาด 1 ตันยังคงมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ ดังนั้นอุตสาหกรรมรถปิกอัพและชิ้นส่วนยานยนต์ที่เกี่ยวข้อง จึงถือเป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ และมีโอกาสในการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์จีนต่อไป