

การศึกษาการกระทำของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

สารนิพนธ์

ของ

จีระพงษ์ เพชรศรีสุข

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

การศึกษาการกระทำของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

สารนิพนธ์

ของ

จีระพงษ์ เพชรศรีสุข

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาการกระทำของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

บทคัดย่อ

ของ

จีระพงษ์ เพชรศรีสุข

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2552

จีระพงษ์ เพชรศรีสุข (2552). การศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์  
ราษฎร์นิยม.

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย” มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม รวมทั้งศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นี้ และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย โดยข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษาการกระจุกตัวในครั้งนี้ คือ ยอดการจำหน่ายรถยนต์ของแต่ละยี่ห้อในปี 2547-2551 โดยวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม 3 วิธี คือ Concentration Ratio (CR), Size Ratio (W) และ Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมรถยนต์นี้ และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยการกระจุกตัวของรถยนต์นี้จะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, ฮอนด้า, เชฟโรเลต, และนิสสัน ตามลำดับ ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ จะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ตามลำดับ โดยมีค่า CR มากกว่าร้อยละ 67 แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีระดับการกระจุกตัวสูง และเมื่อพิจารณาค่าของ Size-Ratio จะเห็นว่ามีค่าน้อยกว่า 16 และค่า HHI ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์ มีขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันบ้างเหมือนกันบ้าง โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์มีลักษณะแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยมีการแข่งขันกันมากในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งบริษัทที่มีอำนาจผูกขาดที่เด่นชัดของรถยนต์นี้ ได้แก่ โตโยต้า, ฮอนด้า, เชฟโรเลต, และนิสสัน ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ได้แก่ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ สามารถผลิตรถยนต์ที่หลากหลายรองรับความต้องการของตลาดได้อย่างกว้างขวาง ประกอบกับนโยบายของรัฐในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจจนถึงปัจจุบัน ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการรายใหญ่มาโดยตลอด และการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดกว้าง แต่มีได้มุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่มีฐานทางการตลาดเหมือนผู้ประกอบการรายเดิม อีกทั้งการลงทุนจัดตั้งโรงประกอบรถยนต์ของผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องใช้เงินจำนวนมาก และใช้เวลาในการดำเนินการนานกว่าที่จะสามารถผลิตรถยนต์ออกสู่ตลาดได้ นอกจากนี้กว่าที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของรถยนต์ที่ตนผลิต ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจต้องใช้เวลาานาน จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่

อุตสาหกรรม ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มกระจุกตัวเพิ่มขึ้น ในระยะยาวรัฐบาลควรมุ่งเน้น  
ใช้นโยบายการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่ยังไม่มีฐานทางการตลาดเหมือน  
ผู้ประกอบการรายเดิมเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อลดอำนาจการผูกขาดของผู้ประกอบการราย  
เดิม เพราะหากผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สามารถผลิตรถยนต์ออกมาแข่งขันในตลาดได้ก็น่าจะส่งผล  
ให้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมลดลง และเป็นการสร้างบรรยากาศในการแข่งขันให้เกิดขึ้นระหว่าง  
ผู้ผลิตในประเทศ อันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคให้มีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งยัง  
ก่อให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์  
ภายในประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ให้กลายเป็นศูนย์กลาง  
การผลิตและการส่งออกในภูมิภาคเอเชียได้ต่อไป

THE STUDY OF AUTOMOBILE INDUSTRY CONCENTRATION IN THAILAND

AN ABSTRACT

BY

CHEERAPONG PETCHSREESOOK

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Economics Degree in Managerial Economics  
at Srinakharinwirot University

May 2009

Cheerapong Petchsreesook. (2009) . *The Study of Automobile Industry Concentration in Thailand Area*. Master's Project , M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assoc.Prof. Dr.Aotip Ratniyom.

This research is “ The Study of Automobile Industry Concentration in Thailand”. The purpose of this research was to study the automobile industry production, marketing, policy of government, problem and barrier to industry including the concentration of automobile industry and automobile commerce in Thailand. The document used for this research was the statistics of differences in 2004-2008 automobile sales. Three methods to analyze this research were Concentration Ratio (CR), Size Ratio (W), and Herfindahl-Hirschman Index (HHI).

The results of this study revealed that both private automobile industry and commercial automobile industry had strengthened and remained unidirectional. According to the results the concentration of the private automobile industry would be the four big companies: Toyota, Honda, Chevrolet and Nissan. As for commercial automobile it is dominated by four big companies: Toyota, Isuzu, Nissan, and Mitsubishi with a combined CR of more than 67 percent. It shows the overall concentration of automobile Industry in Thailand had strengthened. The companies with a Size Ratio less than 16 and lower HHI also increased. The result showed the proportion of business of automobile producers was different. The marketing structure of automobile industry is semi-competitive and semi-trusted. The survey was made in the same groups of automobile producers. The producers who had strong market share of private automobile industry are Toyota, Honda, Chevrolet and Nissan and commercial automobiles, Toyota, Isuzu, Nissan, and Mitsubishi. Furthermore, as demand arises the big producers can churn out a lot of automobiles on demand. After 1997 the economic crisis until now the government policy had favored some big producers and Thailand had many promotions of investment for them but did not for the new producers. The new producers who want to start in the automobile industry need more money and time to develop a business. Furthermore, the long time required for the new producers to develop quality control and establish creditworthiness of their automobile

companies for customers are certainly serious to new manufactures in the automobile industry. It affected the CR of auto industry to be risen up. As a resault, in long term, the government should emphasize the policy of investment promotion for new entrepreneur in order to lesson the monopoly of former entrepreneur. Even if new entrepreneur could produce automobile for market competition, the CR would be fallen down and it made them be competitive among domestic manufacturers-it affected customers to have more choices for purchasing and to cause the continual investment in medium-size industry and small-scale industry. This made Thailand develop automobile industry to be the core of manufacturing and export in Asian region.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย ของ  
จิระพงษ์ เพชรศรีสุข ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

คณะกรรมการสอบ

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

ประธาน

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉันทา ต้นสกุล)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

(รองศาสตราจารย์ ดร. เรณู สุขารมณ์)

วันที่ ..... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือ และความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาทั้งใน ด้านวิชาการ แนวทางในการปฏิบัติงานวิจัยให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย และ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องติดตามความคืบหน้าของสารนิพนธ์มาโดยตลอด นอกจากนี้ผู้เขียน ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐกา ตันสกุล และ อาจารย์ประภาพร เพ็ญพสุกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ ในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา และขอขอบพระคุณ ความเอื้อเฟื้อสนับสนุนข้อมูลของ เจ้าหน้าที่ห้องสมุด และเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ท้ายสุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และขอบคุณเพื่อนทุกคน ที่ได้คอยให้ กำลังใจ ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและทำสารนิพนธ์และหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้คงจะเป็น ประโยชน์ต่อผู้อ่านบ้าง โดยคุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณ แต่บิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และอบรมสั่งสอนผู้ศึกษามาจน บัดนี้

จีระพงษ์ เพชรศรีสุข

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	5
ความสำคัญของการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
ความเป็นมาและสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์.....	8
การผลิตรถยนต์.....	15
การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย .....	21
การส่งออกรถยนต์ .....	23
ผู้ประกอบการรถยนต์.....	23
นโยบายรัฐ .....	26
ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม .....	31
สถานการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปัจจุบัน.....	31
ทฤษฎีการกระจุกตัว .....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านสภาพทั่วไป.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการวัดการกระจุกตัว.....	37
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	45
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล .....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	47

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	48
ผลการศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย.....	48
ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ .....	55
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	60
สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญและขอบเขตของการวิจัย.....	60
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผล.....	64
ข้อเสนอแนะ.....	67
บรรณานุกรม .....	69
ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์.....	72

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนการผลิต และยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2540 – พ.ศ.2550.....	2
2 ยอดจำหน่าย และส่วนแบ่งตลาดรถยนต์รวมทุกประเภท ปี พ.ศ.2546 – พ.ศ.2550.....	4
3 กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ ปี พ.ศ.2549.....	20
4 ยอดการผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2544 – พ.ศ.2551 .....	21
5 ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2544 – พ.ศ.2551 .....	22
6 ยอดการส่งออกรถยนต์ของไทย ปี พ.ศ.2544 – พ.ศ. 2551 .. .....	23
7 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรถยนต์.....	24
8 รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์.....	25
9 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	39
10 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล .....	45
11 แสดงตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ .....	49
12 แสดงผู้ประกอบการนำเข้ารถยนต์อิสระ .....	51
13 การส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายรถยนต์ ในงานมอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 30 .....	53
14 การคำนวณค่าการกระจุกตัว $CR_4$ และ Size Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง.....	55
15 การคำนวณค่าการกระจุกตัว $CR_4$ และ Size Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์.....	56
16 การคำนวณค่าการกระจุกตัวโดยวิธี HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง.....	57
17 การคำนวณค่าการกระจุกตัวโดยวิธี HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อการพาณิชย์.....	58
18 การเปรียบเทียบค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ .....	59

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงจำนวนการผลิตและยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2540 – พ.ศ.2550.....	3
2 กรอบแนวคิดการศึกษาศาสนาภาพทั่วไป และการวัดการระจุกตัวของ อุตสาหกรรมรถยนต์ไทย.....	7
3 กระบวนการของอุตสาหกรรมรถยนต์ ตั้งแต่รายการผลิตจนถึง การจำหน่าย .....	19

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

รถยนต์ถือเป็นปัจจัยสำคัญของประชาชน เนื่องจากข้อจำกัดของระบบขนส่งมวลชนภายในประเทศ ทำให้ประชากรส่วนใหญ่เลือกใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะในการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมือง เช่น กรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบ นอกจากนี้การเป็นเจ้าของรถยนต์ในสังคมไทยปัจจุบันนั้นถือเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะทางสังคมอย่างหนึ่ง ดังนั้น เมื่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น ประชาชนจึงเลือกที่จะซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น โดยหลังจากเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศที่เริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ.2540 – 2541 จากการที่รัฐบาลประกาศลดอัตราดอกเบี้ยบาท ทำให้ต้นทุนการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์จากต่างประเทศสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตรถยนต์สูงขึ้นด้วย การประกาศปิดสถาบันการเงินจำนวน 56 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ขนาดใหญ่แทบทั้งสิ้น การหดตัวของสินเชื่ออย่างรุนแรง การดำเนินนโยบายอัตราดอกเบี้ยสูง ส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องและกำลังซื้อในประเทศลดลง ปัญหาต่างๆ ดังกล่าว ได้ส่งผลต่อโรงงานประกอบรถยนต์ เนื่องจากปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ได้ลดลงเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศค่อยๆ เพิ่มขึ้น และจากการที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ ทำให้ราคาขายรถยนต์ส่งออกต่ำลงส่งผลดีต่อการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นด้วย และต่อมารัฐบาลได้ประกาศยกเลิกมาตรการการกำหนดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนขึ้นต่ำในประเทศตามพันธกรณีองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 เพื่อการแข่งขันเป็นไปตามระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ทำให้มีการใช้ชิ้นส่วนในประเทศลดลงและมีการนำเข้าเพิ่มขึ้น แต่ก็มี การปรับเพิ่มอากรขาเข้าสำหรับชิ้นส่วนรถยนต์สำเร็จรูป (CKD) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การคุ้มครองผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถยนต์ในประเทศสังเกตได้จากยอดการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศที่มีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการเก็บข้อมูลสถิติยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย พบว่าระหว่างปี พ.ศ.2544 – 2548 ยอดการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศโดยรวมอยู่ที่ 296,985 คัน , 409,362 คัน , 533,176 คัน , 626,026 คัน , 703,261 คัน ตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ.2549 –2550 ยอดการจำหน่ายโดยรวมลดลงอยู่ที่ 682,693 คัน , และ 631,251 คัน โดยยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ ปี 2550 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 7.4 ซึ่งเป็นยอดการจำหน่ายที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนในสถานการณ์การเมือง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลง และราคา

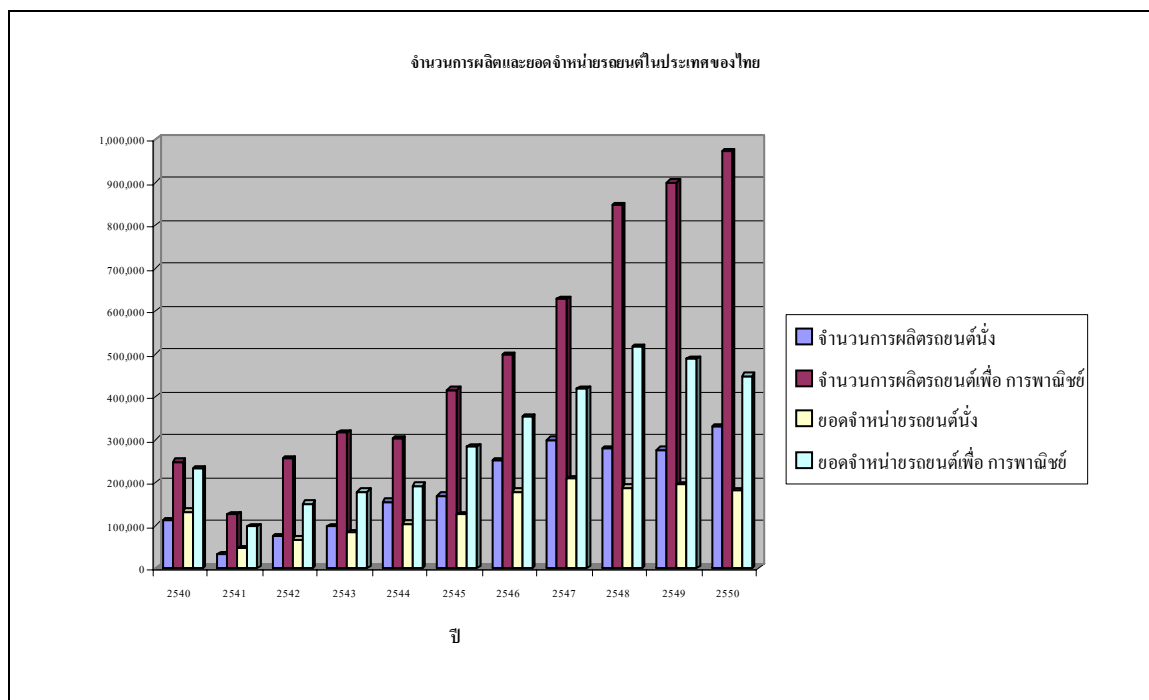
น้ำมันที่พุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสรุปปริมาณการผลิตและยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในประเทศไทยได้ ตามตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนการผลิตและยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย ปี พ.ศ.2540-2550

หน่วย : คัน

ปี	จำนวนการผลิต			การเปลี่ยนแปลง		ยอดจำหน่าย			การเปลี่ยนแปลง	
	รถยนต์นั่ง	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	รวม	แปลง (%)	รถยนต์นั่ง	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	รวม	แปลง (%)		
2540	112,041	248,262	360,303	-35.6	132,060	231,096	363,156	-38.4		
2541	32,008	126,122	158,130	-56.1	46,300	97,765	144,065	-60.3		
2542	72,716	254,517	327,233	106.9	66,858	151,472	218,330	51.5		
2543	97,129	314,592	411,721	25.8	83,106	179,083	262,189	20.1		
2544	156,066	303,352	459,418	11.6	104,502	192,483	296,985	13.3		
2545	169,321	415,630	584,951	27.3	126,353	283,009	409,362	37.8		
2546	251,684	498,828	750,512	28.3	179,005	354,171	533,176	30.6		
2547	299,439	628,642	928,081	23.7	209,110	416,916	626,026	17.4		
2548	277,603	847,713	1,125,316	21.3	193,617	509,644	703,261	12.3		
2549	276,178	900,662	1,176,840	4.6	194,269	488,424	682,693	-2.9		
2550	329,223	971,893	1,301,116	10.6	182,767	448,484	631,251	-7.4		

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย (2551).



ภาพประกอบ 1 แสดงจำนวนการผลิตและยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2540 – 2550

ที่มา: จากตาราง 1

และถึงแม้ในปี พ.ศ. 2550 จะมีผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยหลายราย แต่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ส่วนใหญ่จะอยู่ที่บริษัท โตโยต้า, อีซูซุ และฮอนด้า เป็นส่วนใหญ่ จะเห็นได้จากการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดระหว่างปี พ.ศ.2546 - 2550 พบว่าบริษัทที่ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดยังคงเป็น 3 บริษัทคือ โตโยต้า, อีซูซุ และฮอนด้า โดย โตโยต้า ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ 35.40 , 37.41 , 39.52 , 42.38 และ 44.63 ตามลำดับ อันดับ 2 ได้แก่ อีซูซุ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 24.65 , 23.95 , 25.12 , 26.25 และ 23.93 ตามลำดับ และอันดับ 3 ได้แก่ ฮอนด้า มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 12.95 , 11.98 , 8.32 , 9.77 และ 9.27 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปส่วนแบ่งการตลาดยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวมได้ตาม ตาราง 2

ตาราง 2 ยอดจำหน่าย และส่วนแบ่งตลาดรถยนต์รวมทุกประเภท ปี พ.ศ. 2546-2550

บริษัท/ปี	2546		2547		2548		2549		2550	
	จำนวน (คัน)	%	จำนวน (คัน)	%	จำนวน (คัน)	%	จำนวน (คัน)	%	จำนวน (คัน)	%
โตโยต้า	188,744	35.40	234,177	37.41	277,955	39.52	289,108	42.38	281,726	44.63
ฮิอุซุ	131,428	24.65	149,918	23.95	176,718	25.12	179,079	26.25	151,033	23.93
ฮอนด้า	69,046	12.95	75,005	11.98	58,515	8.32	66,633	9.77	58,525	9.27
นิสสัน	43,561	8.17	45,697	7.30	40,602	5.77	30,625	4.49	38,297	6.07
มิตซูบิชิ	34,123	6.40	36,856	5.89	47,419	6.74	29,624	4.34	27,311	4.33
เซฟโรเล็ต	13,529	2.54	17,345	2.77	33,939	4.82	29,622	4.34	22,796	3.61
ฟอร์ด	22,660	4.25	24,718	3.95	23,449	3.33	19,216	2.82	15,126	2.4
มาสด้า	13,810	2.59	14,130	2.26	18,670	2.70	16,046	2.35	14,830	2.35
อื่นๆ	16,275	3.05	28,180	4.50	44,664	3.68	22,740	3.26	21,607	3.42
<b>รวม</b>	<b>533,176</b>	<b>100.00</b>	<b>626,026</b>	<b>100.00</b>	<b>703,261</b>	<b>100.00</b>	<b>682,693</b>	<b>100.00</b>	<b>631,251</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : ข้อมูลจากเว็บไซต์ของ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (www.toyota.com)

จะเห็นได้ว่า บริษัทโตโยต้ามีแนวโน้มเป็นผู้มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับยอดจำหน่ายรถยนต์ทุกประเภทเพิ่มขึ้น บริษัทฮิอุซุคู่แข่งตรงตัว ส่วนบริษัทอื่นๆ มีแนวโน้มในการครองส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง และจากการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในช่วงที่ผ่านมาจัดได้ว่าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยเติบโต ทำให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น การแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ เป็นการแข่งขันทั้งในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายและกลุ่มนำเข้าอิสระ สำหรับการแข่งขันในกลุ่มตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ กิจกรรมการตลาดหลายรูปแบบได้ถูกนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนชำระในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การเพิ่มของแถมและอุปกรณ์ตกแต่ง หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทตัวแทนผู้ผลิตรถยนต์ยังมีการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ออกมาจำหน่าย เพื่อกระตุ้นยอดจำหน่ายรถยนต์เป็นช่วงๆ นอกจากนี้การปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต ส่งผลให้การแข่งขันในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากราคารถยนต์บางรุ่นจะมีการปรับตัวลดลง ตัวแทนจำหน่ายจึงได้ทำการปรับลดราคารถยนต์ลงเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นตลาดรถยนต์ในช่วงนี้ให้คึกคักขึ้นในระดับหนึ่ง ปัจจุบันจากปัจจัยหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เช่น สถานการณ์

ราคาน้ำมันที่ยังคงผันผวน อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันหน้ามาให้ความสนใจรถยนต์ที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น เช่น รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์เล็กกลง หรือรถยนต์ Hybrid เป็นต้น สำหรับการแข่งขันในกลุ่มผู้นำเข้ารถยนต์อิสระจะเป็นการแข่งขันในด้านการคัดเลือกรถยนต์มาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาให้มากที่สุด อีกทั้งยังเน้นด้านคุณภาพและความรวดเร็วของการให้บริการ บริษัทผู้นำเข้ารถยนต์อิสระที่มีศูนย์บริการครบวงจร จึงจะสามารถแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตนได้ ส่วนการแข่งขันระหว่างตัวแทนจำหน่ายและผู้นำเข้ารถยนต์อิสระนั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากมีการดำเนินนโยบายทางการตลาดที่ต่างกัน มีฐานลูกค้าคนละกลุ่ม และสินค้าที่จำหน่ายจะมีความแตกต่างกัน

ดังนั้นจากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม รวมทั้งเพื่อวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย

### **ความมุ่งหมายของการวิจัย**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม
2. เพื่อวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย

### **ความสำคัญของการวิจัย**

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
2. ผลของการศึกษาทำให้ทราบถึงการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศไทย หน่วยธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขัน รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้าสู่ธุรกิจนี้ ในอนาคตด้วย

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม รวมทั้งวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ที่จำหน่ายในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2551

### 2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

2.1 สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่รวบรวมจากเอกสารส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สมาคมยานยนต์ ธนาकारแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลบรรยายเชิงพรรณนาให้เห็นสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

2.2 ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทางสถิติที่สำคัญที่หน่วยงานราชการและภาคเอกชนได้มีการจัดเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลไว้แล้วจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลทางระบบ Internet บริษัท โตโยต้า ประเทศไทย จำกัด บริษัท ตรีเพชร อีซูซุเซลส์ จำกัด สถาบันยานยนต์ไทย กรมโรงงานอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **อุตสาหกรรมรถยนต์** หมายถึง หน่วยธุรกิจทั้งที่เป็นผู้ผลิต และผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์

2. **รถยนต์นั่ง** หมายถึง รถเก๋งหรือรถยนต์สำหรับนั่งเป็นปกติวิสัย มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ

3. **รถยนต์เพื่อการพาณิชย์** หมายถึง รถยนต์ที่มีไว้เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ทางด้านการค้า การบริการขนส่ง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หรือเพื่อการใช้ในการบรรทุกโดยสาร โดยผลประโยชน์ที่ได้รับอาจจะเป็นในรูปของตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้

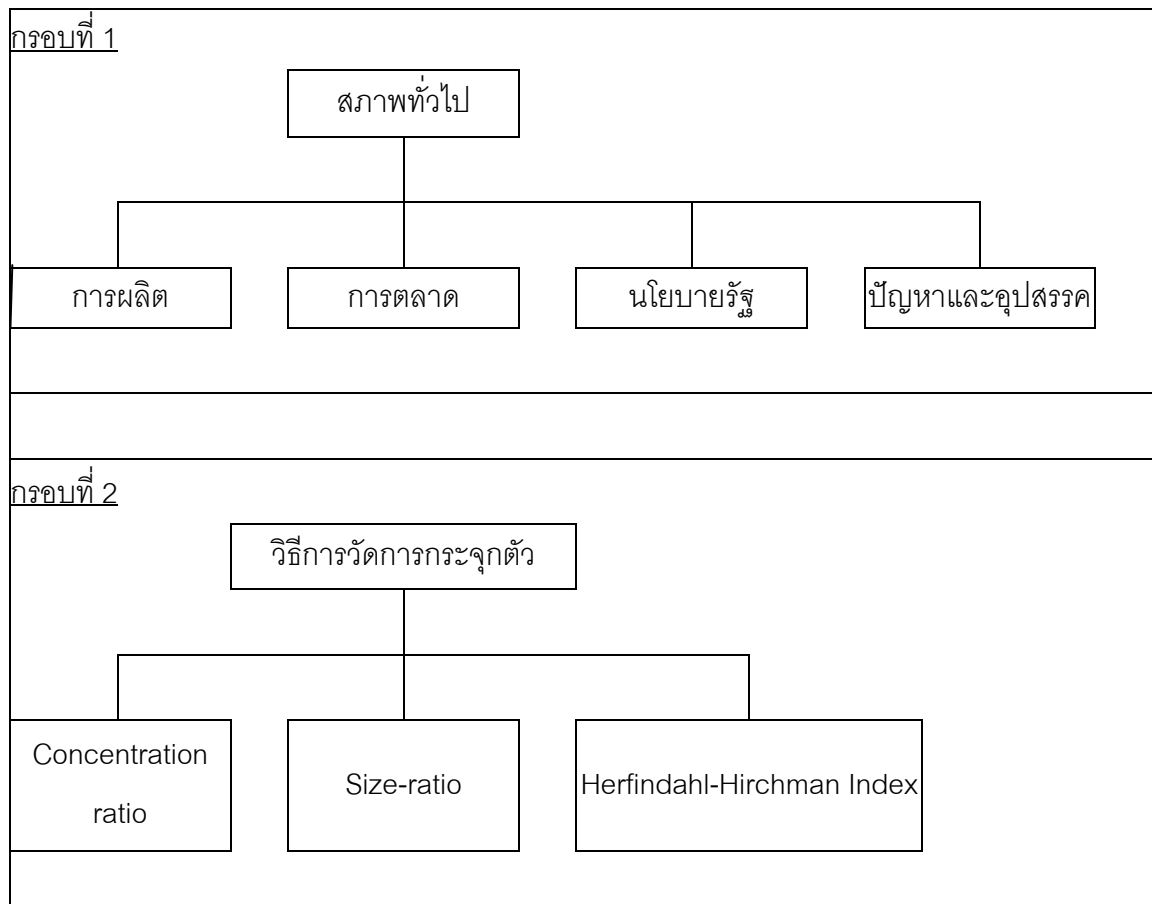
4. **การกระจุกตัว** หมายถึง ดัชนีชี้วัดกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์แต่ละรายในโครงสร้างตลาดว่ามีการกระจุกตัวในยอดการจำหน่ายเป็นอย่างไร โดยวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม 3 วิธี คือ Concentration Ratio (CR), Size Ratio (W) และ Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เช่น ดัชนี Herfindahl – Hirschman

5. **จำนวนผู้จำหน่าย** หมายถึง จำนวนบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์แต่ละยี่ห้อในประเทศไทย

6. **ยอดการจำหน่าย** หมายถึง จำนวนรถยนต์ใหม่ของแต่ละยี่ห้อที่จำหน่ายได้ในประเทศไทย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการ และการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการศึกษาสภาพทั่วไป และการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย
  - 1.1 การผลิตรถยนต์
  - 1.2 การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ
  - 1.3 การส่งออกรถยนต์
  - 1.4 ผู้ประกอบการรถยนต์
  - 1.5 นโยบายรัฐ
  - 1.6 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม
  - 1.7 สถานการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปัจจุบัน
2. ทฤษฎีการกระจุกตัว
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านสภาพทั่วไป
  - 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการวัดการกระจุกตัว

#### 1. ความเป็นมาและสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญลำดับต้นๆ ของประเทศ ทั้งในด้านการมูลค่าการผลิต การส่งออกและการจ้างงาน มีการพัฒนามากกว่า 40 ปี หากมองย้อนกลับไปในอดีตจะเห็นว่ารัฐบาลได้เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงนโยบายอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้อุตสาหกรรมปรับตัวและเข้มแข็งขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งนโยบายหลักๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้ ดังนี้

(ส่งเสริมการลงทุน. 2549:39-43)

1. ช่วงเริ่มต้นของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ ในปี 2503 - 2513
2. ช่วงเริ่มบังคับใช้ชิ้นส่วนอะไหล่ประกอบรถยนต์ ในปี 2514 - 2520
3. ช่วงการคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2521 - 2532
4. ช่วงการเปิดเสรีของอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2533 - 2539
5. ช่วงภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2540 - 2541
6. ช่วงฟื้นตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2542 - 2548

### ช่วงเริ่มต้นของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ ในปี 2503 - 2513

ประเทศไทยมีการประกอบรถยนต์ในประเทศครั้งแรกในปี พ.ศ.2503 โดยมีการประกอบรถเพียงไม่กี่ร้อยคัน ชิ้นส่วนที่ใช้ประกอบต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศหรือบริษัทแม่แทบทั้งสิ้น และเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนแบบ CKD หรือ Complete Knock-Down ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือบีโอไอ ได้เปิดให้การส่งเสริมประกอบรถยนต์แก่ผู้ได้รับส่งเสริม 4 ราย หรือที่เรียกว่า Four Pioneers อันได้แก่ บริษัท อุตสาหกรรมไทยมอเตอร์ จำกัด ซึ่งสนับสนุนโดย บริษัท แองโกล-ไทย มอเตอร์ส จำกัด และเป็นตัวแทนจำหน่ายรถฟอร์ดในประเทศไทยในขณะนั้น บริษัท กรรณสูตร จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์พียด บริษัท สยามกลการและนิสสัน จำกัด ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ดัสสันและนิสสัน และ บริษัท ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่ายรถเบนซีในขณะนั้น

พัฒนาการอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยเริ่มต้นอย่างจริงจังในปี 2512 เริ่มจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือบีโอไอ ได้ให้การส่งเสริมประกอบรถยนต์เพิ่มขึ้นอีก 10 โรง รวมเป็น 14 โรง การประกอบรถยนต์จึงมีปริมาณเพิ่มขึ้น แต่การมีโรงประกอบรถยนต์จำนวนมากในช่วงนั้น ไม่ได้ช่วยให้ไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น เนื่องจากทำให้ปริมาณการผลิตไม่ได้ขนาดที่จะทำให้เกิดการประหยัด (Economies of Scale) ได้ เพราะแต่ละรายมีการประกอบรถหลายรุ่น หลายแบบ รัฐบาลจึงเห็นว่าหากปล่อยให้มีการนำเข้าชิ้นส่วนมาประกอบรถเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จะไม่เป็นการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศ รัฐบาลโดยบีโอไอจึงประกาศยกเลิกการให้การส่งเสริมประกอบรถยนต์ในปี พ.ศ.2512 และเปลี่ยนมาให้การส่งเสริมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์แทน พร้อมกับกำหนดนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศแทนการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ในปี พ.ศ.2513 รัฐบาลได้ใช้มาตรการทางภาษีอากรเพื่อการคุ้มครองอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ภายในประเทศ โดยออกพระราชกำหนดพิกัดศุลกากร พ.ศ.2513 ปรับภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป (Completely Built Up-CBU) เพิ่มขึ้น สำหรับรถยนต์นั่ง รถแวน และรถปิกอัพ รถบรรทุก จากร้อยละ 60,40 และ 20 เป็นร้อยละ 80,60 และ 40 ตามลำดับ

### ช่วงเริ่มบังคับใช้ชิ้นส่วนอะไหล่ประกอบรถยนต์ ในปี 2514 - 2520

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์เริ่มเปลี่ยนไป โดยรัฐบาลได้พยายามที่จะทำให้เกิดอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างแท้จริงในประเทศไทยโดยนโยบายที่สำคัญคือพยายามจะจำกัดแบบ(Model) และรุ่น(Series) ของรถยนต์ที่มีการประกอบในประเทศไทยเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดในการผลิต(Economies of Scale) และ Production Line นโยบายนี้ประกาศในปี 2514 แต่เนื่องจากชิ้นส่วนอะไหล่ประกอบรถยนต์ที่ผลิตในประเทศ มีคุณภาพและมาตรฐานต่ำกว่าชิ้นส่วนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และมีชิ้นส่วนบางรายการที่ได้รับการยอมรับในคุณภาพและมีปริมาณการผลิตมากพอสำหรับความต้องการของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ภายในประเทศ ได้แก่ ยางรถยนต์ แบตเตอรี่ เพื่อเป็นการพัฒนาชิ้นส่วนอะไหล่ที่ผลิตในประเทศ และสนับสนุนให้อุตสาหกรรมรถยนต์มีการผลิต

อย่างครบวงจร รัฐบาลจึงให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ ดังนั้น คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์จึงได้กำหนดมาตรการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ(Local Content) เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2515 ซึ่งรถยนต์ที่ประกอบภายในประเทศต้องใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเป็นอัตราส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25, 20 และ 10 สำหรับรถยนต์นั่ง รถบรรทุกซึ่งติดตั้งเครื่องยนต์และกระจกหน้า และรถบรรทุกที่ติดตั้งเครื่องยนต์แต่ไม่มีกระจกหน้าตามลำดับ โดยให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2517

นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยบังคับใช้ Local Content ที่ประกาศใช้ในปี 2515 มีผลทำให้อุปสงค์ที่มีต่อชิ้นส่วนภายในประเทศมีมากขึ้น และราคาชิ้นส่วนก็สูงขึ้นด้วย รัฐบาลจะได้กำหนดมาตรการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศสำหรับการประกอบรถยนต์ แต่รัฐบาลยังคงอนุญาตให้มีการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์จากต่างประเทศ โดยใช้มาตรการด้านภาษีอากรดังกล่าวข้างต้นเข้ามาคุ้มครองอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศ โดยกำหนดอากรขาเข้าสำหรับชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศในอัตราที่สูง เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการหันมาใช้ชิ้นส่วนอะไหล่ที่ผลิตภายในประเทศ ทำให้ปริมาณความต้องการใช้ชิ้นส่วนในประเทศขยายตัวเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากตลาดชิ้นส่วนอะไหล่ของไทยมีขนาดที่จำกัด จึงทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศไม่เกิดการประหยัดต่อขนาดจากการผลิต(Economies of Scale) กลับประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูง และมีการแข่งขันจากชิ้นส่วนและรถยนต์สำเร็จรูปที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ในปี 2516 คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ได้กำหนดนโยบายให้รถยนต์ที่ประกอบในประเทศ ต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศอัตราร้อยละ 15 โดยเริ่มจากรถยนต์บรรทุกก่อน ต่อมาจึงเพิ่มเป็นร้อยละ 20 ในปี 2517 และในปี 2518 ได้กำหนดให้รถยนต์ที่ประกอบในประเทศต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตขึ้นในประเทศอย่างน้อยร้อยละ 25 ต่อมาในปี 2521 รัฐบาลกำหนดกำแพงภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปบางชนิดที่มีการผลิตในประเทศ นอกจากนี้ยังได้มีการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ของผู้ประกอบการรายใหม่

### **ช่วงการคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2521 – 2532**

ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดดุลการค้าต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหลายปี ตั้งแต่ปี 2509 - 2520 และเริ่มรุนแรงขึ้นในปี 2516 - 2520 โดยเฉพาะปี 2520 ขาดดุลการค้าสูงถึง 22,979 ล้านบาท ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้า รัฐบาลจึงพยายามลดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

ในปี 2521 รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ประกาศห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปขนาดต่ำกว่า 2,300 ซีซี และกระทรวงการคลังประกาศเพิ่มภาษีนำเข้าสำหรับรถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) จากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 150 และขึ้นส่วนอุปกรณ์สำเร็จรูป (CKD) จากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 80 ตลอดจนเพิ่มมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ สำหรับรถยนต์นั่ง จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 35 ภายในเวลา 2 ปี และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5ทุกปีจนกว่าจะถึงร้อยละ 50 นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ประกาศห้ามตั้ง

โรงงานประกอบรถยนต์นั่งแต่อนุญาตให้โรงงานที่มีอยู่เดิมขยายกำลังผลิตได้เพื่อป้องกันการผลิตที่เกินความต้องการของตลาดและห้ามเปลี่ยนแปลงแบบรถยนต์ที่ทำการประกอบ เพื่อมิให้ผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันมากเกินไปแต่มาตรการดังกล่าวไม่ได้ช่วยให้อุตสาหกรรมประกอบยานยนต์ภายในประเทศมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง อุตสาหกรรมนี้ยังต้องได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาล

ในปี 2527 กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีการประกาศให้จำกัดแบบและรุ่นของรถยนต์นั่งภายในประเทศ ให้สามารถผลิตได้รวมกันไม่เกิน 42 รุ่น โดยให้แต่ละรุ่นประกอบได้ไม่เกิน 2 แบบ แต่ละแบบกำหนดให้ใช้ตัวถังได้เพียงชนิดเดียว และเครื่องได้เพียงชนิดเดียว แต่อนุญาตให้ใช้ระบบเกียร์ได้ 2 ระบบ และรุ่นใดที่ได้รับอนุญาตแล้วถ้าไม่ทำการประกอบภายใน 1 ปี จะถูกยกเลิกสิทธิการประกอบรถยนต์ในรุ่นนั้น ๆ และไม่อนุญาตให้นำรถยนต์รุ่นอื่นมาสวมสิทธิ์แทน เพื่อเป็นการลดจำนวนแบบของรถยนต์นั่งน้อยลง

มาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลนำมาใช้ล้วนเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อให้อุตสาหกรรมภายในประเทศอยู่รอดและพึ่งตัวเองได้ แต่มาตรการดังกล่าวไม่ได้ช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถพัฒนาไปสู่การผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก และมีการผลิตรถยนต์จำนวนหลายแบบเกินไป อีกทั้งยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคในอุตสาหกรรม

ปี 2527 รัฐบาลกำหนดจำนวนแบบและรุ่นของรถยนต์ที่ผู้ประกอบการจดทะเบียนไว้ และห้ามมิให้มีการเปลี่ยนแปลงแบบรถยนต์ที่ทำการประกอบ เพื่อไม่ให้มีการผลิตรถยนต์มากแบบจนเกินไป อันจะก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงและอาจทำให้เกิดการไม่ประหยัดต่อขนาดในการผลิต

การดำเนินนโยบายต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะนั้นตลาดภายในประเทศยังมีขนาดเล็ก ปริมาณความต้องการยังมีไม่มาก แต่เมื่อเศรษฐกิจในประเทศมีการขยายตัวในระดับที่สูงขึ้น ปริมาณความต้องการรถยนต์จึงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีมากกว่ากำลังการผลิตในขณะนั้น ประกอบกับผู้ผลิตในประเทศไม่สามารถสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้ทันจึงทำให้รถยนต์มีราคาสูงขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงเริ่มประกาศใช้นโยบายเสรีโดยยกเลิกการจำกัดรุ่นและแบบในการผลิต ยกเลิกการนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปและลดกำแพงภาษีลง เพื่อให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น (ธวัช พักเลื่อม, 2533, หน้า 28-30)

### **ช่วงเปิดเสรีของอุตสาหกรรมรถยนต์ ในปี 2533-2539**

รัฐบาลโดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศยกเลิกการจำกัดรุ่นและแบบของรถยนต์ที่ประกอบภายในประเทศในปี 2533 เนื่องจากในทางปฏิบัติมีรถยนต์หลายรุ่นที่ไม่คุ้มต่อการผลิต เพราะไม่เป็นที่นิยมของตลาดแต่ผู้ผลิตจำเป็นต้องผลิตเพื่อรักษาสีสิทธิ์ในใบอนุญาตประกอบรถยนต์รุ่นนั้น ๆ ซึ่งไม่คุ้มต่อการลงทุน การยกเลิกการจำกัดจำนวนรุ่นของรถยนต์ในครั้งนี้ ทำให้ผู้ประกอบการยานยนต์สามารถผลิตรถยนต์ได้อย่างเสรีตามความต้องการของตลาด ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในปี 2534 กระทรวงพาณิชย์ได้ยกเลิกคำสั่งห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งขนาดต่ำกว่า 2,300 ซีซี เพื่อเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนรถยนต์ และเป็นไปตามแนวนโยบายของรัฐบาลที่จะเปิดให้มีการค้าเสรี เป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในประเทศเร่งปรับปรุงคุณภาพ และประสิทธิภาพในการผลิต นอกจากนี้ในปีเดียวกันยังมีการปรับโครงสร้างภาษีนำเข้าโดยกระทรวงการคลังได้ลดภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปขนาดไม่เกิน 2,300 ซีซี จากร้อยละ 200 เหลือร้อยละ 100 และขึ้นส่วนอะไหล่รถยนต์สำเร็จรูป (CKD) ของรถยนต์นั่งจากร้อยละ 112 เหลือร้อยละ 20 สำหรับรถยนต์ขนาดเล็กสำเร็จรูป ลดภาษีนำเข้าจากร้อยละ 120-150 เหลือร้อยละ 20 สำหรับรถยนต์นั่ง รถจี๊ป/สเตเวกอน ขนาดไม่เกิน 2,400 ซีซี จากร้อยละ 100 เหลือร้อยละ 68.5 รถบรรทุกและรถโดยสารจากร้อยละ 40 เหลือร้อยละ 10

### ช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2540-2541

จากการที่เศรษฐกิจของประเทศหดตัวลดลงร้อยละ 1.3 ในปี 2540 ทำให้ความต้องการรถยนต์ลดลงอย่างรวดเร็วซึ่งสวนทางกับกำลังในการผลิตในประเทศที่เพิ่มขึ้นจากการขยายการลงทุนก่อนเกิดภาวะวิกฤตของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดภาวะกำลังการผลิตส่วนเกิน (excess capacity) โดยในปี 2541 อัตราการใช้กำลังการผลิตของรถยนต์นั่งและรถยนต์พาณิชย์เหลือเพียงร้อยละ 13.0 และร้อยละ 21 ลดลงจากปี 2540 ที่อยู่ในระดับร้อยละ 39.4 และร้อยละ 52.2 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความตกต่ำของอุตสาหกรรมรถยนต์ได้แก่

1. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ซบเซาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2540 ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบปัญหาในการดำเนินการปิดกิจการ เลิกจ้าง ลดเงินเดือนพนักงาน ส่งผลให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง ยิ่งไปกว่านั้นการตกต่ำของภาคธุรกิจสังหาริมทรัพย์การก่อสร้าง และตลาดหลักทรัพย์ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ความต้องการซื้อลดลงอย่างรวดเร็ว
2. การระงับการดำเนินกิจการของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ 56 แห่ง มีผลทำให้ยอดจำหน่ายรถยนต์ลดลง เนื่องจากรถยนต์ร้อยละ 70 ของรถยนต์ที่ขายภายในประเทศใช้ระบบสินเชื่อเช่าซื้อ
3. ค่าเงินบาทที่ลดลงมากหลังการเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัวทำให้ต้นทุนการผลิตในประเทศสูงขึ้น เพราะต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นอัตราร้อยละ 45-50 สำหรับรถยนต์นั่ง และอัตราร้อยละ 30-50 สำหรับรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับราคาจำหน่ายสูงขึ้น
4. การดำเนินมาตรการทางการคลังเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้ของภาครัฐทำให้ความต้องการซื้อลดลง โดยการปรับขึ้นอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 10 อีกทั้งกระทรวงการคลังประกาศเพิ่มอากรขาเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) สำหรับรถยนต์ที่มีขนาดต่ำกว่า 2,400 ซีซี จากร้อยละ 42 และสำหรับรถยนต์ขนาดเกินกว่า 2,400 ซีซี จากร้อยละ 68.5 เป็นร้อยละ 80 เท่ากัน เป็นผลให้ความต้องการซื้อลดลง

หลังจากการเปิดเสรีส่งผลให้อุตสาหกรรมเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด จากปี 2533 ที่มียอดจำหน่าย 301,589 คัน เพิ่มขึ้นเป็น 589,966 คันในปี 2539 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 95.6 ในช่วงระยะเวลาเพียง 6 ปี ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกในภูมิภาคนี้ เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้หลายประการ ดังนี้

1. ไทยมีความพร้อมและความสามารถมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียนในการประกอบรถยนต์และผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อีกทั้งยังมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมพื้นฐานที่เป็นรากฐานรองรับอุตสาหกรรมยานยนต์
2. ไทยมีนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนในการปรับปรุงมาตรการทางภาษีให้สอดคล้องกับนโยบายการค้าเสรีที่เป็นหัวใจหลักของการลงทุน
3. ความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ของประเทศไทยซึ่งเป็นศูนย์กลางระหว่างอินโดจีนและอาเซียน ดังนั้นจึงเหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางการส่งออกและยังสะดวกต่อการขนส่งที่ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการต่ำลง
4. ไทยมีตลาดขนาดใหญ่ สามารถพึ่งพาตลาดภายในประเทศได้
5. อัตราส่วนของประชากรไทยต่อจำนวนรถยนต์อยู่ที่ 10.6 ต่อ 1 การเติบโตของตลาดยานยนต์ในไทยยังไม่อิ่มตัว
6. เสถียรภาพทางการเมืองของไทยถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเกิดขึ้นแต่ส่วนใหญ่มีนโยบายการบริหารประเทศไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิม
7. ไทยไม่มีบริษัทรถยนต์แห่งชาติเหมือนมาเลเซีย (โปรตอน) และอินโดนีเซีย (ติมอร์) ซึ่งเป็นการกีดกันการแข่งขันจากภายนอก ความรู้สึกชาตินิยมของคนไทยมีเพียงเล็กน้อยและไทยมีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจ
8. ไทยเข้าร่วมโครงการร่วมมือด้านอุตสาหกรรมอาเซียนแนวใหม่ (AICO) โดยมีประเทศภาคีในอาเซียนที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียและไทย โดยแต่ละประเทศมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้า เช่น ไทยทำให้ไทยผลิตเครื่องยนต์ดีเซลสำหรับรถปิกอัพ ให้มาเลเซียผลิตพวงมาลัย ฟิลิปปินส์ผลิตระบบกำลังหรือเกียร์และอินโดนีเซียผลิตเครื่องยนต์เบนซิน เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตต่ำลงเนื่องจากการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด(economies of scale) อีกทั้งโครงการนี้จะมีการลดอัตราภาษีลงให้เหลือร้อยละ 0-5
9. การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ส่งผลให้ตลาดการค้าการลงทุนภายในอาเซียนขยายตัวออกไป เนื่องจากมีจำนวนประชากรรวมทั้งหมดประมาณ 500 ล้านคน อีกทั้งโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศในแถบเอเชียส่วนใหญ่ยังอยู่ในกลุ่มกำลังพัฒนามีความต้องการรถยนต์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยแล้วภาครัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกในภูมิภาคซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การยกเลิกการกำหนดรุ่นและแบบของรถยนต์ในปี 2533
2. การเปิดเสรีให้ตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในปี 2537
3. การมีนโยบายให้การส่งเสริมการลงทุน
4. เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้าถือหุ้นในโรงงานประกอบรถยนต์ได้ร้อยละ 100
5. การกำหนดเขตอุตสาหกรรมการส่งออก (free trade zone)
6. การลดขั้นตอนและกฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการขออนุญาตประกอบรถยนต์เพื่อการส่งออกและเปิดโอกาสให้เลือกชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ผลิตในประเทศสำหรับรถยนต์ส่งออกได้ตามความเหมาะสม โดยไม่ต้องใช้ชิ้นส่วนอุปกรณ์บังคับใช้ตามประกาศนโยบายอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์
7. การปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์เพื่อลดการปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศในปี พ.ศ. 2534 และหลังจากนั้นได้เปลี่ยนมาใช้ภาษีมูลค่าเพิ่มในปี 2535

#### **ช่วงการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2542 - 2548**

ปี 2542 อุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มมีการฟื้นตัวเนื่องจากมีปัจจัยที่สนับสนุนดังนี้

1. การได้รับความช่วยเหลือจากบริษัทแม่ของผู้ลงทุนจากต่างประเทศที่เข้าร่วมทุนกับผู้ประกอบการไทย โดยให้โควตาตลาดส่งออกรถยนต์ และเพิ่มสภาพคล่องโดยจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือเพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อนำเงินไปช่วงเหลือผู้แทนจำหน่าย และบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่อยู่ในเครือ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ
2. การดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยการปรับลดภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 10 เหลือร้อยละ 7 เป็นเวลา 2 ปี
3. การจัดตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาความตกต่ำ และพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนให้มีศักยภาพมากขึ้น
  - 3.1 ให้บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) และบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) พิจารณาจัดเตรียมเงินกู้อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบปัญหาสภาพคล่อง
  - 3.2 ให้ผู้ประกอบการที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถกู้เงินจากกองทุนนวัตกรรมเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุง และพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง
  - 3.3 ให้กระทรวงการคลังและกระทรวงอุตสาหกรรมหาแนวทางแก้ไข และความเป็นไปได้ในการเร่งรัดการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีรายได้นิติบุคคลตามระเบียบการชดเชยภาษีให้ผู้ประกอบการโดยเร็ว
  - 3.4 ให้กระทรวงอุตสาหกรรมร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.) เร่งจัดทำ

โครงการเพื่อนำส่วนที่ได้รับอนุมัติจากการเงินกู้ปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมจำนวน 122.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาใช้ปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นของคนไทย

4. รัฐบาลอนุมัติการปรับโครงสร้างภาษีอากรอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

4.1 ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) ทั้งรถยนต์นั่งและรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก กำหนดอัตราขาเข้าสำหรับชิ้นส่วนที่ใช้ในโรงงานประกอบเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 33 สำหรับชิ้นส่วนรถบรรทุกและรถโดยสารยังคงอัตราขาเข้าเฉพาะชิ้นส่วนที่นำเข้ามาเพื่อผลิตเป็นแชสซีส์ที่มีเครื่องยนต์ติดตั้ง (chassis with engine) ในอัตราขาเข้าไว้ที่ร้อยละ 5

4.2 ปรับลดอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์นั่งไม่เกิน 2,400 ซีซี จากร้อยละ 37.5 เหลือร้อยละ 35 รถยนต์นั่งขนาด 2,400-3,000 ซีซี จากร้อยละ 43 เหลือร้อยละ 41 รถยนต์นั่งขนาดมากกว่า 3,000 ซีซี จากร้อยละ 43 เหลือร้อยละ 41 รถยนต์นั่งขนาดมากกว่า 3,000 ซีซี หรือ 220 แรงม้า จากร้อยละ 50 เหลือร้อยละ 48

ปี 2543 จากผลของการเจรจาข้อตกลงเขตการค้า ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนภายในประเทศจะต้องเปิดเสรี โดยไม่ได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลอีกต่อไป

การเปลี่ยนแปลงอัตราขาเข้าและภาษีสรรพสามิตดังกล่าวเป็นผลมาจากการยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศตามข้อผูกพันกับองค์การการค้าโลก (WTO) และให้ความคุ้มครองผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศเพื่อชดเชยไม่ให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากรถยนต์ที่ประกอบในประเทศมีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลได้ใช้นโยบายที่ไม่ได้ส่งเสริมให้ผลิตรถยนต์อย่างเต็มที่มุ่งส่งเสริมให้เป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าซึ่งจะสร้างศักยภาพให้แก่อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยและจากการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัยของผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำ ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้พัฒนาเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย และเป็นฐานการผลิตในระดับโลกต่อไป

### 1.1 การผลิตรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยได้เริ่มมีโรงงานประกอบรถยนต์แห่งแรกในปี 2504 เป็นของบริษัท แองโกลไทย มอเตอร์ จำกัด จากนั้นก็มีการจัดตั้งโรงประกอบรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปี 2540 มีผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและจดทะเบียนประกอบรถยนต์นั่งกว่า 20 ราย บางรายได้เลิกกิจการไปเพราะไม่สามารถแข่งขันได้ รถยนต์ที่ประกอบไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร เช่น บริษัท กรรณสูต เจเนอรัล แอสเซมบลี จำกัด ผู้ประกอบการรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าเพียตและฟอร์ด ได้เลิกกิจการไป ส่วนบริษัทแองโกลไทย มอเตอร์ ได้โอนกิจการให้บริษัท ฟอร์ด มอเตอร์(ประเทศไทย) จำกัด

ภายหลังจากการเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์นั่งและการปรับโครงสร้างภาษีครั้งใหญ่ในปี 2534 ส่งผลให้ราคารถยนต์ลดลงและความต้องการรถยนต์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมรถยนต์ในภูมิภาคนี้ จึงมีนโยบายให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมการผลิตหรือประกอบรถยนต์ในปี 2537 ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการรถยนต์นั่งรายเดิมลงทุนเพิ่มเพื่อขยายกำลังการผลิต และมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จากประเทศสหรัฐอเมริกา ตัดสินใจเข้ามาจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยไทยเพิ่มขึ้นอีก 2 ราย ประกอบด้วย บริษัท เจเนอรัลมอเตอร์ จำกัด(GM) ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าโอเพิล และบริษัท ออโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นการลงทุนร่วมระหว่างบริษัท ฟอร์ดมอเตอร์ จำกัด กับบริษัท มาสด้า จำกัด เพื่อผลิตรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าฟอร์ดและมาสด้า โดยระหว่างปี 2537 – 2540 ได้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยด้วยเงินลงทุนเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตของผู้ประกอบการรายเดิมและการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ สรุปได้ดังนี้

1.1.1 บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นเป็นแห่งที่ 2 ด้วยเงินลงทุน 8,100 ล้านบาท โรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ จังหวัดระยอง บนพื้นที่ 625 ไร่ มีการจ้างงานจำนวน 3,000 คน เริ่มประกอบรถยนต์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2539 ด้วยกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปี ซึ่งการจัดตั้งโรงงานแห่งนี้จะทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ของโตโยต้าใหญ่เป็นอันดับสามรองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ตามลำดับ

1.1.2 บริษัท ฮอนด้าคาร์แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์แห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บนพื้นที่ 300 ไร่ ด้วยเงินลงทุน 2,500 ล้านบาท มีการจ้างแรงงานจำนวน 2,280 คน เพื่อประกอบรถยนต์ด้วยกำลังการผลิต 90,000 คันต่อปี โรงงานแห่งนี้จะทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ฮอนด้าใหญ่เป็นอันดับสามรองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป เช่นเดียวกับ โตโยต้า

1.1.3 บริษัท เอ็ม เอ็ม ซี สิทธิผล จำกัด ได้ลงทุนด้วยจำนวนเงินสูงถึง 14,000 ล้านบาท ในการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ด้วยกำลังการผลิตเต็มที่ 120,000 คันต่อปี เป็นการผลิตแบบครบวงจรโดยจะทำการผลิตชิ้นส่วนเองเริ่มทำการผลิตรถยนต์ออกสู่ตลาดได้ในปี 2539 ทั้งนี้เป็นการย้ายฐานการผลิตรถยนต์ปิคอัพทั้งระบบมาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการประกอบรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้ามิซูบิชิที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากประเทศญี่ปุ่นและมีความสามารถเป็นฐานการผลิตเพื่อทำการส่งออกไปทั่วโลก

1.1.4 บริษัท ธนบุรี ประกอบรถยนต์ จำกัด ได้ลงทุนขยายโรงงานเพื่อผลิตรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าเมอร์เซเดสเบ็นซ์ ด้วยมูลค่าเงินลงทุนจำนวน 1,500 ล้านบาท

1.1.5 บริษัท ชูชุกิจ จำกัด ได้ร่วมทุนกับบริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ด้วยมูลค่าการลงทุน 1,000 ล้านบาท เพื่อผลิตรถยนต์นั่งและรถตรวจการณเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอินโดจีน เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

1.1.6 บริษัท สยาม วี เอ็ม ซี ยานยนต์ จำกัด เป็นบริษัทประกอบรถยนต์ของคนไทยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเองได้ลงทุน 700 ล้านบาท เพื่อขยายโรงงานประกอบรถยนต์ปีคัพด้วยกำลังการผลิต 24,000 คันต่อปี มีการจ้างงานประมาณ 660 คน โรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

1.1.7 บริษัท ออโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการร่วมทุนของบริษัท ฟอร์ดมอเตอร์ จำกัด แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา และบริษัท มาสด้า จำกัด แห่งประเทศญี่ปุ่นด้วยมูลค่าการลงทุน 12,500 ล้านบาท โรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง มีกำลังการผลิตเต็มที่ 210,000 คัน แต่ในระยะแรกมีกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปี

1.1.8 บริษัท เจเนอรัล มอเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในโลกได้ตัดสินใจเข้ามาจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าโอเปิลในประเทศไทยด้วยเงินลงทุน 16,000 ล้านบาท มีกำลังการผลิต 150,000 คันต่อปี โดยมีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังภูมิภาคอาเซียน

1.1.9 บริษัท ไครสเลอร์ จำกัด ได้มีโครงการความร่วมมือกับบริษัท ไทยสวีดิช แอสเซมบลีย์ จำกัด (เป็นโรงงานประกอบรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าออลไว) เพื่อให้ประกอบรถยนต์นั่งขนาดกลางและรถตรวจการณของไครสเลอร์ในปริมาณ 5,000 คันต่อปี

และหากแบ่งประเภทของผู้ประกอบการรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศ จะพบว่าเป็นผู้ประกอบการรถยนต์จากค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

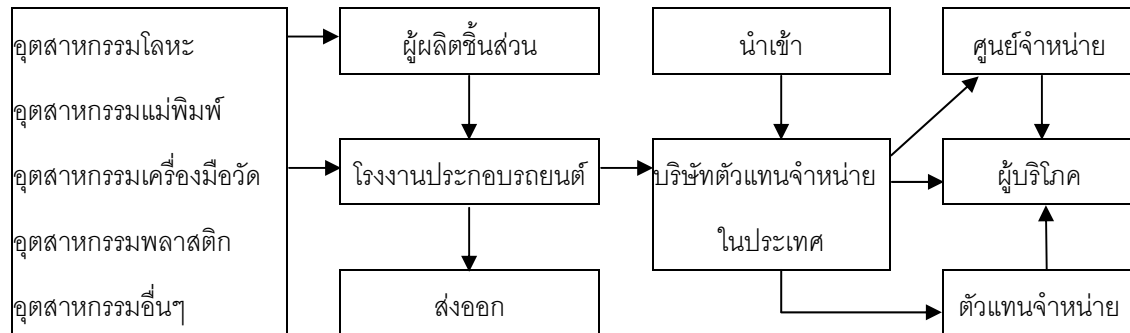
**กลุ่มรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น** จัดได้ว่าเป็นผู้นำการตลาดของประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2534 จนถึงปัจจุบัน โดยมี 2 ยี่ห้อที่ผูกขาดการมีส่วนแบ่งตลาดรถยนต์โดยรวมสูงสุดคือ โตโยต้า และฮิซุซุ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาต่อไปจะพบว่าในตลาดรถยนต์นั่งมีโตโยต้าเป็นผู้นำมาโดยตลอด ในขณะที่รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ก็มีฮิซุซุเป็นผู้นำมาโดยตลอดเช่นกัน โดยโตโยต้ามาเป็นอันดับสอง ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดโดยรวมในอันดับ 3, 4 และ 5 ลงมาก็จะเป็นการสลับสับเปลี่ยนกันระหว่าง ฮอนด้า นิสสัน และมิตซูบิชิ ทั้งนี้พบว่าโตโยต้าเป็นผู้นำตลาดโดยรวมของไทยได้เนื่องจากการผลิตรถทั้ง 2 ประเภท ในขณะที่ฮิซุซุ เน้นการผลิตรถยนต์เชิงพาณิชย์โดยเฉพาะรถกระบะเพียงอย่างเดียว เช่นเดียวกับฮอนด้าที่เน้นการผลิตเพียงรถยนต์นั่ง ส่วนนิสสัน มิตซูบิชิ และมาสด้า ก็มีการผลิตรถยนต์ทั้ง 2 ประเภทเช่นกัน สำหรับรถยนต์ในกลุ่มนี้จัดเป็นรถที่หลากหลาย และมีการเลือกมุ่งทำตลาดในระดับล่าง คือรถยนต์ที่มีราคาไม่สูง(เครื่องยนต์ 1600 ซีซี) ทั้งนี้เป็นผลมาจากการผลิตรถที่ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศเป็นหลัก

**กลุ่มรถยนต์จากประเทศในกลุ่มยุโรป** สำหรับในกลุ่มนี้มีการสลับสับเปลี่ยนกันไปมาในการขึ้นเป็นผู้นำในยอดขายของกลุ่ม ได้แก่ เบนซ์ บีเอ็มดับเบิลยู และวอลโว่ ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์กลุ่มนี้ โดยรวมทั้งหมดแล้วยังมีปริมาณไม่เท่ากับผู้นำตลาดอย่างโตโยต้า ทั้งนี้เนื่องจากรถยนต์ในกลุ่มนี้ส่วนมากเป็นรถยนต์หรูหร่า และอยู่ในตลาดระดับบน โดยดูจากการตั้งราคาที่สูง เนื่องจากรถยนต์ในกลุ่มนี้มีภาระต้นทุนที่สูง อันเนื่องมาจากต้องนำเข้าชิ้นส่วนประกอบจากบริษัทแม่เป็นจำนวนมากทำให้ราคาขายค่อนข้างสูง

**กลุ่มรถยนต์จากประเทศสหรัฐอเมริกา** เป็นกลุ่มรถยนต์ที่มีการจำหน่ายไม่มากในประเทศ โดยจะเป็นการนำเข้ามาตั้งแต่อดีต(จนถึงปี 2541 ที่ฟอร์ดเข้ามาตั้งโรงงานประกอบในประเทศไทย) แต่ในตลาดระดับโลก จีเอ็ม ฟอร์ด และไครสเลอร์ก็จัดเป็นกลุ่ม BIG 3 แนวโน้มในอนาคตรถยนต์ในกลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มที่น่าจับตามองมากขึ้น เนื่องจากการเข้ามาลงทุนโรงงานประกอบรถยนต์ภายในประเทศ ทั้งฟอร์ด(ปี 2541) และจีเอ็ม(ปี 2543) ขณะที่ไครสเลอร์ก็ได้มีการควบรวมกิจการกับเมอร์เซเดส เบนซ์ แล้วเช่นกัน แม้ว่าทั้งฟอร์ด และจีเอ็ม จะเน้นให้ไทยเป็นศูนย์กลางการส่งออกกระบะและรถเอนกประสงค์ก็ตาม แต่การที่มีโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทยทำให้ราคาขายในกลุ่มนี้ไม่สูงมากนัก ขณะที่ด้านเงินลงทุนของกลุ่มก็มีความพร้อม ดูได้จากการเปิดตัวรถกระบะฟอร์ดมาราธอน ที่เน้นการพลิกโฉมรถกระบะในประเทศไทย และยังมีการวางเป้าหมายและบทบาทของตัวเองในฐานะผู้นำอีกด้วย

**กลุ่มรถยนต์จากประเทศสาธารณรัฐเกาหลี** ประกอบด้วยรถยนต์ยี่ห้อ ฮุนได เกีย แดวู และชานยง รถยนต์กลุ่มนี้จัดเป็นรถยนต์ที่มีเป้าหมายในตลาดกลุ่มใหญ่ การเข้ามาของรถยนต์ในกลุ่มนี้เน้นการใช้ราคาต่ำเป็นกลยุทธ์หลัก รวมทั้งรถยนต์เอนกประสงค์ก็เช่นเดียวกัน(รถยนต์นั่ง ได้แก่ ฮุนได แดวู และรถยนต์นั่งเอนกประสงค์ ได้แก่ เกีย ชานยง) แต่เนื่องจากที่ผ่านมาขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทำให้รถยนต์ในกลุ่มนี้ไม่ประสบผลสำเร็จทำให้ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในปัจจุบันลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ฮุนไดและเกียร์สนใจที่จะเข้ามาลงทุนทำการประกอบรถยนต์ในประเทศไทย เพื่อพยายามลดภาระต้นทุนการนำเข้าและทำตลาดมากขึ้น

สำหรับกระบวนการของอุตสาหกรรมรถยนต์ตั้งแต่รายการผลิตจนถึงการจำหน่าย ตั้ง  
ภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 กระบวนการของอุตสาหกรรมรถยนต์ ตั้งแต่รายการผลิตจนถึงการจำหน่าย  
ที่มา : จิรายุส บงกชมาศ. 2543. การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยภายใต้ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.  
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า12.

กลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์ที่ประกอบด้วย รถยนต์จากบริษัทข้ามชาติค่ายญี่ปุ่น ยุโรป และอเมริกา ซึ่งหลังจากที่มีการยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศตามข้อผูกพันขององค์การการค้าโลก(WTO) โดยนำชิ้นส่วนตั้งถึงมาประกอบเข้าด้วยกันในแผนกตัวถัง จากนั้นก็นำไปผ่านกระบวนการทางด้านสี และส่งต่อไปยังแผนกประกอบภายใน เพื่อนำส่วนประกอบภายในต่างๆ เข้ามาประกอบเข้ากับตัวถัง จากนั้นก็ทำการตรวจสอบฟังก์ชันต่างๆ เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนส่งมอบต่อไป ทั้งนี้จากการที่รัฐได้ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศ จึงทำให้โรงงานประกอบรถยนต์มีเพิ่มขึ้น แม้ว่าในเวลาต่อมามีบางโรงงานที่ปิดกิจการลงไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2550 มีผู้ประกอบการรถยนต์ 16 ราย ผลิตรวมกัน 1.3 ล้านคัน จากสถิติสถาบันยานยนต์ในปี 2549 กำลังการผลิตรวม 1.6 ล้านคัน อัตราการใช้กำลังการผลิตคิดเป็นร้อยละ 79.1 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ดังตาราง 3

ตาราง 3 กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ ปี พ.ศ.2549

บริษัทประกอบ รถยนต์	กำลังการผลิต (พันคัน)	อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)
โตโยต้า	550	91.2
มิตซูบิชิ	206	81.3
ฮิฮูซุ	220	74.5
เจเนอรัล มอเตอร์	160	61.5
ฮอโต้ อัลลายแอนซ์	155	87.1
นิสสัน	139	45.6
ฮอนด้า	120	117.8
อื่นๆ *	77	23.7
<b>รวม</b>	<b>1,627</b>	<b>79.1</b>

ที่มา : สถาบันยานยนต์ (2551).

\* อื่นๆ ได้แก่ - ฮีโน่ - วาย.เอ็ม.ซี.แอสเซมบลีย์ - ทรูวีประกอบรถยนต์ - บางชันเบนเนอเวลด แอสเซมบลีย์ - เดมเลอร์ไครสเลอร์ - บีเอ็มดับเบิลยู - ไทย-สวีดิช แอสเซมบลีย์ - ไทยประดิษฐ์ประกอบรถ - ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์

สำหรับการผลิตรถยนต์ในปี 2551 มีปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งสิ้น 1,394,029 คัน โดยแบ่งเป็นรถยนต์นั่งจำนวน 40,1474 คัน รถกระบะ 1 คัน จำนวน 974,775 คัน และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) จำนวน 17,780 คัน การผลิตรถยนต์รวมเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.29 โดยประเภทรถยนต์ที่มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ รถยนต์นั่ง มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.27 รองลงมาคือรถกระบะ 1 คัน มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.78 ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) มีการผลิตลดลงร้อยละ 24.41 ดังตาราง 4

ตาราง 4 ยอดการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ.2544 - 2551

หน่วย : คัน

รายการ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	%การเปลี่ยนแปลง 50/51
รถยนต์นั่ง	156,066	169,321	251,684	304,349	277,603	298,819	315,444	401,474	27.27%
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน)	9,382	12,774	20,925	25,818	24,846	22,456	23,522	17,780	-24.41%
รถกระบะ 1 คัน	289,349	382,297	468,938	597,914	822,867	866,769	948,380	974,775	2.78%
รถนั่งตรวจการ (OPV)*	4,621	20,559	8,965	0	0	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>459,418</b>	<b>584,951</b>	<b>750,512</b>	<b>928,081</b>	<b>1,125,316</b>	<b>1,188,044</b>	<b>1,287,346</b>	<b>1,394,029</b>	<b>8.29%</b>
<b>เพิ่มขึ้น/ลดลง(%)</b>	<b>11.58%</b>	<b>27.32%</b>	<b>28.30%</b>	<b>23.66%</b>	<b>21.25%</b>	<b>5.57%</b>	<b>8.36%</b>		

หมายเหตุ : 1. ในปี 2533 – 2538 ยอดรถยนต์นั่งตรวจการณั้ไม่ได้แยกออกจากรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

2. รถกระบะ 1 คัน ได้รวมทั้งรถ Double Cab และรถ PPV ไว้ในที่นี้ด้วย

3. ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นไป รถยนต์นั่งตรวจการณั้ (OPV) ได้รวมในรถยนต์นั่งตามการเก็บ

ภาษีสรรพสามิต

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2552).

## 1.2 การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย

ในปี 2551 มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์รวม 615,269 คัน ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 2.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (631,215 คัน) ดังตาราง 5

ตาราง 5 ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ.2544 - 2551

รายการ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	หน่วย: คัน
									%การเปลี่ยนแปลง 50/51
รถยนต์นั่ง	104,502	126,353	179,005	209,110	188,211	191,763	182,767	239,954	31.29%
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน)	17,541	20,123	28,565	36,038	40,163	36,907	42,619	41,033	-3.72%
รถกระบะ 1 คัน	168,639	241,266	309,114	368,911	469,657	449,796	405,865	334,282	-17.64%
รถอื่นๆ	6,370	21,620	16,492	11,967	5,401	3,695	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>297,052</b>	<b>409,362</b>	<b>533,176</b>	<b>626,026</b>	<b>703,432</b>	<b>682,161</b>	<b>631,251</b>	<b>615,269</b>	<b>-2.53%</b>
<b>เพิ่มขึ้น/ลดลง(%)</b>	<b>13.30%</b>	<b>37.81%</b>	<b>30.25%</b>	<b>17.41%</b>	<b>12.36%</b>	<b>-3.02%</b>	<b>-7.46%</b>		

หมายเหตุ : ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นไป รถกระบะ 1 คัน ได้รวมรถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก(PPV)

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2552).

ตลาดรถยนต์นั่ง ยังมีการเติบโตอย่างมากโดยมียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 239,954 คัน คิดเป็นอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (182,767 คัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.29

ตลาดรถกระบะ 1 คัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และถือเป็นประเภทรถที่มีตลาดใหญ่ที่สุดของไทย มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 334,282 คัน (รวมรถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก PPV) โดยมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (405,865 คัน) ลดลงร้อยละ 17.64

ตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) ได้แก่ รถบรรทุกขนาดต่างๆ มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 41,033 คัน โดยมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (426,619 คัน) ลดลงร้อยละ 3.72

### 1.3 การส่งออกรถยนต์

จากข้อมูลของผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ มีการส่งออกรถยนต์ในปี 2551 จำนวน 776,241 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2550 ร้อยละ 12.48 สำหรับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ในปี 2551 นี้มีมูลค่าทั้งสิ้น 351,640.71 ล้านบาท มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2550 ร้อยละ 14.69 ดังตาราง 6

ตาราง 6 ยอดการส่งออกรถยนต์ของไทยปี พ.ศ.2544 - 2551 (จำนวนคัน และมูลค่า : ล้านบาท)

รายการ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	%การเปลี่ยนแปลง 50/51
จำนวน(คัน)	175,293	181,471	235,042	332,053	440,175	538,966	690,100	776,241	12.48%
มูลค่า(ล้านบาท)	107,917.99	82,825.94	138,161.38	149,232.80	203,025.36	240,764.09	306,595.20	351,640.71	14.69%
<b>%การเปลี่ยนแปลง</b>									
แปลง(คัน)	14.69%	3.52%	29.52%	41.27%	32.72%	22.29%	28.04%	-	-
<b>%การเปลี่ยนแปลง</b>									
แปลง(มูลค่า)	29.95%	-23.25%	66.81%	8.01%	36.05%	18.59%	27.34%	-	-

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2552).

### 1.4 ผู้ประกอบการรถยนต์

ลักษณะการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรถยนต์ในประเทศไทย จะสามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้า CKD และผู้จัดจำหน่ายส่งให้ตัวแทนจำหน่ายตลอดจนนำเข้ามาและขายอะไหล่เองด้วย กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่ประกอบและนำเข้า CBU และ CKD เท่านั้น โดยรับจ้างประกอบและส่งให้ผู้จัดจำหน่าย และผู้จัดจำหน่ายขายอะไหล่ กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่รับจ้างประกอบอย่างเดียว ส่งให้ผู้จัดจำหน่ายโดยผู้จัดจำหน่ายทำหน้าที่นำเข้า CBU, CKD และขาย Spare Part ด้วย และกลุ่มที่ 4 เป็นบริษัทผู้นำเข้ารถยนต์และผู้จัดจำหน่ายรถยนต์รวมทั้งนำเข้าและจำหน่าย Spare Part ด้วย โดยมีกลุ่มกลุ่ม Brand ที่เข้าขายแต่ละลักษณะ ดังตาราง 7 โดยมีรายชื่อผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายรถยนต์ ดังตาราง 8

ตาราง 7 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรถยนต์

		กลุ่ม Brand ที่เข้าข่ายแต่ละลักษณะ				
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Asssembler</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Distributor</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">CKD Importer</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Spare Parts</td></tr> </table> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Dealer</div> </div>	Asssembler	Distributor	CKD Importer	Spare Parts	→	TOYOTA, MITSUBISHI, HONDA
Asssembler						
Distributor						
CKD Importer						
Spare Parts						
<p>กลุ่มที่ 1 นี้ ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้า CKD และผู้จัดจำหน่าย ส่งให้ตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนนำเข้าและขายอะไหล่เองด้วย</p>						
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Importer</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Assembler</td></tr> </table> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Distributor</div> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Dealer</div> </div>	Importer	Assembler	→	VOLVO, BENZ, HINO, BMW, PEUGEOT		
Importer						
Assembler						
<p>กลุ่มที่ 2 นี้ ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่ประกอบและนำเข้า CBU และ CKD เท่านั้น โดยรับจ้างประกอบส่งให้ผู้จัดจำหน่ายและผู้จัดจำหน่ายขายอะไหล่</p>						
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Assembler</td></tr> </table> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Importer</div> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Distributor</div> </div> <div style="margin-left: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Spare Parts</div> </div>	Assembler	→	DAIHATSU, HOLDEN, CHRYSLER, BENZ FORD(PICK UP), MAZDA, NISSAN(BIG T), SUZUKI, TOYOTA(DYNA), ISUZU			
Assembler						
<p>กลุ่มที่ 3 นี้ ผู้ประกอบการรถยนต์ทำหน้าที่รับจ้างประกอบอย่างเดียวส่งให้ผู้จัดจำหน่าย โดยผู้จัดจำหน่ายทำหน้าที่นำเข้า CBU CKD และ ขาย Spare Parts ด้วย</p>						
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Importer</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Distributor</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Spare Parts</td></tr> </table> </div>	Importer	Distributor	Spare Parts		CITROEN, VOLKSWAGEN, FORD, FIAT LANCIA FORD(EUROPE), OPEL, HYUNDAI, LOTUS, FERRARI, LAND ROVER, AUSTIN, SUBARU, ROLLS ROYCE BENTLY PORSCHE, ALFA ROMEO, VOLVO (TRUCK & BUS) ETC.	
Importer						
Distributor						
Spare Parts						
<p>กลุ่มที่ 4 นี้ เป็นบริษัทผู้นำเข้ารถยนต์และผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ รวมทั้งนำเข้าและ จำหน่าย Spare Parts</p>						

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551).

ตาราง 8 รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์

	ผู้ผลิตรถยนต์	ผู้จัดจำหน่าย (Distributor)	จำนวนผู้แทน จำหน่าย (Dealer)	ยี่ห้อ
1	Auto Alliance (Thailand) Co., Ltd.	Ford Sales and Service Thailand Co., Ltd. Mazda Sales Thailand Co., Ltd.	72 62	Mazda, Ford
2	Bangchan General Assembly Co., Ltd.	Daimler Chrysler (Thailand) Co., Ltd.	30	Cherokee
3	BMW Manufacturing (Thailand) Co., Ltd.	Bayerische Motoren Werke (Thailand) Co., Ltd.	24	BMW
4	General Motors (Thailand) Co., Ltd.	Chevrolet Sales (Thailand) Co., Ltd.	21	Chevrolet
5	Hino Motors (Thailand) Co., Ltd.	Hino Motors (Thailand) Co., Ltd.	45	Hino
6	Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.	Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.	100	Honda
7	Isuzu Motor (Thailand) Co., Ltd.	Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd.	300	Isuzu
8	MMC Sittipol Co., Ltd.	MMC Sittipol Co., Ltd.	104	Mitsubishi
9	Siam Motors & Nissan Co., Ltd.	Siam Motors & Nissan Sales Co., Ltd.	} 97	Nissan, Suzuki
10	Siam Nissan Automobile Co., Ltd.	Siam Motors & Nissan Sales Co., Ltd.	}	Nissan
11	Siam V.M.C. Automobile Co., Ltd. <sup>1</sup>	Siam V.M.C.	5	VMC
12	Thai Swedish Assembly Co., Ltd.	Swedish Motors (Public) Co., Ltd.	11	Volvo

## ตาราง 8 (ต่อ)

	ผู้ผลิตรถยนต์	ผู้จัดจำหน่าย (Distributor)	จำนวนผู้แทน จำหน่าย (Dealer)	ยี่ห้อ
13	Thonburi Automotive Assembly Plant Co., Ltd.	Daimler Chrysler (Thailand) Co., Ltd.	38	Mercedes Benz
14	Toyota Motor Thailand Co., Ltd.	Toyota Motor Thailand Co., Ltd.	90	Toyota
15	Y.M.C. Assembly Co., Ltd.	Yontrakit Volkswagen Marketing	53	Peugeot, Volkswagen, Audi
16	Thai Rung Union Car (Public) Co., Ltd. <sup>2</sup>			TR Passport

\*1. Siam V.M.C. - temporary stop

assembly

2. Thai Rung จัดเป็นทั้งผู้ประกอบการรถยนต์ ประเภทรถตู้ ยี่ห้อ TR Passport จำหน่ายในประเทศ และเป็นผู้ประกอบการดัดแปลงประเภท Station Wagon และ Double Cab ให้กับ Isuzu และ Nissan

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551).

## 1.5 นโยบายรัฐ

บทบาทของภาครัฐในอดีต เป็นบทบาทในการให้ความคุ้มครองกับอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในประเทศ และเพื่อลดการนำเข้าและการขาดดุลการค้า แต่เมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ไทยเริ่มมีความเข้มแข็งขึ้น และการดำเนินธุรกิจขยายกว้างออกจากระดับภายในประเทศไปสู่การแข่งขันในระดับภูมิภาคอาเซียน เอเชีย และระดับโลก ทำให้ต้องมีข้อตกลงทางการค้าจากนโยบายการค้าเสรี และปัจจุบันเข้าสู่ยุคการค้าเสรีเต็มรูปแบบ ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องเปลี่ยนบทบาทจากนโยบายการคุ้มครองปกป้องอุตสาหกรรม มาเป็นการหามาตรการสนับสนุนต่างๆ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมาทดแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้เปลี่ยนจากการเน้นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ เป็นการส่งออกมากขึ้นเพื่อลดกำลังการผลิตส่วนเกินและระบายสินค้าที่ผลิตเพื่อการจำหน่ายในประเทศเป็นการส่งออกทดแทน เนื่องจากตลาดภายในประเทศหดตัวถึงร้อยละ 38 ในปี 2540 จากปี 2539 ซึ่งมียอดจำหน่ายสูงสุด 589,126 คัน และหดตัวถึงร้อยละ 60 ในปี

2541 จากปี 2540 กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้กำหนดนโยบายปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมรวมถึงสาขายานยนต์ และวางแผนงานหลักในการช่วยเหลือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยให้สามารถอยู่รอดได้ โดยการจัดตั้งสถาบันเฉพาะทาง คือ สถาบันยานยนต์ ให้เป็นหน่วยงานในรูปแบบเอกชนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามแผนปรับโครงสร้างเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจน จึงขอสรุปนโยบายและมาตรการของรัฐ ได้ดังนี้

### นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน

ในปี 2503 อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยได้รับสิทธิประโยชน์ คือ ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าและภาษีการค้าครั้งหนึ่ง สำหรับวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อนำมาประกอบในโรงงานเป็นเวลา 5 ปีแรก ต่อมามีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรมในปี 2505 อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์นั่งและรถบรรทุก โดยได้รับสิทธิประโยชน์คือ ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร ส่วนประกอบ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องใช้จำเป็น โรงงานสำเร็จรูป และอุปกรณ์ก่อสร้างโรงงาน

การให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือ มีโรงงานประกอบรถยนต์ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 9 โรง ในปี 2510 โดยเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างไทยและญี่ปุ่นเป็นส่วนมาก ในปี 2512 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ประกาศยกเลิกการให้การส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการประกอบรถยนต์ในประเทศ เพราะพิจารณาเห็นว่ากำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการในประเทศในเวลานั้นแล้ว ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน แต่ปรากฏว่ายังมีผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์เพิ่มขึ้นอีกหลายโรง นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องยนต์ เครื่องจักร โดยกำหนดขนาดการลงทุนไว้ไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท ซึ่งนโยบายนี้ กล่าวได้ว่าเป็นความพยายามที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศมีการผลิตแบบครบวงจร และลดการพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์จากต่างประเทศ โดยในปี 2537 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้มีมติเปิดให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ขึ้นใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกในอนาคต เพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้น มีต้นทุนการผลิตต่ำลงเพียงพอที่จะแข่งขันกับต่างประเทศได้
2. ให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการขยายการลงทุนส่งออก
3. ให้เกิดการกระจายการลงทุนไปสู่ภูมิภาคในอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยมีอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นแกนนำ

4. เพื่อลดต้นทุนและให้ความสะดวกแก่ผู้ประกอบการรถยนต์เพื่อการส่งออก ในการรับภาระขาดเสียภาระภาษีที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตขึ้นส่วนอย่างสะดวกรวดเร็ว โดยสนับสนุนสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน แต่ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการอุดหนุนการส่งออก

#### **นโยบายและมาตรการเกี่ยวกับการผลิต และการประกอบรถยนต์**

หน่วยงานที่มีบทบาทโดยตรงต่อการกำหนดนโยบายด้านการผลิต และการประกอบรถยนต์ ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม นโยบายหลักที่ประกาศใช้ประกอบด้วย นโยบายการจำกัดจำนวนแบบและรุ่นของรถยนต์ที่ประกอบ และนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ(Local content requirement) จุดมุ่งหมายของการดำเนินนโยบายทั้งสอง เนื่องจากสาเหตุ 2 ประการ คือ อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ เป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า แต่ตลาดในประเทศมีขนาดเล็ก หากปล่อยให้มีการผลิตรถยนต์ที่มีจำนวนแบบและรุ่นมากเกินไป จะทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยมีค่าสูง เนื่องจากเป็นการผลิตในปริมาณน้อย เนื่องจากเป็นการผลิตในปริมาณน้อยจนไม่ก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) และอีกประการหนึ่ง การกำหนดให้รถยนต์ประกอบในประเทศต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศตามที่กำหนด เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตขึ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์

ในปี 2521 มีการประกาศเพิ่มการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ สำหรับรถยนต์นั่งจากเดิมร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 ภายใน 5 ปี โดยให้เพิ่มเป็นร้อยละ 35 ภายใน 2 ปีแรก และปีต่อไปให้เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 ต่อปี จนครบกำหนดภายในปี 2526

ปี 2522 เพิ่มการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ สำหรับรถยนต์บรรทุก และรถยนต์โดยสาร โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปีจนครบกำหนดในแต่ละประเภท แต่่นโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศจะไม่บังคับใช้ในกรณีที่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยกระทรวงอุตสาหกรรมประกาศให้โรงงานประกอบรถยนต์เพื่อการส่งออก ไม่ต้องใช้ชิ้นส่วนประกอบที่ผลิตภายในประเทศ แต่ให้ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศตามที่คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์เห็นว่าเหมาะสม

ปี 2525 ได้จัดตั้งคณะกรรมการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ซึ่งกำหนดให้อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องทำการปรับโครงสร้างเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น โดยทำการศึกษาร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งได้สรุปว่า ควรกำหนดอัตราการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ สำหรับรถยนต์นั่งไว้ที่ร้อยละ 45 เนื่องจากการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศในสัดส่วนที่สูง จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์สูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เพราะชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศมีราคาแพงกว่าชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก

ปี 2529 คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ประกาศเปลี่ยนแปลงการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ สำหรับรถยนต์นั่ง ดังนี้

1. ห้ามเพิ่มรุ่น(Series) ในแต่ละโรงงาน ยกเว้นได้รับอนุญาตย้ายรุ่นรถ หรืออนุญาตให้ประกอบได้มากกว่า 1 แห่ง และในแต่ละรุ่นจำกัดให้ประกอบได้ไม่เกิน 2 แบบ โดยพิจารณาจากตัวถังขนาดเครื่องยนต์ และเกียร์

2. ห้ามตั้งโรงงานขึ้นใหม่ แต่อนุญาตให้ขยายกำลังการผลิตได้

3. รถรุ่นใดถ้าไม่มีการประกอบภายใน 1 ปี จะถูกยกเลิกสิทธิ์การประกอบไป

ปี 2534 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศนโยบายอุตสาหกรรมรถบรรทุกขนาดเล็ก(ปิกอัพ) กำหนดให้รถบรรทุกขนาดเล็กต้องใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศตามบัญชีที่กำหนดให้ทุกรายการ หากไม่ได้ใช้รายการใดต้องนำชิ้นส่วนจากบัญชีเลือกมาใช้แทนกันด้วยมูลค่าที่เหมาะสม และใกล้เคียงกัน รวมทั้งกำหนดให้รถบรรทุกขนาดเล็กที่มีเครื่องยนต์ตั้งแต่ 1,000 ซีซี ขึ้นไป ต้องใช้เครื่องยนต์ที่ผลิตในประเทศเท่านั้น

ปี 2537 กระทรวงอุตสาหกรรม ประกาศยกเลิกการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่ง เข้าสู่ยุคการเปิดเสรีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์

### นโยบายการปรับปรุงโครงสร้างภาษี

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้เข้าเป็นประเทศสมาชิก WTO และต้องทำตามกฎ กติกา การค้าโลก โดยทยอยลดภาษีและข้อกีดกันทางการค้าต่างๆ นั้น กระทรวงการคลัง ได้เริ่มดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างภาษีศุลกากร ตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา โดยยึดหลักการได้มูลค่าเพิ่ม(Value Added Escalation) คือ การพิจารณาอัตราภาษีตั้งแต่ต้นน้ำ คือวัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ หรือสินค้าสำเร็จรูป โดยปัจจุบันโครงสร้างภาษีศุลกากรของไทยมีอัตราภาษี 24 อัตรา ช่วงอัตรา 0-80% และอัตราภาษีเฉลี่ย 17% ซึ่งถ้ารวมอัตราผูกพัน WTO ด้วยจะมีอัตราทั้งสิ้น 46 อัตรา ระหว่าง 0-80% อัตราเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15-36% และอัตราภาษีนำเข้า CBU ตาม CEPT Rate ของ AFTA ปัจจุบัน 20%

การมีอัตราภาษีสูงและหลายอัตรา เป็นการทำให้ต้นทุนการผลิตสูง และความสามารถในการแข่งขันลดลง การลดอัตราภาษีให้เหลือน้อยอัตราลง จะช่วยให้ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ช่วยลดความยุ่งยากและการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งภาครัฐได้มีการปรับปรุงโครงสร้างภาษีในด้านต่างๆ ดังนี้

#### 1. ภาษีนำเข้า

ปี 2505 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ให้สิทธิประโยชน์แก่กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน โดยลดอัตราอากรขาเข้าของชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ลงครึ่งหนึ่ง เป็นร้อยละ 30,20 และ 10 สำหรับรถยนต์นั่ง รถแวน รถปิกอัพ และรถบรรทุก ตามลำดับ

ปี 2512 ประกาศขึ้นอัตราอากรขาเข้าสำหรับรถยนต์นั่ง รถแวน รถปิกอัพ และรถบรรทุก เป็นร้อยละ 80,60 และ 40 เนื่องจากในปี 2512 ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดดุลการค้าอย่างรุนแรง และห้ามนำเข้ารถยนต์ที่ใช้แล้ว เว้นแต่ได้รับอนุญาต

ปี 2527 กระทรวงพาณิชย์ประกาศควบคุมการนำเข้าตัวถังหรือแค็บของรถยนต์ ไม่ว่าจะนำเข้าโดยสมบูรณ์หรือบางส่วน ไม่ว่าจะมีส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ ประกอบติดตั้งอยู่ด้วยหรือไม่ก็ตาม ต้องขออนุญาตการนำเข้า

ปี 2528 ประกาศปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์สำเร็จรูป และขึ้นส่วนรถยนต์ ดังนี้

1.1 เพิ่มอัตราอากรขาเข้าสำหรับรถแวน ปิกอัพ และรถจี๊ป จากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 120

1.2 เพิ่มอัตราอากรขาเข้าสำหรับรถบรรทุก จากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 50

1.3 อนุญาตให้นำเข้ารถยนต์นั่งที่มีความจุปริมาตรช่วงชักภายในกระบะรถบรรทุก ตั้งแต่ 2,300 ซีซี ขึ้นไป แต่ต้องเสียอากรขาเข้าร้อยละ 20 ของราคารถยนต์

1.4 ประกาศเก็บอากรพิเศษ

1) รถแวน รถปิกอัพ รวมทั้งขึ้นส่วนประกอบที่นำเข้า จะต้องเสียอัตราร้อยละ 20 ของอากรขาเข้าที่ต้องเสียตามปกติ

2) ขึ้นส่วนประกอบสำหรับรถยนต์นั่ง และรถโดยสารที่มีที่นั่งไม่เกิน 30 คน เสียอัตรา ร้อยละ 40 ของอากรขาเข้าตามปกติ

ปี 2532 กระทรวงการคลังปรับลดอัตราภาษีนำเข้าส่วนประกอบ และอุปกรณ์ที่นำเข้า มาประกอบเป็นแชสซีส์ที่มีเครื่องยนต์ติดตั้ง สำหรับรถบรรทุกแวนและปิกอัพเหลือร้อยละ 30 เพื่อให้ เกิดความสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่กำหนดให้รถบรรทุกเล็กต้องใช้ เครื่องยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ

## 2. ภาษีสรรพสามิต

ปี 2535 กระทรวงการคลังประกาศเก็บภาษีสรรพสามิตของรถยนต์นั่งสำเร็จรูป หรือ รถยนต์นั่งที่ดัดแปลงมาจากรถปิกอัพ และรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกิน 10 คน ในอัตราร้อยละ 32.5 และ 36 ของราคาหน้าโรงงาน

ปี 2537 ประกาศปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต สำหรับรถยนต์นั่งสำเร็จรูป หรือรถยนต์ โดยสารที่ดัดแปลงมาจากรถปิกอัพ และรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกิน 10 คน และมีความจุกระบะรถบรรทุกไม่เกิน 2,400 ซีซี ดังนี้

2.1 รถยนต์ที่มีความจุกระบะรถบรรทุกเกิน 2,400 ซีซี แต่ไม่เกิน 3,000 ซีซี เสียภาษี สรรพสามิตในอัตราร้อยละ 38 ของราคา หรือมูลค่าที่ดัดแปลง

2.2 รถยนต์ที่มีความจุกระบะรถบรรทุกเกิน 3,000 ซีซี เสียภาษีสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 45 ของราคา หรือมูลค่าที่ดัดแปลง

## 1.6. ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั้นมีการกีดกันโดยธรรมชาติ เนื่องจากต้นทุนในการดำเนินการนั้นเป็นเงินจำนวนมาก โดยต้องเริ่มจากการสร้างโรงงานซึ่งต้องใช้เงินทุนที่สูงมาก ต้นทุนในการจดทะเบียนและต้นทุนในด้านต่างๆ รวมทั้งในด้านความน่าเชื่อถือทางการเงิน และถึงแม้ว่าจะมีเงินลงทุนจำนวนมาก แต่ก็ไม่แน่ว่าจะสามารถผลิตรถยนต์ออกมาแข่งขันกับผู้ผลิตที่มีอยู่ก่อนในตลาดได้ เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาสูง เมื่อผู้บริโภคซื้อแล้วก็จะไม่เปลี่ยนบ่อยๆ หากไม่จำเป็น และรถยนต์ก็มีการใช้งานนาน อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความภักดีในตัวผู้ผลิต (Brand Royalty) หรือเป็นความภักดีในตราหือของผู้ผลิตรายนั้นๆ หากต้องการเปลี่ยนรถก็มักจะพิจารณาจากยี่ห้อที่เคยใช้งานมาก่อน ผู้ผลิตที่เข้าที่เข้ามาใหม่ยังไม่ได้ได้รับความไว้วางใจ ก็อาจจะทำให้ขายรถยนต์ไม่ได้ตามที่ผลิตออกมา หรือผลิตออกมามากแต่ขายได้น้อยเพราะอุปสงค์ต่อรถมีจำนวนน้อยทำให้เกิด Excess Supply ถ้าหากผู้ผลิตที่เข้ามาใหม่ต้องการขายรถให้ได้มากขึ้น ก็ต้องลดราคารถยนต์ ซึ่งอาจจะกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทอีก และในที่สุดแล้วผู้ผลิตรายใหม่ก็อาจอยู่ไม่ได้ ต้องออกจากตลาดไปเอง เป็นการกีดกันโดยธรรมชาติ ซึ่งผู้นำทางการตลาดไม่ต้องออกกลยุทธ์มาเพื่อกำจัดคู่แข่งแต่เนิ่นๆ

## 1.7 สถานการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปัจจุบัน

ตามที่คณะรัฐมนตรี ได้อนุมัติแผนการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ประหยัดพลังงานตามมาตรฐานสากล(อีโคคาร์) ด้วยการกำหนดจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในอัตราเพียง 17% พร้อมกับกำหนดเงื่อนไขด้านคุณสมบัติของรถอีโคคาร์ให้มีขนาดความจุระบอสูบไม่เกิน 1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน หรือไม่เกิน 1,400 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล รวมทั้งกำหนดเงื่อนไขอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง มาตรฐานการควบคุมมลพิษ และมาตรฐานความปลอดภัยขั้นสูง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเห็นว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ค่ายผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศสร้างเซกเมนต์(Segment) รถยนต์ประเภทใหม่ในตลาดอย่างชัดเจน เพราะปัจจุบันอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยไม่มีการผลิตรถยนต์นั่งตามสเปคของอีโคคาร์เลย แต่การที่รถอีโคคาร์จะสามารถแจ้งเกิดในตลาดรถยนต์ได้หรือไม่ และตลาดรถยนต์ในประเทศจะตอบรับรถยนต์เซกเมนต์ใหม่นี้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.7.1 ปัจจัยด้านราคารถยนต์ จากการที่รถอีโคคาร์ถูกกำหนดให้เสียภาษีสรรพสามิตรถยนต์ในอัตรา 17% เปรียบกับรถยนต์นั่งขนาดเล็กทั่วไปที่ปัจจุบันอยู่ที่ 30% และรถยนต์นั่งขนาดเล็กที่ใช้แก๊สโซลอลล์ชนิด E20 ที่เสียภาษีในอัตรา 25% นั้น จะมีผลทำให้ต้นทุนและราคาจำหน่ายรถยนต์อีโคคาร์อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ ซึ่งจะสนับสนุนให้บริษัทรถยนต์ต่างๆ สนใจผลิตรถอีโคคาร์ และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมานิยมรถยนต์ประเภทนี้ นอกจากนี้คาดว่าสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่

ผู้ผลิตจะได้จากมาตรการส่งเสริมการลงทุนบีโอไอ ก็ช่วยลดภาระต้นทุนการผลิตได้ระดับหนึ่ง และชดเชยกับต้นทุนที่ค่อนข้างสูงในการผลิต เนื่องจากต้องมีมาตรฐานหรือคุณสมบัติต่างๆ สูงกว่ารถยนต์ทั่วไป ซึ่งจะทำให้รถอีโคคาร์มีความได้เปรียบทางด้านราคาในระดับหนึ่ง

1.7.2 ปัจจัยด้านราคาน้ำมัน จากแนวโน้มระยะยาวที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกและในประเทศจะยังคงผันผวนและอยู่ในระดับสูง จะส่งผลให้ผู้บริโภคหันมานิยมใช้รถยนต์ที่มีคุณสมบัติในการประหยัดน้ำมันมากขึ้น ซึ่งน่าจะทำให้รถยนต์อีโคคาร์สามารถแจ้งเกิดในตลาดรถยนต์ในประเทศได้ เพราะมีคุณสมบัติในการประหยัดน้ำมันมากกว่า

1.7.3 ปัจจัยด้านอื่นๆ คุณสมบัติอื่นของรถอีโคคาร์ไม่ว่าจะเป็นประสิทธิภาพในการใช้งาน มาตรฐานความปลอดภัย และมาตรฐานควบคุมมลพิษ รวมไปถึงรูปลักษณ์การออกแบบทั้งภายนอกและภายใน นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ และแคมเปญส่งเสริมการขายต่างๆ ของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายที่จะนำมาจูงใจแก่ผู้บริโภค

และตามที่คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติแผนส่งเสริมการลงทุนในรถอีโคคาร์ เพื่อสร้าง Product Champion ตัวใหม่เพิ่มเติมจากรถปิกอัพ 1 คัน โดยให้มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 ตุลาคม 2552 นั้น ปัจจุบันมีผู้ประกอบการยื่นขอรับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และได้รับอนุมัติแล้ว 6 ราย ประกอบด้วย ฮอนด้า ซูซูกิ นิสสัน ทาทา โตโยต้า และมิตซูบิชิ กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยให้ความเห็นต่อโครงการอีโคคาร์ว่า รถยนต์ดังกล่าวน่าจะออกสู่ตลาดได้ประมาณปลายปี 2552 หรือต้นปี 2553 ขณะที่ราคาคาดว่าจะไม่เกิน 4 แสนบาท และให้ความเห็นว่าการลดอัตราภาษีสรรพสามิตเหลือร้อยละ 17 ซึ่งจะทำให้รถอีโคคาร์มีราคาถูกลงกว่ารถทั่วไป รวมถึงคุณสมบัติด้านประหยัดน้ำมัน ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยแล้ว น่าจะสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ อันส่งผลให้ตลาดรถยนต์โดยรวมมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น โครงการผลิตอีโคคาร์ คาดว่าจะส่งผลให้ปริมาณการผลิตรถโดยรวมของไทยมีจำนวนมากถึง 2 ล้านคันในปี 2554 และเพิ่มเป็น 2.5 ล้านคันในปี 2557

## 2. ทฤษฎีการกระจุกตัว

การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม บางส่วนเท่านั้น เป็นวิธีการคำนวณได้ง่ายที่สุด โดยคำนวณจากสัดส่วนของผู้ผลิตที่ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดมาเปรียบเทียบกับธุรกิจทั้งหมดที่อยู่ในตลาดว่ามีระดับการกระจุกตัวอยู่ที่ระดับใด(ผาสุก พงษ์ไพจิตร และไพโรจน์ วงษ์วิภาานนท์ 2517: 2) นอกจากนี้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม หมายถึง การที่ธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนน้อยราย (1, 2, 3 ราย) มีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) มากกว่าส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจรายย่อยอื่นๆ ที่เหลือรวมกันในตลาดหรือในอุตสาหกรรมนั้นๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ทั้งหมดมี 10 ราย ผู้ผลิต 2 รายใหญ่ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 85 ที่เหลือ 8 รายมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันร้อยละ 15 การที่ผู้ผลิตจำนวนน้อยรายสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากเท่าไร การกระจุกตัวก็จะสูงและมีอำนาจค่อนข้างมาก แต่ก็ไม่ถึงกับจะมีการผูกขาด (อำนาจพิเศษ มนุษุ สุข 2526: 2) การวัดว่าอุตสาหกรรมใดมีการกระจุกตัวมากน้อยเพียงใด มีเครื่องมือที่ใช้วัดได้หลายวิธี ได้แก่

2.1 อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio) เป็นดัชนีที่บอกให้ทราบว่าธุรกิจใ่อุตสาหกรรมหนึ่งๆ มีการกระจุกตัวอยู่ในมือหน่วยธุรกิจใหญ่ๆ เพียงไม่กี่รายในอุตสาหกรรมมากน้อยเพียงใด ซึ่งการคำนวณอัตราส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจจำนวนน้อยรายจะเรียงลำดับใหญ่สุดและรองลงมา โดยคิดจากยอดขาย คิดเป็นร้อยละเท่าไรของทั้งหมด จำนวนบริษัทที่จะรวมอยู่ในการคำนวณหาอัตราดังกล่าวที่ใช้อยู่ทั่วไปมักจะเป็น 4 บริษัท 8 บริษัท หรือ 15 บริษัท โดยสูตรในการคำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว มีดังนี้

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{T}$$

$CR_n$  = อัตราส่วนการกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจจำนวน n หน่วย

$S_i$  = ยอดขายของหน่วยธุรกิจที่ i

$T$  = ยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม

$n$  = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

ถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่าต่ำ แสดงว่าหน่วยธุรกิจจำนวนมากที่อยู่ในอุตสาหกรรมมีการแข่งขันค่อนข้างมาก ในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่าสูง แสดงว่าหน่วยธุรกิจรายใหญ่ๆ มีการครอบงำตลาดทั้งด้านขนาดของหน่วยธุรกิจ การกำหนดราคา และการทำกำไร ตัวอย่างเช่น หน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด 4 หน่วย มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันน้อยกว่าร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมด ( $CR_4 < 20$ ) จะมีการแข่งขันกันสูงมาก และมีความใกล้เคียงกับตลาดแข่งขัน

สมบูรณ์มากที่สุด ในขณะที่หน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด 4 หน่วย ในอุตสาหกรรมที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 80 ของยอดขายทั้งหมด ( $CR_4 < 80$ ) จะเป็นอุตสาหกรรมที่กระจุกตัวสูง และมีแนวโน้มใกล้เคียงตลาดผูกขาดมากที่สุด และอุตสาหกรรมที่มีหน่วยธุรกิจใหญ่ที่สุด 4 หน่วย ที่สูงกว่าร้อยละ 50 – 60 มีแนวโน้มใกล้ว่าจะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

**2.2 Size-Ratio (W)** เป็นการแสดงถึงความแตกต่างในขนาดผลิตของหน่วยธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรม โดย

$$\text{Size-Ratio: } W = \frac{\text{มูลค่าเฉลี่ยยอดขายการจำหน่ายของกลุ่มหน่วยธุรกิจที่ใหญ่}}{\text{มูลค่าเฉลี่ยยอดขายการจำหน่ายของหน่วยธุรกิจที่เล็ก}}$$

หลักเกณฑ์การพิจารณา คือ ถ้าค่า Size-Ratio: W ที่คำนวณได้

1. มีค่า  $W < 16$  แสดงว่าขนาดธุรกิจต่างๆ มีความใกล้เคียงกัน
2. มีค่า  $W > 16$  แสดงว่าขนาดธุรกิจต่างๆ มีความแตกต่างกันมาก

กรณีที่ 1 อุตสาหกรรมที่มีค่า  $CR_n$  และค่า W สูง แสดงว่าอุตสาหกรรมนั้นมีอำนาจผูกขาดสูง

กรณีที่ 2 อุตสาหกรรมที่มีค่า  $CR_n$  และค่า W ต่ำ แสดงว่าอุตสาหกรรมนั้นมีอำนาจผูกขาดน้อยกว่าในกรณีแรก ซึ่งอาจมีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยราย อันนำไปสู่การรวมตัวหรือการแข่งขัน

**2.3 ดัชนี Herfindahl- Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index; HHI)** เป็นดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมวิธีหนึ่งที่ได้จากการรวมค่ากำลังสองของสัดส่วนยอดขายของแต่ละหน่วยธุรกิจเมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left( \frac{S_i}{T} \right)^2$$

$S_i$  = ยอดขายของหน่วยธุรกิจที่  $i$

$T$  = ยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม

$n$  = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

ดัชนี Herfindahl – Hirschman จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้ามีค่าใกล้เคียง 1 หรือเท่ากับ 1 การกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมก็จะสูง เช่น ถ้าการกระจุกตัวมีค่าเท่ากับ 1 ส่วนแบ่งการครองตลาดซึ่งเท่ากับ 100/100 ค่า HHI ก็จะมีค่าเท่ากับ  $1^2$  หรือ 1 ตลาดก็จะเป็นตลาดผูกขาด ถ้า

ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมประกอบด้วยธุรกิจ 3 ราย ที่มีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 60 20 และ 10 ตามลำดับ ค่า HHI จะ =  $.6^2 + .2^2 + .1^2 = .41$  แต่ถ้าหน่วยธุรกิจ 100 ราย มีส่วนแบ่งตลาดเท่ากัน ค่า HHI จะ =  $1/n = .001$  กรณีที่คำนวณค่า HHI ใกล้เคียงกับ 0 ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นจะมีลักษณะ ใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านสภาพทั่วไป

**ธวัช พักเลื่อม (2533)** ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย” โดยศึกษาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ส่วนที่เกี่ยวข้องกับจำนวนผู้ประกอบการ ระดับการแข่งขัน พฤติกรรมด้านราคา และการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่ง โครงสร้างราคารถยนต์นั่งภายในประเทศ และผลกระทบของนโยบายจากรัฐบาลที่มีต่อผู้บริโภคในประเทศ พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์นั่งหลากหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศยุโรป แม้จะมีการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศ อยู่หลายยี่ห้อ แต่มีรถยนต์นั่งเพียง 9 ยี่ห้อที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทย ยังคงต้องพึ่งพาชิ้นส่วนจากต่างประเทศเป็นหลัก ต้นทุนในการผลิตจึงมีส่วนของภาษีประกอบอยู่มากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งจะตกเป็นภาระแก่ผู้บริโภคที่จะต้องซื้อรถยนต์นั่งในราคาที่สูง ประกอบกับ ต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะค่าเงินเยน ภาวะเงินเฟ้อ การผลิตจึงไม่เกิดการประหยัดต่อขนาดที่ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงได้ ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศจึงอยู่ระดับที่สูง เนื่องจากรถยนต์นั่งที่มีจำหน่ายในประเทศส่วนมากมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่าร้อยละ 5 ของยอดการจำหน่ายทั้งหมด ทั้งนี้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภคมากกว่าราคาของรถยนต์ นโยบายของรัฐบาลมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคารถยนต์นั่ง โดยเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการบังคับการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศและนโยบายด้านภาษี นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายการใช้ชิ้นส่วนจากต่างประเทศจะมีผลต่อราคารถยนต์นั่งมากที่สุด

**จิรายุ บงกชมาศ (2543)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการรถยนต์ภายในประเทศ ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกรถยนต์ของไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายรถปิกอัพขนาด 1 ตัน ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการรถปิกอัพ ขณะที่ ราคา สต็อกรถปิกอัพ อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม จะมี

ความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กับความต้องการรถปิกอัพขนาด 1 ตัน ขณะที่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการรถยนต์นั่ง ก็คือ รายได้ และราคา ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ สต็อก และอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกรถปิกอัพขนาด 1 ตัน พบว่าไทยมีตลาดรถปิกอัพที่ใหญ่ ขณะที่ผู้ผลิตไม่เกียจ จึงเกิด Economic of Scale และไทยยังสามารถใช้ขึ้นส่วนในประเทศได้มากกว่าร้อยละ 70 ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูง โดยค่า RCA ของรถปิกอัพขนาด 1 ตัน ของไทยมีค่าเพิ่มขึ้น 0.19 (ปี 2537), 0.17 (ปี 2538), 0.38 (ปี 2539), 0.95 (ปี 2540) และ 1.30 (ปี 2541) ขณะที่คู่แข่งที่น่ากลัว คือ อเมริกา ซึ่งในระยะสั้นไทยไม่สามารถแข่งขันด้านมาตรฐาน และเทคโนโลยีได้ แต่ในระยะยาว การแข่งขันของไทยจะสามารถแข่งขันได้ เนื่องจากข้อตกลงขององค์การการค้าโลก (WTO) ที่จะส่งผลดีต่อไทย ขณะที่แนวโน้มในอนาคต ตลาดส่งออก : ตลาดในประเทศ น่าจะเป็น 60 : 40 เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศ และการย้ายฐานการผลิตมาไทยของผู้ประกอบการต่างประเทศ

**ทิพย์วรรณ สุขรักเกียรติ (2547)** ได้ศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย เพื่อรองรับการแข่งขันกับต่างชาติ” พบว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมในประเทศไทยด้านการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุนระหว่างภาคธุรกิจเอกชนไทยกับต่างชาติ โดยบริษัทที่เข้ามาร่วมทุนในประเทศไทยสูงสุด ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเยอรมนี ในด้านการผลิตบริษัททุกแห่งมีการขยายการผลิตทั้งจำนวนรุ่นและปริมาณการผลิตในแต่ละรุ่น โดยทุกบริษัทมีการนำเข้าชิ้นส่วนอะไหล่จากต่างประเทศเพื่อประกอบรถยนต์ ส่วนด้านการตลาดทุกบริษัทมีเป้าหมายในการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และมีบางบริษัทที่มีเป้าหมายในการผลิตเพื่อการส่งออกด้วย สำหรับคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญคือ รถยนต์ที่ผลิตในประเทศ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี อันดับสอง ได้แก่ เศรษฐกิจมหภาค และปัจจัยด้านรัฐบาล อันดับสาม ได้แก่ การบริหารงานและการจัดการของภาคเอกชน ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านรัฐบาล พบว่านโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการปรับเพิ่มหรือลดค่าภาษีมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ไทย และนโยบายที่รัฐบาลควรให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือเป็นอันดับแรก คือ นโยบายด้านภาษี อันดับสอง นโยบายด้านการค้า และอันดับสาม คือ นโยบายด้านการผลิต ส่วนการรวมกลุ่มและข้อตกลงทางการค้าที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ พบว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรี (AFTA) มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันมากเป็นอันดับแรก อันดับสอง ได้แก่ ข้อตกลงการค้าโลก (WTO) และอันดับสาม ได้แก่ กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเขตเอเชียและแปซิฟิก (APEC)

คู่แข่งด้านการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของประเทศไทย บริษัทส่วนใหญ่เห็นว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญเป็นอันดับแรก อันดับสอง ได้แก่ มาเลเซีย ส่วนเวียดนาม

เป็นคู่แข่งที่มีอิทธิพลเป็นอันดับสาม ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลในการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเหล่านี้มากเป็นอันดับแรก ได้แก่ อัตราค่าจ้าง อันดับสอง ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล และอันดับสาม ได้แก่ ขนาดของตลาดภายในประเทศ และคุณภาพทักษะแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับแรก ได้แก่ นโยบายของรัฐ อันดับสอง ได้แก่ อัตราค่าจ้าง และอันดับสาม ได้แก่คุณภาพทักษะแรงงาน

### 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการวัดการกระจุกตัว

**สุริยะ โพธิ์งาม (2537)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย” โดยแบ่งแยกตลาดรถยนต์นี้ ออกเป็น 3 ขนาด คือ รถยนต์นั่งขนาดเล็ก (<1600 ซีซี), รถยนต์นั่งขนาดกลาง (1600-2000 ซีซี) และรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ (มากกว่า 2000 ซีซี) โดยใช้ Herfindahl Index เป็นดัชนีวัดและใช้ยอดการจำหน่ายรถยนต์แต่ละขนาดเป็นตัวแปรในการศึกษา โดยผลสรุปจากการศึกษาเป็นดังนี้ ตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 – 2536 มีอัตราการกระจุกตัวระหว่าง 3 – 4 ยี่ห้อ ขณะที่รถยนต์นั่งขนาดกลาง มีอัตราการกระจุกตัวอยู่ระหว่าง 5 – 6 ยี่ห้อ และรถยนต์นั่งขนาดใหญ่มีอัตราการกระจุกตัว 1 – 2 ยี่ห้อ แสดงให้เห็นว่าตลาดรถยนต์นั่งของรถยนต์ขนาดกลางมีการแข่งขันมากที่สุด ตามด้วยรถยนต์นั่งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ โดยแนวโน้มการแข่งขันของรถยนต์นั่งขนาดกลางมีแนวโน้มการแข่งขันคงที่ รถยนต์นั่งขนาดเล็กมีแนวโน้มลดลง และขนาดใหญ่มีการแข่งขันกันน้อย

**บุญรอด ปริชาสุนทรรัตน์ (2539)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย” โดยทำการแยกการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน คือ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบการรถยนต์นั่งแต่ละราย วิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง การวิเคราะห์การกระจายส่วนแบ่งตลาด การศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และพฤติกรรมด้านราคา โดยวิเคราะห์ออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปี 2523 – 2534 ก่อนการประกาศลดภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป และขึ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง รวมทั้งการอนุญาตนำเข้ารถยนต์นั่งต่ำกว่า 2,300 CC. และช่วงปี 2535 – 2537 ซึ่งเป็นช่วงหลังประกาศนโยบายดังกล่าว โดยใช้วิธี Concentration Ratio, Lorenz Curve, Herfindahl Summary Index

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งของรถยนต์จำนวน 9 ยี่ห้อ ในช่วงปี 2523 – 2534 เรียงจากมากไปน้อย คือ โตโยต้า นิสสัน มิตซูบิชิ บีเอ็มดับเบิลว เปอร์โยต์ มาสด้า วอลโว่ และเมอร์ซิเดสเบนซ์ ขณะที่ช่วงปี 2535 – 2537 พบว่าส่วนแบ่งการตลาดยังคงผูกขาดอยู่กับ โตโยต้า และนิสสัน และมีแนวโน้มที่จะลดลง ขณะที่อันดับอื่นๆ มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ประการที่สอง มีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในช่วงปี 2523 – 2534 โดยที่ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งมีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มรถยนต์นั่งที่มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 1 กับ 2 คือ โตโยต้า และนิสสัน (CR = 54.51) แต่เมื่อ

พิจารณาการกระจุกตัวของส่วนแบ่งทางการตลาด 4 ราย พบว่ามีค่า 80.75 ซึ่งแสดงถึงตลาดรถยนต์นั่งของประเทศไทยถูกครอบครองจากรถยนต์นั่ง 4 ยี่ห้อ การกระจุกตัวในช่วงปี 2535 – 2537 พบว่าค่าการกระจุกตัวของรถยนต์นั่ง 2 ยี่ห้อ(โตโยต้าและนิสสัน) มีค่าลดลง กล่าวคือ มีอำนาจทางการตลาดรถยนต์ CR = 37.91 ประการสุดท้าย การวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการกระจายส่วนแบ่งทางการตลาด พบว่าจากการประกาศใช้นโยบายดังกล่าวข้างต้น พบว่าระดับการแข่งขันของตลาดรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการกำหนดราคา โดยรถยนต์ขนาดกลางมีการปรับลดราคาจำหน่ายลงในอัตรามากกว่ารถยนต์นั่งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ แสดงว่าผู้ประกอบการรถยนต์นั่งรายใหญ่จะดำเนินนโยบายที่ไม่เกี่ยวข้องกับราคาคือจะใช้ Product Differentiation, Advertising Research & Development อื่นๆ

**ปฏิพร พิรุพันธ์เมธิ (2547)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงสร้างตลาดและการวัดระดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมรถยนต์หลังการเปิดเสรีของอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี 2534 จนถึงปี 2547 และการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ด้วยการวัดระดับการกระจุกตัว เพื่อนำมาพิจารณาว่าโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่ออธิบายลักษณะตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ว่าเป็นประเภทใด และผู้ผลิตแต่ละรายมีส่วนแบ่งการตลาดเท่าไร โดยมีวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม 3 วิธี คือ Concentration Ratio (CR), Size-Ratio(W) และ Herfindahl Summary Index(HIS) ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมรถยนต์มีระดับการกระจุกตัวสูง คือมีค่าของ CR มากกว่าร้อยละ 67 ทุกปี และค่าการกระจุกตัวมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยในภาพรวมมีระดับการแข่งขันน้อย และเมื่อพิจารณาค่าของ Size-Ratio พบว่ามีค่าน้อยกว่า 16 และค่า HHI มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์ มีขนาดของธุรกิจที่เหมือนและแตกต่างกันบ้าง โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์มีลักษณะแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือมีลักษณะการผูกขาดโดยบริษัทใหญ่ๆ ที่เด่นชัดได้แก่ โตโยต้า, ฮอนด้า, อิซูซุ และมิตซูบิชิ โดยเป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถผลิตรถยนต์ที่หลากหลายรองรับกับความต้องการของตลาดได้อย่างกว้างขวาง ประกอบกับนโยบายของรัฐในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการรายใหญ่มาโดยตลอด อีกทั้งการลงทุนจัดตั้งโรงประกอบรถยนต์ของผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก และใช้เวลาในการดำเนินการนานกว่าที่จะสามารถผลิตรถยนต์ออกสู่ตลาดได้ จึงทำให้ยากที่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมรถยนต์จะเข้ามาแข่งขัน ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มการกระจุกตัวเพิ่มขึ้น

**วีระพงษ์ เลี้ยงมัน (2548)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์กระบะ : กรณีศึกษารถยนต์กระบะบรรทุกไม่เกิน 1 ตัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์กระบะ โดยศึกษากรณีรถยนต์

กระบะบรรจุทุกไม่เกิน 1 ตัน ในด้านการบรรจุตัว และศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา (price competition) และพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (non-price competition) ผลการศึกษาพบว่า ตลาดรถยนต์กระบะบรรจุทุกไม่เกิน 1 ตัน ในประเทศไทยเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย มีการบรรจุตัวสูง ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาผู้นำตลาดเพียง 2 ราย ได้แก่รถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ และ โตโยต้า โดยค่า Concentration Ratio, Herfindahl-Hirschman Index, Comprehensive Concentration Index และ Entropy Index พบว่า 3 ตัวแรกค่าการบรรจุตัวสูง และมีเพียงการหาค่าการบรรจุตัวแบบ Entropy Index เท่านั้น ที่มีค่าการบรรจุตัวอยู่ที่ปานกลาง ในตลาดรถยนต์กระบะบรรจุทุกไม่เกิน 1 ตัน จะเป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างในแง่รูปลักษณะมากนัก รวมทั้งในด้านราคาก็ไม่ปรากฏว่ามีการแข่งขันกันอย่างเด่นชัด ดังนั้นการแข่งขันจะไปอยู่ที่การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เช่น การแข่งขันในเรื่องของบริการหลังการขาย การลดดอกเบี้ย การแจกของแถมต่างๆ ซึ่งการบริการหลังการขาย และการแจกของเหล่านี้ เป็นสิ่งที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

#### ตาราง 9 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้
ธวัช พิกเหลี่ยม	ศึกษาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศ และ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่ง	พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย มีการผลิตที่หลากหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ ที่แม้จะมีการผลิตหลายยี่ห้อ แต่มีเพียง 9 ยี่ห้อที่มีบทบาทในอุตสาหกรรม โดยการผลิตยังคงพึ่งพาชิ้นส่วนจากต่างประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้อุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภคมากกว่าราคาของรถยนต์ และนโยบายรัฐบาลจะมีส่วนสำคัญ	ใช้ศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วยการผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

ตาราง 9 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ ในงานวิจัยครั้งนี้
		ในการเปลี่ยนแปลงราคา โดยเฉพาะนโยบายเกี่ยวกับการบังคับใช้ขึ้นส่วนภายในประเทศ และนโยบายด้านภาษี	
จิรายุ บงกชมาศ	เพื่อศึกษาถึงความต้องการรถยนต์ภายในประเทศ ศักยภาพ และความสามารถในการส่งออกรถยนต์ของไทย	ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ปิกอัพขนาด 1 ตัน ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการรถปิกอัพ ขณะที่ ราคา สต็อก รถปิกอัพ อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความต้องการรถปิกอัพ ขณะที่ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการรถยนต์นั้นคือ รายได้ และราคา ส่วนความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม คือ สต็อก และอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนศักยภาพในการส่งออกรถปิกอัพขนาด 1 ตัน พบว่าไทย มีตลาดปิกอัพที่ใหญ่ ขณะที่ผู้ผลิตไม่ที่ราย และไทยยังมีความสามารถเพิ่มขึ้นส่วนภายในประเทศมากกว่าร้อยละ 70 ทำให้มีศักยภาพการในการแข่งขันสูง	ใช้ศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วยการผลิต การตลาด นโยบายรัฐ การส่งออกรถยนต์ของไทย

ตาราง 9 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้
ทิพย์วรรณ สุขรักเกียรติ	ศึกษาการปรับตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย เพื่อรองรับการแข่งขันกับต่างชาติ	พบว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในด้านการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุนระหว่างภาคธุรกิจเอกชนไทยกับต่างชาติ โดยบริษัทที่เข้ามาลงทุนในไทยสูงสุด ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเยอรมนี สำหรับด้านการตลาดทุกบริษัทมีเป้าหมายในการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และมีบางบริษัทที่มีเป้าหมายในการผลิตเพื่อส่งออก สำหรับคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญคือ รถยนต์ที่ผลิตในประเทศ และมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจมหภาค ปัจจัยด้านรัฐบาล การบริหารงานและการจัดการของภาคเอกชน ตามลำดับ	ใช้ศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วยการผลิต การตลาด นโยบายรัฐ การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

ตาราง 9 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้
สุริยะ โพธิ์งาม	ศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศ โดยแบ่งเป็น รถยนต์นั่งขนาดเล็ก, รถยนต์นั่งขนาดกลาง, และรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 - 2536	ตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็ก มีอัตราการกระจุกตัวระหว่าง 3 - 4 ยี่ห้อ รถยนต์นั่งขนาดกลางมีการกระจุกตัวอยู่ระหว่าง 5 - 6 ยี่ห้อ และรถยนต์ขนาดใหญ่มีการกระจุกตัว 1 - 2 ยี่ห้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดรถยนต์นั่งขนาดกลางมีการแข่งขันกันมากที่สุด รองลงมาได้แก่ขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ โดยแนวโน้มการแข่งขันรถยนต์นั่งขนาดกลางมีแนวโน้มการแข่งขันคงที่ ขนาดเล็กมีแนวโน้มลดลง ส่วนขนาดใหญ่การการแข่งขันน้อย	ใช้วิธี Herfindahl Index ในการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยใช้ยอดการจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อเป็นตัวแปรในการศึกษา
บุญรอด ปรีชาสุนทรรัตน์	เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด และการกระจุกตัวของผู้ประกอบการรถยนต์นั่ง	พบว่าส่วนแบ่งทางการตลาดรถยนต์นั่งจำนวน 9 ยี่ห้อ ในช่วงปี พ.ศ.2523 - 2534 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ โตโยต้า นิสสัน มิตซูบิชิ บีเอ็มดับเบิลว เปอร์ริโยต์ มาสด้า วอลโว่ และเมอร์ซิเดสเบนซ์ ขณะช่วงปี พ.ศ. 2535 - 2537 พบว่าส่วนแบ่งการตลาดยังคงผูกขาดผูกขาดอยู่กับ โตโยต้า และนิสสัน และมีแนวโน้มลดลง ขณะอันดับอื่นๆ มีแนวโน้ม	ใช้วิธี Concentration Ratio และ Herfindahl Index ในการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยใช้ยอดการจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อเป็นตัวแปรในการศึกษา

ตาราง 9 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้
		ลดลง ขณะอันดับอื่นๆ มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนการกระจุกตัวในช่วงปี พ.ศ.2523 - 2534 โดยที่ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งมีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มรถยนต์นั่งที่มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 1 และ 2 คือ โตโยต้า และนิสสัน	
ปฏิพร พิรุฬห์เมธี	ศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมรถยนต์ หลังเปิดเสรีของอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 - 2547 และวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ด้วยการวัดการกระจุกตัว	อุตสาหกรรมรถยนต์มีระดับการกระจุกตัวสูง และค่าการกระจุกตัวมีแนวโน้มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย มีภาพรวมในการแข่งขันน้อย โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมมีลักษณะกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยมีลักษณะการผูกขาดโดยบริษัทใหญ่ๆ ได้แก่ โตโยต้า, ฮอนด้า, อีซูซุ และมิตซูบิชิ	ใช้วิธี Concentration Ratio , Size Ratio และ Herfindahl Index ในการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์โดยใช้ยอดการจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อเป็นตัวแปรในการศึกษา
วีระพงษ์ เลี้ยงมัน	ศึกษาโครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ กระบะบรรทุกไม่เกิน 1 ตัน	พบว่าตลาดรถยนต์กระบะบรรทุกไม่เกิน 1 ตัน ในประเทศไทยเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย มีการกระจุกตัวสูง เป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างในแง่รูปลักษณะมากนัก รวมทั้งด้านราคาก็ไม่ปรากฏว่ามีการแข่งขันอย่างเด่นชัด การแข่งขันจะขึ้นอยู่กับที่การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เช่น	ใช้วิธี Concentration Ratio และ Herfindahl Index ในการวัดการกระจุกตัว และพฤติกรรมด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

## ตาราง 9 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย	สิ่งที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ ในงานวิจัยครั้งนี้
		การบริการหลังการขาย การลด ดอกเบี้ย การแจกของแถมต่างๆ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคได้อย่าง ชัดเจน	

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary data) ที่รวบรวมจากเอกสารส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลบรรยายเชิงพรรณนา และใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ดังตาราง 10

ตาราง 10 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ประเภทข้อมูล	แหล่งข้อมูล	ข้อมูลที่ได้
ทุติยภูมิ (Secondary data)	กระทรวงอุตสาหกรรม	สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม
	กระทรวงพาณิชย์	การส่งออกอุตสาหกรรมรถยนต์
	สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์
	สมาคมยานยนต์	ยอดการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์โดยรวม
	สถาบันยานยนต์ไทย	ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมรถยนต์
	กรมโรงงานอุตสาหกรรม	กลุ่มผู้ประกอบการผลิตรถยนต์ในประเทศ
	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	การผลิต และจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ
	ธนาคารแห่งประเทศไทย	สถานการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปัจจุบัน
บริษัท ตรีเพชร์ อีซูซุเซลส์ จำกัด และอื่นๆ รวมกัน	ข้อมูลบริษัทและสภาพทั่วไป	
ทุติยภูมิ (Secondary data)	ข้อมูลทางระบบ Internet บริษัท โตโยต้า ประเทศไทย จำกัด	ยอดการจำหน่ายรถยนต์เพื่อวัดการกระจุกตัว ของอุตสาหกรรมรถยนต์

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์จะอาศัย เครื่องมือในการวิจัย 3 วิธีได้แก่

2.1 อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio) เป็นดัชนีที่บอกให้ทราบว่าธุรกิจใอุตสาหกรรมรถยนต์ มีการกระจุกตัวอยู่ในมือหน่วยธุรกิจใหญ่ๆ เพียงไม่กี่รายในอุตสาหกรรมมากน้อยเพียงใด ซึ่งการคำนวณอัตราส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจจำนวนน้อยรายจะเรียงลำดับใหญ่สุดและรองลงมา โดยคิดจากยอดการจำหน่าย โดยใช้สูตรในการคำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัว มีดังนี้

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{T}$$

$CR_n$  = อัตราส่วนการกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจจำนวน 16 บริษัท

$S_i$  = ยอดการจำหน่ายรถยนต์ของหน่วยธุรกิจใหญ่ 4 บริษัท (หน่วย: คัน)

$T$  = ยอดการจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมดของหน่วยธุรกิจ (หน่วย: คัน)

$n$  = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

2.2 Size-Ratio (W) เป็นการแสดงถึงความแตกต่างในขนาดยอดจำหน่ายของหน่วยธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{Size-Ratio: } W = \frac{\text{มูลค่าเฉลี่ยยอดการจำหน่ายรถยนต์ของกลุ่มหน่วยธุรกิจที่ใหญ่}}{\text{มูลค่าเฉลี่ยยอดการจำหน่ายรถยนต์ของหน่วยธุรกิจที่เล็ก}}$$

2.3 ดัชนี Herfindahl- Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index; HHI) เป็นดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ที่หาได้จากการรวมค่ากำลังสองของสัดส่วนยอดการจำหน่ายของแต่ละหน่วยธุรกิจเมื่อเทียบกับยอดการจำหน่ายทั้งหมดของอุตสาหกรรม ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left( \frac{S_i}{T} \right)^2$$

$S_i$  = ยอดการจำหน่ายรถยนต์ของแต่ละหน่วยธุรกิจ (หน่วย: คัน)

$T$  = ยอดการจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมดของหน่วยธุรกิจ (หน่วย: คัน)

$n$  = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งหมดดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากเอกสารส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สมาคมยานยนต์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูลทางระบบ Internet บริษัท โตโยต้า ประเทศไทย จำกัด บริษัท ตรีเพชร อีซูซุเซลส์ จำกัด สถาบันยานยนต์ไทย กรมโรงงานอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาศึกษา

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา จะใช้สถิติร้อยละเพื่อให้เห็นสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ จะใช้เครื่องมือในการวิจัย 3 วิธี ได้แก่ อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio) , Size-Ratio (W) และดัชนี Herfindahl- Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index; HHI) เพื่อศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
2. ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์
  - 2.1 ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั้น
  - 2.2 ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

#### 1. ผลการศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

รถยนต์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของประชาชน จากการเจริญเติบโตของสังคมเมืองส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมปัจจุบันมีความเร่งรีบมากขึ้น ประกอบกับระบบขนส่งมวลชนภายในประเทศยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมืองรถยนต์จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้การเป็นเจ้าของรถยนต์ในสังคมไทยปัจจุบันนั้นถือเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะทางสังคมอย่างหนึ่ง เมื่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น ประชาชนจึงเลือกที่จะซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนั้นลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์จึงมีการแข่งขันกันสูง เพราะมีผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการแข่งขันทางด้านราคา เช่น การเสนออัตราดอกเบี้ยต่ำ เงินดาวน์ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน และการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา เช่น การส่งเสริมการขายและการบริการหลังการขาย การให้เงื่อนไขพิเศษ เช่น ฟรีค่าประกันภัยชั้น 1 ฟรีค่าแรงการตรวจเช็คเป็นเวลา 1 ปี เป็นต้น ผู้บริโภคจึงสามารถเลือกบริษัทที่สามารถให้ข้อเสนอ และเงื่อนไขที่ดีที่สุดได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย สามารถแบ่งกลุ่มผู้จำหน่ายออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

##### 1.1 ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จากต่างประเทศหลายราย ได้มีการจัดตั้งบริษัทตัวแทนขึ้นในประเทศไทย เพื่อดำเนินการนำเข้าและจัดจำหน่ายรถยนต์ตราผลิตภัณฑ์ของตน โดยในปัจจุบันมีบริษัทตัวแทนของผู้ผลิตรถยนต์รวมทั้งสิ้น 30 บริษัท บริษัทต่างๆ ดังกล่าวนอกจากจะทำหน้าที่จัดจำหน่ายรถยนต์แล้ว บางรายยังต้องมีการก่อตั้งโรงงานเพื่อประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถแข่งขันในด้าน

ราคาได้ เนื่องจากรถยนต์ที่ประกอบในประเทศจะเสียภาษีศุลกากรในอัตราที่ต่ำกว่ารถยนต์นำเข้า เพื่อให้สามารถครอบคลุมพื้นที่ทางการตลาดได้อย่างทั่วถึง บริษัทตัวแทนจะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ (Authorized Dealer) ขึ้น เพื่อดำเนินการคล้ายกับเป็นสาขาของบริษัทตัวแทน ทำให้บริษัทตัวแทนของผู้ผลิตรถยนต์แต่ละตราผลิตภัณฑ์ที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ นอกจากการผลิตและจำหน่ายรถยนต์แล้ว ตัวแทนจำหน่ายจะยังมีการให้บริการหลังการขายที่ครบวงจร ครอบคลุมการบริการซ่อมด้านเทคนิค บริการจำหน่ายซ่อมสีและตัวถัง การจัดหาประกันภัย และจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นยอดขายจำหน่าย เนื่องจากบริษัทตัวแทนและตัวแทนจำหน่ายต้องดำเนินนโยบายตามบริษัทแม่ในต่างประเทศ ทำให้มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานที่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งจะมีการจำหน่ายเฉพาะรุ่นมาตรฐานเพียงไม่กี่รุ่นที่บริษัทกำหนดไว้ ลูกค้าไม่สามารถเลือกอุปกรณ์เสริมพิเศษ (Options) หรือสั่งซื้อรถยนต์เฉพาะรุ่นที่ต้องการได้ เนื่องจากการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนและตัวแทนจำหน่ายจะเน้นปริมาณรถยนต์ที่จำหน่าย ทำให้ต้องจำกัดความหลากหลายของรุ่นรถยนต์และอุปกรณ์เสริมให้น้อยลง โดยตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ ดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ

ตัวแทนจำหน่าย	รถยนต์ที่จำหน่าย
บริษัท ไทย เพอร์สจิก โอโต เซลส์ จำกัด	Alfa Romeo
บริษัท ไทยยานยนต์ จำกัด	Audi
บริษัท เบนท์ลีย์ ประเทศไทย จำกัด	Bentley
บริษัท บีเอ็มดับเบิลยู (ประเทศไทย) จำกัด	BMW
บริษัท เซฟโรเลต เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด	Chevrolet
บริษัท ยนตรกิจ ออโต้เซ็นเตอร์ จำกัด	Citroen
บริษัท ฟอर्ड ประเทศไทย จำกัด	Ford
บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด	Honda
บริษัท ฮัมเบอร์ เมอร์ เอเซียแปซิฟิก จำกัด	Hummer
บริษัท ตรีเพชรอิซูซุเซลส์ จำกัด	Isuzu
บริษัท จากัวร์ คาร์ส (ประเทศไทย) จำกัด	Jaguar
บริษัท ยนตรกิจเกียมอเตอร์ จำกัด	Kia

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแทนจำหน่าย	รถยนต์ที่จำหน่าย
บริษัท แลนด์โรเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Land Rover
บริษัท เล็กซัสกรุงเทพฯ จำกัด	Lexus
บริษัท นิซ คาร์ จำกัด	Lotus, Lamborghini
บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด	Mazda
บริษัท เดมเลอร์ ไครสเลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Mercedes Benz
บริษัท มิตซูบิชิมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Mitsubishi
บริษัท สยามนิสสัน ออโตโมบิล จำกัด	Nissan
บริษัท ยูโรเปียน ออโตโมบิลส์ จำกัด	Peugeot
บริษัท เอเอเอส ออโต้ เซอร์วิส จำกัด	Porsche, Rolls Royce
บริษัท ออโต้เทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด	Saab
บริษัท ยন্ত্রกิจ มอเตอร์เซลส์ จำกัด	Seat
บริษัท ชันยอง (ประเทศไทย) จำกัด	Ssanyong
บริษัท มอเตอร์อิมเมจ ซูบารุ (ประเทศไทย) จำกัด	Subaru
บริษัท ซูซูกิ ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด	Suzuki
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Toyota
บริษัท ไทยยานยนต์ จำกัด	Volkswagen
บริษัท วอลโว่ คาร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Volvo

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551).

## 1.2 ผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระ

ผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระจะนำเข้ารถยนต์ตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ หลากหลายรุ่น โดยเฉพาะรุ่นที่ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตไม่มีการจำหน่าย รวมถึงรถยนต์ที่มีการติดตั้งอุปกรณ์เสริมพิเศษเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ ให้แตกต่างจากรถยนต์รุ่นมาตรฐานของตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ขณะเดียวกันลูกค้าสามารถสั่งซื้อรถยนต์ให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวตามแบบที่ต้องการได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นอันสำคัญของผู้จำหน่ายรถยนต์ในกลุ่มนี้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ดังนั้น ลูกค้าที่ต้องการรถยนต์รุ่นพิเศษอื่นๆ หรือต้องการ

อุปกรณ์เสริมพิเศษ จะนิยมใช้บริการของบริษัทนำเข้ารถยนต์อิสระทั่วไปที่มีความยืดหยุ่น และความ  
 คับไวนในการดำเนินงานสูงกว่า แต่โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระรายย่อย ซึ่งมี  
 โชว์รูมเพียงแห่งเดียว และมีรถยนต์จำหน่ายเพียงไม่กี่รุ่น ส่วนผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระที่มีทั้งโชว์  
 รูมและศูนย์บริการรวมทั้งมีรถยนต์จำหน่ายที่ค่อนข้างหลากหลายจะมีเพียงไม่กี่รายเท่านั้น กลุ่มผู้  
 จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระในประเทศไทยปัจจุบันมีจำนวน 9 บริษัท ดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระ

บริษัท
บริษัท เอส.อี.ซี. ออโต้เซลส์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน)
บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด
บริษัท เจ ออโต้ อิมพอร์ต จำกัด
บริษัท วี เทค ออโต้ อินเตอร์เทรด จำกัด
บริษัท เอ เอ็ม จี ออโต้ จำกัด
บริษัท ออโต้ อิมเมจ (1995) จำกัด
บริษัท ที.เอส.แอลออโต้คอร์ปอเรชั่น จำกัด
บริษัท รามคำแหงกรุ๊ป จำกัด
บริษัท คาร์แม็กซ์ ที.พระราม 9 จำกัด

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551).

สำหรับการแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในช่วงที่ผ่านมาจัดได้ว่าอยู่ในระดับสูง เนื่องจาก  
 สภาวะทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยเติบโต ทำให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น การแข่งขันในธุรกิจ  
 จำหน่ายรถยนต์เป็นการแข่งขันทั้งในกลุ่มตัวแทนจำหน่าย และกลุ่มผู้นำเข้ารถยนต์อิสระ สำหรับการ  
 แข่งขันในกลุ่มตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ  
 เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้มีทั้งด้านราคา ได้แก่ การเสนออัตราดอกเบี้ย  
 และเงินดาวน์ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน กลยุทธ์ที่ไม่ใช่ราคา ได้แก่ การให้เงื่อนไขพิเศษ อาทิ  
 ฟรีประกันภัยชั้น 1 ตรวจเช็คฟรีค่าแรงเป็นเวลา 1 ปี การเพิ่มของแถมและอุปกรณ์ตกแต่ง หรือการจัด  
 กิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทตัวแทนผู้ผลิตยังมีการ  
 นำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ออกมาจำหน่าย เพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายเป็นช่วงๆ นอกจากนี้การปรับ

โครงสร้างภาษีสรรพสามิต ส่งผลให้การแข่งขันในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากราคารถยนต์บางรุ่นจะปรับตัวลดลง ตัวแทนจำหน่ายจึงได้รับราคาเครื่องยนต์ลงเพื่อให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น สำหรับการแข่งขันในกลุ่มผู้นำเข้ารถยนต์อิสระ จะเป็นการแข่งขันในด้านการคัดเลือกรถยนต์มาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาให้มากที่สุด อีกทั้งยังเน้นคุณภาพและความรวดเร็วของการให้บริการ บริษัทผู้นำเข้ารถยนต์อิสระที่มีศูนย์บริการครบวงจร จึงจะสามารถแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของตนได้ ส่วนการแข่งขันระหว่างตัวแทนจำหน่ายและผู้นำเข้ารถยนต์อิสระนั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากมีการดำเนินนโยบายทางการตลาดที่ต่างกัน มีฐานลูกค้าคนละกลุ่ม และสินค้าที่จำหน่ายมีความแตกต่างกัน

ถึงแม้จะมีผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยหลายราย ข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ([www.toyota.com](http://www.toyota.com)) พบว่าปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั้นจะอยู่ที่บริษัท โตโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต, และนิสสัน เป็นส่วนใหญ่ จะเห็นได้จากการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดปี พ.ศ.2551 พบว่าบริษัท โตโยต้า ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ 47.01 อันดับ 2 ได้แก่ ฮอนด้า มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 36.11 อันดับ 3 ได้แก่ เซฟโรเลต มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 4.49 และอันดับ 4 ได้แก่ นิสสัน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 3.37 ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ปริมาณการจำหน่ายจะอยู่ที่บริษัท โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน, และมิตซูบิชิ เป็นส่วนใหญ่ จะเห็นได้จากการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดปี พ.ศ.2551 พบว่าบริษัท โตโยต้า ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ 39.99 อันดับ 2 ได้แก่ อีซูซุ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 34.34 อันดับ 3 ได้แก่ นิสสัน มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 6.20 และอันดับ 4 ได้แก่ มิตซูบิชิ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 5.05 เนื่องจากการแข่งขันในกลุ่มตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ กิจกรรมการตลาดหลายรูปแบบได้ถูกนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนชำระในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การเพิ่มของแถมและอุปกรณ์ตกแต่ง ดังจะเห็นได้จากการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายรถยนต์ในงานบางกอก อินเทอร์เน็ตโชว์ แอนิเมเตอร์โชว์ ครั้งที่ 30 ดังตาราง 13

ตาราง 13 การส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายรถยนต์ในงานมอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 30

ยี่ห้อ	รุ่น	เงื่อนไข
โตโยต้า	วีออส	ฟรีประกันภัยชั้น 1 GOA และบัตรกำนัลโตโยต้า 10,000 บาท พร้อมดาวน์ต่ำ 10 % หรือเลือกผ่อนต่ำสุด 6,006 บาท หรือส่วนลดเงินสด 25,000 บาท
	อัลติส	ฟรีประกันภัยชั้น 1 GOA พร้อมดาวน์ต่ำร้อยละ 10 หรือส่วนลดเงินสด 18,000 บาท
	คัมรี่	ฟรีประกันภัยชั้น 1 GOA พร้อมดาวน์ต่ำร้อยละ 10 หรือส่วนลดเงินสด 24,000 บาท
	วิโก้	ฟรีประกันภัยชั้น 1 GOA ทุกรุ่น และส่วนลดเงินสด 10,000 บาท หรือเลือกมัดคอกเบี้ยต่ำสุดร้อยละ 1.70 ขณะที่รุ่นสมาร์แค็บเครื่องยนต์เบนซิน 2.7 VVT-i รับผิดชอบ 50,000 บาท หรือคอกเบี้ยร้อยละ 0
อิชูชู	ดีแมคซ์	รับทองคำมูลค่า 12,000 บาททันที พร้อมสิทธิลุ้นทองคำมูลค่า 100,000 บาท
	มิว - เซเว่น	รับแพคเกจท่องเที่ยวมูลค่า 35,000 บาท หรือเลือกรับคอกเบี้ยร้อยละ 1.99 พร้อมสิทธิลุ้นทองคำมูลค่า 100,000 บาท
เซฟโรเลต	อาวีโอ, ออปตาร่า, โคโรลาโด	ฟรีทองคำหนัก 1 บาท ฟรีผ่อนชำระ 6 เดือน ดาวน์ร้อยละ 25 ผ่อนนาน 72 เดือน
นิสสัน	ทีต้า	ฟรีประกันภัยชั้น 1 ดอกเบี้ยร้อยละ 2.99 ดาวน์ร้อยละ 20 ผ่อนนาน 48 เดือน
	พรอนเทียร์	ฟรีประกันภัยชั้น 1 ดอกเบี้ยร้อยละ 2.99 ดาวน์ร้อยละ 20 ผ่อนนาน 48 เดือน หรือเลือกดาวน์ 29,999 บาท ดอกเบี้ยร้อยละ 4.55 ผ่อน 60 เดือน
	เทียน่า(รุ่นเก่า)	ฟรีประกันภัยชั้น 1 ดอกเบี้ยร้อยละ 0 ดาวน์ร้อยละ 20 ผ่อน 48 เดือน
ฟอร์ด	ทุกรุ่น	ฟรีค่าบำรุงรักษานาน 5 ปี พร้อมยืดระยะรับประกันเป็น 5 ปี หรือ 100,000 กม.
	เรนเจอร์	คอกเบี้ยร้อยละ 1.99 ฟรีประกันภัยชั้น 1
	โฟกัส, เอสเคป	คอกเบี้ยร้อยละ 2.99 ฟรีประกันภัยชั้น 1
	เอเวอเรสต์	ราคาพิเศษ และคอกเบี้ยร้อยละ 0 ฟรีประกันภัยชั้น 1
มิตซูบิชิ	ไทรทัน	รับบัตรกำนัล 20,000 บาท ฟรีไดมอนด์อินชัวร์นซ์ 1 ปี
	แลนเซอร์ ซีเอ็นจี	ดาวน์ร้อยละ 25 ผ่อนเริ่มต้น 7,999 บาท นาน 72 เดือน ฟรีไดมอนด์อินชัวร์นซ์ 1 ปี
มาสด้า	บีที - 50	ผ่อนชำระเริ่มต้น 5,999 บาท พร้อมคอกเบี้ยต่ำสุดร้อยละ 0.70
	มาสด้า 3	ดาวน์ร้อยละ 20 ดอกเบี้ยต่ำสุดร้อยละ 2.79 ฟรีประกันภัยชั้น 1 และฟรีค่าบำรุงรักษานาน 3 ปี หรือ 100,000 กม.
	MX - 5	ฟรีประกันภัยชั้น 1 พร้อมรับประกันคุณภาพ 5 ปี หรือ 140,000 กม. และฟรีค่าบำรุงรักษานาน 3 ปี หรือ 100,000 กม.

ตาราง 13 (ต่อ)

ยี่ห้อ	รุ่น	เงื่อนไข
BMW	320d	ผ่อน 19,000 บาทต่อเดือน ดอกเบี้ยร้อยละ 0 ระยะเวลาสูงสุด 48 เดือน ฟรี iPod Touch
	520d	ผ่อน 33,200 บาทต่อเดือน ดอกเบี้ยร้อยละ 0 ระยะเวลาสูงสุด 36 เดือน ฟรี iPod Touch
	x3 XDrive20d	ผ่อน 29,700 บาทต่อเดือน ดอกเบี้ยร้อยละ 0 ระยะเวลาสูงสุด 36 เดือน ฟรี iPod Touch
เมอร์เซเดส - เบนซ์	อี - คลาส	จ่ายดาวน์ 4.8 แสนบาท ดอกเบี้ยร้อยละ 0 ผ่อนนาน 72 เดือน ฟรีประกันภัยชั้น 1
ออดี้	เอ4	ดาวน์ 15,000 บาท พร้อมรับข้อเสนอสเปซสุด
เกีย	พิเคนโต้	ผ่อนดาวน์เริ่มต้น 2,950 บาท 10 เดือน พร้อมข้อเสนอสเปซสุด
นาซ่า	ฟอร์ซ่า	ผ่อนดาวน์เริ่มต้น 1,945 บาท 10 เดือน พร้อมข้อเสนอสเปซสุด

ที่มา: ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ (2552).

จากการที่บริษัท โตโยต้า สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้มากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากได้รับการยอมรับในด้านความปลอดภัย การมีผู้แทนจำหน่าย มีโชว์รูม และศูนย์บริการมาตรฐานครอบคลุมทั่วประเทศ มีการทำโฆษณาและทำกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายเป็นช่วงๆ นอกจากนี้บริษัทยังมีการนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่หลากหลายออกมาจำหน่าย บริษัท โตโยต้า มีความมุ่งมั่นสร้างสรรคสิ่งที่ดีที่สุดในประเทศไทย โดยเป็นผู้ริเริ่มคิดค้น และพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ อันเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในวงการอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยตลอดมา เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ให้มากที่สุด

บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัดก่อตั้งเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.2505 ด้วยทุนจดทะเบียน 7,520 ล้านบาท ในปัจจุบันมีบุคลากร 13,500 คน ผู้แทนจำหน่าย 119 ราย โชว์รูมจำนวน 292 แห่งทั่วประเทศ โดยมีวิสัยทัศน์ คือ

- เป็นบริษัทแกนนำของโตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก และเครือข่ายโตโยต้าทั่วโลก
- เป็นบริษัทรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับและยกย่องที่สุดในประเทศไทย

## 2. ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ อุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายในปี 2547 - 2551 เพื่อนำมาคำนวณหาค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ 3 วิธี ได้แก่ อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio) Size ratio(W) และ ดัชนี Herfindahl-Hirschman(HHI)

ตาราง 14 การคำนวณค่าการกระจุกตัว  $CR_4$  และ Size Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง

บริษัท	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
โตโยต้า	103,464	90,298	92,333	92,186	106,615
ฮอนด้า	70,712	57,121	63,816	50,093	81,888
เซฟโรเล็ต	6,351	8,347	7,772	7,604	10,182
นิสสัน	8,972	6,684	6,707	4,447	7,641
รวมมูลค่าการจำหน่าย 4 บริษัท (1)	189,499	162,450	170,628	154,330	206,326
มูลค่าเฉลี่ยการจำหน่าย 4 บริษัท (2)	47,375	40,613	42,657	38,583	51,582
มิตซูบิชิ	5,512	8,136	4,104	3,180	3,749
ฟอร์ด	1,025	2,218	3,913	1,624	1,111
มาสด้า	1,542	5,085	3,563	3,237	4,183
อื่นๆ	11,532	15,728	12,061	20,396	11,436
รวมมูลค่าการจำหน่ายบริษัทที่เหลือ (3)	19,611	31,167	23,641	28,437	20,479
มูลค่าเฉลี่ยการจำหน่ายบริษัทที่เหลือ (4)	4,903	7,792	5,910	7,109	5,120
รวมทั้งสิ้น (5) = (1)+(3)	209,110	193,617	194,269	182,767	226,805
$CR_4 = (1)/(5)$ (หน่วย : ร้อยละ)	91	84	88	84	91
Size Ratio = (2)/(4)	9.66	5.21	7.22	5.43	10.08

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ Concentration Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ดังตาราง 14 โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า  $CR_4$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับร้อยละ 91, 84, 88, 84 และ 91 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีการกระจุกตัวสูง

โดยการกระจุกตัวจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ ไทโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต, และนิสสัน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ Size-Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ดังตาราง 10 โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า Size-Ratio ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 9.66, 5.21, 7.22, 5.43 และ 10.08 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 16 แสดงว่าขนาดของธุรกิจใอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน

และเมื่อเปรียบเทียบกับค่า Concentration Ratio กับค่า Size-Ratio พบว่าค่า Concentration Ratio สูงในขณะที่ Size-Ratio มีค่าต่ำ แสดงว่าลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอำนาจการผูกขาดสูง โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ ไทโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต และนิสสัน

ตาราง 15 การคำนวณค่าการกระจุกตัว  $CR_4$  และ Size Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

บริษัท	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
โตโยต้า	130,713	154,705	196,460	189,540	155,340
อีซูซุ	149,918	176,718	179,079	151,033	133,390
นิสสัน	36,725	33,625	23,918	33,850	24,103
มิตซูบิชิ	31,344	38,589	27,328	24,131	19,632
รวมมูลค่าการจำหน่าย 4 บริษัท (1)	348,700	403,637	426,785	398,554	332,465
มูลค่าเฉลี่ยการจำหน่าย 4 บริษัท (2)	87,175	100,909	106,696	99,639	83,116
เซฟโรเลต	10,994	25,592	21,850	15,192	12,022
ฟอร์ด	23,693	19,258	15,303	13,502	7,982
มาสด้า	12,588	12,743	12,483	11,593	6,995
อื่นๆ	20,941	48,414	12,003	9,643	29,001
รวมมูลค่าการจำหน่ายบริษัทที่เหลือ (3)	68,216	106,007	61,639	49,930	56,000
มูลค่าเฉลี่ยการจำหน่ายบริษัทที่เหลือ (4)	17,054	26,502	15,410	12,483	14,000
รวมทั้งสิ้น (5) = (1)+(3)	416,916	509,644	488,424	448,484	388,465
$CR_4 = (1)/(5)$ (หน่วย: ร้อยละ)	84	79	87	89	86
Size Ratio = (2)/(4)	5.11	3.81	6.92	7.98	5.94

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ Concentration Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ดังตาราง 15 โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า  $CR_4$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ ร้อยละ 84, 79, 87, 89 และ 86 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูง โดยการกระจุกตัวจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ Size-Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ดังตาราง 15 โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า Size-Ratio ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 5.11, 3.81, 6.92, 7.98 และ 5.94 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 16 แสดงว่าขนาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีขนาดที่ใกล้เคียงกัน

และเมื่อเปรียบเทียบกับค่า Concentration Ratio กับค่า Size-Ratio พบว่าค่า Concentration Ratio สูงในขณะที่ Size-Ratio มีค่าต่ำ แสดงว่าลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูง โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ โตโยต้า อีซูซุ นิสสัน และมิตซูบิชิ

ตาราง 16 การคำนวณค่าการกระจุกตัวโดยวิธี HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง

บริษัท	ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550		ปี 2551	
	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$
โตโยต้า	103,464	0.245	90,298	0.218	92,333	0.226	92,186	0.254	106,615	0.221
ฮอนด้า	70,712	0.114	57,121	0.087	63,816	0.108	50,093	0.075	81,888	0.130
เซฟโรเล็ต	6,351	0.001	8,347	0.002	7,772	0.002	7,604	0.002	10,182	0.002
นิสสัน	8,972	0.002	6,684	0.001	6,707	0.001	4,447	0.001	7,641	0.001
มิตซูบิชิ	5,512	0.001	8,136	0.002	4,104	0.000	3,180	0.000	3,749	0.000
ฟอร์ด	1,025	0.000	2,218	0.000	3,913	0.000	1,624	0.000	1,111	0.000
มาสด้า	1,542	0.000	5,085	0.001	3,563	0.000	3,237	0.000	4,183	0.000
อื่นๆ	11,532	0.003	15,728	0.007	12,061	0.004	20,396	0.012	11,436	0.003
รวม	209,110	0.366	193,617	0.317	194,269	0.342	182,767	0.345	226,805	0.358
HHI		0.366		0.317		0.342		0.345		0.358

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ดังตาราง 16 โดยพิจารณาจากยอดขายจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า HHI ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 0.366, 0.317, 0.342, 0.345 และ 0.358 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าค่า HHI ที่คำนวณได้มีค่าใกล้ 0 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากการแข่งขันไปสู่การผูกขาดมากขึ้น คือ มีแนวโน้มที่จะกระจุกตัวสูงขึ้น โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ โตโยต้า ฮอนด้า เชฟโรเลต และนิสสัน

ตาราง 17 การคำนวณค่าการกระจุกตัวโดยวิธี HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

บริษัท	ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550		ปี 2551	
	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$	$S_i$	$(S_i/T)^2$
โตโยต้า	130,713	0.098	154,705	0.092	196,460	0.162	189,540	0.179	155,340	0.160
อีซูซุ	149,918	0.129	176,718	0.120	179,079	0.134	151,033	0.113	133,390	0.118
นิสสัน	36,725	0.008	33,625	0.004	23,918	0.002	33,850	0.006	24,103	0.004
มิตซูบิชิ	31,344	0.006	38,589	0.006	27,328	0.003	24,131	0.003	19,632	0.003
เชฟโรเลต	10,994	0.001	25,592	0.003	21,850	0.002	15,192	0.001	12,022	0.001
ฟอร์ด	23,693	0.003	19,258	0.001	15,303	0.001	13,502	0.001	7,982	0.000
มาสด้า	12,588	0.001	12,743	0.001	12,483	0.001	11,593	0.001	6,995	0.000
อื่นๆ	20,941	0.003	48,414	0.009	12,003	0.001	9,643	0.000	29,001	0.006
รวม	416,916	0.248	509,644	0.236	488,424	0.306	448,484	0.304	388,465	0.291
HHI		0.248		0.236		0.306		0.304		0.291

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ HHI ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ดังตาราง 17 โดยพิจารณาจากยอดขายจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า HHI ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 0.248, 0.236, 0.306, 0.304 และ 0.291 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าค่า HHI ที่คำนวณได้มีค่าใกล้ 0 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการแข่งขันกันสูง แต่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากการแข่งขันไปสู่การผูกขาดมากขึ้นคือ มีแนวโน้มที่จะกระจุกตัวสูงขึ้น โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ โตโยต้า อีซูซุ นิสสัน และมิตซูบิชิ

เมื่อเปรียบเทียบการวัดการกระจุกตัว โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายรถยนต์ในปี 2547 - 2551 โดยวิธี Concentration Ratio, Size-Ratio และดัชนี Herfindahl-Hirschman(HHI) พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยการกระจุกตัวของรถยนต์นั่งจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, ฮอนด้า, เชฟโรเลต, และนิสสัน ตามลำดับ ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ จะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ตามลำดับ ดังตาราง 18

ตาราง 18 การเปรียบเทียบค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

ดัชนี	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
<u>รถยนต์นั่ง</u>					
CR <sub>4</sub> (ร้อยละ)	91	84	88	84	91
Size Ratio	9.66	5.21	7.22	5.43	10.08
HHI	0.366	0.317	0.342	0.345	0.358
<u>รถยนต์เพื่อการพาณิชย์</u>					
CR <sub>4</sub> (ร้อยละ)	84	79	87	89	86
Size Ratio	5.11	3.81	6.92	7.98	5.94
HHI	0.248	0.236	0.306	0.304	0.291

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการวิจัยทั้งหมด และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 5.1 สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญและขอบเขตของการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการวิจัย
- 5.3 อภิปรายผล
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญและขอบเขตของการวิจัย

##### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม
2. เพื่อวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย

##### ความสำคัญของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
2. ผลของการศึกษาทำให้ทราบถึงการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศไทย หน่วยธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขัน รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้าสู่ธุรกิจนี้ ในอนาคตด้วย

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ และการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ที่จำหน่ายในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2551

### 2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

2.1 สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่รวบรวมจากเอกสารส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สมาคมยานยนต์ ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลบรรยายเชิงพรรณนาให้เห็นสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

2.2 ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทางสถิติที่สำคัญที่หน่วยงานราชการและภาคเอกชนได้มีการจัดเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลไว้แล้วจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลทางระบบ Internet บริษัท โตโยต้า ประเทศไทย จำกัด บริษัท ตรีเพชร อีซูซุเซลส์ จำกัด สถาบันยานยนต์ไทย กรมโรงงานอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สภาพทั่วไปจะใช้การบรรยายเชิงพรรณนาเพื่อให้เห็นสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งประกอบด้วย การผลิต การตลาด นโยบายรัฐ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

2. ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์จะอาศัย เครื่องมือในการวิจัย 3 วิธี ได้แก่ อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration ratio) , Size-Ratio (W) และดัชนี Herfindahl-Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index; HHI) เพื่อศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศไทย

## 5.2 สรุปผลการวิจัย

หลังจากทำการศึกษาตามกระบวนการที่ตั้งไว้แล้วข้างต้น ทำให้ได้ผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

### ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยเริ่มขึ้นเมื่อปี 2504 ด้วยการส่งเสริมจากรัฐบาลเพื่อให้มีการผลิตรถยนต์เพื่อทดแทนการนำเข้า และลดปัญหาการขาดดุลการค้า โดยรัฐบาลได้ดำเนินนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเน้นหลักการให้การคุ้มครองและปกป้องอุตสาหกรรมด้วยการดำเนินนโยบายต่างๆ ปัจจุบันรถยนต์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของประชาชน การเป็นเจ้าของรถยนต์ในสังคมไทยปัจจุบันนั้นถือเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะทางสังคมอย่างหนึ่ง ลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีการแข่งขันกันสูง เพราะมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันมีการแข่งขันทางด้านราคา เช่น การเสนออัตราดอกเบี้ยต่ำ เงินดาวน์ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เช่น การส่งเสริมการขายและการบริการหลังการขาย การให้เงื่อนไขพิเศษ เช่น ฟรีค่าประกันภัยชั้น 1 ฟรีค่าแรงการตรวจเช็คเป็นเวลา 1 ปี เป็นต้น

สำหรับปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์โดยรวมแล้ว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ยกเว้นในปี 2540-2541 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการผลิตจะมุ่งตอบสนองความต้องการภายในประเทศเป็นสำคัญ แต่จากการเริ่มฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์เริ่มฟื้นตัวเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการในประเทศพยายามปรับตัว อีกทั้งยังได้รับการส่งเสริมการเข้ามาลงทุนจากภาครัฐ และการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ทำให้มีผู้ประกอบการจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนประกอบรถยนต์มากขึ้น รวมทั้งประเทศไทยมีผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเป็นจำนวนมาก จึงสามารถรองรับการผลิตของผู้ประกอบการผลิตรถยนต์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2551 มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวม จำนวน 1,394,029 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 (1,287,346 คัน) มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.29 แต่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยรวม จำนวน 615,269 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2550 (631,251 คัน) ลดลงร้อยละ 2.53 อันเนื่องมาจากมีปัจจัยลบทางด้านเศรษฐกิจ และการเมื่อที่ยังไม่มีเสถียรภาพ อีกทั้งค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างมากจนกระทบต่อภาคการส่งออก และส่งผลกระทบต่อไปยังภาคธุรกิจที่ต่อเนื่องอื่นๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อรถยนต์ แต่อย่างไรก็ดี การลดอัตราภาษีกับรถยนต์ที่สามารถใช้เชื้อเพลิงประเภทเอทานอลเป็นส่วนผสมกับน้ำมันเชื้อเพลิงได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ปี พ.ศ.2551 จะช่วยกระตุ้นให้มีการซื้อรถประเภทนี้

เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลการลดภาษีจะทำให้ราคาทรายนต์ลดลง โดยเฉพาะตลาดทรายนต์นึ่งยังคงจะสามารถเติบโตได้

## ส่วนที่ 2 ผลการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมทรายนต์

สำหรับการวัดจากการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมทรายนต์นึ่งและทรายนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่จำหน่ายในประเทศไทย โดยใช้วิธี Concentration Ratio, Size-Ratio และดัชนี Herfindahl-Hirschman Index (HHI) 4 อันดับแรกเทียบกับมูลค่ายอดขายรวมของตลาดเป็นฐานวัด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมทรายนต์นึ่ง และทรายนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยการกระจุกตัวของทรายนต์นึ่งจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ ไตโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต, และนิสสัน ตามลำดับ ส่วนทรายนต์เพื่อการพาณิชย์ จะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ ไตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ตามลำดับ โดยมีค่า CR มากกว่าร้อยละ 67 แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมทรายนต์ในประเทศไทยมีระดับการกระจุกตัวสูง และเมื่อพิจารณาค่าของ Size-Ratio จะเห็นว่ามีค่าน้อยกว่า 16 และค่า HHI ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทรายนต์ มีขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันบ้างเหมือนกันบ้าง โดยมีการแข่งขันกันมากในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งบริษัทที่มีอำนาจผูกขาดที่เด่นชัดของทรายนต์นึ่ง ได้แก่ ไตโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต, และนิสสัน ส่วนทรายนต์เพื่อการพาณิชย์ ได้แก่ ไตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถผลิตทรายนต์ที่หลากหลายรองรับความต้องการของตลาดได้อย่างกว้างขวาง ประกอบกับนโยบายของรัฐในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจจนถึงปัจจุบัน ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการรายใหญ่มาโดยตลอด และการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดกว้าง แต่ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่มีฐานทางด้านการตลาดเหมือนผู้ประกอบการรายเดิม อีกทั้งการลงทุนจัดตั้งโรงประกอบทรายนต์ของผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องใช้เงินจำนวนมาก และใช้เวลาในการดำเนินการนานกว่าที่จะสามารถผลิตทรายนต์ออกสู่ตลาดได้ นอกจากนี้กว่าที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของทรายนต์ที่ตนผลิต ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจต้องใช้เวลาานาน จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมทรายนต์มีแนวโน้มกระจุกตัวเพิ่มขึ้น

### 5.3 อภิปรายผล

จากการศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.3.1 อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยเริ่มขึ้นเมื่อปี 2504 สำหรับปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์โดยรวมแล้ว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ยกเว้นในปี 2540-2541 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ แต่จากการเริ่มฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจในปี 2542 ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์เริ่มฟื้นตัวเช่นกัน โดยในปี 2551 มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวม จำนวน 1,394,029 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 (1,287,3460 คัน) มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.29 แต่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศรวม จำนวน 615,269 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2550 (631,251 คัน) ลดลงร้อยละ 2.53 ส่วนปริมาณการจำหน่ายรถยนต์รวม 615,269 คัน ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 2.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (631,215 คัน) โดยแบ่งเป็น ดังนี้

ตลาดรถยนต์นั่ง ยังมีการเติบโตอย่างมากโดยมียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 239,954 คัน คิดเป็นอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (182,767 คัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.29

ตลาดรถกระบะ 1 คัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และถือเป็นประเภทรถที่มีตลาดใหญ่ที่สุดของไทย มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 334,282 คัน (รวมรถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก PPV) โดยมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (405,865 คัน) ลดลงร้อยละ 17.64

ตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(ไม่รวมรถกระบะ 1 คัน) ได้แก่ รถบรรทุกขนาดต่างๆ มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 41,033 คัน โดยมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (426,619 คัน) ลดลงร้อยละ 3.72

สำหรับการส่งออก จากข้อมูลของผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ มีการส่งออกรถยนต์ในปี 2551 จำนวน 776,241 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2550 ร้อยละ 12.48 สำหรับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ในปี 2551 นี้มีมูลค่าทั้งสิ้น 351,640.71 ล้านบาท มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2550 ร้อยละ 14.69

ลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการแข่งขันทางด้านราคา เช่น การเสนออัตราดอกเบี้ยต่ำ เงินดาวน์ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เช่น การส่งเสริมการขายและการบริการหลังการขาย การให้เงื่อนไขพิเศษ เช่น ฟรีค่าประกันภัยชั้น 1 ฟรีค่าแรงการตรวจเช็คเป็นเวลา 1 ปี เป็นต้น

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย สามารถแบ่งกลุ่มผู้จำหน่ายออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยที่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ ในปัจจุบันมีบริษัทตัวแทนของผู้ผลิตรถยนต์รวมทั้งสิ้น 30 บริษัท บริษัทต่างๆ ดังกล่าวนอกจากจะทำ

หน้าที่จัดจำหน่ายรถยนต์แล้ว บางรายยังต้องมีการก่อตั้งโรงงานเพื่อประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถแข่งขันในด้านราคาได้ เนื่องจากรถยนต์ที่ประกอบในประเทศจะเสียภาษีศุลกากรในอัตราที่ต่ำกว่ารถยนต์นำเข้า เพื่อให้สามารถครอบคลุมพื้นที่ทางการตลาดได้อย่างทั่วถึง ส่วนอีกกลุ่มคือ ผู้จำหน่ายรถยนต์นำเข้าอิสระ โดยกลุ่มนี้จะนำเข้ารถยนต์ตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ หลากหลายรุ่น โดยเฉพาะรุ่นที่ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตไม่มีการจำหน่าย รวมถึงรถยนต์ที่มีการติดตั้งอุปกรณ์เสริมพิเศษเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ ให้แตกต่างจากรถยนต์รุ่นมาตรฐานของตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ขณะเดียวกันลูกค้าสามารถสั่งซื้อรถยนต์ให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวตามแบบที่ต้องการได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นอันสำคัญของผู้จำหน่ายรถยนต์ในกลุ่มนี้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของ(ธวัช พักเลื่อม : 2533) ที่กล่าวว่า พบว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์นั่งหลากหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศยุโรป แม้จะมีการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศอยู่หลายยี่ห้อ แต่มีรถยนต์นั่งเพียง 9 ยี่ห้อที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศยังคงต้องพึ่งพาชิ้นส่วนจากต่างประเทศเป็นหลัก ต้นทุนในการผลิตจึงมีส่วนของภาษีประกอบอยู่มากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งจะตกเป็นภาระแก่ผู้บริโภคที่จะต้องซื้อรถยนต์นั่งในราคาที่สูง ประกอบกับต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะค่าเงินเยน ภาวะเงินเฟ้อ การผลิตจึงไม่เกิดการประหยัดต่อขนาดที่ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงได้ ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศจึงอยู่ระดับที่สูง เนื่องจากรถยนต์นั่งที่มีจำหน่ายในประเทศส่วนมากมีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่าร้อยละ 5 ของยอดการจำหน่ายทั้งหมด ทั้งนี้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภคมากกว่าราคาของรถยนต์ นโยบายของรัฐบาลมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์นั่งโดยเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวกับการบังคับการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศและนโยบายด้านภาษี นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายการใช้ชิ้นส่วนจากต่างประเทศจะมีผลต่อราคาของรถยนต์นั่งมากที่สุด

สำหรับนโยบายของรัฐบาล ปัจจุบันยังให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของเอเชีย (Detroit of Asia) ซึ่งปัจจุบันเข้าสู่ระยะที่สองของโครงการและมีเป้าหมายการผลิตรถยนต์ให้ได้ 1.8 – 2.0 ล้านคันภายในปี 2553 นอกจากนี้ยังมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์ ทั้งนโยบาย Eco Car และนโยบายส่งเสริมรถยนต์ที่สามารถใช้พลังงานทดแทน เช่น แก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์ให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ(ทิพย์วรรณ สุขรักเกียรติ : 2547) ที่กล่าวว่านโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการปรับเพิ่มหรือลดค่าภาษีมีผลกระทบต่อ

อุตสาหกรรมรถยนต์ไทย และนโยบายที่รัฐบาลควรให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือเป็นอันดับแรก คือ นโยบายด้านภาษี อันดับสอง นโยบายด้านการค้า และอันดับสาม คือ นโยบายด้านการผลิต ส่วนการรวมกลุ่มและข้อตกลงทางการค้าที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์พบว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรี (AFTA) มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันมากเป็นอันดับแรก อันดับสอง ได้แก่ ข้อตกลงการค้าโลก (WTO) และอันดับสาม ได้แก่ กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเขตเอเชียและแปซิฟิก (APEC)

5.3.2 การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง พิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 โดยวิธี Concentration Ratio พบว่าค่า  $CR_4$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับร้อยละ 91, 84, 88, 84 และ 91 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีการกระจุกตัวสูง โดยการกระจุกตัวจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต, และนิสสัน ตามลำดับ และจากการวัดการกระจุกตัวโดยวิธี Size-Ratio พบว่าค่า Size-Ratio ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 9.66, 5.21, 7.22, 5.43 และ 10.08 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 16 แสดงว่าขนาดของธุรกิจใอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน และเมื่อเปรียบเทียบกับค่า Concentration Ratio กับค่า Size-Ratio พบว่าค่า Concentration Ratio สูงในขณะที่ Size-Ratio มีค่าต่ำ แสดงว่าลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอำนาจการผูกขาดสูง โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ โตโยต้า, ฮอนด้า, เซฟโรเลต และนิสสัน

สำหรับการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ พิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 โดยวิธี Concentration Ratio พบว่าค่า  $CR_4$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับร้อยละ 84, 79, 87, 89 และ 86 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการกระจุกตัวสูง โดยการกระจุกตัวจะอยู่ที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ 4 บริษัท คือ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ ตามลำดับ และจากการวัดการกระจุกตัวโดยวิธี Size-Ratio ของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ พบว่าค่า Size-Ratio ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 5.11, 3.81, 6.92, 7.98 และ 5.94 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 16 แสดงว่าขนาดของธุรกิจใอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีขนาดที่ใกล้เคียงกัน และเมื่อเปรียบเทียบกับค่า Concentration Ratio กับค่า Size-Ratio พบว่าค่า Concentration Ratio สูงในขณะที่ Size-Ratio มีค่าต่ำ แสดงว่าลักษณะของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีอำนาจการผูกขาดสูง โดยมีการกระจุกตัวที่บริษัทใหญ่ๆ คือ โตโยต้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ

ส่วนการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง โดยวิธี HHI โดยพิจารณาจากยอดการจำหน่ายในปี 2547-2551 พบว่าค่า HHI ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 0.366, 0.317, 0.342, 0.345 และ 0.358 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าค่า HHI ที่คำนวณได้มีค่าใกล้ 0 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

แสดงว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์นั้นมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากการแข่งขันไปสู่การผูกขาดมากขึ้น คือ มีแนวโน้มที่จะกระจุกตัวสูงขึ้น และการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยวิธี HHI พบว่าค่า HHI ที่ได้จากการคำนวณมีค่า เท่ากับ 0.248, 0.236, 0.306, 0.304 และ 0.291 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าค่า HHI ที่คำนวณได้มีค่าใกล้ 0 แต่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีการแข่งขันกันสูง แต่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนจากการแข่งขันไปสู่การผูกขาดมากขึ้นคือ มีแนวโน้มที่จะกระจุกตัวสูงขึ้น

ซึ่งผลการศึกษการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย จะสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ(ปฏิพร พิรุฬเมธี : 2547) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมรถยนต์มีระดับการกระจุกตัวสูง คือมีค่าของ CR มากกว่าร้อยละ 67 ทุกปี และค่าการกระจุกตัวมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยในภาพรวมมีระดับการแข่งขันน้อย และเมื่อพิจารณาค่าของ Size-Ratio พบว่ามีค่าน้อยกว่า 16 และค่า HHI มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์ มีขนาดของธุรกิจที่เหมือนและแตกต่างกันบ้าง โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์มีลักษณะแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือมีลักษณะการผูกขาดโดยบริษัทใหญ่ๆ ที่เด่นชัดได้แก่ โตโยต้า, ฮอนด้า , อีซูซุ และมิตซูบิชิ

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง “การศึกษการการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย” ผู้ทำการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการผลการศึกษา ในระยะยาวรัฐบาลควรมุ่งเน้นใช้นโยบายการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่ยังไม่มีฐานทางการตลาดเหมือนผู้ประกอบการรายเดิม เข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อลดอำนาจการผูกขาดของผู้ประกอบการรายเดิม ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการรายเดิมได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดมายาวนาน มีความพร้อมทั้งในด้านเครือข่ายการบริการหลังการขาย และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงอยู่แล้วสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากยิ่งขึ้น แต่ถ้าหากผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สามารถผลิตรถยนต์ออกมาแข่งขันในตลาดได้ก็น่าจะส่งผลให้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมลดลง และเป็นการสร้างบรรยากาศในการแข่งขันให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ผลิตในประเทศ อันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคให้มีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งยังก่อให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ภายในประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ให้กลายเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกในภูมิภาคเอเชียได้ต่อไป

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการเก็บรวมข้อมูล โดยแยกขนาดของเครื่องยนต์ และประเภทของรถยนต์ให้ชัดเจน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาจะทำให้มีความถูกต้องในการคำนวณส่วนแบ่งทางการตลาดมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรศึกษาด้านผู้บริโภค เพื่อให้ต่อเนื่องจากด้านผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้มีความชัดเจนในด้านผลการศึกษาค้างถ้วนและถูกต้องยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นประโยชน์หน่วยธุรกิจต่างๆ ในการดำเนินงานที่จะปรับปรุงแผนในการดำเนินงานขององค์กรเองให้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขัน เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้าสู่ธุรกิจนี้ในอนาคตด้วย

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- จิรายุส บงกชมาศ. (2543). *การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ*.  
 วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพย์วรรณ สุขรักเกียรติ. (2547). *การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยเพื่อรองรับการแข่งขันกับ  
 ต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัช พักเลื่อม. (2533). *การวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล. (2543). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพฯ; ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2539). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. (2544). *ส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ภายในประเทศไทย*.  
 สมุทรปราการ : บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2538). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ:  
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญรอด ปรีชาสุนทรวัฒน์. (2539). *การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งใน  
 ประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปฏิพร พิรุฬห์เมธี. (2547). *โครงสร้างตลาดและการวัดระดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์  
 ไทย*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สายคณิต. (2539). *หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ฯ:
- วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล. (2538) : *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและทฤษฎีต้นทุน หน่วยที่ 7*. นนทบุรี :  
 สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- วีระพงษ์ เลี้ยงมัน. (2548). *โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์กระบะ : กรณีศึกษารถยนต์กระบะบรรทุกไม่เกิน 1 ตัน*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- สมบัติ จำปาทอง. (2539). *โครงสร้างการใช้รถยนต์ในประเทศไทย*.วารสารเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพ 28,10(ตุลาคม) : 17-23.
- สรยุทธ มีนะพันธ์.(2536).*เศรษฐศาสตร์การจัดการ*. กรุงเทพฯ: เอช-เอ็น การพิมพ์.
- สุริยะ ไพธังาม. (2537).*การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อำนวยการพิมพ์ มนุษุช. (2541).*เศรษฐศาสตร์โครงสร้าง และ พฤติกรรมของอุตสาหกรรม*. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Eranson, W.H. (1979). *Macroeconomic Theory and Policy* .(2d ed). New York : McGraw Hill Book Company.
- Kock, James V, (1979). *Industry Organization and Price*. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.
- McCarthy, E.J.andW.D.Perreault. (1990). *Basic Marketing : A Managerial Approach* (10<sup>th</sup> ed). Homewood.,Illinois:Van Hoffman Paess.,1990.
- Michael E. protor (1990).*Competitive Advantage of Nation*.United States of America.
- Philip,Kotler. (1997). *Marketing Management Analysis,Planning, Implementation,and Control*. (9<sup>th</sup> ed.). New Jersey : Northwestern University.

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายจีระพงษ์ เพชรศรีสุข
วันเดือนปีเกิด	14 กันยายน พ.ศ. 2516
สถานที่เกิด	อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	82/881 หมู่ที่ 20 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการ ATM SUPPOORT GROUP ระดับชั้นพิเศษ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2533	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนพัคฆภูมิวิทยาคาร จังหวัดมหาสารคาม
พ.ศ. 2536	เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาทรัพยากรมนุษย์ จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร