

ความเป็นมาและขอบเขตของโครงการศึกษา

1.1 ความสำคัญของการศึกษา

ด้วยเป้าหมายการกระจายโอกาสการทำธุรกิจไปสู่ประชาชนทุกระดับ และทุกภูมิภาคเพื่อสร้างพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจใหม่ที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน ภาครัฐจึงได้ดำเนินนโยบายส่งเสริมการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ภายใต้อิทธิพลของภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงและรวดเร็วมากขึ้นทั้งทางด้านต้นทุน การผลิต การขนส่ง และคุณภาพสินค้า ทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ SMEs ของไทยยังสามารถรักษาและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าระดับโลก (Competitiveness in Global Market) ไว้ได้ คือ การย้ายหรือขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ราคาปัจจัยการผลิต และช่องทางการค้าระหว่างประเทศ

การย้ายหรือขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม เป็นช่องทางในการรักษาและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ไทยได้ เนื่องจากประเทศในกลุ่มนี้มีศักยภาพการแข่งขันสูงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพปัจจัยการผลิต ตลาดภายในประเทศ และตลาดการค้ากับต่างประเทศ โดยในด้านทรัพยากรนั้นประเทศในกลุ่ม CLMV ยังมีทรัพยากรที่มีศักยภาพจำนวนมากที่ยังมิได้ถูกนำมาใช้ เช่น แรงงาน ที่ดิน วัตถุดิบทางธรรมชาติและพลังงาน เป็นต้น และมีราคาปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะค่าแรงที่ยังคงต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ส่วนในด้านตลาดภายในของประเทศในกลุ่ม CLMV นั้นภาวะเศรษฐกิจของหลายประเทศในกลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็วของกำลังซื้อสินค้าและบริการของประเทศเหล่านี้เช่นกัน ส่วนในด้านช่องทางการค้ากับตลาดต่างประเทศนั้น นอกจากช่องทางการค้าระหว่างประเทศในระดับอนุภูมิภาค (เช่น ASEAN) แล้ว ประเทศในกลุ่ม CLMV หลายประเทศยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศที่เป็นตลาดนำเข้าสินค้าหลักของโลก (เช่น สิทธิพิเศษทางศุลกากรของสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เป็นต้น)

ในการที่จะส่งเสริมให้ SMEs ของไทยให้มีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลนั้น หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องทราบและเข้าใจถึงสถานการณ์การลงทุนของ SMEs ไทยในกลุ่ม

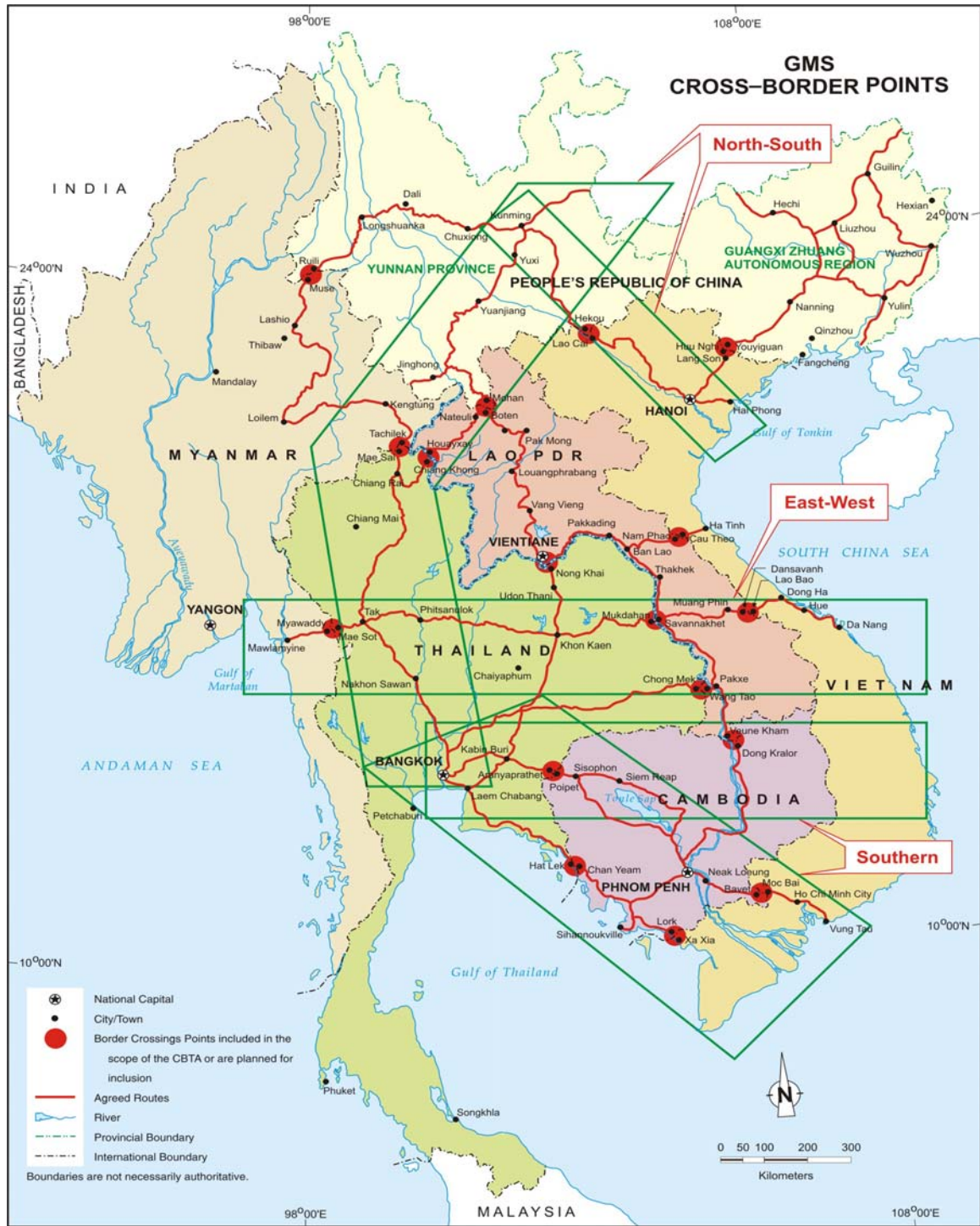
ประเทศ CLMV เช่น รูปแบบการเข้าไปลงทุน ภาคอุตสาหกรรมที่เข้าไปลงทุน กฎระเบียบ ขั้นตอนการเข้าไปลงทุน โอกาส ตลอดจนปัญหาอุปสรรค และความช่วยเหลือที่ต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น ดังนั้นการวิจัยศึกษาในประเทศดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถของ SMEs ไทยในระดับสากล และผลจากการศึกษานี้ยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและดำเนินการทางธุรกิจในประเทศในกลุ่ม CLMV ได้

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า การลงทุนของ SMEs ไทยไปยังประเทศอื่นๆในเอเชีย ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม
- (2) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทาง วิธีการ และโอกาสในการเข้าไปลงทุนยังประเทศในแถบเอเชีย สำหรับ SMEs ซึ่งช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายได้รับทราบถึงรูปแบบการลงทุน
- (3) เพื่อประเมินศักยภาพ ความได้เปรียบและเสียเปรียบในด้านการลงทุน รวมถึงแนวโน้มในการลงทุน การย้ายหรือการขยายฐานการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ไทยในสาขาที่สำคัญไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม
- (4) เพื่อวิเคราะห์ รายงานสถานการณ์การลงทุนของ SMEs ไทยและการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารระดับนโยบาย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

- (1) ขอบเขตในด้านเนื้อหาการศึกษา ประกอบด้วยการศึกษาวิเคราะห์ สถานการณ์ รูปแบบ วิธีการ และประเมินศักยภาพ ความได้เปรียบเสียเปรียบของการย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า การลงทุนของ SMEs ไทยไปยังประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม
- (2) ขอบเขตในด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาการย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า และการลงทุน ของ SMEs ไทย ไปยังประเทศประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม
- (3) ขอบเขตในด้านประชากรที่ศึกษา ได้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยที่มีการย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า และการลงทุน ไปยังประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม และหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนของทั้งสี่ประเทศ รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ



06-gms2723 RM

ภาพประกอบที่ 1.1 แสดงขอบเขตประเทศที่ศึกษาได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม
ที่มา : Asian Development Bank (ADB), 2007

1.4 เป้าหมาย/ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ

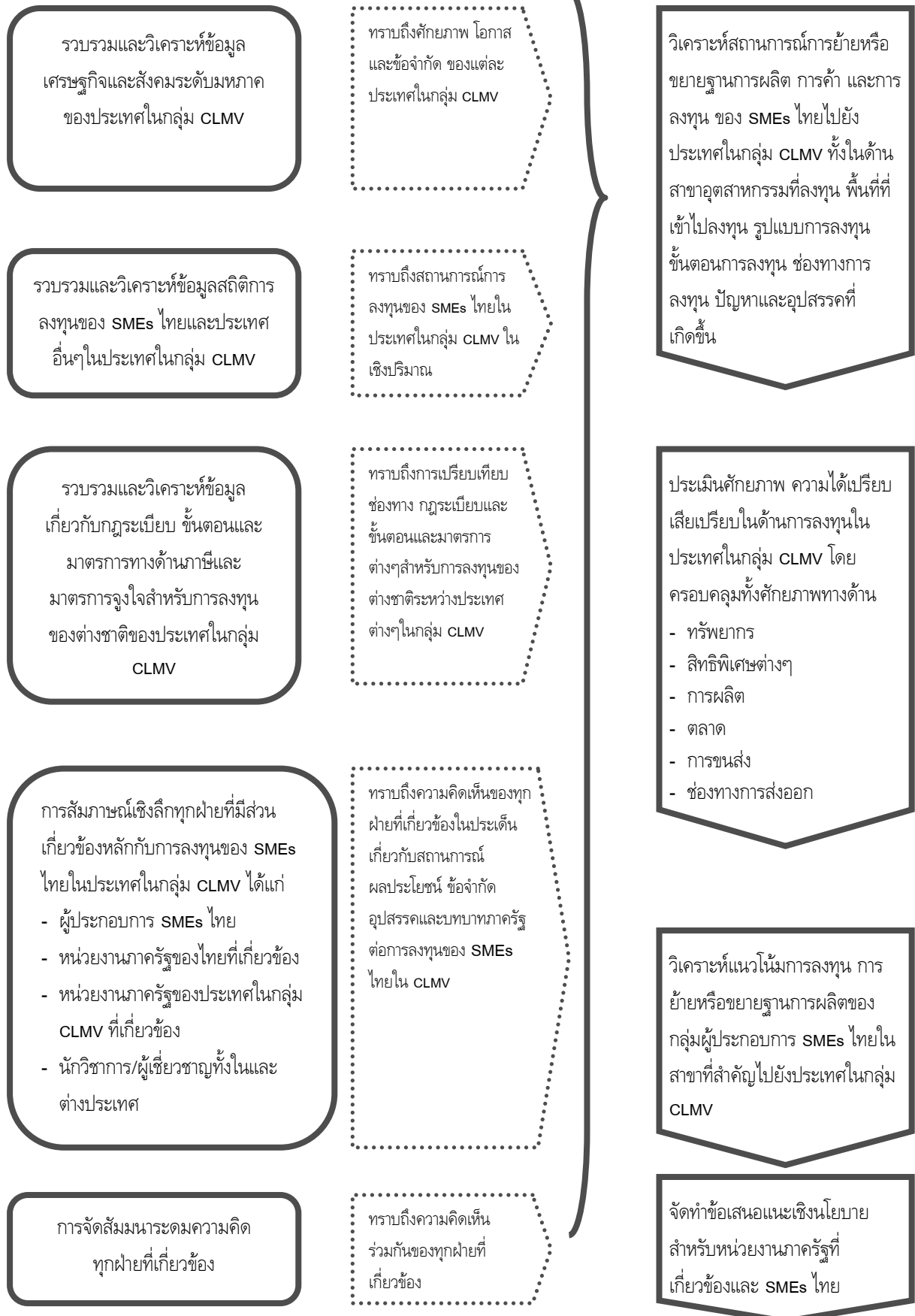
เป้าหมาย

- (1) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการได้ทราบถึงสถานการณ์ รูปแบบ วิธีการ ศักยภาพ ความได้เปรียบเสียเปรียบของการย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า การลงทุนของ SMEs ไทยไปยังประเทศอื่นๆในเอเชีย ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม และสามารถนำผลการศึกษานี้ประกอบการตัดสินใจวางแผนยุทธศาสตร์และนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลและส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในกลุ่มประเทศดังกล่าว
- (2) เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยทั้งที่ได้ลงทุนไปแล้วและกำลังสนใจลงทุนได้มีข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการขยายการลงทุนในประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) บทวิเคราะห์สถานการณ์การย้ายหรือขยายฐานการผลิต การค้า การลงทุนของ SMEs ไทยไปยังประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม
- (2) ผลการวิเคราะห์ช่องทาง วิธีการ และโอกาสในการเข้าไปลงทุนยังประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ของ SMEs ไทย
- (3) ผลการประเมินศักยภาพ ความได้เปรียบเสียเปรียบด้านการลงทุน และผลการวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุน การย้ายหรือ การขยายฐานการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ไทยในสาขาที่สำคัญไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม
- (4) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐต่อการสนับสนุนการย้าย หรือ การขยายฐานการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ไทยในสาขาที่สำคัญไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

1.5 กรอบการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอน

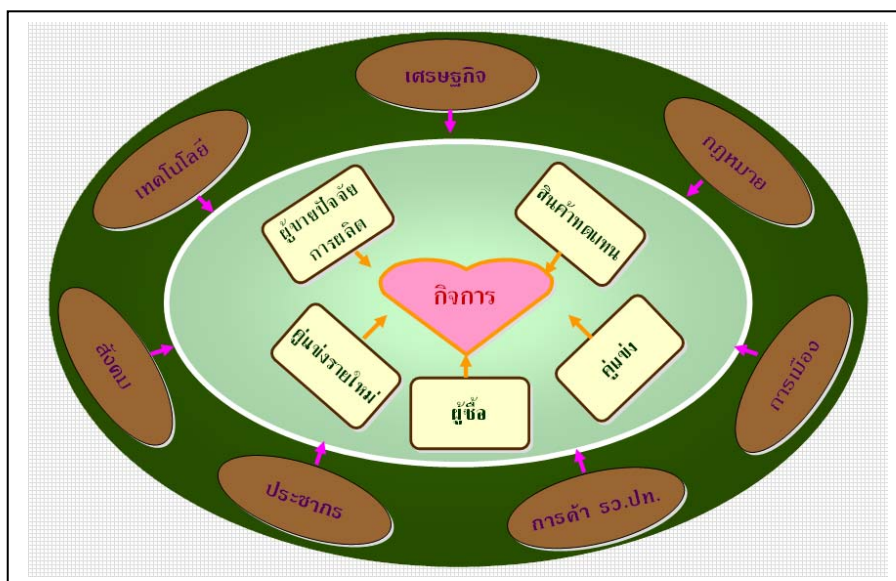


1.6 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสถานการณ์ภาวะการลงทุนข้ามชาติ

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนข้ามชาติ (Oversea Investment) และการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) พบว่าแนวคิดทฤษฎีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษานี้ประกอบด้วย 5 ด้านหลัก คือ แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกทำเลลงทุน (Factors Influencing Location Selection for Investment) และ แนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ (National Industry Competitiveness) แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ และแนวคิดรูปแบบการลงทุนในต่างประเทศ โดยแนวคิดแรกเป็นเสมือนเครื่องมือวิเคราะห์ที่ช่วยทำให้กิจการค้นพบความสามารถหลักและความสามารถในการแข่งขันของตนเองในตลาด และเมื่อกิจการค้นพบว่าตนเองมีโอกาสทางในธุรกิจระหว่างประเทศแนวคิดที่สองก็จะเปรียบเสมือนเครื่องมือที่กิจการใช้ในการประเมินตลาดหรือประเทศที่จะเข้าไปลงทุนว่ามีศักยภาพมากน้อยเพียงใด และเมื่อค้นพบว่าจะเลือกเข้าไปลงทุนในตลาดหรือประเทศใดแล้ว กิจการก็สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดที่สามมาใช้ประเมินหาภาคอุตสาหกรรมที่ประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกสูง และยังสามารถใช้แนวคิดที่ห้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสม

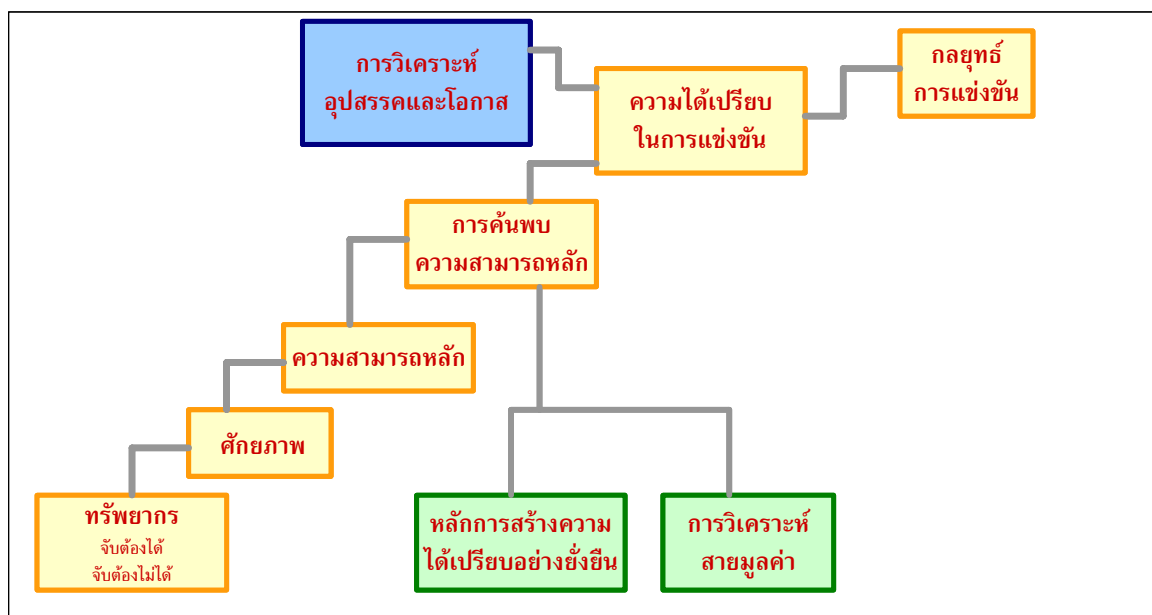
(1) แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)

ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจนั้น ปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจประกอบด้วย 3 กลุ่ม (ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1.2) คือ



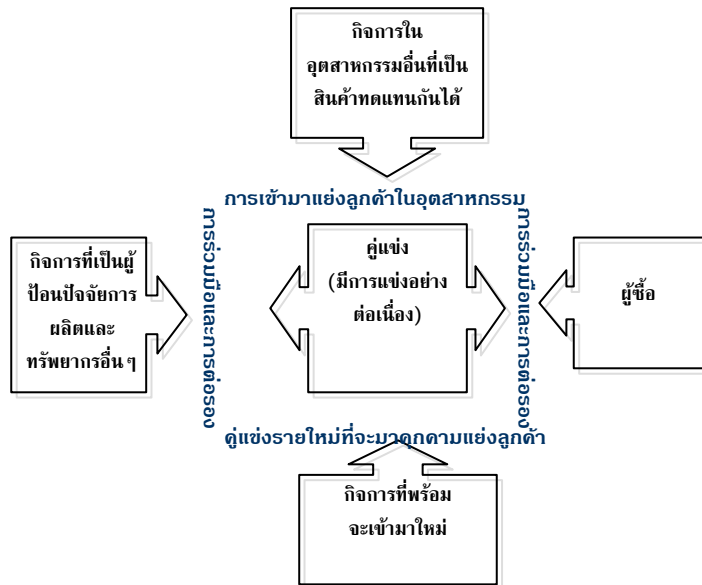
ภาพประกอบที่ 1.2 กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมภายในกิจการ ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรต่างๆขององค์กร ทั้งในมิติของปริมาณและคุณภาพ เช่น จำนวนเงินทุนที่มี จำนวนพนักงาน ระดับความสามารถของพนักงาน ระดับเทคโนโลยีขององค์กร เป็นต้น ปัจจัยด้านโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกิจการที่ต้องการลงทุนยังต่างประเทศนี้ จะทำให้กิจการเหล่านั้นทราบถึงความสามารถหลักที่เด่นของกิจการซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นการได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการได้ (ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1.3) ดังนั้นงานศึกษานี้จึงควรนำแนวความคิดนี้ไปประยุกต์ใช้สำหรับการวิเคราะห์ความสามารถหลักที่เด่นของ SMEs ไทย ที่มีความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าระหว่างประเทศ



ภาพประกอบที่ 1.3 กลไกการพัฒนาความสามารถหลักและความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร

ปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมชั้นกลางหรือในระดับอุตสาหกรรมของกิจการ หรือปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อโครงสร้างการแข่งขันของกิจการ ซึ่งตามแนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ (5-Forces Model) ของ Michael E. Porter ปัจจัยในกลุ่มนี้ประกอบด้วย คู่แข่งขัน ผู้ขายปัจจัยการผลิต ลูกค้า กิจการที่พร้อมจะเข้ามาใหม่ และ สินค้าทดแทน (ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1.4) ซึ่งการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้เป็นการต่อยอดมาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในซึ่งจำทำให้กิจการทราบถึง ความได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการตนในอุตสาหกรรมนั้นๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าก่อนที่ธุรกิจ SMEs ของไทยจะเข้าไปลงทุนในประเทศในกลุ่ม CLMV นอกจากผู้ประกอบการจะต้องประเมินสภาพแวดล้อมภายในของกิจการตนเองแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องประเมินสภาพแวดล้อมในระดับอุตสาหกรรมของประเทศที่จะเข้าไปทำการลงทุนด้วย



ภาพประกอบที่ 1.4 กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมชั้นกลางตามแนวคิดแรงผลักดัน 5 ประการ
ที่มา : Porter , 1980

ปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมภายนอก

นอกจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ

สภาพแวดล้อมชั้นกลางแล้ว กิจการยังควรวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการและตลาดสินค้าและบริการที่กิจการนั้นๆทำการผลิตอยู่ โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถจำแนกได้เป็น 7 ประเภทหลัก คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (เช่น ระดับรายได้ประชาชาติ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย เงินเฟ้อ ค่าแรงขั้นต่ำ เป็นต้น) ปัจจัยทางด้านกฎหมาย (เช่น กฎระเบียบในการจัดตั้งกิจการ กฎหมายสำหรับนักลงทุนต่างชาติ) ปัจจัยทางการเมือง (เช่น เสถียรภาพและความมั่นคงทางการเมือง นโยบายของรัฐบาล) ปัจจัยทางการค้าระหว่างประเทศ (เช่น ระดับการค้าระหว่างประเทศ ช่องทางและสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศ) ปัจจัยทางด้านประชากร (เช่น จำนวนประชากร ระดับการศึกษาของประชากร ทักษะฝีมือของประชากร) ปัจจัยทางด้านสังคม (เช่น ค่านิยม วัฒนธรรมการทำงาน วัฒนธรรมการบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ ทักษะคิตที่มีต่อกิจการ/สินค้าของต่างชาติ เป็นต้น) และปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (เช่น ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตสินค้าที่ผลิต นวัตกรรมของสินค้าที่ผลิต ความสามารถในการลอกเลียนแบบสินค้า เป็นต้น)

**(2) แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกทำเลลงทุน
(Factors Influencing Location Selection for Investment)**

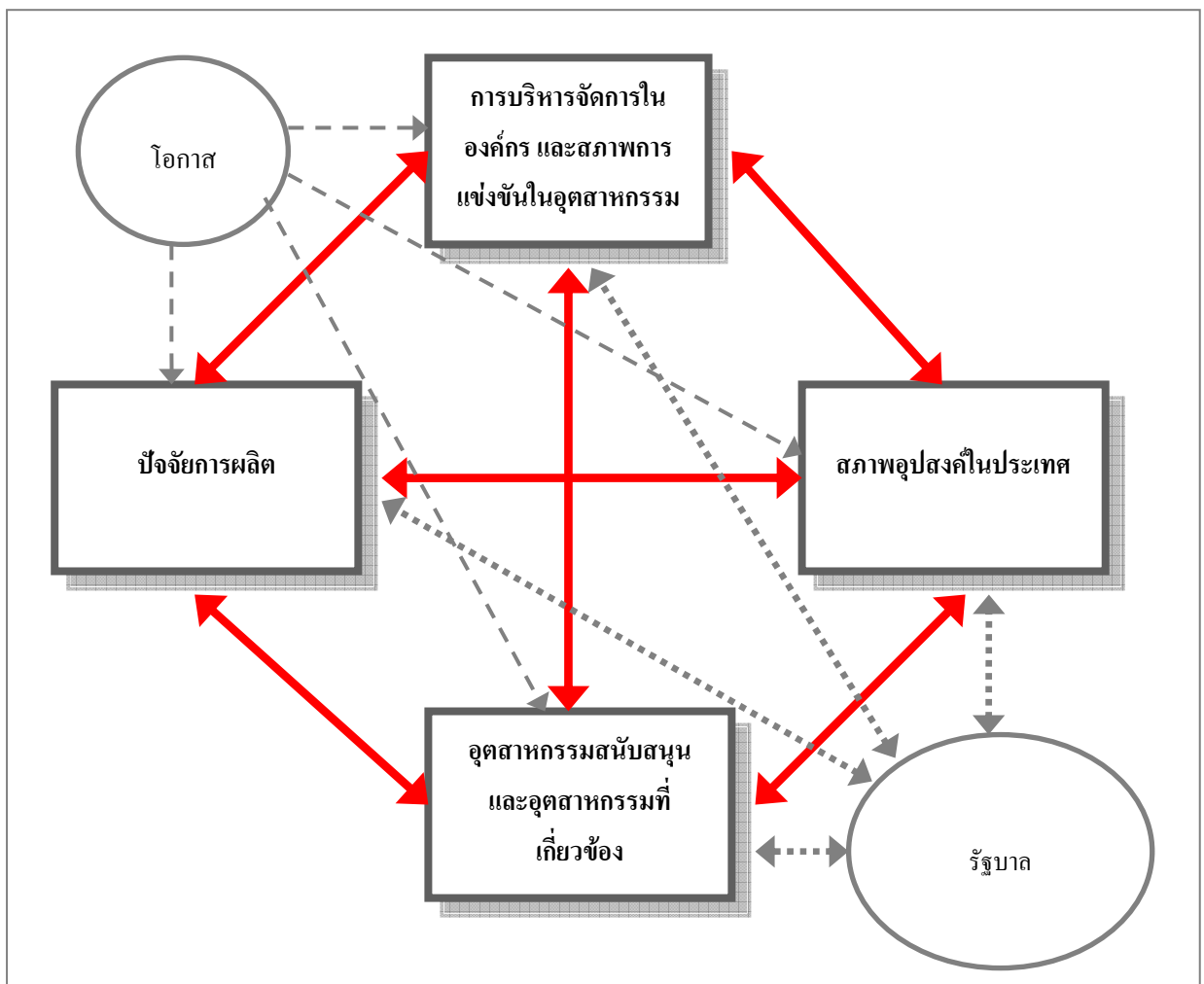
ตามหลักของการบริหารกลยุทธ์ระหว่างประเทศ กิจการที่ต้องการมีความได้เปรียบในระดับโลกจะต้องสามารถดักดวงโอกาสที่มีขึ้น (ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด) ไม่ว่าจะเป็นที่ใดในโลกก็ตามและ

ต้องสามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ดังนั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลลงทุนนั้น นักลงทุนจะต้องมีการตัดสินใจใน 3 ระดับเพื่อให้ตนมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีโอกาสทำกำไรมากขึ้น คือ การเลือกประเทศที่จะลงทุน การเลือกภาคหรือจังหวัดที่จะลงทุนในประเทศที่ได้ตัดสินใจเลือกลงทุนแล้ว และการเลือกทำเลที่จะลงทุนในภาคหรือจังหวัดที่ได้ตัดสินใจเลือกลงทุนแล้ว โดยในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกประเทศที่จะเข้าไปลงทุนนั้น โดยทั่วไปแล้วนักลงทุนจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ คือ

- **ความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของกิจการ** ว่าต้องการที่จะเข้าไปทำธุรกิจผลิตหรือขายสินค้าในภูมิภาคหรือในประเทศใด
- **ปัจจัยด้านการเมือง** ได้แก่ เสถียรภาพทางการเมือง กฎหมายและกฎระเบียบของภาครัฐ (เช่นกฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ การแข่งขัน และสิ่งแวดล้อม) ทศนคติของรัฐบาลที่มีต่อนักลงทุนต่างชาติ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มาตรการจูงใจที่ภาครัฐมีต่อนักลงทุนต่างชาติ และภาษี
- **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ได้แก่ ขนาดทางเศรษฐกิจของประเทศ ระดับรายได้ของประชากร อำนาจซื้อของประชากร ราคาปัจจัยการผลิต เงินเฟ้อ เสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
- **ปัจจัยด้านสังคม** ได้แก่ ค่านิยม วัฒนธรรมการทำงาน วัฒนธรรมการบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ ทศนคติที่มีต่อกิจการ/สินค้าของต่างชาติ
- **ปัจจัยด้านการตลาด** ได้แก่ ขนาดและแนวโน้มของกำลังซื้อภายในประเทศ ช่องทางและสิทธิพิเศษทางการส่งออกไปยังประเทศอื่น ความสามารถในการกระจายสินค้าไปยังตลาดเป้าหมาย
- **ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิต** ได้แก่ ปริมาณ คุณภาพ และราคาของแรงงาน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การเข้าถึงตลาดปัจจัยการผลิต (ทั้งในและนอกประเทศ) ความสามารถและต้นทุนในการจัดการเครือข่ายปัจจัยการผลิต (Supply Chain Management)
- **ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค** ได้แก่ ความสามารถที่จะเข้าถึงและราคาของ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ตลอดจนช่องทางการติดต่อสื่อสารและคมนาคมขนส่งตามเครือข่ายปัจจัยการผลิต

(3) แนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ (National Industry Competitiveness)

ในการวิเคราะห์ว่าอุตสาหกรรมใดในประเทศที่กำลังจะเข้าไปลงทุนมีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกสูงนั้น Porter (1990) ได้เสนอแนวคิดว่าการวิเคราะห์ดังกล่าวจะต้องพิจารณาถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจกรรมในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ซึ่งเปรียบเสมือนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศนั้นๆ ได้แก่ เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต, ลักษณะของอุปสงค์ต่อสินค้าในประเทศ, สภาพของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง, และกลยุทธ์ โครงสร้างการบริหารจัดการของธุรกิจและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งนอกจากปัจจัยทั้งสี่ประการนี้จะมีผลต่อระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของหน่วยธุรกิจของประเทศแล้ว ปัจจัยทั้งหมดยังมีความเกี่ยวข้องและมีผลซึ่งกันและกันด้วย และปัจจัยดังกล่าวยังได้รับผลกระทบจากตัวแปรภายนอกสองประการคือ โอกาสที่เกิดขึ้นและนโยบายของรัฐบาล ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพประกอบที่ 1.5



ภาพประกอบที่ 1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศ (Diamond Model) ที่มา: Porter (1990)

■ **เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต** ปัจจัยการผลิตหมายถึงสิ่งต่างๆที่จำเป็นต้องมีและต้องใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ บทบาทของปัจจัยการผลิตในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นขึ้นอยู่กับ การสร้าง, การปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดความชำนาญอย่างเฉพาะมากกว่าปริมาณปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่และราคาของปัจจัยการผลิตเหล่านั้น หากแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็นสองกลุ่มคือ ปัจจัยการผลิตทั่วไปและปัจจัยการผลิตที่มีความชำนาญเฉพาะสูง จะพบว่าปัจจัยการผลิตประเภทแรกมีส่วนช่วยให้ประเทศมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้เพียงในระยะสั้นและไม่ยั่งยืน ในขณะที่ปัจจัยการผลิตประเภทหลังจะช่วยให้ประเทศมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนหากมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (เนื่องจากปัจจัยการผลิตที่มีความชำนาญเฉพาะในปัจจุบันอาจกลายเป็นปัจจัยการผลิตชนิดทั่วไปในอนาคต) อย่างไรก็ตามการพัฒนาปัจจัยการผลิตควรจะเป็นความรับผิดชอบร่วมกันโดยภาครัฐควรเป็นฝ่ายพัฒนาให้เกิดความชำนาญทั่วไปและภาคเอกชนควรเป็นฝ่ายพัฒนาปัจจัยการผลิตของตนให้มีความชำนาญแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งการพัฒนาปัจจัยการผลิตดังกล่าวก็อาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่เหลืออีก 3 ประการ

- **ปัจจัยด้านอุปสงค์ในประเทศ** ความต้องการของลูกค้าในประเทศมีส่วนช่วยทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับนานาชาติเมื่อ
- ความต้องการภายในประเทศทำให้ผู้ผลิตในประเทศทราบถึงแนวโน้มความต้องการของตลาดอย่างชัดเจนก่อนผู้ผลิตในประเทศอื่น
 - หากความต้องการสินค้าดังกล่าวในประเทศคิดเป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับความต้องการสินค้าดังกล่าวของทั้งโลกจะทำให้ผู้ผลิตมีการประหยัดต่อขนาดและมีการเรียนรู้ความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจนกว่าผู้ผลิตในประเทศอื่น
 - ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศมีลักษณะซับซ้อนและพิถีพิถันมากกว่าความต้องการโดยทั่วไป ซึ่งจะเป็แรงกดดันให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นๆมีการพัฒนาตนเองให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ซึ่งจะทำให้สินค้าของผู้ผลิตนั้นมีลักษณะที่เหนือกว่าผู้ผลิตจากประเทศอื่น
 - ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนั้นมีผลชักจูงให้ผู้บริโภคในประเทศอื่นเกิดความต้องการตามหรือความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนั้นสามารถทำให้ผู้ผลิตในประเทศสามารถคาดการณ์ความต้องการของลูกค้านานาชาติได้แม่นยำขึ้น

- **ปัจจัยทางอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง** เนื่องจากอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่งไม่สามารถผลิตทุกชิ้นส่วนหรือทุกขั้นตอนได้เองหมด จึงทำให้แต่ละ อุตสาหกรรมต้องมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกัน อุตสาหกรรม สนับสนุนที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับนานาชาติสามารถสร้างความได้เปรียบ ให้กับอุตสาหกรรมปลายน้ำขั้นต่อไปได้เนื่องจาก ก) ผู้ผลิตจะเป็นผู้ที่มีปัจจัยการผลิตที่มีจุด แข็งระดับโลก ข) ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพได้เร็วกว่าผู้ผลิตในประเทศ อื่นๆ ค) ผู้ผลิตสามารถร่วมมือกับอุตสาหกรรมสนับสนุนนั้นอย่างใกล้ชิดเพื่อพัฒนานวัตกรรม ในการผลิตใหม่ๆที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่าผู้ผลิตในประเทศอื่นๆ นอกจากนี้หากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้ ประกอบกัน การที่อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งมีความได้เปรียบในการแข่งขันระดับโลก ก็ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกันมีความได้เปรียบตามไปด้วย
- **ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กรและสภาพการแข่งขันในประเทศ** หมายถึงลักษณะ ของการกำเนิด, การพัฒนา, การจัดองค์กร, การบริหาร, และสภาพการแข่งขันขององค์กร โดยอุตสาหกรรมที่ประเทศมีความได้เปรียบจะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทักษะในการบริหาร/ การผลิตที่องค์กรส่วนใหญ่มี (เช่น การบริหารที่เน้นไปที่การพัฒนาการผลิต, การบริหารที่ เน้นไปที่การตลาด เป็นต้น) ทั้งนี้สิ่งต่างๆที่องค์กรแต่ละประเทศอาจมีต่างกันและก่อให้เกิด ได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันระดับโลกได้แก่ พื้นฐานความรู้ของพนักงาน, การฝึกอบรม, ความเป็นเจ้าของกิจการของผู้นำ, การทำงานเป็นทีมหรือตามสายการบังคับบัญชา, เครื่องมือ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ, ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า, ความสามารถที่จะ ประสานงานข้ามฝ่ายต่างๆที่อยู่ในกิจการ, ทักษะคดีที่มีต่อการแข่งขันระหว่างประเทศ, และ ความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการ นอกจากนี้สภาพการแข่งขันที่รุนแรง ของอุตสาหกรรมนั้นในประเทศยังเป็นเสมือนเครื่องบ่มเพาะให้ผู้ผลิตในประเทศมีการพัฒนา นวัตกรรมใหม่ๆ, มีความแข็งแกร่ง, และมีความมั่นใจการออกไปแข่งขันในเวทีระหว่าง ประเทศ ซึ่งสภาพการแข่งขันภายในประเทศที่เน้นไปที่การแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรมจะส่งผลดีต่อความสามารถในการแข่งขันระดับโลกของกิจการมากกว่าสภาพการ แข่งขันภายในประเทศที่เน้นทางด้านราคา

นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอีกสองประการที่มีผลต่อปัจจัยทั้งสี่ประการข้างต้น คือ โอกาสและนโยบาย ของรัฐบาล โอกาสที่มีผลกระทบที่สำคัญได้แก่ การค้นพบสิ่งประดิษฐ์ใหม่, การเปลี่ยนแปลงโดยฉับพลัน ของราคาของสินค้าและปัจจัยการผลิตโดยทั่วไป, การเปลี่ยนแปลงโดยฉับพลันของความต้องการในระดับ

โลกและในระดับภูมิภาค, นโยบายของรัฐบาลประเทศอื่น, และสงครามเป็นต้น ในส่วนของนโยบายรัฐบาลนั้นนับได้ว่ามีบทบาทที่สำคัญในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัย 4 ประการข้างต้น อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิตของประเทศ ซึ่งนโยบายของรัฐบาลเองก็ควรถูกกำหนดมาจากความต้องการหรือลักษณะที่เป็นอยู่ของปัจจัยทั้งสี่ประการ

(4) แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ

UNTAD (2006: p155) ได้จำแนกแรงผลักดันที่มีต่อการตัดสินใจขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ (Drivers to Internationalization) ไว้ 2 ด้านคือ แรงผลักดันจากประเทศต้นทาง (Home Country Drivers: push factors) และแรงผลักดันจากประเทศปลายทาง (Host Country Drivers: pull factors) ซึ่งตามทฤษฎีธุรกิจระหว่างประเทศนั้นแรงผลักดันทั้ง 2 ด้านมีองค์ประกอบที่สำคัญดังแผนภาพที่ 1.6



ภาพประกอบที่ 1.6 แรงผลักดันที่มีผลต่อการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ
ที่มา: รวบรวมโดยคณะวิจัย

ในรายงานการลงทุนโลกประจำปี 2541 (World Investment Report 1998) WTO (1998: p91) ได้อธิบายปัจจัยของประเทศปลายทางการลงทุนที่มีผลต่อการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ โดยจำแนกปัจจัยดังกล่าวออกเป็น 3 ปัจจัยหลักคือ 1. นโยบายที่มีต่อการลงทุนจากต่างประเทศ (Policy Framework

for FDI) 2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Determinants) และ 3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจ (Business Facilitation) ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังแสดงในภาพประกอบที่ 1.7 ในส่วนของปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นรายงานฉบับดังกล่าวได้จำแนกปัจจัยด้านเศรษฐกิจตามประเภทแรงจูงใจของกิจการข้ามชาติทั้ง 3 ด้านคือ ก. แรงจูงใจในการแสวงหาตลาด ข. แรงจูงใจในการแสวงหาทรัพยากร/สินทรัพย์ และ ค. แรงจูงใจในการแสวงหาประสิทธิภาพ

ปัจจัยจากประเทศที่เข้าไปลงทุน	ประเภท FDI จำแนกตามแรงจูงใจของกิจการข้ามชาติ	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจของประเทศที่เข้าไปลงทุน
<p>1. นโยบายต่อการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> • เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม • กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ • มาตรฐานการปฏิบัติต่อกิจการต่างชาติ • นโยบายบายที่มีผลโครงสร้างและการทำงานของตลาด (เช่น การแข่งขัน และการควบรวมกิจการ เป็นต้น) • ช่องตกลงด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ • นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ • นโยบายการค้าระหว่างประเทศ (มาตรการการกีดกันทางภาษีและมิใช่ภาษี) และความสอดคล้องระหว่างนโยบายการค้ากับนโยบายการลงทุนของต่างชาติ • นโยบายทางด้านภาษี 	<p>ก. แสวงหาตลาด</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ขนาดตลาดและรายได้ต่อหัวประชากร • การเติบโตของตลาด • การเข้าถึงตลาดในระดับภูมิภาคและระดับโลก • คุณลักษณะความชอบที่เฉพาะเจาะจงของผู้บริโภค • โครงสร้างตลาด
<p>2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ</p>	<p>ข. แสวงหาทรัพยากร/สินทรัพย์</p>	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุดิบ • ต้นทุนค่าแรงแรงงานไร้ฝีมือที่ต่ำ • แรงงานมีฝีมือ • เทคโนโลยี นวัตกรรม และสินทรัพย์อื่นที่สร้างขึ้น (เช่น ตราสินค้า) ทั้งของกิจการและของเครือข่ายวิสาหกิจ • สาธารณูปโภคทางกายภาพ เช่น ท่าเรือ ถนน ไฟฟ้า และการสื่อสาร เป็นต้น
<p>3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมการลงทุน (เช่น การสร้างภาพลักษณ์ กิจกรรมกระตุ้นการลงทุน และบริการอำนวยความสะดวกการลงทุน) • มาตรการจูงใจให้ลงทุน • ต้นทุนที่ซับซ้อน (เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชัน, ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เป็นต้น) • ความสะดวกสบายของสังคม (เช่น คุณภาพชีวิต โรงเรียนนานาชาติ เป็นต้น) • บริการหลังการลงทุน 	<p>ค. แสวงหาประสิทธิภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนของทรัพยากร/สินทรัพย์ในหัวข้อ ข. (ปรับด้วยระดับผลิตภาพของแรงงานแล้ว) • ต้นทุนของปัจจัยการผลิตอื่นๆ เช่น การขนส่ง การสื่อสารภายในประเทศนั้นและต้นทุนของสินค้าขั้นกลาง • การเป็นสมาชิกของกรอบความร่วมมือ/ข้อตกลงในระดับภูมิภาค

ภาพประกอบที่ 1.7 ปัจจัยของประเทศปลายทางการลงทุนที่มีผลต่อการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ
ที่มา: WTO (1998: p91) *World Investment Report 1998*

(5) แนวคิดรูปแบบการลงทุนในต่างประเทศ

ตามทฤษฎีธุรกิจระหว่างประเทศ กิจการที่มีความประสงค์จะขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมีทางเลือกในการเข้าสู่ตลาดในต่างประเทศ (Modes of Entry) หลายทางเลือก ได้แก่ การส่งออกไปยังประเทศเป้าหมาย (Export) การอนุญาตให้กิจการท้องถิ่นใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของกิจการไปประกอบ

ธุรกิจ (Licensing) การอนุญาตให้กิจการท้องถิ่นดำเนินธุรกิจของกิจการภายใต้ข้อกำหนด (Franchising) การร่วมทุน (Joint Venture) และการลงทุนเองทั้งหมด (Wholly Owned Subsidiaries) โดยแต่ละทางเลือกก็จะมี ความเสี่ยง มูลค่าการลงทุน การได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน และความสามารถควบคุมการบริหารจัดการในต่างประเทศ แตกต่างกันไป ซึ่งโดยสรุปแล้ววิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแต่ละวิธีจะมีข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแบบต่างๆ

วิธีการเข้าสู่ตลาด	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
การส่งออก Exporting	<ul style="list-style-type: none"> ● ไม่ต้องลงทุนก่อสร้างโรงงานใหม่ ● สามารถใช้กำลังการผลิตยังประเทศต้นทางได้เต็มที่ขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีต้นทุนค่าขนส่งสูง ● อาจถูกกีดกันการนำเข้าสินค้า ● อาจมีความขัดแย้งกับตัวแทนขายท้องถิ่น ● ไม่สามารถควบคุมนโยบายการตลาดได้เต็มที่
การอนุญาตให้ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา Licensing	<ul style="list-style-type: none"> ● มีต้นทุนและความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดต่ำ ● สามารถเข้าสู่ตลาดได้แม้ประเทศนั้นมีข้อจำกัดการค้าและการลงทุนของต่างชาติ ● กิจการสามารถใช้ทรัพยากรไปกับการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างเต็มที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโอกาสทำกำไรและการตลาดที่จำกัด ● ไม่สามารถควบคุมเทคโนโลยีการผลิตได้อย่างเต็มที่ ● ไม่สามารถบริหารนโยบายการตลาดในประเทศนั้นและเชื่อมโยงนโยบายการตลาดของสินค้าในระดับโลกได้ ● มีโอกาสที่ผู้ขอใช้ทรัพย์สินทางปัญญาจะกลายเป็นคู่แข่งในอนาคตได้
การอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อกำหนด Franchising	<ul style="list-style-type: none"> ● มีต้นทุนและความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดต่ำ ● สามารถเข้าสู่ตลาดได้แม้ประเทศนั้นมีข้อจำกัดการค้าและการลงทุนของต่างชาติ ● สามารถควบคุมการดำเนินงานของกิจการท้องถิ่นได้มากกว่าการให้ licenses ● ได้รับข้อมูลของตลาดท้องถิ่นจาก franchisee 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโอกาสทำกำไรและการตลาดที่จำกัด ● ไม่สามารถควบคุมเทคโนโลยีการผลิตได้อย่างเต็มที่ ● มีโอกาสที่ franchisee จะกลายเป็นคู่แข่งในอนาคตได้
การร่วมทุน Joint Ventures	<ul style="list-style-type: none"> ● ทราบข้อมูลการตลาดและช่องทางธุรกิจจากผู้ร่วมทุนท้องถิ่น ● กระจายความเสี่ยงร่วมกับผู้ร่วมทุนรายอื่นๆ ● ได้รับการยอมรับจากรัฐบาลของประเทศที่เข้าไปลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความเสี่ยงที่ผู้ร่วมทุนจะเป็นผู้ควบคุมการดำเนินธุรกิจทั้งหมด ● ไม่สามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างอิสระ ● มีโอกาสขัดแย้งกับผู้ร่วมทุน
การลงทุนเองทั้งหมด Wholly owned Subsidiaries	<ul style="list-style-type: none"> ● สามารถตัดสินใจและบริหารกิจการได้อย่างอิสระ ● มีหลักคุ้มครองขีดความสามารถหลักขององค์กร ● สามารถเชื่อมโยงและบริหารนโยบาย/กลยุทธ์ของธุรกิจในระดับโลกได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความเสี่ยงและต้นทุนในการเข้าสู่ตลาดสูง ● ใช้เวลานานกว่ารูปแบบอื่นๆ

ที่มา: รวบรวมโดยคณะวิจัย