



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์	เศรษฐศาสตร์
สาขา	ภาควิชา
เรื่อง	ผลจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
	Effects of Changes in Government Policy after the 1997 Economic Crisis on Market Power and Economic Performance of Automobile Industry in Thailand

นามผู้วิจัย นายสุธิพันธ์ วรรณชาติ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(อาจารย์จිරศักดิ์ พงษ์พิษณุพิจิตร, Ph.D.)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมาลา ศิริโชติ, M.S.)

กรรมการ

ช.น. ศ.น.ร.น.ช.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุรพร สุทธิรัตน์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์ธีรพร ฤกษ์กุลดิถก, ศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 3 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2549

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ผลจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่อ
อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

**Effects of Changes in Government Policy after the 1997 Economic Crisis on Market Power
and Economic Performance of Automobile Industry in Thailand**

โดย

นายสุธิพันธ์ วรรณชาติ

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-2861-7

สุธิพันธ์ วรรณชาติ 2549: ผลจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ปรินญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์จรัสศักดิ์ พงษ์พิชญพิจิตร, Ph.D. 118 หน้า
ISBN 974-16-2861-7

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเริ่มมีการพัฒนาอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 โดยเริ่มจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ในขณะที่เดียวกันความต้องการรถยนต์นั่งก็ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งชะลอตัวลงมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงเข้ามาให้ความช่วยเหลือคุ้มครองผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม เช่น การยกเลิกใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศในปี พ.ศ. 2543 และการเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในปี พ.ศ. 2545 เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนโยบายและมาตรการดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าวที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิระหว่างปี พ.ศ. 2533-2548 และประมาณการแบบจำลองอุปสงค์และต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 4 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน และใช้แบบจำลองระบบสมการร่วมวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองชั้น แล้วนำค่าที่ประมาณการได้ไปวิเคราะห์อำนาจตลาดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงของส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิต

จากผลการวิจัยพบว่า (1) นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัวในปี พ.ศ. 2540 มีผลทำให้รถยนต์นั่ง โตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิมีต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายและราคาลดลง แต่รถยนต์นั่งนิสสันมีต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายและราคาเพิ่มขึ้น โดยทั้ง 4 ยี่ห้อที่มีปริมาณความต้องการลดลง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ รถยนต์นั่ง โตโยต้า และฮอนด้ามีอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่วนรถยนต์นั่งมิตซูบิชิและนิสสันมีอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจลดลง (2) นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศในปี พ.ศ. 2543 มีผลทำให้รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิมีต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายและราคาลดลง ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น ส่วนรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันมีต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายและราคาเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการลดลง และรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อที่มีอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น (3) นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในปี พ.ศ. 2545 มีผลทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเพิ่มขึ้น อำนาจตลาดไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น ดังนั้นรัฐบาลควรปรับเปลี่ยนนโยบายให้เหมาะสมเพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกในภูมิภาคนี้ต่อไป


ลายมือชื่อผู้ผลิต


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

19 มิ.ย. 49

Sutiphan Wannachat 2006: Effects of Changes in Government Policy after the 1997 Economic Crisis on Market Power and Economic Performance of Automobile Industry in Thailand. Master of Economics, Major Field: Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Mr. Jeerasak Pongpisanupichit, Ph.D. 118 pages. ISBN 974-16-2861-7

Automobile industry in Thailand was established in 1961. In the early years, the domestic production was aimed to substitute import, while domestic demand was increased rapidly. The 1997 economic crisis slowed down the industry significantly. Government, therefore set policies and measures to protect domestic producers, repealed using the local content in 2000 and allowed for free opening of factories to produce cars in 2002. Changing government policies and measures from time to time may affect structure and performance of domestic producers. This study therefore aimed to measure the effect of the policies and measures after the economic crisis on market power and on economic performance of automobile industry. This study used secondary data during 1990-2005 to estimate demand and marginal cost equations of the cars under the brand name of Toyota, Honda, Mitsubishi and Nissan. The simultaneous equations were estimated by two-stage least square method. The estimated demand and marginal cost equations were used for measuring the market power and economic performance, and the changes of consumer's and producer's surplus.

The empirical study shows the following: (1) the changes in policies in 1997 which reduced the value of baht caused to raise the marginal cost and price of Toyota, Honda and Mitsubishi cars, but to have a negative effect on Nissan cars. However, demand for all the four brands was reduced. The market power and economic performance of Toyota and Honda cars increased but Mitsubishi and Nissan cars decreased. (2) The changes in policies in 2000, repealing using the local content, caused loss to the marginal cost and price of Toyota, Honda and Mitsubishi cars and raised the demand. The policy had a negative effect on Nissan cars. (3) The changes in policies in 2002, allowing for free opening of factories to produced cars, increased domestic cars demand and economic performance of the industry. The study suggests that government should continuously adjust the policy measures properly so that Thailand could become the Detroit of Asia.

sutiphan wannachat
Student's signature

J. Pongpisanupichit 19, 10, 06
Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณกรรมการที่ปรึกษา อ.ดร. จิรศักดิ์ พงษ์พิชญพิจิตร เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาใช้เวลาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอด นอกจากนี้ขอขอบพระคุณกรรมการวิชาเอก ผศ. สุมาลา ศิริโชติ กรรมการวิชาการ ผศ. ยุรพร สุทธิรัตน์ และผู้แทนบัณฑิต อ. กรกฎ วิจิตรพงศ์ ที่ได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณ รศ. จิรพรรณ กุลดิลก ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในขั้นตอนการเสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์ พร้อมกันนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณองค์การบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่กรุณาได้มอบทุนสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย และญาติพี่น้องทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นแรงบันดาลใจในการทำวิจัยตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น 64M ทุกคน ที่คอยรับฟังปัญหา เป็นที่ปรึกษา และให้ความช่วยเหลือเสมอ และขอบคุณเจ้าหน้าที่หลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตที่คอยอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำในการดำเนินการต่างๆ ในการสอบวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยดี

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายกลยุทธ์สู่ทางในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก (Detroit of Asia) ที่ดีและมีศักยภาพในภูมิภาคนี้ต่อไป และสุดท้ายนี้ผู้เขียนขอมอบความดีอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ อาจารย์ และผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่ให้โอกาสและประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วยดีตลอดมา หากมีข้อบกพร่องประการใดก็ตามในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สุธิพันธ์ วรรณชาติ

ตุลาคม 2549

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
วิธีการวิจัย	7
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	11
การตรวจเอกสาร	11
แนวคิดทางทฤษฎี	18
แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย	31
บทที่ 3 สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย	46
ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย	46
การผลิตและการประกอบรถยนต์นั่งในประเทศไทย	49
การลงทุนอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย	52
การจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศไทย	56
การนำเข้ารถยนต์นั่งของประเทศไทย	58
การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย	59
นโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ในประเทศไทย	62
ยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย	71
ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	76
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ	76
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ	78
การวิเคราะห์ผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทยที่มีต่ออำนาจตลาดและ ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ	82
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	89
สรุป	89
ข้อเสนอแนะ	91
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	94
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก บัญชีส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่กำหนดให้ใช้ทุกรายการ สำหรับการประกอบรถยนต์นั่งตามมาตรการบังคับใช้ ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายใน ประเทศ (Local Content)	100
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย	107
ภาคผนวก ค ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ ในประเทศไทย	111
ภาคผนวก ง ตารางข้อมูล	114

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งแยกตามขนาดปริมาตรความจุกระบอกสูบในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533- 2548	4
2	ปริมาณจำหน่ายและส่วนแบ่งตลาดรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อปี พ.ศ. 2548	5
3	ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2548	51
4	รายชื่อโรงงานประกอบรถยนต์ ประเภทรถยนต์ และกำลังการผลิตในประเทศไทยปี พ.ศ. 2546	53
5	การเข้ามาลงทุนของบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ต่างประเทศ	54
6	ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2548	57
7	มูลค่าการนำเข้ารถยนต์ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533- 2548	60
8	มูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533- 2548	62
9	การเปลี่ยนแปลงรายการภาษีใหม่สำหรับรถยนต์นั่ง หลังวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2534	70
10	ผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อในช่วงปี พ.ศ. 2539-2545	86
12	อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา และปริมาณคุณภาพ อำนาจตลาด และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ	88
ตารางผนวกที่		
1	รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย	108
2	ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย	112
3	ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อ โตโยต้า	115
4	ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า	116
5	ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ	117
6	ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน	118

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	รูปแบบความสัมพันธ์ของโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน ของตลาด	21
2	การลดลงของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากโครงสร้างตลาด เปลี่ยนแปลงจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดผูกขาด	23
3	ลักษณะเส้นอุปสงค์ (Demand)	26
4	การหาอุปสงค์ของตลาด จากการรวมอุปสงค์ของบุคคลทั้งสอง	27

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์จัดเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการจ้างงาน การพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างรายได้ของประเทศ และก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Forward and Backward Linkages) เนื่องจากรถยนต์แต่ละคันประกอบด้วยชิ้นส่วนจำนวนมากหลายพันชิ้น อุตสาหกรรมรถยนต์จึงมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ และอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ (กิตติ, 2542)

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนาอย่างจริงจังโดยเริ่มจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และมีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2504 ซึ่งเป็นปีที่รัฐบาลได้เปิดให้มีการส่งเสริมประกอบรถยนต์ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยในช่วงแรกการประกอบรถยนต์ต้องอาศัยการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศทั้งสิ้น ดังนั้นการผลิตรถยนต์นั้นในประเทศไทยจึงเป็นเพียงการนำเข้าชิ้นส่วนประกอบครบชุดจากต่างประเทศ (Completely Knocked-Down : CKD) แล้วนำมาประกอบรวมกับชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ซึ่งมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นทำให้รถยนต์นั้นที่ประกอบภายในประเทศมีต้นทุนในการผลิตสูงกว่ารถยนต์ที่นำเข้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศทั้งคัน (Completely Built-Up : CBU) ดังนั้นรัฐบาลจึงได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องคุ้มครองผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั้นในประเทศหลายประการ ดังจะเห็นได้จากในปี พ.ศ. 2521 รัฐบาลได้มีนโยบายให้กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศห้ามจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั้นเพิ่มขึ้น และให้กระทรวงพาณิชย์ประกาศห้ามนำเข้ารถยนต์นั้นสำเร็จรูป (CBU) ที่มีปริมาตรความจุระบอบสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. รวมทั้งให้กระทรวงการคลังปรับอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั้นที่มีปริมาตรความจุระบอบสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 150 และปรับอัตราภาษีนำเข้าของชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ (CKD) จากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 80 อีกด้วย รวมทั้งการกำหนดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ (CKD) ให้ต่ำกว่าภาษีนำเข้าสำหรับรถยนต์นั้นสำเร็จรูปจากต่างประเทศทั้งคัน (CBU)

และการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเมื่อภาวะเศรษฐกิจเริ่มขยายตัวในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ทำให้ผู้บริโภคมักมีกำลังซื้อสูงขึ้น แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั้นยังไม่สามารถผลิตรถยนต์นั่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นในปี พ.ศ. 2534 จึงได้มีการประกาศเปิดเสรีในการผลิตรถยนต์นั่งเป็นครั้งแรกในสมัยท่านายกฯ อานันท์ ปันยารชุน โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศยกเลิกการกำหนดรุ่น (Series) และแบบ (Model) ในการประกอบรถยนต์นั่ง ให้กระทรวงพาณิชย์อนุญาตให้นำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ได้อย่างเสรีเป็นครั้งแรกหลังจากห้ามนำเข้านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา และยังให้กระทรวงการคลังปรับโครงสร้างภาษีใหม่โดยลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) และชิ้นส่วนประกอบครบชุด (CKD) ลงจากร้อยละ 150 และร้อยละ 112 ในปี พ.ศ. 2533 เป็นร้อยละ 60 และร้อยละ 20 ตามลำดับในปี พ.ศ. 2534 ซึ่งผลจากการประกาศนโยบายดังกล่าวได้ส่งผลให้ภาษีที่ผู้นำเข้าจะต้องจ่ายให้กับรัฐบาลลดลงเป็นอย่างมาก จึงทำให้สามารถลดราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งลงได้ ส่งผลให้ความต้องการรถยนต์นั่งของประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยที่ประชาชนผู้บริโภคนึ่งหนึ่งในประเทศได้หันไปใช้รถยนต์นั่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งนโยบายดังกล่าวเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถซื้อรถยนต์นั่งได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม

จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่รัฐบาลมีการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา ได้ส่งผลทำให้ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของประเทศได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเรื่อยๆ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2504 มีปริมาณการผลิต 310 คัน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 6,110 คัน ในปี พ.ศ. 2512 และเพิ่มขึ้นอีกเป็น 104,596 คัน ในปี พ.ศ. 2535

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมชะลอตัวลง ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอัตราการขยายตัวที่ลดต่ำลงมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือคุ้มครองผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านอัตราภาษี และการประกาศห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งจากต่างประเทศ เช่น การปรับภาษีมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปทุกขนาด การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษจากชิ้นส่วนและอุปกรณ์นำเข้า และการเพิ่มภาษีสรรพสามิต เป็นต้น และประกอบกับรัฐบาลได้มีการคาดการณ์แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะยาวว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง

ของประเทศไทยจะยังคงพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายที่จะพยายามให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia) ให้ได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเริ่มขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบัน

ถ้าพิจารณารถยนต์นั่งแยกแต่ละขนาดออกจากกัน จะพบว่า ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งและปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งแต่ละขนาดมีการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน โดยในแต่ละปีรถยนต์นั่งแต่ละขนาดไม่ได้มีขนาดหรือสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากัน และในบางปีก็ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน หรือไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับปริมาณการผลิตและปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งโดยรวมของประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 1

สำหรับสภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในปี 2548 สืบเนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนช่วยส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมาโดยตลอด อาทิเช่น การใช้นโยบายห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งจากต่างประเทศ และการตั้งกำแพงภาษี (Tariff Protection Policy) เป็นต้น ประกอบกับการที่รัฐบาลมีนโยบายที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia) ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ๆ ของโลกได้ตัดสินใจเข้ามาลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตและปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยี่ห้อที่สามารถจำหน่ายได้เป็นอันดับ 1 คือ โตโยต้า มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 90,298 คัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 47.98 อันดับ 2 ได้แก่ ฮอนด้า มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 57,121 คัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 30.35 และอันดับ 3 ได้แก่ เชฟโรเลต มียอดจำหน่าย 8,347 คัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.43 แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งแยกตามขนาดปริมาตรความจุกระบอกลงในประเทศไทย
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533- 2548

(หน่วย: คัน)

ปี พ.ศ.	รถยนต์นั่งขนาดความจุไม่เกิน 1,500 ซีซี.		รถยนต์นั่งขนาดความจุ ระหว่าง 1,501 – 2,000 ซีซี.		รถยนต์นั่งขนาดความจุ มากกว่า 2,000 ซีซี.	
	ปริมาณ การผลิต	การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ปริมาณ การผลิต	การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ปริมาณ การผลิต	การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2533	28,142	-	39,660	-	5,964	-
2534	33,194	17.95	36,627	-7.65	7,162	20.09
2535	59,110	78.07	39,269	7.21	6,217	-13.19
2536	65,698	11.15	67,627	72.21	11,124	78.93
2537	56,435	-14.10	35,354	-47.72	18,041	62.18
2538	54,009	-4.30	55,866	58.02	17,765	-1.53
2539	57,069	5.67	65,635	17.49	15,875	-10.64
2540	62,355	9.26	41,568	-36.67	8,118	-48.86
2541	13,093	-79.00	13,009	-68.70	5,906	-27.25
2542	25,217	92.60	33,436	157.02	14,063	138.11
2543	28,811	14.25	51,351	53.58	16,967	20.65
2544	31,713	10.07	96,164	87.27	28,189	66.14
2545	36,407	14.80	102,864	6.97	30,050	6.60
2546	127,505	250.22	88,793	-13.68	35,386	17.76
2547	154,308	21.02	108,750	22.48	36,381	2.81
2548	91,807	-40.50	66,948	-38.44	20,768	-42.92

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2549ก อ้างถึง สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย 2549)

ตารางที่ 2 ปริมาณจำหน่ายและส่วนแบ่งตลาดรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ ปี พ.ศ. 2548

อันดับ	บริษัท	ปริมาณจำหน่าย (คัน)	ส่วนแบ่งตลาด (%)
1	โตโยต้า	90,298	47.98
2	ฮอนด้า	57,121	30.35
3	เซฟโรเล็ต	8,347	4.43
4	มิตซูบิชิ	8,136	4.32
5	นิสสัน	6,684	3.55
6	มาสด้า	5,085	2.70
7	อื่นๆ	12,540	6.66
รวม		104,269	100.00

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2549ง)

จะเห็นได้ว่าสถานการณ์ในภาพรวมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 มาจนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอัตราการขยายตัวที่ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ แต่อุตสาหกรรมนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ประกอบกับศักยภาพการผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ของประเทศไทยนั้น สามารถแข่งขันได้ในชิ้นส่วนประกอบที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงนัก แต่การประกอบรถยนต์นั่งต้องอาศัยเทคโนโลยีในระดับที่สูงโดยส่วนใหญ่ จึงทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศไทยยังไม่สามารถทำการผลิตได้อย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากยังต้องพึ่งพาชิ้นส่วนอุปกรณ์สำคัญ เทคโนโลยีเครื่องจักร ตลอดจนวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการจะเข้ามาดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง จึงทำให้เกิดผลกระทบต่อโครงสร้างและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการน้อยราย ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายกำหนดระดับราคาให้สูงกว่าต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายเพื่อให้ได้กำไร ซึ่งกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับนั้นเกิดมาจากความพอใจส่วนเกินของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ที่รัฐบาลได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษามาจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย คาดว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนา กำหนดนโยบายกลยุทธ์ คู่ทางในการแข่งขันรวมทั้งช่วยเพิ่มศักยภาพและคุ้มครองผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ภายหลังจากที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก (Detroit of Asia) ที่ดีและมีศักยภาพในภูมิภาคนี้ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษามาจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ภายใต้ขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. รถยนต์ที่วิจัยเป็นประเภทรถยนต์นั่งที่มีการจดทะเบียนเป็นครั้งแรก
2. ทำการวิจัยเฉพาะรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการจากประเทศญี่ปุ่น 4 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน ที่มีปริมาณความจุกะบอกสูบระหว่าง 1,500-2,300 ซีซี. เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด 4 อันดับแรกในอุตสาหกรรม
3. ราคาเฉลี่ยรถยนต์นั่ง จะคำนวณจากราคาจำหน่ายแบบจ่ายเงินสดของรถยนต์นั่งแต่ละขนาดของแต่ละยี่ห้อ

4. ระยะเวลาที่ทำการวิจัยจะใช้ข้อมูลเป็นรายปี จำนวน 16 ปี คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2548
5. นโยบายของรัฐบาลที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ จะศึกษาจากนโยบายที่รัฐบาลกำหนดในช่วงปี พ.ศ. 2540-2548 ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจจนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 นโยบาย ดังนี้
 - 5.1 นโยบายในปี พ.ศ. 2540 คือ นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว
 - 5.2 นโยบายในปี พ.ศ. 2543 คือ นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content)
 - 5.3 นโยบายในปี พ.ศ. 2545 คือ นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์
6. กำหนดให้นโยบายที่เกิดขึ้นก่อนนโยบายในปีปัจจุบันในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ได้เกิดขึ้นในปีปัจจุบันด้วย
7. กำหนดให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งเป็นตัวชี้วัดปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่ง
8. เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจัดเป็นตลาดประเภทผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market) ซึ่งผู้ผลิตสามารถกำหนดราคา ณ ระดับใดก็ได้ ดังนั้นในตลาดประเภทนี้เส้นอุปทานจะกลายเป็นเพียงจุดใดจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เท่านั้น

วิธีการวิจัย

วิธีการในการวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลแบบรายปี โดยเก็บข้อมูลเป็นเวลา 16 ปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2548 ซึ่งเก็บรวบรวมได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กรมศุลกากร สถาบันยานยนต์

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย บริษัทเอกชนต่างๆ ตลอดจนสื่อสิ่งพิมพ์และวารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมมีดังนี้

1. ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ (คัน/ปี)
2. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ (คัน/ปี)
3. ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ ปรับด้วยค่าดัชนีผู้บริโภค (CPI) โดยใช้ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน (บาท/คัน)
4. รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของผู้บริโภค ข้อมูลที่ใช้อยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ประชาชาติต่อจำนวนครัวเรือนในแต่ละปี ซึ่งได้ทำการปรับด้วยค่าดัชนีผู้บริโภค (CPI) โดยใช้ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน (บาท/ปี)
5. ราคาน้ำมันเบนซินเฉลี่ย (บาท/ลิตร)
6. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากเป็นอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยที่คิดจาก 5 ธนาคารพาณิชย์ใหญ่ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา (ร้อยละ/ปี)
7. อัตราค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยในหมวดอุตสาหกรรม (บาท/เดือน)
8. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่น (บาท/100 เยน)
9. ราคาเหล็กนำเข้าจากต่างประเทศ (บาท/กก.)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเป็นการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย สถานการณ์โดยทั่วๆ ไปในปัจจุบันของอุตสาหกรรมนี้ทั้งในเรื่องของการผลิต การจำหน่าย การนำเข้า และการส่งออก ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ รวมทั้งการวิเคราะห์อำนาจตลาดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์ (Lerner Index) และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ โดยวัดจากสถิติการทางสังคม

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะเป็นการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองชั้น (Two-Stage Least Square Method) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์และต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ

นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการให้คำจำกัดความเฉพาะของคำศัพท์ต่างๆ ดังนี้

Completely Knocked-Down (CKD) หมายถึง ชิ้นส่วนอุปกรณ์จากต่างประเทศในลักษณะที่บรรจุไว้ครบชุด (Package) สำหรับการประกอบรถยนต์นั่ง

Completely Built-Up (CBU) หมายถึง รถยนต์นั่งสำเร็จรูปที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งได้ทำการประกอบเสร็จสมบูรณ์พร้อมใช้งาน

Local Content หมายถึง ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับการประกอบรถยนต์นั่งที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ

รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ หมายถึง รถยนต์ที่มีไว้เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ทางการค้า การบริการขนส่ง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หรือเพื่อใช้ในการบรรทุกโดยสาร และรวมถึงรถยนต์ประเภทอื่นนอกจากรถยนต์นั่งด้วย เช่น รถกระบะ รถบรรทุก เป็นต้น

รถยนต์นั่ง หมายถึง รถยนต์ส่วนบุคคลลักษณะนั่งบรรทุกผู้โดยสารได้ไม่เกิน 7 คน

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารจากผลงานการวิจัย และการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง รวมทั้งแนวคิดทางทฤษฎี และแบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ เมื่อรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

การตรวจเอกสารประกอบด้วยเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางทฤษฎีที่จะใช้ในการวิจัย ซึ่งจากการตรวจงานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งพบว่าได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมาแล้ว ดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์รถยนต์นั่ง

การศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์รถยนต์นั่ง ประกอบด้วย

พลเทพ (2537) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์ของรถยนต์นั่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยที่ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์ผู้เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งจำนวน 500 ตัวอย่าง โดยแบ่งช่วงการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงระหว่างวันที่ 15-19 พฤษภาคม พ.ศ. 2536 และช่วงระหว่างวันที่ 3-7 เมษายน พ.ศ. 2536 และข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากแหล่งต่างๆ วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ใช้แบบจำลอง Multinomial Logic Model โดยกำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่งถูกกำหนดโดย ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ระดับรายได้ของผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ จำนวนรถยนต์ที่ครอบครองอยู่ อายุรถยนต์ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และวิธีในการซื้อ ส่วนปัจจัยทางสังคมได้แก่ ระดับอายุ สถานภาพสมรส ขนาดของครัวเรือน จำนวนของสมาชิกที่ได้รับบริการจากรถยนต์ และระยะทางที่ใช้ ผลการศึกษา

พบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบไปด้วย ระดับรายได้ สถานภาพสมรส ระดับอายุ และจำนวนของสมาชิกที่ได้รับบริการจากรถยนต์

คชินทร์ (2542) ได้ทำการศึกษากาการวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งในประเทศไทย ในประเด็นที่เกี่ยวกับภาวะความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งแต่ละขนาด ซึ่งแบ่งรถยนต์นั่งออกเป็น 4 ขนาด ดังนี้ (1) ขนาดต่ำกว่า 1,500 ซีซี. (2) ขนาดตั้งแต่ 1,501-1,600 ซีซี. (3) ขนาดตั้งแต่ 1,800-2,000 ซีซี. และ (4) ขนาดตั้งแต่ 2,001 ซีซี. ขึ้นไป โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ที่เก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2531-2541 วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งแต่ละขนาด คือ สมการถดถอยเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งให้อุปสงค์รถยนต์นั่งถูกกำหนดโดย ราคาเฉลี่ยของรถยนต์นั่ง รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของผู้บริโภค ราคาน้ำมันเฉลี่ย และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งขนาดต่ำกว่า 1,500 ซีซี. อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ราคาและรายได้ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งขนาดตั้งแต่ 1,501-1,600 ซีซี. อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ รายได้และอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งขนาดตั้งแต่ 1,800-2,000 ซีซี. อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ รายได้และอัตราดอกเบี้ย ส่วนราคาน้ำมัน ส่งผลต่อปริมาณอุปสงค์อย่างไม่มีนัยสำคัญ และปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งขนาดตั้งแต่ 2,001 ซีซี. ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ รายได้ ส่วนราคาและอัตราดอกเบี้ยนั้น ส่งผลต่อปริมาณอุปสงค์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณภาพ สมรรถนะหรือรูปลักษณ์ของรถยนต์ให้ดีและมีความโดดเด่นมากขึ้นด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรมและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง

การศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้าง พฤติกรรมและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งประกอบด้วย

ธวัช (2533) ได้ทำการศึกษากาการวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์ใน 3 ประเด็น คือ (1) วิเคราะห์การกระจุกตัวในอุตสาหกรรม (2) วิเคราะห์พฤติกรรมราคาของผู้ประกอบการและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ และ (3) วิเคราะห์พฤติกรรมการผลิต ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบ Time Series ที่เก็บจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาจากข้อมูลรถยนต์นั่ง 3 ขนาดจากผู้ประกอบ-

การทั้งสิ้น 9 ราย ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2523-2532 แต่สำหรับการวิเคราะห์โครงสร้างราคาจะใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2527-2532 วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมคือ การวิเคราะห์อัตราส่วนการกระจุกตัวและดัชนีเฮอร์ฟิנדัลล์ และในการวิเคราะห์พฤติกรรมได้มีการคาดประมาณอุปสงค์รณคั้งจากสมการเชิงเส้นรูปลอการิทึม (Linear Logarithm Equation) ซึ่งให้อุปสงค์รณคั้งถูกกำหนดโดยรายได้ต่อบุคคลที่แท้จริง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ราคาเฉลี่ยรณคั้งใหม่ ราคาเฉลี่ยรณคั้งที่ใช้แล้ว และราคาน้ำมันเบนซิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากมีส่วนแบ่งตลาดที่ต่ำ ทำให้ค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדัลล์มีค่าต่ำ แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมรณคั้งของประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูง ในขณะที่ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว 4 รายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 70.48 สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์ ปรากฏว่าอุปสงค์รณคั้งในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับรายได้ต่อบุคคลที่แท้จริงมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ราคาเฉลี่ยรณคั้งใหม่ ผลต่างระหว่างราคา รณคั้งใหม่กับรณคั้งที่ใช้แล้ว และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ตามลำดับ ในด้านการผลิตและต้นทุนการผลิตยังต้องพึ่งพาชิ้นส่วนต่างประเทศเป็นสำคัญ และต้นทุนก็ประกอบไปด้วยภาษีเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตยังเปลี่ยนแปลงตามภาวะเงินเฟ้อ และค่าเงินเยน โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และการผลิตยังไม่เกิดการประหยัดต่อขนาด ทำให้ผู้บริโภคมองซื้อรณคั้งในราคาที่สูง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่าการดำเนินนโยบายในมาตรการใช้ชิ้นส่วนและด้านภาษีของรัฐบาลจะกระทบต่อผู้บริโภคในประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงควรปรับนโยบายและมาตรการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด

บุญรอด (2539) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมรณคั้งในประเทศไทย โดยได้ศึกษาในประเด็นผลกระทบของการลดภาษีนำเข้าต่อโครงสร้างและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรณคั้ง โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาของจำนวนการผลิตและยอดจำหน่ายระหว่างปี พ.ศ. 2523-2537 ที่เก็บรวบรวมจากหน่วยงานต่างๆ โดยเป็นข้อมูลของรณคั้งที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 9 อันดับแรก ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงแรกระหว่างปี พ.ศ. 2523-2534 เป็นช่วงก่อนมีการใช้นโยบายลดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรณคั้ง รวมทั้งการเปิดเสรีนำเข้ารณคั้ง และในช่วงที่สองระหว่างปี พ.ศ. 2535-2537 เป็นช่วงหลังจากที่มีการใช้นโยบายดังกล่าวแล้ว ซึ่งแบ่งรณคั้งเป็น 3 ขนาด ดังนี้ (1) ขนาดเท่ากับ 1,600 ซีซี. (2) ขนาดตั้งแต่ 1,601-2,300 ซีซี. และ (3) ขนาดตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมรณคั้งคือ วิธีการเปรียบเทียบส่วนครองตลาด อัตราการกระจุกตัว เส้นลอเรนซ์ และดัชนีเฮอร์ฟิנדัลล์ ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมรณคั้งของไทยหลังจากการลดลงของภาษีนำเข้า

ทำให้ส่วนครองตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ 4 ราย ยังคงมีค่าสูงอยู่ แต่การกระจุกตัวลดลง แสดงว่ามีการแข่งขันเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ทำให้ราคารถยนต์นั่งลดลงหลังจากภาษีนำเข้าลดลง และการใช้นโยบายด้านราคาไม่ได้เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขัน แต่นโยบายที่ไม่เกี่ยวกับราคาจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละราย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้สนับสนุนนโยบายการค้าเสรีในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งที่รัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ให้เข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของรถยนต์นั่งต่อไป

วิสิทธิ์ (2543) ได้ทำการศึกษานโยบายรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมนั่ง โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทฤษฎีที่มีเกี่ยวกับขอกำหนดรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ ซึ่งรวบรวมได้จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2521-2540 โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ช่วงคือ ช่วงแรกระหว่างปี พ.ศ. 2521-2533 ช่วงที่สองระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536 และช่วงที่สามระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540 วิธีการที่ใช้ในการศึกษาได้ใช้อัตราการกระจุกตัว (CR) ดัชนีรวมเฮอร์ฟิנדัล (HHI) และส่วนครองตลาด (Market Share) ในการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงแรก นโยบายรัฐบาลที่ให้การคุ้มครองผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีสูงเกินไป ส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า เพราะผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ยังทำให้การกระจุกตัวเพิ่มขึ้นด้วย ในช่วงที่สอง นโยบายเปิดเสรีนำเข้ารถยนต์นั่งและลดอากรขาเข้าได้ทำประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและผู้บริโภคเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น และทำให้การกระจุกตัวลดลงเพียงเล็กน้อย แต่มีผลด้านลบต่อระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นการใช้นโยบายขณะที่ตลาดรถยนต์นั่งขายยตัวในระดับสูงอยู่แล้ว สำหรับในช่วงที่สาม นโยบายเปิดเสรีการลงทุนส่งผลดีต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง แต่การกระจุกตัวยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอยู่ ซึ่งผู้ศึกษาได้มีความคิดเห็นว่าหากจะเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ รัฐบาลควรกำหนดคนนโยบายที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพจนกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตของภูมิภาคเอเชียต่อไป

การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ และการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ และการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์
ประกอบด้วย

จิรายุส (2543) ได้ทำการศึกษาการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ภายใต้วิกฤติเศรษฐกิจ โดยทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายรถยนต์และรถปิกอัพ และศึกษาถึงศักยภาพและความสามารถในการส่งออกรถยนต์ของไทย ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีทั้งข้อมูลปฐมภูมิที่มาจากการสอบถามผู้ประกอบการและข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้รถยนต์ในประเทศ เป็นข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2541 ซึ่งเป็นข้อมูลรายเดือน โดยทำการศึกษาแยกเป็นตลาดรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ สำหรับการส่งออกจะทำการศึกษาเฉพาะการส่งออกรถปิกอัพขนาด 1 คัน ซึ่งเป็นข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2540 วิธีการที่ใช้ในการศึกษาความต้องการรถยนต์จะใช้แบบจำลอง Stock Adjustment Model และใช้แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) พิจารณาความสามารถในการส่งออกรถยนต์ของไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายรถปิกอัพ ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค ราคารถปิกอัพ อัตราแลกเปลี่ยน สต็อกของรถปิกอัพในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (สะท้อนปริมาณการซื้อรถปิกอัพในอดีต) และการประกาศขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 10 สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่ง คือ รายได้ของผู้บริโภค ราคารถยนต์นั่ง สต็อกของรถปิกอัพในช่วงเวลาที่ผ่านมา (สะท้อนปริมาณการซื้อรถยนต์นั่งในอดีต) และการประกาศขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 10 สำหรับการส่งออกพบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้น คู่แข่งในการส่งออกรถปิกอัพที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา และในระยะยาวประเทศที่คาดว่าจะเป็คู่แข่งที่สำคัญของไทยคือ จีนและเกาหลี การศึกษาครั้งนี้ศึกษาในช่วงที่ประเทศเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นช่วงที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงมาก ทำให้ราคาส่งออกถูก จึงไม่ได้เป็นความได้เปรียบที่แท้จริงจากการผลิตที่ต้นทุนต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับศักยภาพการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยนั้น ไทยแข่งขันได้เพียงชิ้นส่วนที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงนัก ทำให้การผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงและอาศัยแรงงานน้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยสูง ส่งผลให้เป็นปัญหาในการแข่งขันด้านราคา ประกอบกับผู้ประกอบการรายใหม่และรายเก่าในไทยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ และมาตรฐาน QS 9000 เข้ามาลงทุน ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยมีไม่กี่รายที่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่า

รัฐบาลควรจะช่วยผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยในการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล

การศึกษาเกี่ยวกับอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง

การศึกษาเกี่ยวกับอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งประกอบด้วย

วาริน (2544) ได้ทำการศึกษารวบรวมและวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย โดยทำการศึกษาค้นคว้าผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายและมาตรการของรัฐในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2524-2542 ที่มีต่อโครงสร้างและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ซึ่งมี 3 นโยบายดังนี้คือ (1) นโยบายอนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป ที่บังคับใช้ในปี พ.ศ. 2528 (2) นโยบายอนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรกระบอกสูบน้อยกว่า 2,300 ซีซี. และยกเลิกการจำกัดจำนวนรุ่นและแบบในการประกอบ ที่บังคับใช้ในปี พ.ศ. 2533 และ (3) นโยบายการปรับขึ้นอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์นั่ง (CKD) และรถยนต์นั่งนำเข้าสำเร็จรูป (CBU) รวมทั้งเพิ่มค่าธรรมเนียมพิเศษ ที่บังคับใช้ในปี พ.ศ. 2530 ซึ่งศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ และคาดประมาณแบบจำลองอุปสงค์และต้นทุนรถยนต์นั่ง ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบระหว่าง 1,500-2,300 ซีซี. จากรถยนต์นั่ง 4 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน และมิตซูบิชิ วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์คือใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสามขั้น (Three-Stage Least Square Method) แล้วนำค่าที่คาดประมาณได้ไปใช้ในการวิเคราะห์อำนาจตลาดด้วยดัชนีเลิร์นเนอร์ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตที่เกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและมาตรการของรัฐ ผลการศึกษาพบว่า (1) นโยบายอนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป และนโยบายอนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรกระบอกสูบน้อยกว่า 2,300 ซีซี. และยกเลิกการจำกัดจำนวนรุ่นและแบบในการประกอบ ก่อให้เกิดการแข่งขันที่มากขึ้นในตลาด ส่งผลให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งเพิ่มสูงขึ้น อำนาจตลาดไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น (2) นโยบายการปรับขึ้นอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์นั่ง (CKD) และรถยนต์นั่งนำเข้าสำเร็จรูป (CBU) รวมทั้งเพิ่มค่าธรรมเนียมพิเศษ ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันและฮอนด้า มีต้นทุนการ

ผลิตและราคาเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการลดลง อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจลดลง แต่การใช้นโยบายนี้ทำให้ต้นทุนเพิ่มของรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและมิตซูบิชิลดลง ทำให้ผู้ประกอบการทั้ง 2 ยี่ห้อ สามารถเพิ่มปริมาณการผลิต ทำให้ราคาตลาดลดลง ส่งผลให้อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น เมื่อพิจารณาผลรวมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมพบว่าการใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2530 มีผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจลดลง และผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่ารัฐบาลควรที่จะปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างต่อเนื่อง

จากการตรวจเอกสาร พบว่าได้มีเอกสารที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์นี้ในประเทศไทยในประเด็นต่างๆ ดังนี้คือ

1. งานวิจัยของพลเทพ แสตนยานุสิน และคชินทร์ สุขุมลจันทร์ ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับอุปสงค์รถยนต์นี้
2. งานวิจัยของธวัช พักเลื่อม บุญรอด ปรีชาสุนทรรัตน์ และวิสิทธิ์ สนิทนวน ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรมและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นี้
3. งานวิจัยของจิรายุส บงกชมาศ ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับศักยภาพ และการปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์
4. งานวิจัยของวาริน โชติกกำธร ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นี้

จากการตรวจเอกสารดังกล่าวข้างต้นนั้น ได้มีงานวิจัยที่ได้สอดคล้องเช่นเดียวกับการศึกษาในครั้งนี้ คืองานวิจัยของวาริน โชติกกำธร ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลที่มีต่ออำนาจตลาด และประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้กับการวิจัยของวาริน โชติกกำธร มีจุดที่แตกต่างกัน คือ ทำการศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นี้และนโยบายเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2540 ถึงปี พ.ศ. 2548 นโยบายที่ศึกษาได้แก่ (1) นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ในปี พ.ศ. 2540 (2) นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบ

รชยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ในปี พ.ศ. 2543 และ (3) นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ในปี พ.ศ. 2545 และใช้วิธีการวิจัยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ งานวิจัยของวาริน โชติกคำธร ใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสามชั้น (Three-Stage Least Square Method) แต่ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) แต่เป็นวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองชั้น (Two-Stage Least Square Method) เพื่อลดความซับซ้อนและยุ่งยากในการประมาณการแบบจำลอง

แนวคิดทางทฤษฎี

ในการวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจนั้น ได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

การศึกษาโครงสร้าง-พฤติกรรม-ผลการดำเนินงาน (The Structure-Conduct-Performance Paradigm : SCP)

การศึกษาโครงสร้าง-พฤติกรรม-ผลการดำเนินงาน (SCP) ถูกนำมาใช้ในการศึกษาการจัดการอุตสาหกรรม (Industrial Organization) อย่างแพร่หลาย ซึ่งการศึกษา SCP แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาด พฤติกรรมของผู้ผลิตในตลาด และผลการดำเนินงานที่เกิดจากพฤติกรรมของผู้ผลิตภายใต้โครงสร้างตลาดในลักษณะต่างๆ (Ferguson, 1994: 13-18)

โครงสร้างตลาด (Structure) หมายถึง ลักษณะขององค์กรในตลาดไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้ซื้อ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือระหว่างหน่วยผลิตที่ตั้งมานานกับหน่วยผลิตใหม่ที่จะเข้าร่วมดำเนินการในตลาด หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า โครงสร้างตลาดในทฤษฎีนี้มีอิทธิพลอย่างไรต่อการแข่งขันและการตั้งราคาขายในตลาด (อานวยเพ็ญ, 2527: 21) โดยปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างตลาด ได้แก่

1. การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม จะแสดงถึงอำนาจทางการตลาดหรืออำนาจการผูกขาดของผู้ผลิตในตลาดนั้น ซึ่งจะพิจารณาจากจำนวนผู้ผลิตและลักษณะการกระจายตัวของผู้ผลิตในตลาด

2. อุปสรรคของผู้ผลิตรายใหม่ เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่จะแสดงถึงโครงสร้างตลาด เพราะว่าจำนวนผู้ผลิตจะสะท้อนถึงจำนวนคู่แข่งในตลาด ซึ่งอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดจะสะท้อนถึงความสามารถของคู่แข่งที่จะเข้ามาใหม่และมีผลต่อจำนวนผู้ผลิตในตลาดอีกทางหนึ่งด้วย

3. ความแตกต่างของสินค้าที่ผลิต ความแตกต่างของผู้ผลิตแต่ละรายแสดงถึงอำนาจทางการตลาดนั้นๆ เนื่องจากการที่ผู้ผลิตทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าของตนแตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเป็นการยากที่จะหาสินค้าอื่นมาทดแทน ยิ่งมีความแตกต่างมากเท่าใดยิ่งทดแทนได้ยาก ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจทางการตลาดมาก

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างตลาด เช่น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา อัตราการเจริญเติบโตของอุปสงค์ในตลาด ซึ่งถ้าตลาดมีอัตราการเจริญเติบโตสูง จะทำให้มีผู้สนใจเข้ามาทำธุรกิจในตลาดมาก ทำให้โครงสร้างตลาดมีการแข่งขันสูงด้วย

พฤติกรรมตลาด (Conduct) หมายถึง นโยบายของธุรกิจที่มีต่อตลาดสินค้าของตนและคู่แข่ง คำว่าตลาดจะเป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะบทบาทของตลาดในแง่หน้าที่ (Function Aspect) ในการที่จะแก้ปัญหาสำคัญของธุรกิจ ซึ่งจะมากำหนดราคา ปริมาณ คุณภาพ รูปแบบของสินค้า และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ รวมถึงนโยบายที่มีปฏิกริยาโต้ตอบคู่แข่งกัน การกระทำและปฏิกริยาโต้ตอบเป็นการสร้างเสริมพฤติกรรมตลาด โดยที่พฤติกรรมของผู้ผลิตนั้นจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละตลาด ซึ่งพฤติกรรมของผู้ผลิตในตลาดอาจจำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. การแข่งขันทางด้านราคา (Price Competition) เป็นการดำเนินนโยบายของผู้ผลิตที่มีผลกระทบต่อราคา เช่น การตัดราคา และการใช้ส่วนลดประเภทต่างๆ เช่น ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสด ส่วนลดเป้าหมาย และส่วนลดพิเศษ เป็นต้น

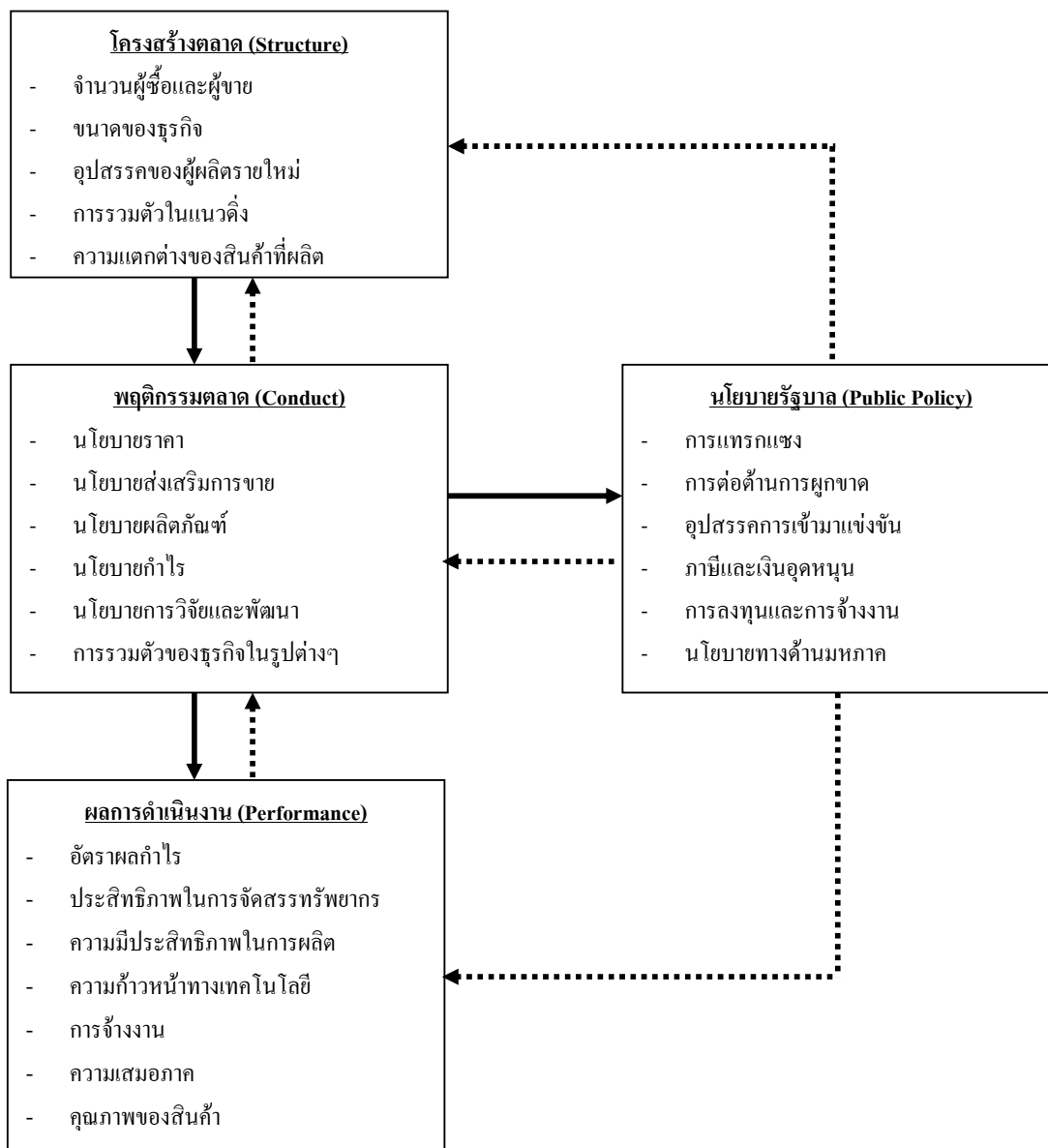
2. การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non-price Competition) เป็นการดำเนินนโยบายที่ไม่มีผลกระทบต่อราคา เช่น การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ โดยเฉพาะการโฆษณาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง การประเมินผลทางเศรษฐกิจของพฤติกรรม ตลาดว่าเบี่ยงเบนไปมากเท่าใดจากความเป็นไปได้ที่จะก่อให้เกิดผลผลิตที่สุดของพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสำคัญในการที่จะพิจารณาการดำเนินการของผู้ผลิตว่าก่อให้เกิดสวัสดิการทางเศรษฐกิจหรือไม่ สิ่งที่น่ามาใช้ในการพิจารณาคือ ผู้ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากน้อยแค่ไหน นั่นคือ ผู้ผลิตมีประสิทธิภาพในการผลิต (Productive Efficient) คือสามารถลดความสูญเสียในปัจจัยการผลิต และการจัดสรรที่มีประสิทธิภาพ (Allocative Efficient) ในการผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการในปริมาณที่ถูกต้องหรือไม่

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกันของโครงสร้างตลาด ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด กล่าวคือลักษณะ โครงสร้างตลาด จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมตลาด และพฤติกรรมตลาด ก็จะเป็นตัวกำหนดการดำเนินงานของตลาดด้วย และถ้าพิจารณาตามเส้นปะ จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ผลการดำเนินงานของตลาด อาจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมตลาด และพฤติกรรมตลาด อาจมีผลกระทบต่อโครงสร้างของตลาดก็เป็นได้ และพฤติกรรมของตลาด ก็อาจเป็นตัวกำหนดนโยบายของรัฐบาลด้วย และในทางกลับกันรัฐบาลก็จะมีผลกระทบต่อทั้ง โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาดด้วย ดังนั้นรัฐบาลจะมีการเข้ามาแทรกแซงในตลาด เช่น การเก็บภาษี และการใช้นโยบายต่างๆ เป็นต้น ซึ่งวิธีการที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซง ได้แก่

1. กำหนดให้ผู้ผลิตในตลาดผลิตสินค้า ณ จุดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency Output)
2. แต่ถ้าผลิต ณ จุดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency Output) จะทำให้ผู้ผลิตขาดทุน ดังนั้นรัฐบาลจะต้องเข้ามากำหนดโครงสร้างราคา
3. กำหนดจำนวนผู้ผลิตในตลาดให้มีความเหมาะสม

วิธีการศึกษา SCP แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาด พฤติกรรมตลาด และผลการดำเนินงานของตลาด ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์ของโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาด

ที่มา: Carlton and Perloff (2005: 4)

สำหรับในการวิจัยครั้งนี้คาดว่า การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลจะมีผลต่อโครงสร้างของอุตสาหกรรมในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย และนอกจากนี้ยังอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทั้งที่เกี่ยวกับราคา และไม่เกี่ยวกับราคาของผู้ประกอบการด้วย ซึ่งในที่สุดแล้วก็จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นด้วย

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

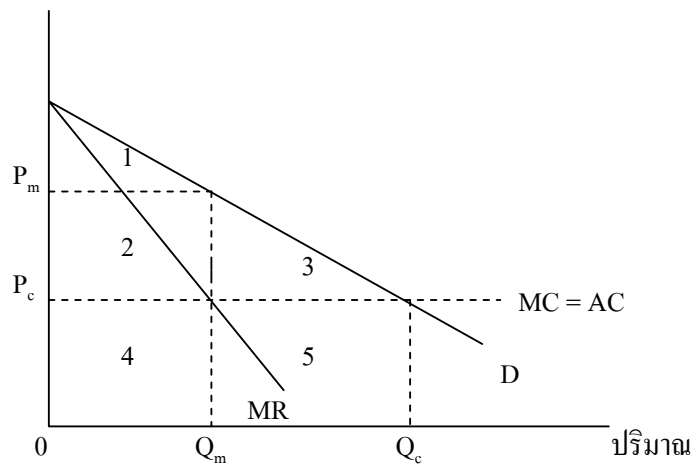
ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่บอกว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและผู้ผลิตได้มากน้อยเพียงไร

สำหรับในส่วนของผู้บริโภค ผลประโยชน์ส่วนที่เกิดขึ้น คือ ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนมีความพอใจที่จะซื้อสินค้าในระดับราคาที่แตกต่างกัน แต่ทุกคนสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาเดียวกันคือราคาตลาด ดังนั้นผู้ซื้อที่เต็มใจซื้อสินค้าในระดับราคาที่สูงกว่าราคาตลาดก็จะได้รับความพอใจส่วนนี้ไปเนื่องจากสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาต่ำกว่าที่ตั้งไว้

ในส่วนของผู้ผลิต ผลประโยชน์ส่วนที่เกิดขึ้น คือ ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus) ส่วนเกินของผู้ผลิตจะเกิดขึ้นเมื่อราคาสินค้าในตลาดสูงกว่าต้นทุนการผลิต เนื่องจากส่วนต่างที่เกิดขึ้นคือกำไรที่ผู้ผลิตจะได้รับ

ภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพทางสังคมเมื่อตลาดมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจากตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์เป็นแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์ เมื่อกำหนดให้ต้นทุนเพิ่มหน่วย-สุดท้าย (MC) มีลักษณะคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ภายใต้ตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์ ราคาและปริมาณจะอยู่ที่ระดับ OP_c และ OQ_c ตามลำดับ เส้นอุปสงค์แสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการสินค้าที่อยู่ในช่วง OQ_c ผู้บริโภคเต็มใจที่จะซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาที่เกิดขึ้นจริงในตลาด ดังนั้นส่วนเกินผู้บริโภคที่เกิดขึ้นทั้งหมดเท่ากับพื้นที่ 1, 2 และ 3 รวมกัน ในขณะที่ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตสินค้าจำนวน OQ_c เท่ากับพื้นที่ 4 และ 5 รวมกัน

ต้นทุนและรายรับ



ภาพที่ 2 การลดลงของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากโครงสร้างตลาดเปลี่ยนแปลงจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดผูกขาด

ที่มา: Ferguson (1994: 85)

ภายใต้เงื่อนไขอุปสงค์และต้นทุนที่เหมือนกัน เมื่อโครงสร้างตลาดเปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ผู้ผลิตในตลาดจะมีการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ไม่ให้เข้ามาในตลาด ทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการกำหนดราคาให้สูงขึ้นได้ โดยการลดปริมาณการผลิตลง ผู้ผลิตจะแสวงหากำไรสูงสุด โดยกำหนดระดับราคา และระดับปริมาณสินค้า ณ ระดับที่ทำให้รายรับเพิ่มหน่วยสุดท้ายเท่ากับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย นั่นก็คือจะอยู่ที่ระดับ OP_m และ OQ_m ตามลำดับ ทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคลดลงเหลือเท่ากับพื้นที่ 1 จากการที่สินค้าปริมาณ $OQ_c - OQ_m$ ไม่ได้มีการผลิต ทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคในพื้นที่ 3 ไม่เกิดขึ้น ผลประโยชน์ในส่วนนี้จะสูญเสียไป โดยที่ไม่มีฝ่ายใดในระบบเศรษฐกิจได้รับ เรียกผลประโยชน์ในส่วนนี้ว่า Dead Weight Loss ในขณะที่พื้นที่ 2 เป็นผลประโยชน์ของผู้บริโภคที่ถูกเคลื่อนย้ายไปยังผู้ผลิต ส่วนเกินของผู้บริโภคในกรณีโครงสร้างตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์จะกลายเป็นกำไรเกินปกติของผู้ผลิตในตลาดแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์ ระดับการผลิตในตลาดแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์จะน้อยกว่าในตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์ ($OQ_m < OQ_c$) ทำให้ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตสินค้าของตลาดแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์เท่ากับพื้นที่ 4 ซึ่งน้อยกว่าต้นทุนทั้งหมดในการผลิตสินค้าของตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์ ในส่วนของพื้นที่ 5 ไม่ได้สูญเสียไปให้กับระบบเศรษฐกิจทั้งหมด แต่พื้นที่ 5 ในตลาดแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์จะกลายเป็นทรัพยากรที่สูญเสียที่สามารถนำไปผลิตสินค้าชนิดอื่นได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต เกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงระดับราคาและปริมาณ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขดุลยภาพในโครงสร้างตลาดจากตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งหากตลาดเป็นแบบแข่งขันไม่สมบูรณ์และผู้ผลิตแสวงหากำไรสูงสุดโดยทำการผลิต ณ ระดับที่ทำให้รายรับเพิ่มหน่วยสุดท้ายเท่ากับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย การเปลี่ยนแปลงลักษณะของเส้นอุปสงค์จะทำให้ระดับราคาและปริมาณดุลยภาพเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ส่วนเกินผู้บริโภคส่วนเกินผู้ผลิต และสวัสดิการที่สูญเสียไปจากระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ในกรณีที่ผู้ผลิตหลายรายและแต่ละรายผลิตสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกัน เส้นอุปสงค์ในสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายจะมีลักษณะแตกต่างกันจากเส้นอุปสงค์ในสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น ถ้าหากต้นทุนการผลิตสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันด้วยแล้ว การวัดประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ โดยรวมวัดได้จากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตโดยพิจารณาจากราคา ลักษณะของเส้นอุปสงค์ในสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายและเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายในการผลิตสินค้าของผู้ผลิตแต่ละราย

อำนาจตลาด

Carlton และ Perloff (2005: 93) ได้กล่าวว่า อำนาจตลาด (Market Power) คือความสามารถในการกำหนดราคาสินค้าให้เกินกว่าต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ดังนั้นความแตกต่างระหว่างราคาและต้นทุนจะเป็นตัวชี้ระดับของอำนาจตลาด

แนวคิดในการวัดอำนาจตลาดข้างต้น เป็นแนวคิดที่นำเสนอโดย Abba Lerner จึงเรียกดัชนีนี้ว่า Lerner's Degree of Monopoly Power หรือเรียกสั้นๆ ว่า ดัชนีเลิร์นเนอร์ (Lerner Index : L) ซึ่งในกรณีที่เส้นอุปสงค์สินค้าและต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะแตกต่างกัน การวัดอำนาจตลาดของผู้ผลิตแต่ละรายในการกำหนดระดับราคาให้สูงกว่าต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายสามารถวัดได้ดังนี้คือ

$$L_i = \frac{(P_i - MC_i)}{P_i}$$

- เมื่อ L_i = ดัชนีเลิร์นเนอร์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i
 P_i = ระดับราคาสินค้าของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i (บาท/หน่วย)
 MC_i = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i (บาท/หน่วย)
 i = รถยนต์นั่งยี่ห้อ i

ดัชนีเลิร์นเนอร์ (Lerner Index) คือสัดส่วนความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าและต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่างศูนย์และหนึ่ง ($0 \leq L \leq 1$) ในกรณีตลาดแข่งขันสมบูรณ์ $P=MC$ เพราะฉะนั้น $L=0$ แสดงว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ไม่มีอิทธิพลต่อตลาด แต่ถ้าในตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ $P > MC$ เพราะฉะนั้น L จะมากกว่า 0 ($L > 0$) แสดงว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้มีอำนาจในการกำหนดราคาและ/หรือปริมาณสินค้าในตลาดได้

สมมติให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจตลาดระดับหนึ่ง ดังนั้นเส้นอุปสงค์ในสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายจะมีค่าความชันเป็นลบ

จากการที่ผู้ผลิตเลือกระดับการผลิต ณ จุดที่ $MR=MC$ สามารถนำมาเชื่อมโยงกับ ดัชนีเลิร์นเนอร์ (Lerner Index) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 MR_i &= MC_i \\
 \frac{dTR_i}{dQ_i} &= MC_i \\
 P_i \frac{dQ_i}{dQ_i} + Q_i \frac{dP_i}{dQ_i} &= MC_i \\
 \text{นำ } \frac{P_i}{P_i} \text{ คูณ } Q_i \frac{dP_i}{dQ_i} & \\
 P_i \frac{dQ_i}{dQ_i} + Q_i \frac{dP_i}{dQ_i} * \frac{P_i}{P_i} &= MC_i \\
 P_i \left[1 + Q_i \frac{dP_i}{dQ_i} * \frac{1}{P_i} \right] &= MC_i \\
 P_i \left[1 + \frac{1}{E_d} \right] &= MC_i
 \end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น} \quad \frac{(P_i - MC_i)}{P_i} = -\frac{1}{E_d} = L_i$$

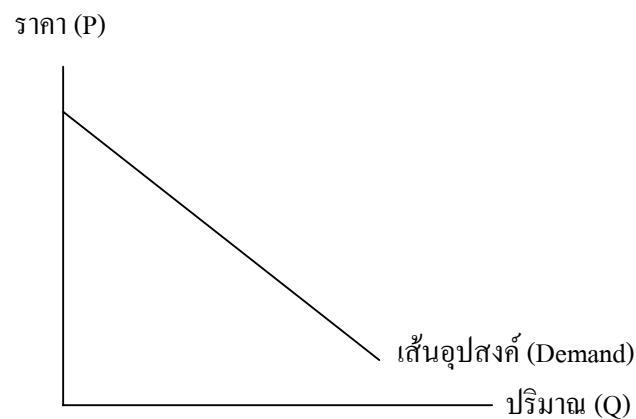
เมื่อ E_d = ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา โดยที่ $|E_d|$ มีค่า ≥ 0

อุปสงค์สำหรับสินค้า

อุปสงค์ (Demand) สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งๆ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นในช่วงเวลาหนึ่ง โดยที่ปัจจัยตัวอื่นๆ ถูกกำหนดให้คงที่

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand)

เส้นอุปสงค์เป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายลงมาจากขวา มีค่าความชันเป็นลบ ซึ่งหมายถึงว่า ปริมาณเสนอซื้อสินค้า และราคาของสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อสินค้านั้นจะลดลง และในทางกลับกัน เมื่อราคาของสินค้าลดลง ปริมาณเสนอซื้อสินค้านั้นจะสูงขึ้น แสดงดังภาพที่ 3

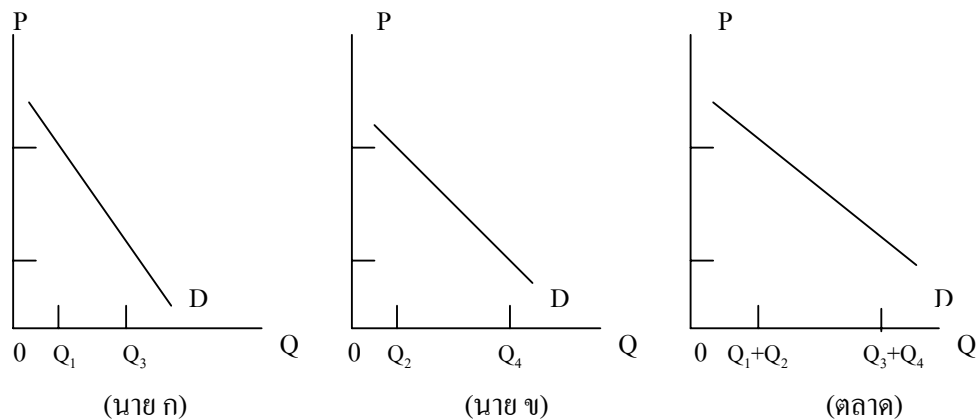


ภาพที่ 3 ลักษณะเส้นอุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ของบุคคล กับอุปสงค์ของตลาด (Individual Demand and Market Demand)

จากคำอธิบายข้างต้น เป็นการกล่าวถึงผู้ซื้อหรืออุปสงค์ของบุคคลที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถมีบทบาทสำคัญในการต่อรองราคา หรือกำหนดราคาร่วมกับอุปทานหรือผู้ขายในตลาดสินค้านั้นได้ ดังนั้นจึงต้องหาอุปสงค์ของตลาดเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดราคาร่วมกับอุปทานในตลาดต่อไป อุปสงค์ของตลาดสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง หาได้จากการรวมความต้องการซื้อของแต่ละบุคคลในสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น สมมติในตลาดน้ำผลไม้ มีผู้ซื้อเพียง 2 ราย คือ นาย ก และ นาย ข ซึ่งแต่ละคนจะมีอุปสงค์ต่อน้ำผลไม้ในแต่ละราคาที่แตกต่างกัน ถ้ารวมปริมาณซื้อของบุคคลทั้งสองในแต่ละราคา จะได้ปริมาณของตลาด ณ ราคานั้น

ภาพที่ 4 แสดงเส้นอุปสงค์ของนาย ก และนาย ข รวมกันเป็นเส้นอุปสงค์ของตลาด ถ้าราคา น้ำผลไม้ขวดละ P_1 บาท นาย ก จะซื้อ Q_1 ขวด ส่วนนาย ข จะซื้อ Q_2 ขวด ดังนั้น ณ ราคา P_1 อุปสงค์ของตลาดจะเท่ากับ $Q_1 + Q_2$ และ ณ ราคา P_2 บาทต่อขวด นาย ก จะซื้อ Q_3 ขวด ส่วนนาย ข จะซื้อ Q_4 ขวด ดังนั้น ณ ราคา P_2 อุปสงค์ของตลาดจะเท่ากับ $Q_3 + Q_4$



ภาพที่ 4 การหาอุปสงค์ของตลาด จากการรวมอุปสงค์ของบุคคลทั้งสอง

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants)

ปริมาณความต้องการสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยที่การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดอุปสงค์ ดังนี้คือ

1. ปัจจัยภายใน (Endogeneous Factor) ได้แก่ ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น การเปลี่ยนแปลงค่าสัมประสิทธิ์ของราคาจะทำให้ความชันของเส้นอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไป

2. ปัจจัยภายนอก (Exogeneous Factor) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลทำให้เส้นอุปสงค์เลื่อนขึ้นหรือลง โดยที่ความชันของเส้นอุปสงค์ไม่เปลี่ยนแปลง ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

2.1 รายได้ของผู้บริโภค ตามปกติเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าหรือบริการก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ถ้าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นสินค้าปกติ แต่ถ้าหากว่าสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเป็นสินค้าถ้อยคุณภาพ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าหรือบริการนั้นก็จะลดลง

2.2 ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นลดลง และหันมาบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น ก็จะต้องบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ประกอบกันเพิ่มขึ้นด้วย

2.3 จำนวนผู้บริโภค เมื่อจำนวนผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการสินค้าของตลาด กล่าวคือ ถ้าจำนวนผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่การเพิ่มของจำนวนผู้บริโภคอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ผู้บริโภคเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

2.4 รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมหมายถึง ทัศนคติหรือความชอบที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งๆ เมื่อผู้บริโภคมีความนิยมชมชอบสินค้าประเภทใดมากขึ้น ความต้องการสินค้าชนิดนั้นก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย

2.5 การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาในอนาคต จะมีผลต่อปริมาณความต้องการซื้อในปัจจุบัน แม้ราคาในปัจจุบันจะยังคงเดิมอยู่ที่ตาม เช่น ถ้าผู้บริโภคในตลาดคาดคะเนว่าในอนาคตราคาสินค้าชนิดนั้นจะสูงขึ้น จะทำให้ความต้องการสินค้าชนิดนั้นในช่วงเวลาปัจจุบันเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น

2.6 นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้นๆ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นการวัดขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อ ในรูปของเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลง ค่านี้จะบอกให้ทราบว่าเมื่อปัจจัยที่มีส่วนกำหนดเสนอซื้อเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ปริมาณเสนอซื้อเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบ่งตามปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณซื้อ ดังนี้ (งามพิศ, 2538: 42-53)

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งต่อราคา หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อสินค้านั้น เมื่อราคาของสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ เขียนเป็นสูตรได้ ดังนี้

$$\text{ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา} = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า}}$$

$$E_p = \frac{P}{Q} * \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

โดยที่	E_p	=	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา
	ΔP	=	การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า
	ΔQ	=	การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา มีเครื่องหมายติดลบเสมอ เครื่องหมายติดลบนี้แสดงเพียงว่า ราคาและปริมาณมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้นในการพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา จะพิจารณาเฉพาะค่าสัมบูรณ์ (Absolute number) เท่านั้น

โดยในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้เพียงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาในการประมาณการแบบจำลองเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่ได้ให้ความสำคัญต่อค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ และค่าความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ เป็นต้น

เงื่อนไขการเกิดดุลยภาพในอุตสาหกรรม

ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาจมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป ซึ่งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิต มีดังนี้

1. การแสวงหายอดขายสูงสุด (Sale Maximization) ณ ระดับผลกำไรที่ผู้ผลิตตั้งเป้าหมายไว้ ผู้ผลิตที่มีเป้าหมายประเภทนี้จะพยายามขายสินค้าให้ได้ปริมาณมากที่สุดภายใต้เงื่อนไขระดับผลกำไรที่ตั้งไว้

2. แสวงหาต้นทุนการผลิตต่ำสุด (Cost Minimization) ผู้ผลิตที่มีเป้าหมายประเภทนี้จะเลือกดำเนินการผลิตในระดับที่ทำให้เกิดต้นทุนรวมต่ำที่สุด

3. แสวงหากำไรสูงสุด (Profit Maximization) ผู้ผลิตที่มีเป้าหมายประเภทนี้จะเลือกดำเนินการผลิตที่ระดับปริมาณที่ทำให้รายรับเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal Revenue : MR) เท่ากับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal Cost : MC) เพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุด

เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเป็นอุตสาหกรรมที่ดำเนินกิจการโดยเอกชนและเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตและผู้ขายน้อยราย ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายมีความมุ่งหวังถึงผลกำไร การเลือกทำการผลิตที่ทำให้รายรับเพิ่มหน่วยสุดท้ายเท่ากับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด จึงเป็นทางเลือกที่มีเหตุผลมากที่สุด ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงตั้งข้อสมมติให้ผู้ผลิตแต่ละรายในอุตสาหกรรมมีพฤติกรรมแสวงหากำไรสูงสุด โดยทำการผลิตที่ระดับปริมาณที่ทำให้รายรับเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal Revenue: MR) เท่ากับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal Cost: MC)

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำการวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล จากการตรวจสอบเอกสารและแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ข้างต้นทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจสามารถวัดได้จากการเปลี่ยนแปลงของสวัสดิการทางสังคม ซึ่งวัดได้จากการเปลี่ยนแปลงของส่วนเกินรวม โดยที่ส่วนเกินรวมวัดจากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต ซึ่งในการวิเคราะห์หาส่วนเกินต่างๆ เหล่านี้ จำเป็นที่จะต้องทราบถึงลักษณะของเส้นอุปสงค์ เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ปริมาณและราคาดุลยภาพที่เกิดขึ้น

ลักษณะของเส้นอุปสงค์

เนื่องจากรถยนต์นั่งที่ผลิตในประเทศไทย โดยผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันในทักษะของผู้บริโภค ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงสมมติให้เส้นอุปสงค์ของรถยนต์นั่งที่ผลิตขึ้น โดยผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ดังนั้นฟังก์ชันอุปสงค์ของรถยนต์นั่งของผู้ผลิตแต่ละราย คือ

$$Q_i = f(P_i, Y, P_B, r, D_i)$$

หรือเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$Q_i = \alpha_{i1} P_i^{\alpha_{i2}} Y^{\alpha_{i3}} P_B^{\alpha_{i4}} r^{\alpha_{i5}} D_i^{\alpha_{i6}} \dots \dots \dots (1)$$

จากสมการข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอุปสงค์รถยนต์นั่งกับตัวแปรอิสระที่อยู่ในรูปสมการคobb-ดักลาส (Cobb-Douglas) ดังนั้นจึงต้องทำการปรับเปลี่ยนสมการอุปสงค์ของผู้ผลิตแต่ละรายให้อยู่ในรูปของ Logarithmic Linear Equation ซึ่งมีรูปแบบของสมการดังนี้

$$\ln Q_i = \alpha_{i1} + \alpha_{i2} \ln P_i + \alpha_{i3} \ln Y + \alpha_{i4} \ln P_B + \alpha_{i5} \ln r + \alpha_{i6} \ln D_i + e_i \dots \dots \dots (2)$$

เมื่อ Q_i = ปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i
 P_i = ระดับราคาของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i

Y = รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน

P_B = ราคาน้ำมันเบนซินเฉลี่ย

r = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

D_3 = ตัวแปรเทียมแทนนโยบายปี พ.ศ. 2545 โดยที่

$D_3 = 0$ ก่อนเริ่มใช้ นโยบายปี พ.ศ. 2545

$D_3 = 1$ เมื่อเริ่มใช้ นโยบายปี พ.ศ. 2545

$\alpha_{11}, \dots, \alpha_{16}$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

i = รถยนต์นั่งยี่ห้อ i ซึ่ง i มีค่าเป็น

T = รถยนต์นั่งยี่ห้อ โตโยต้า

H = รถยนต์นั่งยี่ห้อ ฮอนด้า

M = รถยนต์นั่งยี่ห้อ มิตรubishi

N = รถยนต์นั่งยี่ห้อ นิสสัน

ลักษณะของเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ได้ใช้จ่ายออกไปในการผลิตสินค้าชนิดนั้นๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ต้นทุนคงที่ทั้งหมด และต้นทุนผันแปรทั้งหมด

ต้นทุนคงที่ทั้งหมด (Total fixed cost) คือ ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ไม่ว่าจะกิจการจะผลิตสินค้ามากน้อยเพียงใด หรือแม้จะไม่ผลิตสินค้าเลยก็ตาม

ต้นทุนผันแปรทั้งหมด (Total variable cost) คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมดที่เปลี่ยนแปลงไปโดยตรงกับปริมาณการผลิต ซึ่งก็คือค่าใช้จ่ายของปัจจัยผันแปร เช่น ค่าจ้างคนงาน ค่าซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น และเมื่อไม่มีการผลิตสินค้าเลย ต้นทุนผันแปรทั้งหมดก็จะไม่เกิดขึ้น และถ้าผลิตสินค้ามากขึ้น ต้นทุนผันแปรทั้งหมดก็จะเพิ่มขึ้น

ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal cost) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าหน่วยสุดท้ายที่หน่วยธุรกิจทำการผลิต ต้นทุนนี้จึงเท่ากับค่าของต้นทุนรวมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตไปหนึ่งหน่วย

$$\text{ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย} = \frac{\text{ส่วนเปลี่ยนแปลงของต้นทุนรวม}}{\text{ส่วนเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิต}}$$

$$\text{หรือ} \quad \text{MC} = \frac{\Delta \text{TC}}{\Delta \text{Q}}$$

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าคงที่ เพื่อไม่ให้แบบจำลองมีความซับซ้อนเกินไป และง่ายต่อการคำนวณส่วนเกินของผู้ผลิต ดังนั้น ตัวกำหนดการเคลื่อนย้ายเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งที่ผลิตโดยผู้ประกอบการแต่ละรายได้แก่

$$\text{MC}_i = f(W, E, S, D_i)$$

หรือเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{MC}_i = \beta_{11} W^{\beta_{12}} E^{\beta_{13}} S^{\beta_{14}} D_1^{\beta_{15}} D_2^{\beta_{16}} \dots \dots \dots (3)$$

จากสมการข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งกับตัวแปรอิสระที่อยู่ในรูปสมการคอบ์-ดักลาส (Cobb-Douglas) ดังนั้นจึงต้องทำการปรับเปลี่ยนสมการต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของผู้ผลิตแต่ละรายให้อยู่ในรูปของ Logarithmic Linear Equation เช่นเดียวกับสมการอุปสงค์ ซึ่งมีรูปแบบของสมการดังนี้

$$\ln \text{MC}_i = \beta_{11} + \beta_{12} \ln W + \beta_{13} \ln E + \beta_{14} \ln S + \beta_{15} D_1 + \beta_{16} D_2 + e_i \dots \dots \dots (4)$$

เมื่อ MC_{ij} = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i

W = อัตราค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยในหมวดอุตสาหกรรม

E = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่น

S = ราคาเหล็กนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

D_1 = ตัวแปรเทียบแทนนโยบายปี พ.ศ. 2540 โดยที่

$D_1 = 0$ ก่อนเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

$D_1 = 1$ เมื่อเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

D_2 = ตัวแปรเทียบแทนนโยบายปี พ.ศ. 2543 โดยที่

$D_2 = 0$ ก่อนเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

$D_2 = 1$ เมื่อเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

$\beta_{11}, \dots, \beta_{16}$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

i = รถยนต์นั่งยี่ห้อ i ซึ่ง i มีค่าเป็น

T = รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า

H = รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า

M = รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ

N = รถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน

จากเงื่อนไขดุลยภาพ $MR_i = MC_i$

$$MR_i = \frac{d(P_i Q_i)}{dQ_i}$$

$$= P_i + Q_i \frac{dP_i}{dQ_i}$$

$$= P_i \left(1 + \frac{Q_i dP_i}{P_i dQ_i} \right)$$

ดังนั้น $MR_i = P_i \left(1 + \frac{1}{a_2} \right)$ เมื่อ a_2 คือ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

$$\ln MR_i = \ln P_i + \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right) \dots \dots \dots (5)$$

ผู้ประกอบการแต่ละรายได้รับกำไรสูงสุด ณ ระดับที่ $MR_i = MC_i$ หรือ

$$\ln MR_i = \ln MC_i$$

$$\text{ดังนั้น } \ln P_i + \ln \left(1 + \frac{1}{a_2}\right) = \beta_{i1} + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + \beta_{i5} D_1 + \beta_{i6} D_2 + e_i$$

$$\ln P_i = \beta_{i1} + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + \beta_{i5} D_1 + \beta_{i6} D_2 - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2}\right) + e_i \dots\dots\dots(6)$$

คาดประมาณสมการที่ (2) สมการที่ (4) และสมการที่ (6) พร้อมกันโดยใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองขั้น (Two-Stage Least Square Method) เพื่อลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการคาดประมาณสมการพร้อมกัน 2 สมการขึ้นไป โดยผลที่ได้จากสมการที่ (2) จะบอกถึงผลของปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์รถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ และบอกถึงค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์รถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อด้วย สำหรับสมการที่ (4) จะบอกถึงผลของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อ และบอกถึงค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งของแต่ละยี่ห้อด้วย และนำผลที่ได้จากสมการที่ (4) และสมการที่ (6) ไปใช้ในการวิเคราะห์อำนาจตลาด ซึ่งวัดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาจากสวัสดิการทางสังคม โดยสวัสดิการทางสังคมวัดจากส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) ซึ่งส่วนเกินรวมมีค่าเท่ากับ ผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) และส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS)

การคำนวณส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต

จากสมการเงื่อนไขดุลยภาพ $MR_i = MC_i$ ทำให้ทราบว่าราคาดุลยภาพ ($\ln P_i^*$) เกิดขึ้นที่

$$\ln P_i^* = \beta_{i1} + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + \beta_{i5} D_1 + \beta_{i6} D_2 - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2}\right)$$

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ในส่วนของปัจจัยภายนอกจะใช้ค่าเฉลี่ยในการคำนวณ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของดุลยภาพ ดังนี้

$$\overline{\ln W} = (\sum \ln W) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

$$\overline{\ln E} = (\sum \ln E) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

$$\overline{\ln S} = (\sum \ln S) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

ดังนั้นราคาดุลยภาพ ($\ln P_i^*$) มีค่าเท่ากับ

$$\ln P_i^* = \beta_{11} + \beta_{12} \overline{\ln W} + \beta_{13} \overline{\ln E} + \beta_{14} \overline{\ln S} + \beta_{15} D_1 + \beta_{16} D_2 - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right)$$

โดยที่ $D_1 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540 และ $D_1 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540
 $D_2 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543 และ $D_2 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

จากสมการอุปสงค์

$$\ln Q_i = \alpha_{11} + \alpha_{12} \ln P_i + \alpha_{13} \ln Y + \alpha_{14} \ln P_B + \alpha_{15} \ln r + \alpha_{16} D_3$$

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ในส่วนของปัจจัยภายนอกจะใช้ค่าเฉลี่ยในการคำนวณ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของดุลยภาพ ดังนี้

$$\overline{\ln Y} = (\sum \ln Y) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

$$\overline{\ln P_B} = (\sum \ln P_B) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

$$\overline{\ln r} = (\sum \ln r) / n \quad \text{เมื่อ } n \text{ คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด}$$

ดังนั้นปริมาณดุลยภาพ ($\ln Q_i^*$) มีค่าเท่ากับ

$$\ln Q_i^* = \alpha_{11} + \alpha_{12} \ln P_i^* + \alpha_{13} \overline{\ln Y} + \alpha_{14} \overline{\ln P_B} + \alpha_{15} \overline{\ln r} + \alpha_{16} D_3$$

โดยที่ $D_3 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545 และ $D_3 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

จัดรูปสมการอุปสงค์ใหม่โดยให้ราคาสินค้าเป็นฟังก์ชันของปริมาณสินค้า จะได้

$$\ln P_i^* = [\ln Q_i^* - \alpha_{i1} - \alpha_{i3} \overline{\ln Y} - \alpha_{i4} \overline{\ln P_B} - \alpha_{i5} \overline{\ln r} - \alpha_{i6} D_3] / \alpha_{i2}$$

หาพื้นที่ใต้เส้นอุปสงค์จาก $\ln Q_i = 0$ ถึง ปริมาณดุลยภาพ ($\ln Q_i^*$) ดังนี้

$$\int \ln P_i^* = [\ln Q_i^* * \ln Q_i^* / 2 - \alpha_{i1} * \ln Q_i^* - \alpha_{i3} \overline{\ln Y} * \ln Q_i^* - \alpha_{i4} \overline{\ln P_B} * \ln Q_i^* - \alpha_{i5} \overline{\ln r} * \ln Q_i^* - \alpha_{i6} D_3 * \ln Q_i^*] / \alpha_{i2}$$

ดังนั้น ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus:CS) มีค่าเท่ากับ

$$CS_i = [\ln Q_i^* * \ln Q_i^* / 2 - \alpha_{i1} * \ln Q_i^* - \alpha_{i3} \overline{\ln Y} * \ln Q_i^* - \alpha_{i4} \overline{\ln P_B} * \ln Q_i^* - \alpha_{i5} \overline{\ln r} * \ln Q_i^* - \alpha_{i6} D_3 * \ln Q_i^*] / \alpha_{i2} - \ln P_i^* * \ln Q_i^*$$

โดยที่ $D_3 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545 และ $D_3 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) มีค่าเท่ากับ

$$PS_i = [\ln P_i^* - \ln MC_i] * \ln Q_i^* \\ = [\ln P_i^* - (\beta_{i1} + \beta_{i2} \overline{\ln W} + \beta_{i3} \overline{\ln E} + \beta_{i4} \overline{\ln S} + \beta_{i5} D_1 + \beta_{i6} D_2)] * \ln Q_i^*$$

โดยที่ $D_1 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540 และ $D_1 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

$D_2 = 0$ ก่อนการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543 และ $D_2 = 1$ เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

การศึกษาในครั้งนี้ ต้องการดูผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ดังนั้นจากสมการต่างๆ ข้างต้น สามารถจะแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลได้ดังนี้

ก่อนใช้นโยบาย

ในช่วงระยะเวลาก่อนมีการใช้นโยบาย กำหนดให้ D_1, D_2 และ $D_3 = 0$ โดยให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังนั้นจะทำให้สมการ Q_i, MC_i และ P_i เปลี่ยนแปลงไปดังนี้คือ

$$\ln Q_i' = \alpha_{i1} + \alpha_{i2} \ln P_i' + \alpha_{i3} \ln Y + \alpha_{i4} \ln P_B + \alpha_{i5} \ln r + e_i$$

$$\ln MC_i' = \beta_{i1} + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + e_i$$

$$\ln P_i' = \beta_{i1} + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right) + e_i$$

เมื่อ Q_i' = ปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย

MC_i' = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย

P_i' = ระดับราคารถยนต์นั่งเฉลี่ยของยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย

โดยจะทำให้อำนาจตลาดซึ่งวัดจากดัชนีเลิร์นเนอร์ เป็นดังนี้คือ

$$\text{ดัชนีเลิร์นเนอร์ } (L_i') = \frac{(P_i' - MC_i')}{P_i'}$$

และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดจากส่วนเกินรวม และส่วนเกินรวมวัดจากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต เป็นดังนี้คือ

ส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) มีค่าเท่ากับ

$$TS_i' = CS_i' + PS_i' \quad \text{โดยที่}$$

ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) มีค่าเท่ากับ

$$CS'_i = [\ln Q'_i * \ln Q'_i / 2 - \alpha_{i1} * \ln Q'_i - \alpha_{i3} \overline{\ln Y} * \ln Q'_i - \alpha_{i4} \overline{\ln P_B} * \ln Q'_i - \alpha_{i5} \overline{\ln r} * \ln Q'_i] / \alpha_{i2} - \ln P'_i * \ln Q'_i$$

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) มีค่าเท่ากับ

$$PS'_i = [\ln P'_i - \ln MC'_i] * \ln Q'_i$$

$$= [\ln P'_i - (\beta_{i1} + \beta_{i2} \overline{\ln W} + \beta_{i3} \overline{\ln E} + \beta_{i4} \overline{\ln S})] * \ln Q'_i$$

- เมื่อ L'_i = ดัชนีเลิร์นเนอร์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย
 TS'_i = ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย
 CS'_i = ส่วนเกินผู้บริโภคของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย
 PS'_i = ส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i ก่อนมีการใช้นโยบาย

ปี พ.ศ. 2540

ในปี พ.ศ. 2540 กำหนดให้ $D_1 = 1$ โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังนั้น สมการ Q_i , MC_i และ P_i เปลี่ยนแปลงเป็นดังนี้คือ

$$\ln Q_i^{40} = \alpha_{i1} + \alpha_{i2} \ln P_i^{40} + \alpha_{i3} \ln Y + \alpha_{i4} \ln P_B + \alpha_{i5} \ln r + e_i$$

$$\ln MC_i^{40} = (\beta_{i1} + \beta_{i5}) + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + e_i$$

$$\ln P_i^{40} = (\beta_{i1} + \beta_{i5}) + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right) + e_i$$

- เมื่อ Q_i^{40} = ปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งของยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540
 MC_i^{40} = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540
 P_i^{40} = ราคารถยนต์นั่งเฉลี่ยของยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

นโยบายในปี พ.ศ. 2540 (D_1) ซึ่งรัฐบาลปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ซึ่งเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อค่าเงินบาทลอยตัว ในทิศทางที่ค่าเงินบาทลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตสูงขึ้น จึงทำให้สัมประสิทธิ์ของพจน์นี้มีค่าเป็นบวก ($+\beta_{15}$) ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนมีการใช้นโยบาย จะพบว่า MC_i^{40} และ P_i^{40} มีค่าเปลี่ยนแปลงไป เพราะพจน์ของค่าคงที่มีค่าเปลี่ยนแปลงจาก (β_{11}) เป็น ($\beta_{11} + \beta_{15}$) และเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันด้วย แต่จะส่งผลทำให้ Q_i^{40} มีค่าเปลี่ยนแปลงไปในทิศตรงข้ามกันกับ P_i^{40} เพราะเป็นไปตามกฎอุปสงค์ ดังนั้นการใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2540 จะทำให้อำนาจตลาดซึ่งวัดจากดัชนีเลิร์นเนอร์ และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดจากส่วนเกินรวม และส่วนเกินรวมวัดจากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต เปลี่ยนแปลงดังนี้คือ

อำนาจตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของอำนาจตลาด} = \left(\frac{L_i^{40} - L_i'}{L_i'} \right) * 100$$

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ} = \left(\frac{TS_i^{40} - TS_i'}{TS_i'} \right) * 100$$

โดยที่ ส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) มีค่าเท่ากับ

$$TS_i^{40} = CS_i^{40} + PS_i^{40} \quad \text{และ}$$

ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) มีค่าเท่ากับ

$$CS_i^{40} = \left[\ln Q_i^{40} * \ln Q_i^{40} / 2 - \alpha_{11} * \ln Q_i^{40} - \alpha_{13} \overline{\ln Y} * \ln Q_i^{40} - \alpha_{14} \overline{\ln P_B} * \ln Q_i^{40} - \alpha_{15} \overline{\ln r} * \ln Q_i^{40} \right] / \alpha_{12} - \ln P_i^{40} * \ln Q_i^{40}$$

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) มีค่าเท่ากับ

$$\begin{aligned} PS_i^{40} &= [\ln P_i^{40} - \ln MC_i^{40}] * \ln Q_i^{40} \\ &= [\ln P_i^{40} - ((\beta_{i1} + \beta_{i5}) + \beta_{i2} \overline{\ln W} + \beta_{i3} \overline{\ln E} + \beta_{i4} \overline{\ln S})] * \ln Q_i^{40} \end{aligned}$$

เมื่อ L_i^{40} = ดัชนีเลิร์นเนอร์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

TS_i^{40} = ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

CS_i^{40} = ส่วนเกินผู้บริโภคของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

PS_i^{40} = ส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2540

ปี พ.ศ. 2543

ในปี พ.ศ. 2543 กำหนดให้ D_1 และ $D_2 = 1$ โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังนั้น สมการ Q_i , MC_i และ P_i เปลี่ยนแปลงเป็นดังนี้คือ

$$\ln Q_i^{43} = \alpha_{i1} + \alpha_{i2} \ln P_i^{43} + \alpha_{i3} \ln Y + \alpha_{i4} \ln P_B + \alpha_{i5} \ln r + e_i$$

$$\ln MC_i^{43} = (\beta_{i1} + \beta_{i5} - \beta_{i6}) + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S + e_i$$

$$\ln P_i^{43} = (\beta_{i1} + \beta_{i5} - \beta_{i6}) + \beta_{i2} \ln W + \beta_{i3} \ln E + \beta_{i4} \ln S - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right) + e_i$$

เมื่อ Q_i^{43} = ปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

MC_i^{43} = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

P_i^{43} = ราคารถยนต์นั่งเฉลี่ยของยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

นโยบายในปี พ.ศ. 2543 (D_2) ซึ่งอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ซึ่งเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายเช่นกัน แต่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามกัน เนื่องจากชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าชิ้นส่วนที่นำเข้าจากต่าง

ประเทศ ดังนั้นเมื่อมีนโยบายนี้ขึ้น ผู้ผลิตสามารถนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศได้ ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง จึงทำให้สัมประสิทธิ์ของพจน์นี้มีค่าเป็นลบ ($-\beta_{16}$) ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีภายหลังใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2540 จะพบว่า MC_{ij}^{43} และ P_{ij}^{43} มีค่าเปลี่ยนแปลงไป เพราะพจน์ของค่าคงที่มีค่าเปลี่ยนแปลงจาก $(\beta_{11} + \beta_{15})$ เป็น $(\beta_{11} + \beta_{15} - \beta_{16})$ และเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันด้วย แต่จะส่งผลทำให้ Q_i^{43} มีค่าเปลี่ยนแปลงไปในทิศตรงกันข้ามกับ P_i^{43} เพราะเป็นไปตามกฎอุปสงค์ ดังนั้นการใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2543 จะทำให้อำนาจตลาด ซึ่งวัดจากดัชนีเลิร์นเนอร์ และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดจากส่วนเกินรวม และส่วนเกินรวมวัดจากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต เปลี่ยนแปลงดังนี้คือ

อำนาจตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของอำนาจตลาด} = \left(\frac{L_i^{43} - L_i^{40}}{L_i^{40}} \right) * 100$$

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ} = \left(\frac{TS_i^{43} - TS_i^{40}}{TS_i^{40}} \right) * 100$$

โดยที่ ส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) มีค่าเท่ากับ

$$TS_i^{43} = CS_i^{43} + PS_i^{43} \quad \text{และ}$$

ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) มีค่าเท่ากับ

$$CS_i^{43} = \left[\ln Q_i^{43} * \ln Q_i^{43} / 2 - \alpha_{11} * \ln Q_i^{43} - \alpha_{13} \overline{\ln Y} * \ln Q_i^{43} - \alpha_{14} \overline{\ln P_B} * \ln Q_i^{43} - \alpha_{15} \overline{\ln r} * \ln Q_i^{43} \right] / \alpha_{12} - \ln P_i^{43} * \ln Q_i^{43}$$

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) มีค่าเท่ากับ

$$\begin{aligned} PS_i^{43} &= [\ln P_i^{43} - \ln MC_i^{43}] * \ln Q_i^{43} \\ &= [\ln P_i^{43} - ((\beta_{11} + \beta_{15} - \beta_{16}) + \beta_{12} \overline{\ln W} + \beta_{13} \overline{\ln E} + \beta_{14} \overline{\ln S})] * \ln Q_i^{43} \end{aligned}$$

- เมื่อ L_i^{43} = ดัชนีเลิร์นเนอร์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543
 TS_i^{43} = ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543
 CS_i^{43} = ส่วนเกินผู้บริโภคของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543
 PS_i^{43} = ส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2543

ปี พ.ศ. 2545

ในปี พ.ศ. 2545 กำหนดให้ D_1, D_2 และ $D_3 = 1$ โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ดังนั้น สมการ Q_i, MC_i และ P_i เปลี่ยนแปลงเป็นดังนี้คือ

$$\ln Q_i^{45} = (\alpha_{11} + \alpha_{16}) + \alpha_{12} \ln P_i^{45} + \alpha_{13} \ln Y + \alpha_{14} \ln P_B + \alpha_{15} \ln r + e_i$$

$$\ln MC_i^{45} = (\beta_{11} + \beta_{15} - \beta_{16}) + \beta_{12} \ln W + \beta_{13} \ln E + \beta_{14} \ln S + e_i$$

$$\ln P_i^{45} = (\beta_{11} + \beta_{15} - \beta_{16}) + \beta_{12} \ln W + \beta_{13} \ln E + \beta_{14} \ln S - \ln \left(1 + \frac{1}{a_2} \right) + e_i$$

- เมื่อ Q_i^{45} = ปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545
 MC_i^{45} = ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545
 P_i^{45} = ระดับราคารถยนต์นั่งเฉลี่ยของยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

นโยบายในปี พ.ศ. 2545 (D_3) ซึ่ง BOI ได้ปรับปรุงมาตรการส่งเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วน โดยให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบสามารถตั้งโรงงานในเขตใดก็ได้ ซึ่งเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ จะเป็นการจูงใจให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย ส่งผลให้เกิด

การแข่งขันมากขึ้น ผู้ผลิตแต่ละรายจึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายมากขึ้น ทำให้ความต้องการรถยนต์นั่งเพิ่มสูงขึ้นด้วย จึงทำให้สัมประสิทธิ์ของพจน์นี้มีค่าเป็นลบ ($+\alpha_{i6}$) ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีภายหลังใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2543 จะพบว่า Q_i^{45} มีค่าเปลี่ยนแปลงไป เพราะพจน์ของค่าคงที่มีค่าเปลี่ยนแปลงจาก $(+\alpha_{i6})$ เป็น $(\alpha_{i1} + \alpha_{i6})$ แต่ MC_i^{45} และ P_i^{45} ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นการใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2545 จะทำให้อำนาจตลาด ซึ่งวัดจากดัชนีเลิร์นเนอร์ และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดจากส่วนเกินรวม และส่วนเกินรวมวัดจากผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิต เปลี่ยนแปลงดังนี้คือ

อำนาจตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของอำนาจตลาด} = \left(\frac{L_i^{45} - L_i^{43}}{L_i^{43}} \right) * 100$$

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการเริ่มใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

$$\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ} = \left(\frac{TS_i^{45} - TS_i^{43}}{TS_i^{43}} \right) * 100$$

โดยที่ ส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) มีค่าเท่ากับ

$$TS_i^{45} = CS_i^{45} + PS_i^{45} \quad \text{และ}$$

ส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) มีค่าเท่ากับ

$$CS_i^{45} = \left[\ln Q_i^{45} * \ln Q_i^{45} / 2 - \alpha_{i1} * \ln Q_i^{45} - \alpha_{i3} \overline{\ln Y} * \ln Q_i^{45} - \alpha_{i4} \overline{\ln P_B} * \ln Q_i^{45} - \alpha_{i5} \overline{\ln r} * \ln Q_i^{45} - \alpha_{i6} * \ln Q_i^{45} \right] / \alpha_{i2} - \ln P_i^{45} * \ln Q_i^{45}$$

ส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) มีค่าเท่ากับ

$$\begin{aligned}
 PS_i^{45} &= [\ln P_i^{45} - \ln MC_i^{45}] * \ln Q_i^{45} \\
 &= [\ln P_i^{45} - ((\beta_{11} + \beta_{15} - \beta_{16}) + \beta_{12} \overline{\ln W} + \beta_{13} \overline{\ln E} + \beta_{14} \overline{\ln S})] * \ln Q_i^{45}
 \end{aligned}$$

เมื่อ L_i^{45} = คำนีเลิร์นเนอร์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

TS_i^{45} = ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

CS_i^{45} = ส่วนเกินผู้บริโภคของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

PS_i^{45} = ส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อ i เมื่อมีการใช้นโยบายปี พ.ศ. 2545

บทที่ 3

สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

ในบทนี้จะกล่าวถึงสถานการณ์โดยทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย ประวัติความเป็นมา การผลิต การลงทุน การจำหน่าย การนำเข้า การส่งออก นโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยเริ่มต้นอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2504 โดยในระยะก่อนหน้านั้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ประเทศไทยเริ่มมีการนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป (Completely Build-Up : CBU) จากประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรป ซึ่งรถยนต์ถือว่าเป็นสินค้าที่มีราคาสูง โดยที่ยังไม่ได้มีการนำเข้ารถยนต์ที่เป็นชิ้นส่วนประกอบครบชุดจากต่างประเทศ (Completely Knocked-Down : CKD) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2504 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยประกาศส่งเสริมการลงทุนการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศ และได้อนุญาตให้มีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นในประเทศเป็นครั้งแรก โดยการนำเข้าชิ้นส่วนประกอบครบชุด (CKD) จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์นั่งในต่างประเทศมาทำการประกอบภายในประเทศ (สมคิด, 2539: 29)

โรงงานประกอบรถยนต์แห่งแรกที่ได้รับการอนุญาต คือบริษัทแอ่งโกล ไทยมอเตอร์ จำกัด หรือบริษัทฟอร์ดมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าฟอร์ดของประเทศไทย โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนโดยการลดหย่อนภาษีศุลกากรนำเข้าของชิ้นส่วนและอุปกรณ์ และได้ลดภาษีการค้าในอัตรากึ่งหนึ่งของอัตราปกติด้วย จึงได้นำเข้าชิ้นส่วนประกอบครบชุด (CKD) เข้ามาทำการประกอบเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2504 ต่อมาก็มีผู้สนใจจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยบริษัทธนบุรีพาณิชย์ จำกัด ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าเมอร์เซเดสเบนซ์ ในปี

พ.ศ. 2504 และบริษัทกรรมบุตร เจเนอรัล แอสเซมบลี จำกัด¹ ได้รับอนุญาตให้ประกอบรถยนต์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าเฟียต วาเลียน ซิมคา และรถบรรทุกยี่ห้อฟาร์โกและคอคจ์ โดยเปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคมปี พ.ศ. 2505

แม้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะแรกเป็นการประกอบรถยนต์ของสหรัฐอเมริกา และยุโรปเป็นหลัก แต่ต่อมาเริ่มมีการประกอบรถยนต์ของญี่ปุ่น โดยบริษัทสยามกลการและนิสสัน จำกัด เริ่มประกอบรถยนต์ยี่ห้อคัทสันเมื่อเดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2505 บริษัทมิทซูบิชิ (ประเทศไทย) จำกัด² ได้เริ่มประกอบรถยนต์ยี่ห้อมิซูซุในประเทศไทยเมื่อเดือนพฤศจิกายนปี พ.ศ. 2506 บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทปริ้นมอเตอร์ จำกัด ได้เข้ามาดำเนินการพร้อมกัน เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2507 บริษัทสหพัฒนายานยนต์ จำกัด ประกอบรถบรรทุกยี่ห้อมิทซูบิชิ เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคมปี พ.ศ. 2507 และบริษัทไทยอีโนอุตสาหกรรม จำกัด เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคมปี พ.ศ. 2509 เป็นต้น หลังจากนั้นก็ได้มีบริษัทผู้ประกอบรถยนต์รายอื่นๆ ททยอยเข้ามาจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั้นในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆ (วิสิทธิ์, 2543: 40)

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2512 อุตสาหกรรมรถยนต์เริ่มมีการขยายตัว แต่การขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยได้ส่งผลให้ประเทศไทยขาดดุลการค้าเนื่องจากต้องนำเข้าชิ้นส่วนสำเร็จรูปเพื่อใช้สำหรับประกอบรถยนต์ รัฐบาลจึงได้ยุติการให้การส่งเสริมการลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั้น และมีนโยบายหันมาส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปภายในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้า โดยได้ออกมาตรการให้ผู้ประกอบรถยนต์นั้นภายในประเทศต้องใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ของมูลค่าชิ้นส่วนทั้งหมดในการประกอบรถยนต์นั้นหนึ่งคัน โดยกำหนดให้มีผลบังคับในปี พ.ศ. 2514 นอกจากนี้ยังมีมาตรการจำกัดจำนวนรุ่น (Series) และแบบ (Model) ในการประกอบรถยนต์นั้นเพื่อให้เกิดการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์นั้นจำนวนมากและเกิดการประหยัดจากขนาดของการผลิต (Economies of Scale)

¹ บริษัทกรรมบุตร เจเนอรัล แอสเซมบลี จำกัด ได้โอนกิจการให้ บริษัทฟอร์ดมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัดในปี พ.ศ. 2513 และได้เลิกกิจการไปในปี พ.ศ. 2519

² บริษัทมิทซูบิชิ (ประเทศไทย) จำกัด ได้โอนธุรกิจประกอบรถยนต์มิซูซุมาให้ บริษัทมิซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการแทนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคมปี พ.ศ. 2509

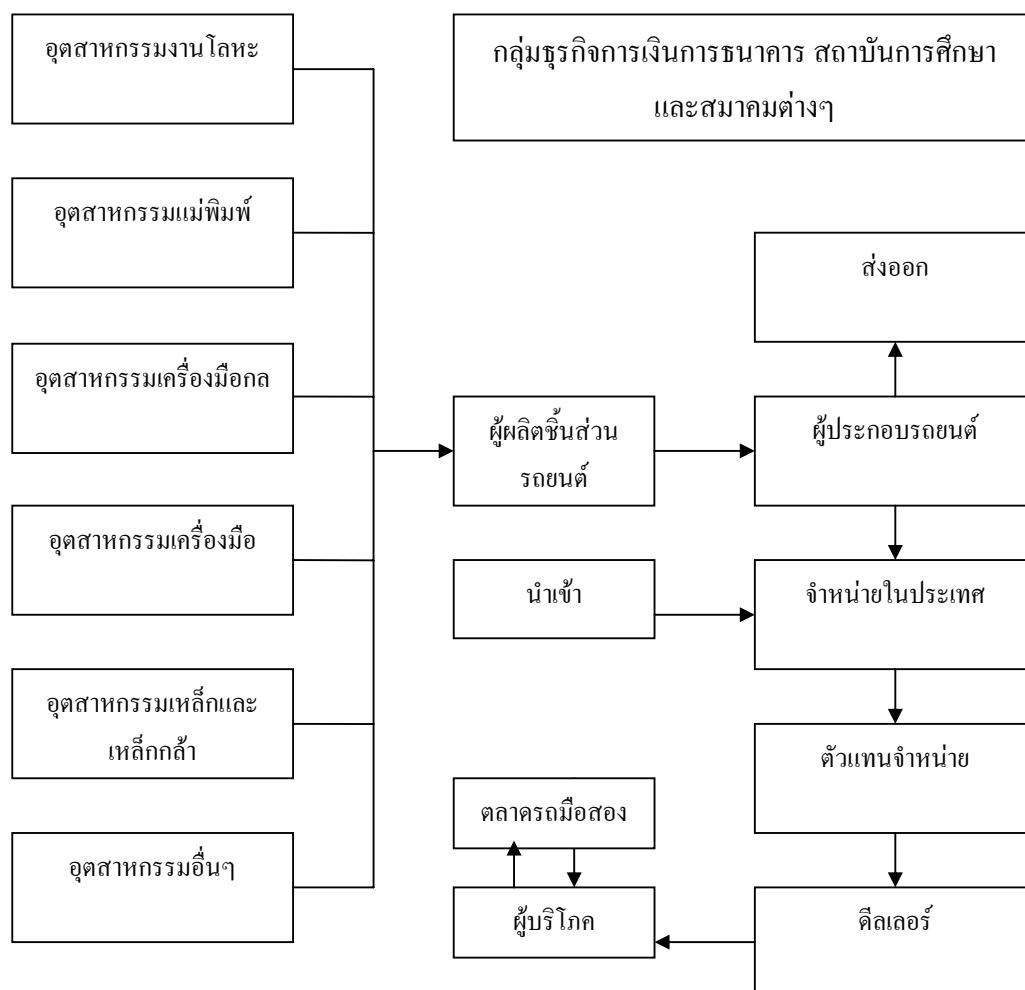
เมื่อเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2530-2533 ส่งผลให้ความต้องการรถยนต์นั่งภายในประเทศขยายตัวตามไปด้วย ปรากฏว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งไม่สามารถประกอบรถยนต์นั่งตอบสนองความต้องการของตลาดในประเทศได้อย่างเพียงพอ และรัฐบาลได้มีมาตรการห้ามผู้ประกอบการรายใหม่จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นในประเทศอีกต่อไป ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนรถยนต์นั่งในประเทศอย่างรุนแรงในช่วงปี พ.ศ. 2533 ซึ่งการซื้อรถยนต์นั่งต้องสั่งจองล่วงหน้าเป็นเวลานานหลายเดือนกว่าที่จะได้รับรถยนต์นั่งไปใช้งาน ทำให้เกิดธุรกิจเก็งกำไรซื้อขายใบจองรถยนต์นั่งขึ้นอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ราคารถยนต์นั่งสูงขึ้นจากเดิมที่ควรจะเป็น ผู้บริโภคจึงตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการที่มีอำนาจในการต่อรองเหนือกว่า (วิสิทธิ์, 2543: 41) จนกระทั่งเดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2534 ได้เกิดเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์การเมืองไทย คือคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (รสช.) ซึ่งมีพลเอกสุนทร คงสมพงษ์ เป็นผู้นำ ได้กระทำรัฐประหาร รัฐบาลของพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ซึ่งนำมาสู่รัฐบาลพลเรือนชุดใหม่ของนายอานันท์ ปันยารชุน ผลกระทบของการรัฐประหาร โดย รสช. ไม่เพียงส่งผลต่อการเมืองเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจด้วย โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมของรัฐบาลนายอานันท์ คือ ดร. สิปปนนท์ เกตุทัต ได้มีนโยบายเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์นั่งและได้ปรับโครงสร้างภาษีอากรเกี่ยวกับรถยนต์นั่งครั้งใหญ่ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้อนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่งได้อย่างเสรีโดยไม่จำกัดจำนวนรุ่น (Series) และแบบ (Model) รวมทั้งขนาดเครื่องยนต์ ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศยกเลิกการกำหนดรุ่น (Series) และแบบ (Model) ของรถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศ และกระทรวงการคลังได้ปรับลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรความจุระบอสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. ลงจากอัตราร้อยละ 150 เหลือเพียงร้อยละ 60 และปรับลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งที่มีปริมาตรความจุระบอสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป ลงจากอัตราร้อยละ 200 เหลือเพียงร้อยละ 100 การเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าวได้ทำให้ความต้องการรถยนต์นั่งขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งใหม่ และให้มีนโยบายเปิดเสรีการลงทุน เพื่อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จากนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้บริษัทรถยนต์ค่ายตะวันตกหันมาสนใจตั้งฐานการประกอบรถยนต์ในประเทศไทย และได้มีนโยบายเน้นสนับสนุนโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อการส่งออกมากขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตรถยนต์นั่งได้มากที่สุดภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่งให้กับผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก เพื่อป้อนตลาดในภูมิภาคนี้ต่อไป

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับต่างๆ มากมาย โดยโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้ประกอบรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ แต่ผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มได้มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง และเป็นธุรกิจต่อเนื่องกันตั้งแต่ก่อนเริ่มกระบวนการผลิตจนถึงกระทั่งหลังส่งมอบรถยนต์ให้ผู้บริโภค ตัวอย่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยได้แก่ กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตโดยตรง เช่น อุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมแม่เหล็ก อุตสาหกรรมเครื่องมือกล อุตสาหกรรมเครื่องมือ อุตสาหกรรมเหล็ก และอุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นต้น และกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตทางอ้อม เช่น ธนาคาร สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และสมาคมต่างๆ เป็นต้น ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 6

การผลิตและการประกอบรถยนต์นั่งในประเทศไทย

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 บริษัทแอ่งโกล ไทยมอเตอร์ จำกัด ได้จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นเป็นรายแรกและสามารถทำการประกอบรถยนต์นั่งได้จำนวน 310 คัน หลังจากนั้นก็ได้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งมากขึ้น และบริษัทเดิมได้ขยายกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างเช่น การเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ในปี พ.ศ. 2534 ทำให้มีการลงทุนภายในประเทศเพิ่มขึ้นทั้งผู้ประกอบการรายใหม่และรายเก่า จึงทำให้อุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์นั่งของประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา จนถึงปี พ.ศ. 2540 ยกเว้นในช่วงปีพ.ศ. 2512-2514 ที่ปริมาณการประกอบรถยนต์นั่งชะลอลง เนื่องจากรัฐบาลได้จำกัดรุ่น (Series) และแบบ (Model) ในการประกอบและไม่อนุญาตให้มีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นอีก และในช่วงปี พ.ศ. 2528-2529 การประกอบรถยนต์นั่งได้ลดลงอีกครั้งหนึ่ง โดยมีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจของโลกตกต่ำและราคาน้ำมันได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น แต่ในช่วงถัดมาปริมาณการประกอบรถยนต์นั่งกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะภายหลังการปรับลดภาษีครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2534 (วิสิทธิ์, 2543: 43) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเป็นอย่างมาก โดยทำให้ในปี พ.ศ. 2540 การประกอบรถยนต์นั่งของประเทศไทยได้ลดลงจากปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 19.15 และลดลงไปอีกร้อยละ 71.43 ในปี 2541 อย่างไรก็ตามหลังวิกฤติเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 สถานการณ์การประกอบรถยนต์นั่งของประเทศไทยเริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3



ภาพที่ 6 ผังโครงสร้างกระบวนการผลิตรถยนต์ของไทย
ที่มา: จิรายุส (2543, 12)

จากตารางที่ 3 ในปี พ.ศ. 2542 มีปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งรวม 72,716 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ถึงร้อยละ 127.18 ซึ่งเป็นผลมาจากในปี พ.ศ. 2541 มีปริมาณการผลิตในระดับที่ต่ำ เนื่องจากมีรถยนต์นั่งเหลือค้างในสต็อกจากปี พ.ศ. 2540 เป็นจำนวนมาก ประกอบกับผู้ประกอบการได้มีการแข่งขันเปิดตัวรถยนต์นั่งรุ่นใหม่กันเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 3 ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2548

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต (คัน)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2533	73,766	-
2534	76,938	4.30
2535	104,596	35.95
2536	144,449	38.10
2537	109,830	-23.97
2538	127,640	16.22
2539	138,579	8.57
2540	112,041	-19.15
2541	32,008	-71.43
2542	72,716	127.18
2543	97,129	33.57
2544	156,066	60.68
2545	169,321	8.49
2546	251,684	48.64
2547	299,439	18.97
2548	277,603	-7.29

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2549ก อ้างถึง สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย 2549)

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2543-2547 การผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการรถยนต์นั่งและชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ย้ายฐานการผลิตมาตั้งในประเทศไทยมากขึ้น เช่น โตโยต้า มิตซูบิชิ ฮอนด้า กลุ่มอิชูซุและจีเอ็ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ทำให้ปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จะเห็นได้จากในปี พ.ศ. 2544 มีปริมาณการผลิตรถยนต์นั่ง 156,066 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ถึงร้อยละ 60.68 ซึ่งเป็นผลมาจากการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกโดยเฉพาะของบริษัทเจนเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่เริ่มเปิดสายการผลิตครั้งแรกเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2543 และในปี พ.ศ. 2544 สามารถผลิตได้

มากกว่า 52,000 คัน เกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการเน้นการทำตลาดรถยนต์นั่ง โดยมีทั้งการเปิดตัวรถยนต์นั่งรุ่นใหม่และการปรับเปลี่ยนรถยนต์นั่งรุ่นเดิมให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้นออกสู่ตลาดตั้งแต่ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2543 ทำให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนรสนิยมจากรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มาเป็นรถยนต์นั่งมากขึ้น การผลิตรถยนต์นั่งจึงเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549) กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีโรงงานประกอบรถยนต์ทั้งสิ้น 13 แห่ง โดยมีกำลังการผลิตรวม 129,600 คัน แบ่งเป็น โรงงานประกอบรถยนต์นั่งอย่างเดียว 5 โรงงาน โรงงานประกอบรถยนต์นั่งและรถกระบะ 3 โรงงาน โรงงานประกอบรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์อื่นๆ 1 โรงงาน และโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เท่านั้น 3 โรงงาน ดังแสดงในตารางที่ 5 โดยบริษัทที่ผลิตรถยนต์นั่งมากที่สุดในอันดับต้นๆ ของประเทศไทย ได้แก่ บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สยามนิสสัน ออโตโมบิล จำกัด สำหรับรถกระบะมีบริษัทที่ผลิตมากในอันดับต้นๆ ได้แก่ บริษัท ตรีเพชรอีซูซุ จำกัด บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สยามนิสสัน ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4

การลงทุนอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

ภายหลังจากการเปิดเสรีในปี พ.ศ. 2534 ได้ส่งผลให้ราคารถยนต์นั่งลดลง และความต้องการรถยนต์นั่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของภูมิภาคนี้ จึงมีนโยบายให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมการผลิตหรือการประกอบรถยนต์นั่งในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการรถยนต์นั่งรายเดิม และรายใหม่ๆ เข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้น ซึ่งการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของไทยในช่วงแรก เป็นการลงทุนที่เกิดจากการย้ายฐานการผลิตจากประเทศญี่ปุ่นเพื่อขยายกำลังการผลิตและลดต้นทุนการผลิตลง ต่อจากนั้นก็ตามมาด้วยบริษัทรถยนต์จากยุโรปและสหรัฐอเมริกาในเวลาต่อมา ซึ่งการเข้ามาลงทุนและมูลค่าเงินลงทุนของบริษัทผู้ประกอบการรถยนต์แต่ละราย ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 5

ตารางที่ 4 รายชื่อโรงงานประกอบรถยนต์ ประเภทรถยนต์ และกำลังการผลิตในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2546

โรงงานประกอบรถยนต์	ยี่ห้อ	ประเภทรถ	กำลังการผลิต (คันต่อปี)
1. โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	โตโยต้า	รถยนต์นั่ง, รถกระบะ	240,000
2. สยามนิสสันอโตโมบิล จำกัด	นิสสัน	รถยนต์นั่ง, รถกระบะ	143,900
3. อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	อีซูซุ	รถกระบะ, รถบรรทุก	180,000
4. ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ฟอร์ด, มาสด้า	รถกระบะ	135,000
5. เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด	มิตซูบิชิ	รถยนต์นั่ง, รถกระบะ, รถบรรทุก	156,800
6. ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด	ฮอนด้า	รถยนต์นั่ง	120,000
7. เจนเนอรัลมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	เชvrolet	รถยนต์นั่ง	110,000
8. ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด	เบนซ์	รถกระบะ, รถบรรทุก	19,500
9. วาย เอ็ม ซี แอสเซมบลี จำกัด	เปอร์โยต์, ออดี, โพล์สวาเก้น,	รถยนต์นั่ง	12,000
10. บีเอ็มดับเบิลยู แมนูเฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	บีเอ็มดับเบิลยู	รถยนต์นั่ง	10,000
11. ฮีโน่ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ฮีโน่	รถบรรทุก	28,800
12. ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน)	ไทยรุ่ง	รถดัดแปลง, รถตู้	9,600
13. ไทย-สวีดิช แอสเซมบลี จำกัด	วอลโว่	รถยนต์นั่ง	6,000

ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2546 อ้างถึง สถาบันยานยนต์ 2546)

ตารางที่ 5 การเข้ามาลงทุนของบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ต่างประเทศ

ปี	บริษัท	เงินลงทุน (ล้านบาท)
2537	เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด	6,022
2538	ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด	2,525
	สยาม วิ เอ็ม ซี ยานยนต์ จำกัด	700
	โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	8,146
2539	ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	8,917
	เจนเนอรัลมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	16,200
2542	ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	988
	บีเอ็มดับเบิลยู แมนูเฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	1,295
	ฮิโน่ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	806
2544	เพียต ออโต (ประเทศไทย) จำกัด	524
	สยามนิสสันออโตโมบิล จำกัด	8,269

ที่มา: คัดแปลงมาจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2546)

การเข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยของผู้ประกอบการจากต่างประเทศแต่ละราย สรุปได้ดังนี้ (วิสิทธิ์, 2543: 49-51)

1. บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเป็นแห่งที่ 2 ด้วยเงินลงทุนจำนวน 8,146 ล้านบาท โรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ จังหวัดระยอง บนพื้นที่ 625 ไร่ มีการจ้างงานจำนวน 3,000 คน เริ่มประกอบรถยนต์นั่งได้ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2539 ด้วยกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปี ซึ่งการจัดตั้งโรงงานแห่งนี้จะทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่งของโตโยต้าที่ใหญ่เป็นอันดับสามที่อยู่นอกประเทศญี่ปุ่น รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ตามลำดับ

2. บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งแห่งใหม่ที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บนพื้นที่ 300 ไร่ ด้วยเงินลงทุน 2,525 ล้านบาท มีการจ้างแรงงานจำนวน 2,280 คน เพื่อประกอบรถยนต์นั่งด้วยกำลังการผลิต 90,000 คันต่อปี โรงงานแห่งนี้จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตรถยนต์นั่งของฮอนด้าที่

ใหญ่เป็นอันดับสามที่อยู่นอกประเทศญี่ปุ่น รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรปเช่นเดียวกับโตโยต้า

3. บริษัท เอ็มเอ็มซี สิทิสผล จำกัด ได้ลงทุนด้วยจำนวนเงินสูงถึง 14,000 ล้านบาทในการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ทั้งรถยนต์นั่งและรถกระบะที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ด้วยกำลังการผลิตเต็มที่ 120,000 คันต่อปี เป็นการผลิตแบบครบวงจร โดยจะทำการผลิตขึ้นส่วนเอง เริ่มทำการผลิตรถยนต์ออกสู่ตลาดได้ในปี พ.ศ. 2539 ทั้งนี้เป็นการย้ายฐานการผลิตรถกระบะทั้งระบบมาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการประกอบรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้ามิซูบิชิทั้งรถยนต์นั่งและรถกระบะที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากประเทศญี่ปุ่น และมีนโยบายว่าจะเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปทั่วโลก

4. บริษัท ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด ได้ลงทุนขยายโรงงานเพื่อผลิตรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าเมอร์เซเดสเบนซ์ ด้วยมูลค่าเงินลงทุนจำนวน 1,500 ล้านบาท

5. บริษัท ชูชูกิ จำกัด ได้ร่วมทุนกับบริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ทั้งรถยนต์ด้วยมูลค่าการลงทุน 1,000 ล้านบาท เพื่อผลิตรถยนต์นั่งและรถตรวจการณ์เพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอินโดจีน จีน สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

6. บริษัท สยาม วิ เอ็ม ซี ยานยนต์ จำกัด เป็นบริษัทประกอบรถยนต์ของคนไทยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเองได้ลงทุน 700 ล้านบาท เพื่อขยายโรงงานประกอบรถกระบะด้วยกำลังการผลิต 24,000 คันต่อปี มีการจ้างงานประมาณ 660 คน โรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

7. บริษัท ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการร่วมทุนของบริษัท ฟอर्ड-มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา และบริษัท มาสด้า จำกัด แห่งประเทศญี่ปุ่นลงทุนผลิตรถยนต์นั่งและรถกระบะด้วยจำนวนเงินลงทุนสูงถึง 12,500 ล้านบาท โรงงานตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซี-บอร์ด จังหวัดระยอง มีกำลังการผลิตเต็มที่ 210,000 คัน แต่ในระยะแรกจะมีกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปี

8. บริษัท เจเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในโลก ได้ตัดสินใจเข้ามาจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าโอเปิลในประเทศไทย ด้วยเงินลงทุนจำนวนสูงถึง 16,200 ล้านบาท เพื่อผลิตรถยนต์นั่งด้วยกำลังการผลิต 150,000 คันต่อปี โดยมีเป้า หมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังภูมิภาคอาเซียน

9. บริษัท ไครสเลอร์ จำกัด ได้มีโครงการความร่วมมือกับบริษัท สวีดิช แอชเชมบลี จำกัด (เป็นโรงงานประกอบรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าออลโว่) เพื่อให้ประกอบรถยนต์นั่งขนาดกลางและรถตรวจการณ์ของไครสเลอร์ในปริมาณ 5,000 คันต่อปี

นอกจากนั้น บริษัท ออดี เอจี จำกัด จากประเทศเยอรมนี ยังมีโครงการที่จะร่วมทุนกับกลุ่มยุทธกิจเพื่อจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งภายใต้เครื่องหมายการค้าออดี้ในประเทศไทย

การจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศไทย

นับตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มมีการประกอบรถยนต์นั่งในปี พ.ศ. 2504 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2504 สามารถประกอบรถยนต์นั่งได้เพียง 310 คัน ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายสูงถึง 3,318 คัน เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเศรษฐกิจของประเทศกำลังขยายตัวในอัตราที่สูง จึงส่งผลให้ความต้องการรถยนต์นั่งขยายตัวในอัตราที่สูงตามไปด้วย ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2534 จะอยู่ในช่วงสงครามอ่าวเปอร์เซีย ก็ไม่ได้ทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งลดลงแต่อย่างไร เพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับการที่รัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์นั่ง และได้ปรับลดภาษีนำเข้าลง จึงทำให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในปี พ.ศ. 2535 ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว คือประมาณร้อยละ 81.86 และในปี พ.ศ. 2536 ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 43.42

อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2540 เป็นปีที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ทำให้เศรษฐกิจในประเทศหดตัว ประกอบกับแรงงานไทยส่วนใหญ่ถูกปลดออกจากราน ทำให้กำลังซื้อของประชาชนลดลงอย่างมาก ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยลดลงเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2540 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศอยู่ที่ 132,060 คัน ลดลงจากปี พ.ศ. 2539 ถึงร้อยละ 23.55 เพราะว่าเป็นปี พ.ศ. 2539 คนในประเทศมีความอยู่ดีกินดี

เนื่องจากเป็นยุคที่เศรษฐกิจกำลังรุ่งเรืองถึงขีดสุด ทำให้คนในประเทศมีกำลังซื้อสูง และในปี พ.ศ. 2541 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีปริมาณการจำหน่ายเพียง 46,300 คัน ลดลงจากปี พ.ศ. 2540 ถึงร้อยละ 64.94 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533- 2548

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2533	65,864	-
2534	66,779	1.39
2535	121,441	81.86
2536	174,169	43.42
2537	155,670	-10.62
2538	163,371	4.95
2539	172,730	5.73
2540	132,060	-23.55
2541	46,300	-64.94
2542	66,858	44.40
2543	83,106	24.30
2544	104,502	25.75
2545	126,353	20.91
2546	179,005	41.67
2547	209,110	16.82
2548	188,211	-9.99

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2549) อ้างถึง สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย 2549)

ภายหลังจากที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 สถานการณ์การจำหน่ายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนถึงปัจจุบันมีสถานการณ์ที่ดีขึ้น เนื่องมาจากการที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว ประชาชนเริ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศกลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง โดยในปี พ.ศ. 2542 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ถึงร้อยละ 44.40 และในปี

ต่อๆ มาจนถึงปัจจุบันปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

การนำเข้ารถยนต์นั่งของประเทศไทย

ประเทศไทยเริ่มนำเข้ารถยนต์นั่งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2477 และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา ทำให้การนำเข้ารถยนต์นั่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งปี พ.ศ. 2504 จึงได้มีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นในประเทศ ซึ่งสามารถประกอบรถยนต์นั่งได้จำนวน 310 คัน ในขณะที่ผู้บริโภคมีความต้องการมากถึง 3,542 คัน จึงทำให้ปริมาณรถยนต์นั่งที่ประเทศผลิตได้มีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องมีการนำเข้ารถยนต์นั่งจากต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการนำเข้ารถยนต์นั่งจึงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

ต่อมาในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยประสบกับปัญหาขาดดุลการค้าอย่างหนัก ซึ่งการนำเข้ารถยนต์นั่งก็เป็นสาเหตุหลักประการหนึ่ง รัฐบาลจึงประกาศขึ้นอัตราภาษีนำเข้าสำหรับรถยนต์นั่งจากร้อยละ 60 เป็นร้อยละ 80 ซึ่งทำให้ราคารถยนต์นั่งนำเข้ากับรถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศแตกต่างกันมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้รถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศมากขึ้น ส่งผลทำให้ปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ลดลงในระหว่างปี พ.ศ. 2512-2515 พอถึงปี พ.ศ. 2516 การนำเข้ารถยนต์นั่งกลับขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้งและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2521 รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ได้ออกมาตรการห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. แต่สามารถนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไปได้ แต่จะต้องเสียภาษีนำเข้าเพิ่มจากอัตราเดิมร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 150 จึงทำให้ปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งลดลงอีกครั้งในระหว่างปี พ.ศ. 2522-2524 แต่อย่างไรก็ตามเมื่อถึงปี พ.ศ. 2525-2527 ปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้ง จึงทำให้รัฐบาลต้องกีดกันการนำเข้า โดยใช้นโยบายปรับเพิ่มอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไปจากร้อยละ 150 เป็นร้อยละ 200 และต้องเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีกร้อยละ 50 ของภาษีนำเข้าปกติ ส่วนรถยนต์นั่งสำเร็จรูปที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. รัฐบาลอนุญาตให้นำเข้าได้แต่ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 150 และเสียค่าธรรมเนียมพิเศษอีกร้อยละ 50 ของภาษีนำเข้าปกติ ส่งผลทำให้ปริมาณการนำเข้ารถยนต์นั่งในปี พ.ศ. 2529 ลดลงอีกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามในระหว่างปี พ.ศ. 2530-2533 ปริมาณการนำเข้า

รถยนต์นั่งกลับขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้ง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในช่วงเวลาดังกล่าวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อสูงขึ้น ส่งผลให้ความต้องการรถยนต์นั่งขยายตัวอย่างรวดเร็วตามไปด้วย

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลประกาศใช้นโยบายเปิดเสรีการนำเข้ารถยนต์นั่ง โดยไม่จำกัดรุ่น (Series) และแบบ (Model) รวมทั้งขนาดเครื่องยนต์ พร้อมทั้งประกาศลดอัตราภาษีขาเข้าเพื่อเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีการแข่งขันมากขึ้น จึงทำให้มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 4,382.47 พันบาทในปี พ.ศ. 2534 เป็น 17,674.60 พันบาทในปี พ.ศ. 2535 และเพิ่มขึ้นเป็น 143,526.73 พันบาทในปี พ.ศ. 2538 อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งได้ลดลงอย่างมากจากปี พ.ศ. 2538 เหลือเพียง 125,363.59 พันบาท สาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจเริ่มชะลอตัว (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 7)

ภายหลังจากที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ทำให้รัฐบาลประกาศใช้นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งลดลงอย่างมาก จะเห็นได้จากตารางที่ 7 พบว่า มูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งเท่ากับ 31,804.35 พันบาท แต่ในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการนำเข้าลดลงเหลือเพียง 11,751.99 พันบาท ดังนั้นรัฐบาลจึงเข้ามากำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นการนำเข้า ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศเริ่มมีการขยายตัวที่ดีขึ้น จึงทำให้มูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน โดยแหล่งนำเข้ารถยนต์นั่งที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ยุโรป และอเมริกา เป็นต้น

การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทย

ประเทศไทยเริ่มมีการส่งเสริมการลงทุนในการประกอบรถยนต์นั่งในปี พ.ศ. 2504 โดยที่ในระยะแรก การลงทุนในประเทศมีจุดมุ่งหมายเพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ในระยะแรกแทบจะไม่มี การส่งออกเลย จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2522 รัฐบาลจึงเริ่มมีนโยบายส่งเสริมการส่งออก โดยใช้มาตรการทางด้านภาษีเป็นสิ่งจูงใจ แต่ก็ไม่สามารถกระตุ้นให้มีการผลิตเพื่อการส่งออกได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากกำลังการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศยังไม่สามารถที่จะตอบสนอง

ตารางที่ 7 มูลค่าการนำเข้ารถยนต์ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533- 2548

(หน่วย: พันบาท)

ปี พ.ศ.	รถยนต์นั่ง	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	รวมรถยนต์
2533	2,206.71	3,289,190.95	3,291,397.66
2534	4,382.47	4,484,323.11	4,488,705.58
2535	17,674.60	6,669,204.10	6,686,878.70
2536	38,995.25	3,178,928.64	3,217,923.89
2537	53,160.69	868,824.32	921,985.01
2538	143,526.73	5,009,370.55	5,152,897.28
2539	125,363.59	7,313,867.13	7,439,230.73
2540	31,804.35	4,024,971.32	4,056,775.67
2541	11,751.99	1,546,762.35	1,558,514.33
2542	23,570.11	2,654,756.76	2,678,326.87
2543	39,667.51	3,265,221.47	3,304,888.98
2544	57,103.51	4,722,998.93	4,780,102.44
2545	68,626.53	5,867,035.06	5,935,661.59
2546	136,728.60	4,703,712.07	4,840,440.67
2547	145,895.17	6,479,447.79	6,625,342.96
2548	232,222.50	10,982,008.61	11,214,231.11

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ความต้องการภายในประเทศได้อย่างเพียงพอและเกิดภาวะรถยนต์นั่งขาดตลาดในบางช่วงเวลา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 บริษัทเอ็ม เอ็ม ซี สิทธิผล จำกัด ซึ่งเป็นกิจการร่วมทุนระหว่างเอกชนของประเทศไทยกับนักลงทุนประเทศญี่ปุ่นได้จัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกไปยังประเทศแคนาดาและมีแผนการส่งออกที่ชัดเจน จึงถือเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่มีการส่งออกรถยนต์นั่งอย่างจริงจัง แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยยังมีความผันผวนอยู่มาก เนื่องจากตลาดส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศยังแคบ เพราะการส่งออกรถยนต์ของประเทศส่วนใหญ่เป็นการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ตารางที่ 8) รวมทั้งความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการในประเทศยังต่ำกว่าต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศอุตสาหกรรมที่เป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

แต่หลังจากที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งในประเทศลดลงด้วย แต่เนื่องจากปริมาณการผลิตยังคงมีกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีรถยนต์นั่งเหลือค้างอยู่ในสต็อกเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้ตลาดในประเทศหดตัวอย่างรุนแรง ประกอบกับการที่รัฐบาลใช้นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ส่งผลทำให้ราคาส่งออกรถยนต์นั่งลดลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงหันมาทำการส่งออกมากขึ้น เพราะในต่างประเทศมีความต้องการอยู่ในเกณฑ์ที่สูง โดยเฉพาะสหภาพยุโรป ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง รวมทั้งตลาดใหม่อื่นๆ อีกหลายแห่ง จึงทำให้การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศเริ่มมีทิศทางการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นแต่น้อยกว่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา การส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแต่ไม่มากเท่าใดนัก เนื่องจากประเทศไทยหันไปให้ความสำคัญกับการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มากขึ้น กล่าวคือในปี พ.ศ. 2540 มีมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งเท่ากับ 26,328.44 พันบาท ซึ่งมากกว่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่มีมูลค่าเท่ากับ 16,408,948.02 พันบาท แต่ในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งเท่ากับ 90,410.32 พันบาท ซึ่งน้อยกว่าการส่งออกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่มีมูลค่าเท่ากับ 121,101,909.49 พันบาท สำหรับตลาดส่งออกรถยนต์นั่งที่สำคัญ 10 อันดับแรกได้แก่ ประเทศเบลเยียม ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ไต้หวัน จีน นิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และกัมพูชา ตามลำดับ ซึ่งการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศส่วนใหญ่เป็นการส่งออกโดยอาศัยความได้เปรียบทางด้านราคา เนื่องจากค่าเงินบาทที่ลดลงอันเป็นผลจากการที่ใช้นโยบายปรับค่าเงินบาทลอยตัว

เมื่อมองในภาพรวม พบว่าในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ที่ขยายตัวในเกณฑ์ที่ดีต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2547 โดยเฉพาะการส่งออกไปออสเตรเลียมีมูลค่าขยายตัวสูงถึงร้อยละ 64 ทำให้ออสเตรเลียกลายเป็นตลาดส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบที่สำคัญเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทยรองจากกลุ่มอาเซียน ทั้งนี้เนื่องจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 ช่วยให้รถยนต์และชิ้นส่วนประกอบของประเทศไทยที่ส่งออกไปออสเตรเลียเสียภาษีนำเข้าในอัตราต่ำลง ซึ่งเอื้อต่อการขยายตลาดออสเตรเลีย ขณะที่มูลค่าการส่งออกในกลุ่มอาเซียน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบที่สำคัญเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย ขยายตัวร้อยละ 25 เนื่องจากยังได้รับประโยชน์จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) ซึ่งเอื้อประโยชน์ให้กับประเทศไทยสามารถขยายตลาดรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบในกลุ่มอาเซียน

ได้มากขึ้น อีกทั้งความต้องการใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ในกลุ่มอาเซียนยังคงเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์และตลาดรถยนต์ของสมาชิกในกลุ่มอาเซียน (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2549: 30)

ตารางที่ 8 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533- 2548

(หน่วย: พันบาท)

ปี พ.ศ.	รถยนต์นั่ง	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	รวมรถยนต์
2533	9,697.57	341,896.42	351,593.99
2534	10,037.40	54,231.49	64,268.88
2535	9,030.78	354,322.55	363,353.33
2536	16,086.38	1,853,605.59	1,869,691.96
2537	17,563.84	1,866,269.34	1,883,833.18
2538	35,218.06	2,024,052.77	2,059,270.83
2539	14,472.42	4,729,030.20	4,743,502.63
2540	26,328.44	16,408,948.02	16,435,276.47
2541	197,084.62	26,412,345.23	26,609,429.85
2542	254,477.23	37,457,564.21	37,712,041.44
2543	287,110.57	44,231,887.91	44,518,998.48
2544	343,027.12	54,892,493.11	55,235,520.23
2545	152,358.60	61,271,003.57	61,423,362.17
2546	33,275.46	76,635,381.05	76,668,656.51
2547	2,027,510.12	101,593,579.72	103,621,089.84
2548	90,410.32	121,101,909.49	121,192,319.81

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

นโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาและอยู่ภายใต้การคุ้มครองของรัฐบาลมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 ทำให้การเปลี่ยนแปลงนโยบายและมาตรการของรัฐบาล

ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปนโยบายและมาตรการของรัฐบาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 จนถึงปัจจุบัน ได้ดังนี้ (คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ, 2541)

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งก่อนปี พ.ศ. 2521

1. นโยบายส่งเสริมการลงทุน

เมื่อเริ่มมีการจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นในปี พ.ศ. 2504 รัฐบาลได้ปรับปรุงแก้ไขการให้สิทธิพิเศษและวิธีปฏิบัติในการให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์นั่ง โดยได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรมในปี พ.ศ. 2505 และให้ผู้ลงทุนในกิจการประกอบรถยนต์นั่งได้รับสิทธิประโยชน์คือ ยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับเครื่องจักร ส่วนประกอบรถยนต์นั่ง อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องใช้ที่จำเป็น และอุปกรณ์การก่อสร้างโรงงาน ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ต่อมาในปี พ.ศ. 2512 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) ได้ประกาศยกเลิกให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์นั่ง เนื่องจากเห็นว่าได้มีโรงงานประกอบรถยนต์นั่งเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากแล้วและสามารถตอบสนองกับความต้องการภายในประเทศได้อย่างเพียงพอ โดยรัฐบาลได้หันไปให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์นั่งแทน เพื่อที่จะให้เกิดการผลิตแบบครบวงจรภายในประเทศ และลดการพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ

2. นโยบายภาษีขาเข้า

รัฐบาลได้มีการปรับนโยบายการจัดเก็บภาษีขาเข้าของรถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) และชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) หลายครั้ง สามารถสรุปได้ดังนี้

ก่อนปี พ.ศ. 2505 อัตราภาษีนำเข้าสำหรับรถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) จะเท่ากับอัตราภาษีนำเข้าของชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) คือจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 60

ปี พ.ศ. 2505 เพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุน รัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน โดยการลดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) ลงครึ่งหนึ่งของอัตราปกติ ทำให้อัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 30

ปี พ.ศ. 2512 สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งได้รับหมดอายุลง ซึ่งรัฐบาลต้องการลดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย จึงได้ปรับเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 50 ส่วนรถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) เพิ่มอัตราภาษีนำเข้าจากร้อยละ 60 เป็นร้อยละ 80

3. นโยบายเกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์นั่ง

นโยบายสำคัญเกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์นั่ง ได้แก่ การบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) การจำกัดรุ่น (Series) และแบบ (Model) ของรถยนต์นั่งที่ทำการประกอบขึ้นในประเทศ โดยมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลคือกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งพอจะสรุปนโยบายและมาตรการที่สำคัญได้ ดังนี้

ปี พ.ศ. 2512 กระทรวงอุตสาหกรรมและกรมศุลกากรได้ประกาศให้ยาง แบริดเดอร์ หม้อน้ำ และแหวนดับ ซึ่งผลิตได้ภายในประเทศ ไม่นับรวมชิ้นส่วนประกอบครบชุด (CKD) ที่นำเข้าจากต่างประเทศซึ่งจะได้รับสิทธิพิเศษในด้านภาษีขาเข้าในอัตราพิเศษนั้นคือ รัฐบาลต้องการส่งเสริมให้ใช้ชิ้นส่วนดังกล่าวที่ผลิตได้เองภายในประเทศ

ปี พ.ศ. 2514 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศนโยบายอุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์นั่งในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2514 โดยกำหนดมาตรการจำกัดแบบรถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศให้ประกอบได้ไม่เกิน 3 แบบ และแบบเครื่องยนต์ที่มีปริมาตรกระบอกสูบเกิน 2,000 ซีซี. ให้ประกอบได้ไม่เกิน 1 แบบ รวมทั้งได้กำหนดมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) โดยกำหนดให้การประกอบรถยนต์นั่งต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศในอัตราร้อยละ 25 ของมูลค่าการประกอบรถยนต์นั่ง 1 คัน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่งในประเทศ

ปี พ.ศ. 2515 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศยกเลิกมาตรการจำกัดแบบ (Model) และรุ่น (Series) ในการประกอบรถยนต์นั่ง เนื่องจากทำให้โรงงานประกอบรถยนต์นั่งที่ลงทุนไปแล้วหลายแห่งไม่สามารถทำการประกอบรถยนต์นั่งตามแบบที่กำหนดไว้ได้

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในระหว่างปี พ.ศ. 2521-2533

1. นโยบายการนำเข้า

ปี พ.ศ. 2521 กระทรวงพาณิชย์ออกนโยบายห้ามนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี.

ปี พ.ศ. 2528 กระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศอนุโลมให้นำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. ได้ แต่ต้องได้รับการอนุญาตเป็นรายๆ ไป และต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 150 และค่าธรรมเนียมพิเศษอีกร้อยละ 50 ของอัตรากำหนดปกติ

2. นโยบายภาษีขาเข้า

นโยบายด้านภาษีและ การนำเข้าถือเป็นนโยบายหลักฐานที่รัฐบาลนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งภายในประเทศ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ปี พ.ศ. 2521 รัฐบาลประกาศนโยบายส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) โดยปรับอัตรากำหนดนำเข้าชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 80 และการนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ขนาดใหญ่ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 200

ปี พ.ศ. 2528 การนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. ต้องขอรับการอนุญาตจากกระทรวงการคลังเป็นรายๆ ไป และต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 150 และค่าธรรมเนียมพิเศษอีกร้อยละ 50 ของอัตรากำหนดปกติ ส่วนการนำเข้ารถยนต์

นั่งสำเร็จรูป (CBU) ที่มีปริมาตรความจุระบอบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 200 และค่าธรรมเนียมพิเศษอีกร้อยละ 50 ของอัตรากำหนด

ปี พ.ศ. 2530 กระทรวงการคลังปรับเพิ่มอัตรากำหนดนำเข้าสำหรับชิ้นส่วนประกอบรถยนต์นั่ง (CKD) จากเดิมอัตราร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 112

3. นโยบายเกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์นั่ง

ปี พ.ศ. 2521 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศปรับเพิ่มการบังคับใช้ชิ้นส่วนที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) สำหรับรถยนต์นั่งจากเดิมร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยให้เพิ่มเป็นร้อยละ 35 ภายใน 2 ปีแรก และปีต่อๆ ไปให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี จนครบร้อยละ 50 ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2526 รวมทั้งได้มีประกาศห้ามจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งขึ้นใหม่ แต่โรงงานที่มีอยู่เดิมสามารถขยายกำลังการผลิตได้ไม่จำกัด โดยมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบภายในประเทศนี้จะไม่บังคับในกรณีที่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก

ปี พ.ศ. 2525 คณะกรรมการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรม³ ได้พิจารณาร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ผลการพิจารณาเห็นว่าควรใช้มาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) สำหรับรถยนต์นั่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 45 ส่วนที่เกินกว่านี้เห็นควรให้พิจารณากำหนดเป็นรายชิ้นเฉพาะที่มีความเหมาะสมจริงๆ เพราะการบังคับเกินกว่าร้อยละ 45 จะทำให้ต้นทุนในการประกอบรถยนต์นั่งสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากชิ้นส่วนที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศมีราคาแพงกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศและจะได้เป็นการประหยัดจากขนาดของการผลิตชิ้นส่วนประกอบ รวมทั้งอาจมีปัญหในเรื่องคุณภาพมาตรฐานของชิ้นส่วนประกอบที่ผลิตได้เองอีกด้วย

ปี พ.ศ. 2526 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศการใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) สำหรับรถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศในอัตราร้อยละ 45 ส่วนที่เกินกว่านี้จะกำหนดเป็นรายการชิ้นส่วนประกอบบังคับต่อไป

³ จัดตั้งขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (ปี พ.ศ. 2525-2529)

ปี พ.ศ. 2527 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศให้โรงงานประกอบรถยนต์นั่งทำการประกอบได้ทั้งหมดไม่เกิน 45 รุ่น แต่ละรุ่นประกอบได้ไม่เกิน 2 แบบ แบบหนึ่งให้มีตัวถัง (Body) ได้แบบเดียว และให้มีเครื่องยนต์ได้ขนาดเดียวและหากโรงงานใดไม่ทำการประกอบรถยนต์นั่งในรุ่นที่ได้รับการอนุมัติภายใน 1 ปีจะถูกยกเลิกสิทธิ์ในการประกอบรถยนต์นั่งในรุ่นนั้น และไม่อนุญาตให้นำเอารุ่นอื่นมาสมมติสิทธิ์แทนได้

ปี พ.ศ. 2529 คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ประกาศเปลี่ยนแปลงการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) โดยได้กำหนดให้ การประกอบรถยนต์นั่งใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ตามรายการบังคับที่ปรับปรุงใหม่ซึ่งแบ่งเป็นบัญชี ก และบัญชี ข โดยกำหนดให้ใช้ชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ในบัญชี ก ทุกรายการ (มูลค่ารวมร้อยละ 27.20) และให้เลือกใช้ชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ในบัญชี ข (มูลค่ารวมร้อยละ 39.99) เพิ่มเติม ทั้งนี้เมื่อรวมทั้งสองบัญชีแล้ว จะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 54 ของมูลค่าในการประกอบรถยนต์นั่ง 1 คัน และให้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2530 เป็นต้นไป

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536

1. นโยบายการนำเข้า

ปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลสมัยนายอานันท์ ปันยารชุน ได้ประกาศนโยบายเปิดเสรีการนำเข้าการนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูปจากต่างประเทศ (CBU) โดยไม่จำกัดแบบ (Model) และ รุ่น (Series) และขนาดเครื่องยนต์ ส่วนรถยนต์นั่งที่ใช้แล้วทุกขนาดต้องขออนุญาตนำเข้าก่อน

2. นโยบายภาษีขาเข้า

ปี พ.ศ. 2534 เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2530 รัฐบาลได้ประกาศปรับโครงสร้างภาษีนำเข้าครั้งใหญ่สำหรับรถยนต์นั่ง โดยการนำเข้ารถยนต์นั่งขนาดเล็กที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี. ได้ปรับอัตราภาษีนำเข้าลดลงจากร้อยละ 150 เหลือร้อยละ 60 ส่วนรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ที่มีปริมาตรความจุกระบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป ได้ปรับอัตราภาษีนำเข้าลดลง

จากร้อยละ 200 เหลือร้อยละ 100 (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 9) รวมทั้งได้ยกเลิกการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษในอัตราร้อยละ 50 ของภาษีขาเข้าปกติอีกด้วย

ปี พ.ศ. 2535 กระทรวงการคลังประกาศเก็บภาษีสรรพสามิตของรถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) รถยนต์นั่งที่ดัดแปลงมาจากรถกระบะเฉพาะส่วนที่ต่อเติม และรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกิน 10 คน โดยรถยนต์นั่งที่มีปริมาตรความจุระบอบอกสูบไม่เกิน 2,400 ซีซี. ต้องจ่ายภาษีสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 35 ของราคาสำหรับรถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศหรือที่นำเข้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศ (CBU) หรือของมูลค่าที่ดัดแปลงเป็นรถยนต์นั่งสำหรับรถกระบะ ส่วนรถยนต์นั่งที่มีปริมาตรความจุระบอบอกสูบตั้งแต่ 2,400 ซีซี. ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 3,000 ซีซี. เสียภาษีสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 38 และรถยนต์นั่งที่มีปริมาตรความจุระบอบอกสูบตั้งแต่ 3,000 ซีซี. ขึ้นไป ต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 45

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540

1. นโยบายเกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์นั่ง

ปี พ.ศ. 2537 กระทรวงอุตสาหกรรมประกาศยกเลิกการห้ามตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่ง เพื่อเข้าสู่ยุคการเปิดเสรีการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์

ปี พ.ศ. 2539 รัฐบาลมีนโยบายที่จะยกเลิกมาตรการการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ในปี พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการเข้ามาจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์นั่งในประเทศไทยของบริษัทเจเนอรัล มอเตอร์ จำกัด (GM)

2. นโยบายส่งเสริมการลงทุน

ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2537 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้มีมติให้การส่งเสริมการลงทุนแก่อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์นั่งขึ้นใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกรถยนต์นั่งในอนาคต โดยการเพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้นจึงจะทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลงเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

2. เพื่อก่อให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนประกอบ

3. เพื่อก่อให้เกิดการกระจายการลงทุนไปสู่ภูมิภาคโดยมีอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์นั่งเป็นอุตสาหกรรมหลักในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

4. เพื่อลดต้นทุนและให้ความสะดวกแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก โดยการขอคืนภาษีที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนประกอบจะได้รับความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนสิทธิประโยชน์แก่ผู้รับการลงทุน แต่ต้องไม่เป็นการอุดหนุนการส่งออก

นโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งหลังปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน

1. นโยบายภาษีขาเข้า

ปี พ.ศ. 2540 เป็นปีที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้ประกาศมาตรการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ซึ่งมีที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

1. ปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราให้เงินบาทลอยตัว
2. เพิ่มภาษีนำเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) ทุกขนาด เป็นร้อยละ 80
3. เพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์นั่งทุกขนาดร้อยละ 5

2. นโยบายเกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์นั่ง

ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 มติคณะรัฐมนตรี มีมติให้ยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ สำหรับการประกอบรถยนต์นั่งตั้งแต่วันที่

ตารางที่ 9 การเปลี่ยนแปลงรายการภาษีใหม่สำหรับรถยนต์นั่งหลังวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2534

(หน่วย: ร้อยละ)

ประเภทภาษี / อัตราภาษี	ปริมาณความจุกะบอกสูบต่ำกว่า 2,300 ซีซี.		ปริมาณความจุกะบอกสูบตั้งแต่ 2,300 ซีซี. ขึ้นไป	
	อัตราเดิม	อัตราใหม่	อัตราเดิม	อัตราใหม่
1. ราคานำเข้า	100	100	100	100
2. ภาษีนำเข้า (ร้อยละของราคา c.i.f.)	150	60	200	100
3. ภาษีการค้า (ร้อยละของรายรับ)	40	35	40	40
4. ภาษีเทศบาล (ร้อยละ 10 ของภาษีการค้า)	4	3.5	4	4
5. อัตรากำไรมาตรฐาน	80	26	80	26
6. ภาระภาษีการค้าและเทศบาล	217.10	76.06	310.50	108.66
7. ค่าธรรมเนียมพิเศษ (ร้อยละของภาษีนำเข้า)	20	0	50	0
รวมภาษีทั้งหมด (ร้อยละ)	397.10	136.06	610.50	208.66
ร้อยละการเปลี่ยนแปลงภาษีรวม	-	(-65.74)	-	(-65.82)

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

1 มกราคม พ.ศ. 2543 ตามข้อตกลงการค้าโลกที่ให้ยกเลิกอุปสรรคทางการค้าทางภาษีและที่มีใช้ ภาษี ซึ่งกระทรวงการคลังจึงได้วางนโยบายพิจารณาปรับโครงสร้างภาษีของอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 เป็นต้นไป โดยพิจารณาปรับลดรายการที่ไม่สามารถ ผลิตได้เองภายในประเทศ และรายการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ปี พ.ศ. 2543 รัฐบาลอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถ ผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) และกระทรวงการคลังได้พิจารณาปรับโครงสร้างภาษี โดยได้พิจารณาการปรับลดภาษีตั้งแต่รายการวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป จนถึงสินค้าสำเร็จรูป

ปี พ.ศ. 2545 รัฐบาลโดยกระทรวงอุตสาหกรรมประกาศเปิดเสรีในการตั้งโรงงาน ประกอบรถยนต์นั่ง

3. นโยบายส่งเสริมการลงทุน

ปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลมีนโยบายต้องการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิต รถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia)

จะเห็นได้ว่านโยบายต่างๆของรัฐบาล พยายามที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งใน ประเทศไทยมีการขยายตัว และการแข่งขันกันที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายในการที่จะขยาย ตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น เพื่อต้องการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่ง เพื่อการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia) ที่ดีและมีศักยภาพต่อไป

ยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549) กล่าวว่า รัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรม รถยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศไทย โดยได้ตั้งเป้าไว้ว่าจะพัฒนาให้เป็น “Detroit of Asia” และกระทรวงอุตสาหกรรมได้มีการพัฒนาแผนแม่บทสำหรับอุตสาหกรรม รถยนต์ของประเทศไทยเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนจาก ต่างชาติข้างต้นประกอบแล้ว ก็เป็นสัญญาณที่ดีว่า บริษัทรถยนต์ต่างชาติได้เล็งเห็นว่าประเทศไทยมีคุณสมบัติที่ดีของการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ของภูมิภาค

เหตุผลที่อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยสามารถพัฒนาให้เป็น “Detroit of Asia” ได้นั้น เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์คล้ายกับเมืองดีทรอยต์ คือ

1. ศูนย์กลางในเชิงภูมิประเทศ ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เอื้อให้เป็ศูนย์กลางการค้าและการลงทุนเนื่องจากมีระยะทางเฉลี่ยระหว่างตลาดหลักนอกอาเซียนที่สั้น และในขณะเดียวกันประเทศไทยยังมีระยะทางเฉลี่ยระหว่างสมาชิกอาเซียนด้วยกันที่สั้นที่สุด

2. ศูนย์กลางในด้านการตลาดและผู้บริโภค นอกจากมีภูมิประเทศที่เป็นศูนย์กลางของทั้งในและนอกภูมิภาคอาเซียนแล้ว ประเทศไทยยังมีชายแดนติดต่อกับหลายประเทศ เช่น กัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ซึ่งประเทศเหล่านี้ยังมีศักยภาพในการซื้อที่สูง และนอกจากประเทศรอบด้านที่มีศักยภาพในการซื้อสูงแล้ว ประเทศไทยยังเป็นตลาดสำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีระบบขนส่งทางบกที่ดี และด้วยจำนวนประชากรที่มีมากกว่า 60 ล้านคน จึงทำให้ประเทศไทยเป็นตลาดขนาดใหญ่สำหรับนักลงทุนเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นคู่แข่งอย่าง สิงคโปร์หรือมาเลเซีย

3. ศูนย์กลางด้านวัตถุดิบ ประเทศไทยมีความเป็นศูนย์กลางทางด้านวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการสามารถหาได้ง่าย เช่น

3.1 เหล็ก ประเทศไทยมีโรงงานผลิตเหล็กสำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เพียงพอ อีกทั้งคุณภาพและระดับราคาอยู่ในระดับปานกลางที่น่าพอใจ

3.2 ยางรถยนต์ ประเทศไทยมีโรงงานผลิตยางรถยนต์ที่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งน้ำยางดิบที่สำคัญของภูมิภาค เป็นต้น

4. ศูนย์กลางด้านแรงงาน คนไทยมีระดับอัตราการรู้หนังสือในระดับสูง ทำให้พัฒนาฝีมือแรงงานได้ง่าย ประกอบกับประเทศไทยไม่ค่อยมีความรุนแรงด้านปัญหาแรงงาน

หากจะมีการเปรียบเทียบประเทศไทยกับเมืองดีทรอยต์แห่งรัฐมิชิแกนแล้ว สิ่งสำคัญที่อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยจะต้องพัฒนาเป็นอย่างมากก็คือ ความสามารถในการวิจัยและพัฒนา เพื่อจะได้เป็นศูนย์กลางมองค้ความรู้ในด้านรถยนต์ในภูมิภาค

ซึ่งสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยยังไม่สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการผลิตที่แท้จริงได้ เนื่องจากมีกิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนาที่น้อยมาก ในปัจจุบันเป็นแค่เพียงศูนย์รวมธุรกิจรถยนต์และศูนย์กลางทางการตลาดเท่านั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางรถยนต์แห่งเอเชียที่จริงแล้วนั้น จึงควรเน้นที่ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาทั้งในเรื่องของรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบต่อไป อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยนับเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่มีความแข็งแกร่งที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนั้นหากประเทศไทยสามารถพัฒนาไปได้อย่างถูกต้องทิศทาง ก็จะสามารถเป็นศูนย์กลางรถยนต์ในเอเชียได้

ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนา และอยู่ภายใต้การคุ้มครองของรัฐบาลมาโดยตลอด จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการขยายตัวที่สูงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งก็ยังประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้การขยายตัวไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาลได้ตั้งเอาไว้ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (สมคิด, 2539: 75-78 และชินทร์, 2542: 59-60)

1. ปัญหาด้านการผลิต

1.1 ปัญหาในเรื่องต้นทุนการผลิต เนื่องจากอุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์นั่งในประเทศไทย ยังคงต้องพึ่งพาวัตถุดิบและเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และประกอบกับอัตราภาษีการค้าของส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศยังคงมีอัตราที่สูง จึงทำให้ต้นทุนการผลิตรถยนต์นั่งในประเทศไทยยังคงมีระดับสูงอยู่

1.2 ปัญหาด้านคุณภาพของชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) เนื่องจากการที่เทคโนโลยีการผลิตภายในประเทศยังไม่ทัดเทียมเท่ากับต่างประเทศ ประกอบกับขาดงบประมาณในการลงทุน จึงทำให้การผลิตชิ้นส่วนประกอบยังไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควร และมีคุณภาพน้อยกว่าชิ้นส่วนประกอบที่ผลิตจากต่างประเทศ

1.3 ปัญหาด้านมาตรฐานและการทดสอบ เนื่องจากประเทศไทยยังขาดอุปกรณ์และสถาบันที่น่าเชื่อถือในการทดสอบและรับรองคุณภาพ จึงทำให้ในบางครั้งจำเป็นต้องส่งไปทดสอบยังต่างประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

1.4 ปัญหาด้านการวางแผนการผลิต ในการประกอบรถยนต์นั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีความผันผวนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ยากต่อการวางแผนการผลิตล่วงหน้า นอกจากนี้การกำหนดนโยบายของรัฐบาลยังขาดความชัดเจนและในบางครั้งการออกนโยบายของแต่ละหน่วยงานยังขาดความสอดคล้องกันด้วย

2. ปัญหาด้านการตลาด

2.1 ปัญหาเรื่องรสนิยมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศมีรสนิยมในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งที่หลากหลายและแตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจำเป็นต้องผลิตรถยนต์นั่งหลายรูปแบบ ซึ่งทำให้อายุการใช้งานของรถยนต์นั่งแต่ละรูปแบบสั้นลง จึงก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต

2.2 ปัญหาด้านการแข่งขัน เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีระดับการแข่งขันที่สูง ทั้งนี้เป็นผลมาจากนโยบายการนำเข้าเสรีของรัฐบาล ผู้ประกอบการจึงต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องยอมลดกำไรบางส่วนลง ส่งผลให้อุตสาหกรรมไม่สามารถขยายตัวได้อย่างเต็มที่

3. ปัญหาด้านการค้าระหว่างประเทศ

3.1 ปัญหาด้านภาษี กล่าวคือรถยนต์นั่งที่ประกอบภายในประเทศมีภาระภาษีในระดับที่สูงมาก จึงทำให้อัตราการนำเข้ารถยนต์นั่งที่ประกอบภายในประเทศมีราคาสูง ส่งผลทำให้ส่งออกได้น้อย เนื่องจากราคาส่งออกรถยนต์ของประเทศสูงกว่าประเทศอื่น โดยเปรียบเทียบ

3.2 ปัญหาด้านการส่งออก เนื่องจากตลาดส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยยังมีขนาดที่เล็กอยู่ เนื่องจากการผลิตและการตลาดถูกกำหนดให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทแม่ในต่างประเทศ ดังนั้นจึงไม่สามารถดำเนินการแข่งขันได้เองอย่างอิสระ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะแสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์นั่ง ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง และส่วนที่ 3 เป็นการนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มาวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงเมื่อรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศไทยในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย โดยในแต่ละส่วนจะวิเคราะห์ข้อมูลของรถยนต์นั่ง 4 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของประเทศไทย ได้แก่

1. นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2540
2. นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2543
3. นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2545

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ จะพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้งแต่ละยี่ห้อ ทั้งหมด 5 ตัวด้วยกัน คือ ราคาของรถยนต์นั่งเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน ราคาน้ำมันเบนซิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และนโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์

จากตารางที่ 10 พบว่า แบบจำลองของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.9573 และ F-statistic มีค่าเท่ากับ 67.7156 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า

ได้ร้อยละ 95.73 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.3485 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ได้แก่ ราคารถยนต์นั่งโตโยต้าเฉลี่ย (P_T) รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน (Y) ราคาน้ำมันเบนซิน (P_B) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (r)

สำหรับแบบจำลองปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า พบว่า มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.9419 และ F-statistic มีค่าเท่ากับ 49.3979 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า ได้ร้อยละ 94.19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.3994 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า ได้แก่ ราคารถยนต์นั่งฮอนด้าเฉลี่ย (P_H) รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน (Y) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (r)

ส่วนแบบจำลองปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ พบว่า มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.9225 และ F-statistic มีค่าเท่ากับ 36.6784 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิได้ร้อยละ 92.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.2808 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ ได้แก่ ราคารถยนต์นั่งมิตซูบิชิเฉลี่ย (P_M) รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน (Y) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (r)

ในกรณีของแบบจำลองปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน พบว่า มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.9546 และ F-statistic มีค่าเท่ากับ 63.1543 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันได้ร้อยละ 95.46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.2050 ซึ่งแสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อ

นิสสัน ได้แก่ ราคารถยนต์นั่งนิสสันนั่งเฉลี่ย (P_N) รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือน (Y) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (r)

จากผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อที่แตกต่างกัน โดยที่ปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อในตัวแปรอิสระแต่ละตัว มีความสัมพันธ์ดังนี้ ราคารถยนต์นั่งเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันมีความยืดหยุ่นต่อราคาของรถยนต์นั่งเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.74 รองลงมา ได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ ฮอนด้า และ โตโยต้า ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันมีความยืดหยุ่นต่อรายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครัวเรือนมากที่สุดคือ 1.41 รองลงมา ได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ ฮอนด้า และ โตโยต้า ตามลำดับ ราคาน้ำมันเบนซินมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อ โตโยต้ามีความยืดหยุ่นต่อราคาน้ำมันเบนซินมากที่สุดคือ 0.54 รองลงมา ได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน ตามลำดับ ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อ โตโยต้ามีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มากที่สุดคือ 1.19 รองลงมา ได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน มิตซูบิชิ และฮอนด้า ตามลำดับ สำหรับนโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า และ โตโยต้า และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสัน เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า และมิตซูบิชิ มีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มากที่สุดคือ 0.03 รองลงมา ได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตโตโยต้า และนิสสัน ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ จะพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ ทั้งหมด 5 ตัว คือ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่น ราคาเหล็ก นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว และนโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content)

จากตารางที่ 10 พบว่า แบบจำลองต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.8442 และ F-Statistic มีค่าเท่ากับ 17.2536 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้าได้ร้อยละ 84.42 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.9048 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยหมวดอุตสาหกรรม (W) ราคาเหล็ก (S) และนโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว (D₁)

สำหรับแบบจำลองของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า พบว่า มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.8633 และ F-Statistic มีค่าเท่ากับ 24.6910 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้าได้ร้อยละ 86.33 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.7077 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยหมวดอุตสาหกรรม (W) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่น (E) และนโยบายยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) (D₂)

ส่วนแบบจำลองของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ พบว่า มีค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.5708 และ F-Statistic มีค่าเท่ากับ 5.9865 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิได้ร้อยละ 57.08 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 1.7142 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยหมวดอุตสาหกรรม (W) และนโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว (D₁)

ในกรณีของแบบจำลองต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน พบว่า มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.1545 และ F-Statistic มีค่าเท่ากับ 1.9136 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน ได้ร้อยละ 15.45 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Auto Correlation) ด้วยค่า Durbin-Watson (D.W) มีค่าเท่ากับ 2.3922 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน ได้แก่ นโยบายยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) (D₂)

จากผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อที่แตกต่างกันเช่นเดียวกับตัวแปรอิสระในแบบจำลองของปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยที่ปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อกับตัวแปรอิสระแต่ละตัว มีความสัมพันธ์ดังนี้ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้ามีความยืดหยุ่นต่อค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.29 รองลงมาได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และมิตซูบิชิ ตามลำดับ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้ามีความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินเยนญี่ปุ่นมากที่สุดคือ 2.22 รองลงมาได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และนิสสัน ตามลำดับ ราคาเหล็กมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 2 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และมิตซูบิชิ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้ามีความยืดหยุ่นต่อราคาเหล็กสูงกว่ารถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ สำหรับนโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิมีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายมากที่สุดคือ 1.21 รองลงมาได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน ตามลำดับ และนโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อ

ตารางที่ 10 ผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ

รถยนต์นั่งยี่ห้อ	lnQ						Adjusted		lnMC						Adjusted	
	C	lnP	lnY	lnP _h	lnr	D ₃	R ²	D.W.	C	lnW	lnE	lnS	D ₁	D ₂	R ²	D.W.
โตโยต้า	10.183	-0.399***	0.876**	-0.540**	-1.188***	-0.026 ^{NS}	0.9573	2.3485	-18.668	2.914***	-1.513 ^{NS}	-1.129***	-0.638**	0.320 ^{NS}	0.8442	2.9048
(ค่า t-Statistic)	(3.695)	(-3.766)	(2.649)	(-2.269)	(-7.859)	(-0.217)			(-2.284)	(3.464)	(-1.426)	(3.418)	(-2.339)	(0.885)		
ฮอนด้า	10.826	-0.500**	0.912**	-0.474 ^{NS}	-1.140***	-0.028 ^{NS}	0.9419	2.3994	-20.772	3.292***	-2.218*	-	-0.463 ^{NS}	1.273***	0.8633	2.7077
(ค่า t-Statistic)	(3.028)	(-2.900)	(2.340)	(-1.698)	(-6.391)	(-0.205)			(-2.374)	(3.673)	(-2.090)	-	(-1.583)	(5.433)		
มิซูบิชิ	9.157	-0.626*	1.324***	-0.469 ^{NS}	-1.165***	0.028 ^{NS}	0.9225	2.2808	-7.061	1.844**	-	0.598 ^{NS}	-1.214***	-0.616 ^{NS}	0.5708	1.7142
(ค่า t-Statistic)	(2.321)	(-2.152)	(3.339)	(-1.454)	(-5.680)	(0.160)			(-1.241)	(2.827)	-	(1.577)	(-3.725)	(-1.699)		
นิสสัน	9.847	-0.737***	1.405***	-0.349 ^{NS}	-1.176***	0.022 ^{NS}	0.9546	2.2050	7.256	-	-1.377 ^{NS}	-	0.176 ^{NS}	0.727**	0.1545	2.3922
(ค่า t-Statistic)	(3.340)	(-3.252)	(4.693)	(-1.380)	(-7.527)	(0.169)			(5.380)	-	(-1.558)	-	(0.458)	(2.358)		

หมายเหตุ: * ค่าสัมประสิทธิ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** ค่าสัมประสิทธิ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** ค่าสัมประสิทธิ์แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

^{NS} ค่าสัมประสิทธิ์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการประมาณการแบบจำลอง

มิตซูบิชิ เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ โดยที่รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้ามีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณต้นทุนเพิ่ม หน่วยสุดท้ายมากที่สุดคือ 1.27 รองลงมาได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน มิตซูบิชิ และโตโยต้า ตามลำดับ

เมื่อทำการประมาณการแบบจำลองของปริมาณอุปสงค์และปริมาณต้นทุนเพิ่ม หน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อได้แล้ว ต่อจากนั้นก็นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อไปใช้ในการวิเคราะห์อำนาจตลาด และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ ในหัวข้อต่อไป

การวิเคราะห์ผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทยที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

ในการวิเคราะห์ส่วนนี้ จะกล่าวถึงผลของนโยบายรัฐบาลที่มีต่อเส้นอุปสงค์และดุลยภาพที่เกิดขึ้น ผลที่ได้จากการวิเคราะห์อำนาจตลาด โดยการใช้ดัชนีเฮอร์ฟีนเนอร์ และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาจากสวัสดิการทางสังคม โดยสวัสดิการทางสังคมวัดจากส่วนเกินรวม (Total Surplus: TS) ซึ่งส่วนเกินรวมมีค่าเท่ากับ ผลรวมของส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) และส่วนเกินผู้ผลิต (Producer Surplus: PS) ของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ

ผลของนโยบายรัฐบาลที่มีต่อเส้นอุปสงค์และดุลยภาพที่เกิดขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า เมื่อรัฐบาลประกาศใช้นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ในปี พ.ศ. 2540 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าว ส่งผลทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลง โดยทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิ ลดลง เนื่องจากที่รัฐบาลประกาศใช้นโยบายดังกล่าว ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ส่งผลให้ปัจจัยที่ใช้การผลิตรถยนต์นั่งมีราคาสูงขึ้น ทำให้ปริมาณความต้องการปัจจัยในการผลิตรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการทั้ง 3 ยี่ห้อลดลง จนในที่สุดผู้ขายปัจจัยที่ใช้ในการผลิตรถยนต์นั่ง ต้องลดราคาปัจจัยการผลิตลง เมื่อปัจจัยที่ใช้ในการผลิตรถยนต์นั่งมีราคาลดลง จึงส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการทั้ง 3 ยี่ห้อลดลงร้อยละ 2.62 2.48 และ 2.78 ตามลำดับ ซึ่งการลดลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ส่งผลทำให้ราคาของรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลงร้อยละ 0.94 0.68 และ 3.37 ตามลำดับ แต่จากการที่ราคาของรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลง กลับทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์

นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อ ลดลงร้อยละ 6.67 7.16 และ 55.50 ตามลำดับด้วย ซึ่งเป็นผลจากการที่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ จึงทำให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เส้นอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลงลดลงทั้งเส้น จึงทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งลดลงในที่สุด ในขณะที่นโยบายดังกล่าวกลับส่งผลทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.35 และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ส่งผลทำให้ราคารถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.75 เนื่องจากต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น ราคาสินค้าจึงเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย และจากการที่ราคารถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้น ได้ส่งผลทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลงร้อยละ 11.83

สำหรับนโยบายอนุญาติให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2543 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเส้นอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ แต่มีผลทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิลดลงร้อยละ 4.32 3.94 และ 4.50 ตามลำดับ ซึ่งการลดลงของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ส่งผลทำให้ราคารถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลงร้อยละ 2.75 2.88 และ 3.77 ตามลำดับ เนื่องจากต้นทุนในการผลิตลดลง จึงทำให้ราคาสินค้าลดลงตามไปด้วย และจากการที่ราคารถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลง ได้ส่งผลทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.19 5.02 และ 5.38 ตามลำดับ ในขณะที่นโยบายดังกล่าวกลับส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.81 เนื่องจากผู้ประกอบการรถยนต์นั่งนิสสันทำหน้าที่รับจ้างประกอบรถยนต์นั่งเพียงอย่างเดียว ไม่ได้เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนประกอบครบชุดจากต่างประเทศ (CKD) เหมือนกับผู้ประกอบการรถยนต์นั่งอีก 3 ยี่ห้อ (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก) ดังนั้นผู้ประกอบการรถยนต์นั่งนิสสันจึงต้องซื้อชิ้นส่วนประกอบจากผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายแทนซึ่งมีราคาสูง ดังนั้นจึงทำให้ต้นทุนในการผลิตของผู้ประกอบการรถยนต์นั่งนิสสันเพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ส่งผลทำให้ราคารถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.17 เนื่องจากต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้น จึงทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย และจากการที่ราคารถยนต์นั่งนิสสันเพิ่มขึ้น ได้ส่งผลทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลงร้อยละ 14.09

ส่วนนโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2545 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ แต่มีผลทำให้เส้นอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทั้งเส้น และเมื่อเส้นอุป

สงค์เปลี่ยนแปลง ก็จะส่งผลทำให้คุณภาพของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จนในที่สุดส่งผลให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย กล่าวคือ นโยบายดังกล่าวจะทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.22 2.43 72.14 และ 30.86 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 11 และตารางที่ 12

ผลของนโยบายรัฐบาลที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า เมื่อรัฐบาลประกาศใช้นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ในปี พ.ศ. 2540 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายและเส้นอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ต่อราคาไม่เปลี่ยนแปลง แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตและผู้ขายน้อยราย ซึ่งมีพฤติกรรมแสวงหากำไรสูงสุด ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายจึงมีผลต่อคุณภาพที่เกิดขึ้น ทำให้อำนาจตลาดที่วัดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือทำให้อำนาจตลาดของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และ ฮอนด้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.48 และ 9.76 ตามลำดับ ในขณะที่อำนาจตลาดของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันลดลงร้อยละ 8.45 และ 6.74 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการใช้นโยบายดังกล่าว ทำให้รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้ามีอำนาจในการกำหนดราคาและ/หรือปริมาณสินค้าในตลาดได้เพิ่มขึ้น ส่วนรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันมีอำนาจในการกำหนดราคาและ/หรือปริมาณสินค้าในตลาดได้ลดลง สำหรับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่พิจารณาจากสวัสดิการทางสังคมนั้น พบว่า ทั้งส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้าเพิ่มขึ้น โดยส่วนเกินรวมที่เกิดจากรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.40 และ 1.09 ตามลำดับ สำหรับส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันลดลง โดยส่วนเกินรวมที่เกิดจากรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันลดลงร้อยละ 16.54 และ 8.75 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรมพบว่า การใช้นโยบายดังกล่าวส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจลดลงร้อยละ 2.43

สำหรับนโยบายอนุญาติให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2543 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ต่อราคาไม่เปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกับการใช้นโยบายในปี พ.ศ. 2540 ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายจึงมีผลต่อคุณภาพที่เกิดขึ้น ทำให้อำนาจตลาดที่วัดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์เปลี่ยน

แปลงไป กล่าวคือทำให้อำนาจตลาดของรถยนต์นั่ง 3 ยี่ห้อคือ รถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และ มิตรชुบิชิเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.31 5.27 และ 11.63 ตามลำดับ ส่วนรถยนต์นั่งนิสสันมีอำนาจตลาดลดลง ร้อยละ 7.72 แสดงให้เห็นว่าการใช้นโยบายดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตรชुบิชิมีอำนาจในการกำหนดราคาและ/หรือปริมาณสินค้าในตลาดได้เพิ่มขึ้น แต่ผู้ประกอบการรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันมีอำนาจในการกำหนดราคาและ/หรือปริมาณสินค้าในตลาดได้ลดลง สำหรับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่พิจารณาจากสวัสดิการทางสังคม พบว่า ทั้งส่วนเกิน ผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตรชुบิชิเพิ่มขึ้น โดยส่วนเกินรวมที่เกิดจากรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตรชुบิชิเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.26 4.44 และ 5.46 ตามลำดับ สำหรับส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลง โดยส่วนเกินรวมที่เกิดจากรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลงร้อยละ 10.02 ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรมพบว่า การใช้นโยบายดังกล่าวส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น ร้อยละ 3.06

ส่วนนโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2545 ปรากฏว่านโยบายดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ปริมาณอุปสงค์รถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ต่อราคา และเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นการใช้นโยบายดังกล่าวจึงไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอำนาจตลาดที่วัดโดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์ เนื่องจากในบทที่ 2 ได้แสดงให้เห็นว่าอำนาจตลาดนอกจากจะคำนวณได้จากดัชนีเลิร์นเนอร์แล้ว ยังสามารถคำนวณได้จากส่วนกลับของความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ต่อราคาได้อีกด้วย แต่นโยบายดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจซึ่งพิจารณาจากสวัสดิการทางสังคม กล่าวคือ ทำให้ทั้งส่วนเกินผู้บริโภคและส่วนเกินผู้ผลิตของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเพิ่มขึ้น โดยส่วนเกินรวมที่เกิดขึ้นจากรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.31 รองลงมาได้แก่ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตรชुบิชิ โตโยต้า และฮอนด้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.23 3.96 และ 3.22 ตามลำดับ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าการใช้นโยบายดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น

ตารางที่ 11 อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อในช่วงปี พ.ศ. 2539-2545

รถยนต์นั่ง ยี่ห้อ	ปี พ.ศ.	การเปลี่ยนแปลงลักษณะ ของเส้นอุปสงค์	lnP	lnQ	lnMC	ส่วนเกิน ผู้บริโภค	ส่วนเกิน ผู้ผลิต	ส่วนเกิน รวม	Lerner Index
โตโยต้า	2539 ^{1/}		10.385	13.210	8.654	64.434	22.867	87.301	0.167
	2540 ^{2/}	เลื่อนลงทั้งเส้น	10.287	12.329	8.427	66.460	22.932	89.392	0.181
	2543 ^{3/}	ไม่เปลี่ยนแปลง	10.004	14.942	8.063	66.881	29.002	95.883	0.194
	2545 ^{4/}	เลื่อนขึ้นทั้งเส้น	10.004	16.618	8.063	67.422	32.256	99.678	0.194
ฮอนด้า	2539 ^{1/}		10.233	16.894	8.634	58.013	27.014	85.027	0.156
	2540 ^{2/}	เลื่อนลงทั้งเส้น	10.163	15.684	8.420	58.619	27.337	85.956	0.172
	2543 ^{3/}	ไม่เปลี่ยนแปลง	9.870	16.472	8.088	60.417	29.353	89.770	0.181
	2545 ^{4/}	เลื่อนขึ้นทั้งเส้น	9.870	16.872	8.088	62.598	30.066	92.664	0.181
มิตซูบิชิ	2539 ^{1/}		9.287	6.852	8.663	25.989	4.276	30.265	0.067
	2540 ^{2/}	เลื่อนลงทั้งเส้น	8.974	3.049	8.422	23.575	1.683	25.258	0.062
	2543 ^{3/}	ไม่เปลี่ยนแปลง	8.636	3.213	8.043	24.731	1.905	26.636	0.069
	2545 ^{4/}	เลื่อนขึ้นทั้งเส้น	8.636	5.531	8.043	25.814	3.280	29.094	0.069

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รถยนต์นั่ง ยี่ห้อ	ปี พ.ศ.	การเปลี่ยนแปลงลักษณะ ของเส้นอุปสงค์	lnP	lnQ	lnMC	ส่วนเกิน ผู้บริโภค	ส่วนเกิน ผู้ผลิต	ส่วนเกิน รวม	Lerner Index
นิสสัน	2539 ^{1/}		9.203	4.226	8.458	43.253	3.148	46.401	0.081
	2540 ^{2/}	เลื่อนลงทั้งเส้น	9.272	3.726	8.572	39.734	2.608	42.342	0.075
	2543 ^{3/}	ไม่เปลี่ยนแปลง	9.473	3.201	8.813	35.985	2.330	38.315	0.070
	2545 ^{4/}	เลื่อนขึ้นทั้งเส้น	9.473	4.189	8.813	39.217	3.050	42.267	0.070

หมายเหตุ: ^{1/} ก่อนใช้นโยบาย

^{2/} นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว

^{3/} นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content)

^{4/} นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์

ที่มา: คำนวณจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณการ

ตารางที่ 12 อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา และปริมาณคุณภาพ อำนาจตลาด และประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของรถยนต์นั่งแต่ละยี่ห้อ

(หน่วย: ร้อยละ)

นโยบาย	รถยนต์ นั่งยี่ห้อ	lnP	lnQ	lnMC	ส่วนเกิน ผู้บริโภค	ส่วนเกิน ผู้ผลิต	ส่วนเกิน รวม	Lerner Index
พ.ศ. 2540 นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว	โตโยต้า	-0.944	-6.669	-2.623	3.144	0.286	2.396	8.476
	ฮอนด้า	-0.684	-7.162	-2.479	1.045	1.198	1.093	9.756
	มิตซูบิชิ	-3.370	-55.502	-2.782	-9.289	-60.636	-16.543	-8.453
	นิสสัน	0.750	-11.832	1.348	-8.136	-17.157	-8.748	-6.739
พ.ศ. 2543 นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิต ได้เองภายในประเทศ (Local Content)	โตโยต้า	-2.751	21.194	-4.319	0.633	26.472	7.262	7.307
	ฮอนด้า	-2.883	5.024	-3.943	3.067	7.374	4.437	5.273
	มิตซูบิชิ	-3.766	5.379	-4.500	4.903	13.206	5.457	11.632
	นิสสัน	2.168	-14.090	2.811	-9.435	-18.999	-10.024	-7.715
พ.ศ. 2545 นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงาน ประกอบรถยนต์	โตโยต้า	0.000	11.217	0.000	0.809	11.217	3.957	0.000
	ฮอนด้า	0.000	2.428	0.000	3.610	2.428	3.224	0.000
	มิตซูบิชิ	0.000	72.144	0.000	4.379	72.144	9.226	0.000
	นิสสัน	0.000	30.865	0.000	8.982	30.865	10.312	0.000

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 11

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมรถยนต์จัดเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย และก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องมากมาย โดยที่อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนาอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 โดยเริ่มจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า หลังจากนั้นอุตสาหกรรมรถยนต์ก็ได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลมาโดยตลอด ส่งผลให้ความต้องการรถยนต์นั่งของประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็วมาโดยตลอดเช่นกัน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลง ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งมีอัตราการขยายตัวที่ลดต่ำลงมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือคุ้มครองผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านนโยบาย และมาตรการต่างๆ เช่น การประกาศค่าเงินบาทลอยตัวในปี พ.ศ. 2540 การยกเลิกบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศในปี พ.ศ. 2543 และการอนุญาตให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบสามารถตั้งโรงงานในเขตใดก็ได้ในปี พ.ศ. 2545 เป็นต้น

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งจะได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลมาโดยตลอด แต่ก็ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง และยังคงพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทำให้เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ จึงส่งผลกระทบต่อโครงสร้างและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับอำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ที่รัฐบาลได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ

การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2548 และใช้ข้อมูลรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการจากประเทศญี่ปุ่น 4 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากหน่วยงานต่างๆ มาประมวลการโดยใช้แบบจำลองระบบสมการร่วม (Simultaneous Equation) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสองขั้น (Two-Stage Least Square Method) จากนั้นนำผลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์อำนาจตลาด โดยใช้ดัชนีเลิร์นเนอร์ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพทาง

เศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงของส่วนเกินผู้บริโภค และส่วนเกินผู้ผลิตที่เกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาล

ผลการวิจัย พบว่า นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2540 มีผลทำให้เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเปลี่ยนแปลง โดยทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิลดลง ส่งผลทำให้ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลงด้วย แต่สำหรับรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันมีต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งนโยบายดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อลดลง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อลดลง จึงระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น และจากการที่เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่ง และปริมาณคุณภาพเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้อำนาจตลาดของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.48 และ 9.76 ตามลำดับ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันลดลงร้อยละ 8.45 และ 6.74 ตามลำดับ สำหรับส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า และฮอนด้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.40 และ 1.09 ตามลำดับ รถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ และนิสสันลดลงร้อยละ 16.54 และ 8.75 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรม การใช้นโยบายดังกล่าวส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจลดลงร้อยละ 2.43

สำหรับนโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2543 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ โดยทำให้ต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิลดลง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อลดลง แต่ทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 3 ยี่ห้อเพิ่มขึ้น สำหรับต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้ายของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันเพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่งนิสสันเพิ่มขึ้นด้วย แต่ทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลง และจากการที่เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ราคาจำหน่ายรถยนต์นั่ง และปริมาณคุณภาพเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้อำนาจตลาดของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.31 5.27 และ 11.63 ตามลำดับ ส่วนอำนาจตลาดของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลงร้อยละ 7.72 สำหรับส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งโตโยต้า ฮอนด้า และมิตซูบิชิเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.26 4.44 และ 5.46 ตามลำดับ ในขณะที่ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสันลดลงร้อยละ 10.02 เมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรม การใช้นโยบายดังกล่าวส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้นร้อยละ 3.06

ส่วนนโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ที่รัฐบาลประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2545 มีผลทำให้เส้นอุปสงค์ของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อ เปลี่ยนแปลงเลื่อนไปทั้งเส้น จึงส่งผลทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้มาจากการที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากการเปิดเสรีในการประกอบรถยนต์โดยไม่มีการจำกัดรุ่นและแบบ ทำให้ผู้ประกอบการมีอิสระในการผลิตรถยนต์นั่งรุ่นต่างๆ มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีการแข่งขันและส่งเสริมการขายมากขึ้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองเอาไว้ จึงทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งเพิ่มสูงขึ้น และจากการที่ปริมาณคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ส่วนเกินรวมของรถยนต์นั่งยี่ห้อ โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ และนิสสัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.96 3.22 9.23 และ 10.31 ตามลำดับ แต่อำนาจตลาดของรถยนต์นั่งทั้ง 4 ยี่ห้อไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องจากการที่เส้นต้นทุนเพิ่มหน่วยสุดท้าย ราคาจำหน่าย และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการประกาศใช้นโยบาย แสดงให้เห็นว่าการใช้นโยบายดังกล่าวส่งผลให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่เกิดจากอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทยดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก (Detroit of Asia) ในภูมิภาคนี้ต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. จากการที่รัฐบาลประกาศใช้นโยบายปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัวในปี พ.ศ. 2540 ได้ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของสังคมลดลง แสดงให้เห็นว่านโยบายดังกล่าวไม่ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง เพราะการปล่อยค่าเงินบาทให้ลอยตัว ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ดังนั้นต้นทุนในการผลิตสินค้าทุกชนิดรวมทั้งต้นทุนในการผลิตรถยนต์นั่งจึงเพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเพิ่มราคาจำหน่ายรถยนต์นั่ง และเนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้บริโภคมียอดซื้อลดลง จึงมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการแต่ละรายลดลง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรใช้นโยบายนี้ควบคู่กับนโยบายส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง โดยที่รัฐบาลควรดำเนินการให้สิทธิพิเศษอื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่นักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในประเทศมากขึ้น เช่น สิทธิในการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษี

นำเข้ารถยนต์นั่งหรือชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้การผลิตรถยนต์นั่งในประเทศมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก (Detroit of Asia) ในภูมิภาคนี้ต่อไป

2. การที่รัฐบาลประกาศใช้ นโยบายอนุญาตให้ยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content) ในปี พ.ศ. 2543 ส่งผลให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของสังคมดีขึ้น ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ นโยบายนี้ต่อไป เพราะการยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบในประเทศ จะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศมีต้นทุนในการผลิตรถยนต์นั่งลดลง เนื่องจากสามารถนำเข้าชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศซึ่งมีราคาถูกกว่าชิ้นส่วนประกอบที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศได้อย่างเสรี ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยมาตรการการลงทุนที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade-Related Investment Measures: TRIMs) ที่กล่าวไว้ว่า ประเทศสมาชิกต้องยกเลิกการบังคับให้ผู้ลงทุนซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ผลิตในประเทศ เพื่อเป็นการลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้แล้วรัฐบาลควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออก (Detroit of Asia) ที่ดีในระยะยาวต่อไป

3. การที่รัฐบาลประกาศใช้ นโยบายเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในปี พ.ศ. 2545 ได้ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของสังคมดีขึ้น แสดงให้เห็นว่าการใช้นโยบายนี้ได้ส่งผลดีแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง ดังนั้นรัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้มีการใช้ นโยบายนี้ต่อไป เพราะจากการเปิดเสรีในการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ ทำให้รถยนต์นั่งจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันได้อย่างเสรี มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการในประเทศเกิดการตื่นตัวในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต โดยเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ประกอบกับผู้ประกอบการได้มีการขยายการลงทุนเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเกิดการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้รถยนต์นั่งที่จำหน่ายในประเทศมีคุณภาพ และประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้มากขึ้น จนในที่สุดทำให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลของนโยบายรัฐบาลที่มีต่ออำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งเฉพาะรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการจากประเทศญี่ปุ่นที่มีปริมาณความจุกระบอกสูบระหว่าง 1,500-2,300 ซีซี. เท่านั้น แต่เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้บริโภคในประเทศเริ่มให้ความสนใจกับรถยนต์นั่งจากประเทศในแถบยุโรปมากขึ้น และรถยนต์นั่งยังมีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาดเครื่องยนต์ สมรรถนะของรถยนต์ ตลอดจนระดับราคาด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรทำการวิจัยรถยนต์นั่งของผู้ประกอบการจากประเทศในแถบยุโรป หรือทำการวิจัยโดยการแบ่งตามขนาดของเครื่องยนต์ หรือราคาจำหน่าย เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งต่อไป

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2549. อุตสาหกรรมรถยนต์และส่วนประกอบ.

(Online). Available: <http://www.thaifita.com/.../4.%BA%B7%B7%D5%E8%201.doc>.

กรมศุลกากร. 2549. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศไทย 2533-2549. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์กรมศุลกากร.

กิตติ วิชชุโรจน์. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันในตลาดรถยนต์นั่ง.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คชินทร์ สุขุมลจันทร์. 2542. การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ. 2541. แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อปรับ

โครงสร้างอุตสาหกรรม (พ.ศ. 2541-2545). กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.

งามพิศ สดศิริ. 2538. เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

หอการค้าไทย.

จักรพันธ์ เคนดวงบริพันธ์. 2541. พฤติกรรมตลาดรถยนต์นั่งในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรายุส บงกชมาศ. 2543. การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยภายใต้ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชาติชาย ดอนสกุล. 2538. การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์ใช้เพื่อการพาณิชย์ในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ช่อนกลิ่น พลอยมี และ อรพิน สวัสดิ์พานิช. 2540. อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยถึงวัยปรับตัว.
ส่งเสริมการลงทุน (8): 52-58.

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และวีรวัลย์ ไพบูลย์จิตต์อารี. 2547. โครงการจัดทำยุทธศาสตร์และ
แนวทางในการเตรียมความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไทยอันเนื่องมาจากการเจรจา
WTO รอบใหม่ที่กรุงโดฮา. (อัคราเนนา).

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2546. รายชื่อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์.
(Online). Available: [http://www.exim.go.th/records/business/industry_profile/
อุตสาหกรรมรถ.pdf](http://www.exim.go.th/records/business/industry_profile/อุตสาหกรรมรถ.pdf).

_____. 2549. ภาวะการส่งออกสินค้าสำคัญของไทย. (Online). Available:
http://www.exim.go.th/doc/research/product/export_/5028.pdf.

ธรรมนุญ พงษ์ศรีกูร. ม.ป.ป. คู่มือโปรแกรม Eviews. (อัคราเนนา).

ธวัช พิภพล้อม. 2533. การวิเคราะห์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งใน
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2542. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพพร นุชนิยม. 2542. การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจรุ่งเรืองและเศรษฐกิจถดถอย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุรี สนิทมาจโร. 2540. อุตสาหกรรมรถยนต์'40 : หลากปัญหาหอรุมล้อม...รอวันฟื้นตัว.
อุตสาหกรรมทรรศน์ (1): บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.

- บุรี สนิทมัจโร. 2541. อุตสาหกรรมรถยนต์'41 : ทрудหนัก...หวังรัฐช่วยกอบกู้.
อุตสาหกรรมทรรศน์ (13): บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.
- บุญรอด ปรึกษาสุนทรรัตน์. 2539. การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประจักษ์ จิวจินดา. 2544. อำนาจทางการตลาดของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลเทพ แสงยานุสิน. 2537. การวิเคราะห์อุปสงค์ของรถยนต์นั่งในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. 2547. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2535. เอกสารการสอนชุดวิชาเศรษฐมิติ หน่วยที่ 9-15.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์. 2546. ย้อนอดีตอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ไทย. ส่งเสริมการลงทุน (1):
15-36.
- รวี พิทย-อุส่าห์. 2537. ผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัศมี ลูติเกียรติพงศ์. 2530. การปฏิบัติเกี่ยวกับระบบสมการชุดในการใช้งานทางเศรษฐมิติ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วาริน โชติกกำธร. 2544. การวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ:
กรณีศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วิสิทธิ์ สนิทนวน. 2543. การศึกษานโยบายรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วุฒิพงษ์ เปรมปราโมทย์. 2539. ผลกระทบของการยกเลิกมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศต่อการคุ้มครองอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถาบันยานยนต์. 2545. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2545-2549. (อัคราณา).
- _____. 2548. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Benchmarking) สาขายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์. (อัคราณา).
- _____. 2549ก. จำนวนการผลิตรถยนต์ (1990-2006). (Online). Available: http://www.thiauto.or.th/Records/VEHICLE_PRODUCTION.asp.
- _____. 2549ข. ยอดขายยานยนต์ภายในประเทศ (1990-2006). (Online). Available: http://www.thiauto.or.th/Records/VEHICLE_DOMESTIC_WHOLESALE.asp.
- _____. 2549ค. รถยนต์และชิ้นส่วนส่งออก (1990-2006). (Online). Available: http://www.thiauto.or.th/Records/VEHICLE_AND_PART_EXPORT.asp.
- _____. 2549ง. สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ปี 2548 (มกราคม-ธันวาคม). (Online). Available; <http://www.thiauto.or.th/Research/document/status05/status0512.pdf>.
- สมคิด แสงอารยะกุล. 2539. การวิเคราะห์อัตราการคุ้มครองของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สุธิดา กาญจนอักษรเดช. 2536. โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ภายหลังจากการยกเลิกการคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภัคตรา ริมสาคร. 2541. ผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อักรพงศ์ อินทอง. 2546. คู่มือการใช้โปรแกรม EViews. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อานวยเพ็ญ มนุสุข. 2527. เศรษฐศาสตร์โครงสร้างและพฤติกรรมของอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: บริษัท กิ่งจันทร์การพิมพ์ จำกัด.
- Barton, A.P. and L.S. Broansard. 1970. Two-Stage Least-Square Estimation With Shifts In the Structural Form. **Econometrica**. 38(November 1970): 938-941.
- Carlton, D.W. and J.M. Perloff. 2005. **Modern Industrial Organization**. 4th ed. New York: Harper Collins Collage Publishers.
- Ferguson, P.R. and G.J. Ferguson. 1994. **Industrial Economics: Issue and Perspectives**. 2nd ed. New York: New York University Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

บัญชีส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่กำหนดให้ใช้ทุกรายการสำหรับการประกอบรถยนต์นั่งตาม
มาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ (Local Content)

บัญชี ก.

บัญชีชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่กำหนดให้ใช้ทุกรายการสำหรับการประกอบรถยนต์นั่ง
(แบบท้ายประกาศเรื่องเปลี่ยนแปลงรายการและกำหนดเวลาการบังคับใช้ส่วนประกอบและอุปกรณ์
รถยนต์ที่ผลิตในประเทศ ฉบับที่ 25 กรกฎาคม 2529)

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE	
1	Base Engine	1.5	Others	1.5.2 Oil lever geuge	0.25
2	Other engine component	2.1	Cooling system	2.1.1 Radiator	0.76
		2.2	Lubrication system	2.2.2 Oil filter	0.15
3	Electrical component	3.1	Charging system	3.1.1 Alternator	0.87
				3.1.3 Battery	0.50
		3.2	Starting system	3.2.1 Starter motor	0.93
				3.2.2 Switch magnetic assy	0.25
		3.3	Others	3.3.2 Horn	0.23
				3.3.9 Battery holder	0.07
4	Wiring	4.1	Wiring harness	4.1.1 Chassis wiring harness	1.00
				4.1.2 Sub wiring harness	0.50
		4.2	Cable	4.2.2 Battery cable	0.08
				4.2.3 Body ground cable	0.07
5	Exhaust system	5.1	Muffler	5.1.1 Muffler	0.90
				5.1.2 Exhaust pipe	0.50
		5.2	Tail pipe	5.2.1 Tail pipe	0.55
7	General Chassis	7.1	Whell & tyre	7.1.1 Wheel	2.00
				7.1.2 Tyre & tube	3.00
		7.2	Others	7.2.1 Paint & thinner	4.50
8	Trim Panel Soft	8.2	Interior component	8.2.3 Carpet & floor mat	1.00
	Trim	8.3	Iuggage component	8.3.6 Jack assy	0.15
9	Seat	9.1	Frame	9.1.1 Seat Frame	2.18
		9.2	Cover	9.2.1 Seat cover	1.44
				9.2.2 Foam & pad	0.88
10	Classes	10.1	Glass door	10.1.1 Glass door	0.91
				10.1.2 Windshield	0.75
12	Suspension	12.1	Rear-suspension	12.1.1 Rear spring (leaf or coil)	0.78
21	Convenient and accessory equipment	21.1	Convenient and accessory equipment	21.1.2 Radio	2.00
				Total =	27.20%

บัญชี ข.

บัญชีชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่กำหนดให้เลือกใช้ทุกรายการสำหรับการประกอบรถยนต์นั่ง
เพิ่มเติมจากบัญชี ก. โดยมีอัตรามูลค่าร้อยละของทั้งสองบัญชีรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 54
(แนบท้ายประกาศเรื่องเปลี่ยนแปลงรายการและกำหนดเวลาการบังคับใช้ส่วนประกอบและอุปกรณ์
รถยนต์ที่ผลิตในประเทศ ฉบับที่ 25 กรกฎาคม 2529)

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE				
1	Base engine	1.1	Engine assy	1.1.1	Engine assy	4.00		
			1.2	Cylinder head	1.2.3	Intake & exhaust value	0.45	
					1.2.5	Value spring	0.28	
		1.3	Cylinder block	1.3.2	Engine piston	0.75		
				1.3.3	Piston ring	0.33		
				1.3.4	Connecting rod	0.22		
				1.3.6	Timing chain cover	0.13		
				1.4	Crank caso	1.4.2	Connecting rod bearing	0.21
						1.4.3	Main bearing	0.29
		1.5	Others	1.4.4	Flywheel	0.45		
				1.4.5	Crank shaft pulley	0.21		
				1.5.1	Engine gasket	0.50		
				1.5.3	Engine mounting with bracket	0.25		
				1.5.4	Engine under cover	0.20		
				2	Other engine component	2.1	Cooling system	2.1.2
2.1.3	Hose radiator & clamp	0.05						
2.1.6	Fan shroud	0.10						
2.1.7	Fan pulley	0.20						
2.1.9	Cooling fan	0.10						
2.1.10	Water reserve tank	0.10						
2.4	Ignition system	2.4.1	Distributor					0.50
		2.4.2	Ignition oil					0.30
		2.4.3	Spark - plug					0.02
2.5	Inlet & outlet	2.5.2	Oil & fuel pipe					0.02
		2.5.3	Air filter element			0.03		
		2.5.4	Air filter housing			0.12		
2.6	Engine control	2.5.5	Exhaust manifold			0.45		
		2.6.1	Control cable			0.08		
		2.6.2	Oil & fuel pipe			0.02		

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE	
		2.7	Other	2.7.1 Other bracket	0.05
3	Electrical component	3.1	Charging system	3.1.2 Regulator	0.20
		3.3	Others	3.3.1 Bracket	0.02
				3.3.3 Motor wiper	0.31
				3.3.4 Blade wiper	0.13
				3.3.7 Cleaning tank	0.10
				3.3.8 Battery tray	0.10
				3.3.11 Washer nozzle & hose	0.04
4	Wiring	4.2	Cable	4.2.1 Spark plug cable	0.15
				4.2.4 Fuse box	0.20
5	Exhaust system	5.3	Other	5.3.1 Bracket & clamp	0.05
6	Fuel system	6.1	Fuel line	6.1.1 Fuel pipe & tube	0.20
				6.1.2 Fuel strainer	0.10
				6.1.3 Fuel filter	0.04
		6.2	Fuel tank	6.2.1 Fuel tank assy	1.07
				6.2.2 Fuel tank gauge	0.40
				6.2.3 Fuel filter	0.04
		6.3	Other	6.3.1 Bracket & supporter	0.15
7	General chassis component	7.1	Wheel & tyre	7.1.3 Wheel caps	0.50
8	Trim panel	8.1	Hood component	8.1.1 Sound proofing	0.01
		8.2	Interior component	8.2.1 Sound proofing	0.04
				8.2.2 Headlining assy	0.36
				8.2.4 Door trim	0.80
				8.2.5 Sunvisor	0.25
				8.2.6 Armrest	0.03
				8.2.7 Cowl side trim	0.03
				8.2.8 Pillar garment	0.02
				8.2.9 Roof side inner & garment	0.05
				8.2.10 Parcel shelf	0.11

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE
			8.2.11 Scuff plate	0.05
			8.2.12 Trim room partition	0.03
			8.2.13 Centre console	0.25
			8.2.14 Handle door window regulator	0.10
			8.2.16 Trim rear wheel house	0.03
		8.3 Luggage component	8.3.1 Sound proofing	0.01
			8.3.2 Carpet & rubber mat	0.28
			8.3.3 Spare wheel cover	0.05
			8.3.4 Protector fuel tank	0.05
			8.3.5 Tools and bag	0.10
		8.4 Other	8.4.1 Door weatherstrip	0.15
9	Seat	9.1 Frame	9.1.2 Seat adjuster	0.15
		9.3 Other	9.3.1 Headrest	0.35
10	Glasses	10.1 Glass door	10.1.3 Back window	0.75
			10.2.1 Glass weatherstrip windsshield	0.05
			10.2.2 Glass weatherstrip	0.04
11	Lamps	11.1 Exterior	11.1.3 Turn signal lamp	0.10
			11.1.4 License plate lamp	0.05
		11.2 Interior	11.2.1 Room lamp	0.05
12	Suspension	12.1 Front Suspension	12.1.1 Front spring (leaf or Oil)	0.74
			12.1.2 Front strut axle	0.25
			12.1.4 Front shock absorber	0.65
			12.1.5 Front stabilizer	0.12
			12.1.6 Front spring bumper	0.04
		12.2 Rear Suspension	12.2.2 Rear shock absorber	0.65
			12.2.3 Rear spring bumper	0.04
13	Brake system	13.1 Front wheel brake	13.1.2 Cover	0.10
			13.1.4 Disc brake part	0.16

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE	
		13.2	Rear wheel brake	13.2.2 Shoe and lining	0.15
				13.2.3 Brake drums and disc brake	0.18
		13.3	Brake master cylinder	13.3.4 Reservoir	0.58
		13.4	Power brake booster	13.4.2 Holder	0.02
		13.5	Brake ling	13.5.1 Brake tubes	0.03
		13.6	Parting brake control	13.6.1 Lever parking brake	0.05
				13.6.2 Button & spring	0.01
				13.6.3 Rod push	0.03
				13.6.4 Cables parking brake	0.08
		13.7	Others	13.7.1 Bracket	0.03
				13.7.3 Brake pipe	0.02
				13.7.4 Brake pedal	0.15
14	Clutch	14.1	Clutch	14.1.2 Clutch disc	0.26
		14.2	Clutch control	14.2.1 Return spring	0.02
				14.2.3 Clutch cable	0.62
		14.3	Others	14.3.1 Clutch pedal	0.13
				14.3.2 Hose, vacuum	0.09
				14.3.4 Bracket & connecting parts	0.13
15	Body	15.1	Under body	15.1.1 Rear panel	0.72
				15.1.2 Firewall (dash panel)	0.78
				15.1.3 Floor assy	1.50
				15.1.4 Floor parts	5.00
				15.1.8 Engine compartment assy	0.54
				15.1.10 Other	0.36
		15.3	Roof	15.3.1 Roof assy	0.10
				15.3.3 Rear window paneling	0.18
				15.3.4 Front window	0.18
		15.4	Front fender	15.4.1 Fender assy	0.15
				15.4.3 Fender reinforcement	0.40

NO.	MAJOR GROUP	SUB - GROUP	COMPONENT / PART	GIVEN PERCENTAGE	
		15.5	Door	15.5.1 Door assy	0.20
				15.5.3 Door reinforcement inner	0.58
				15.5.6 Door reinforcement outer	0.55
				15.5.7 Hinge & other	0.15
		15.6	Front hood	15.6.1 Hood assy	0.15
				15.6.3 Bonnet Frame	0.55
				15.6.4 Hinge & other	0.15
		15.7	Rear hood	15.7.1 Hood assy	0.15
				15.7.4 Finish truck rr.	0.10
				15.7.5 Hinge & other	0.15
16	Other body	16.1	Bumper	16.1.1 Bumper front	0.55
				16.1.2 Bumper rear	0.56
				16.1.3 Other	0.02
17	Transmission	17.3	Transmission	17.3.1 Knob	0.03
			Gear shifting	17.3.2 Lever	0.18
			Outer control	17.3.3 Boot rod	0.17
				17.3.4 Tie rod	0.18
				17.3.5 Pad	0.06
				17.3.6 Support	0.05
				17.3.7 Cup	0.07
18	Steering	18.1	Steering wheel assy	18.1.2 Horn control cover	0.11
		18.3	Steering column	18.3.1 Steering column	0.33
				18.3.2 Switch unit support	0.13
		18.5	Steering col. cover	18.5.1 Protection knob	0.17
20	Instrument panel control	20.1	Instrument panel	20.1.4 Glove box	0.15
21	Convenient and accessory equipment	21.1	Convenient and accessory equipment	21.1.3 Safety belt	0.50
				21.1.5 Splash guard	0.20
				Total =	39.99%

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่อผู้ประกอบการและผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย

ผู้ผลิตรถยนต์	ผู้จัดจำหน่าย (Distributor)	จำนวนผู้แทนจำหน่าย (Dealer)	ยี่ห้อ	ประเภทรถยนต์	ประเภทรถยนต์ที่ส่งออก	Domestic Model	Export Model
1. Auto Alliance (Thailand) Co., Ltd.	Ford Sales and Service Thailand Co., Ltd.	72	Mazda,	Pick-up	Pick-up	Ford Ranger	Ford Ranger
	Mazda Sales Thailand Co., Ltd.	62	Ford		Pick-up	Mazda Fighter	Mazda Fighter
2. Bangchan General Assembly Co., Ltd.	Daimier Chrysler (Thailand) Co., Ltd.	30	Cherokee	OPV	-	Jeep Cherokee	-
3. BMW Manufacturing (Thailand) Co., Ltd.	Bayerische Motoren Werke (thailand) Co., Ltd.	24	BMW	Passenger Car	-	BMW318, 323, 330	-
4. General Motors (Thailand) Co., Ltd.	Chevrolet Sales (Thailand) Co., Ltd.	21	Chevrolet	Passenger Car	Passenger Car	Chevrolet Zafira	Chevrolet Zafira
5. Hino Motors (Thailand) Co., Ltd.	Hino Motors (Thailand) Co., Ltd.	45	Hino	Truck, Bus	Truck 5-10 tons up	Truck, Tractor-Hino	6w 5-10 ton Truck-Hino
6. Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.	Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.	100	Honda	Passenger Car	Passenger Car	Civic, Accord	Civic, Accord
7. Isuzu Motor (Thailand) Co., Ltd.	Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd.	300	Isuzu	Pick-up, Truck	Pick-up, PPV	Isuzu 1 ton Pick-up (Dragon-Power), 4x4 (Rodeo), PPV (Vega), Truck 5-10 ton	Isuzu 1 ton Pick-up (Dragon-Power)
8. MMC Sittipol Co., Ltd.	MMC Sittipol Co., Ltd.	104	Mitsubishi	Passenger Car, Pick-up, Truck	Pick-up	Passenger car (Lancer), Pick-up (Strada), Truck	Pick-up (Strada)

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผู้ผลิตรถยนต์	ผู้จัดจำหน่าย (Distributor)	จำนวนผู้แทน จำหน่าย (Dealer)	ยี่ห้อ	ประเภทรถยนต์	ประเภทรถยนต์ ที่ส่งออก	Domestic Model	Export Model
9. Siam Motors & Nissan co., Ltd.	Siam Motors & Nissan Sales co., Ltd.	97	Nissan, Suzuki	Passenger Car, OPV, Pick-up	-	Passenger Car (Sunny, Cefiro), OPV (Suzuki), Pick-up <1 ton (NV)	-
10. Siam Nissan Automobile Co., Ltd.	Siam Motors & Nissan Sales co., Ltd.	97	Nissan	Pick-up	Pick-up	Pick-up 1 ton (Frontier)	Pick-up (Nissan)
11. Siam V.M.C. Automobile Co., Ltd. ^{1/}	Siam V.M.C.	5	V.M.C.	Pick-up < 1 ton	-	-	-
12. Thai Swedish Assembly Co., Ltd.	Swedish Motors (Public) Co., Ltd.	11	Volvo	Passenger Car, Bus, Truck	-	Passenger Car (S80,S60,S40,V70, Freelander), Bus, Truck	-
13. Thonburi Automotive Assembly Plant Co., Ltd.	Daimler Chrysler (Thailand) Co., Ltd.	38	Mercedes Benz	Passenger Car	-	Mercedes Benz C180,c200,E200, S280	-
14. Toyota Motor Thailand Co., Ltd.	Toyota Motor Thailand Co., Ltd.	90	Toyota	Passenger Car, Pick-up	Passenger Car, Pick-up	Passenger Car (Soluna,Altis,Camry), Pick-up (Hilux Tiger), PPV	Passenger Car (Soluna), Pick-up (Hilux Tiger)

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผู้ผลิตรถยนต์	ผู้จัดจำหน่าย (Distributor)	จำนวนผู้แทน จำหน่าย (Dealer)	ยี่ห้อ	ประเภทรถยนต์	ประเภทรถยนต์ ที่ส่งออก	Domestic Model	Export Model
Y.M.C. Assembly Co., Ltd.	Yontrakit Volkswagen Marketing	53	Peugeot, Volkswag en, Audi	Passenger Car	-	BMW523, Peugeot 406, Volkswagen Passat, Audi A6	-
Thai Rung Union Car (Public) Co., Ltd. ^{2/}	-	-	TR Passport	Van	-	Passport	-

หมายเหตุ: ^{1/} ปัจจุบันไม่เปิดดำเนินการแล้ว

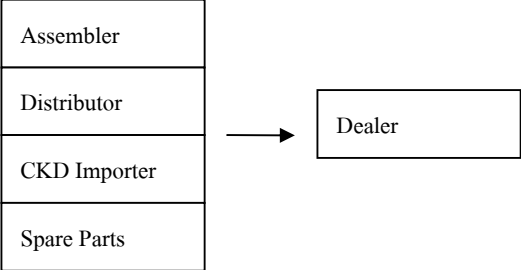
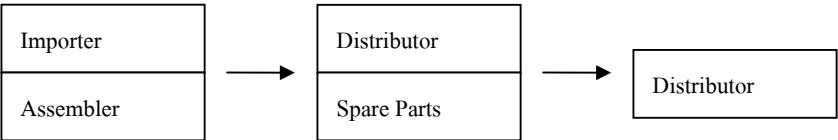
^{2/} Thai Rung จัดเป็นทั้งผู้ประกอบการรถยนต์ ประเภทตู้ยี่ห้อ TR Passport จำหน่ายในประเทศ และเป็นผู้ประกอบรถดัดแปลงประเภท Station Wagon และ Double Cab ให้กับ Isuzu และ Nissan

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2545)

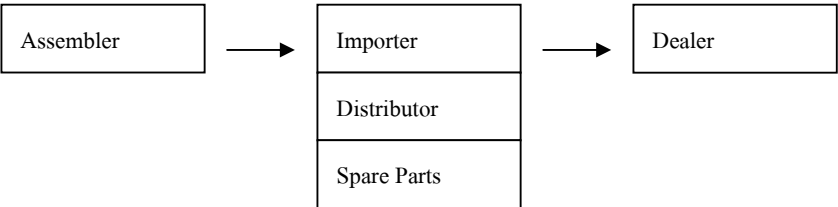
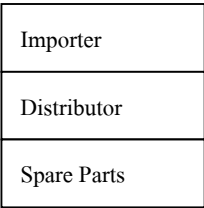
ภาคผนวก ก

ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

กลุ่มที่		กลุ่ม Brand ที่เข้าขายแต่ละลักษณะ
1	 <p>กลุ่มที่ 1 นี้ ผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้า CKD และผู้จัดจำหน่ายส่งให้ตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนนำเข้ามาและขายอะไหล่เองด้วย</p>	TOYOTA, MITSUBISHI, HONDA
2	 <p>กลุ่มที่ 2 นี้ ผู้ประกอบการทำหน้าที่ประกอบและนำเข้า CBU และ CKD เท่านั้น โดยรับจ้างประกอบส่งให้ผู้จัดจำหน่ายและผู้จัดจำหน่ายขายอะไหล่</p>	VOLVO, BENZ, HINO, BMW, PEUGEOT

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

กลุ่มที่		กลุ่ม Brand ที่เข้าขายแต่ละลักษณะ
3	 <pre> graph LR A[Assembler] --> B[Importer Distributor Spare Parts] B --> C[Dealer] </pre>	DAIHATSU, HOLDEN, CHRYSLER, BENZ, FORD (PICK-UP), MAZDA, NISSAN, SUZUKI, TOYOTA (DYNA), ISUZU
<p>กลุ่มที่ 3 นี้ ผู้ประกอบการทำหน้าที่รับจ้างประกอบอย่างเดียวส่งให้ผู้จัดจำหน่าย โดยผู้จัดจำหน่ายทำหน้าที่นำเข้า CBU CKD และขาย Spare Parts ด้วย</p>		
4	 <pre> graph TD A[Importer Distributor Spare Parts] </pre>	CITROEN, VOLKSWAGEN, FORD, FIAT LANCIA, FORD (EUROPE), OPEL, HYUNDAI, LOYUS, FERRARI, LAND ROVER, AUSTIN, SUBARU, ROLLS ROYCE BENTLY PORSCHE, ALFA ROMEO, VOLVO (TRUCK & BUS) ETC.
<p>กลุ่มที่ 4 นี้ เป็นบริษัทผู้นำเข้ารถยนต์และผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ รวมทั้งนำเข้าและจำหน่าย Spare Parts</p>		

ที่มา: สถาบันยานยนต์ (2545)

ภาคผนวก ง
ตารางข้อมูล

ตารางผนวกที่ 3 ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อโตโยต้า

พ.ศ.	Q	MC	P	Y	P_b	r	W	E	S	D_1	D_2	D_3
2533	19,600	21,952	627,574	39,104	9.29	16.50	3,029	0.18	12.34	0	0	0
2534	23,319	26,858	627,573	44,307	10.06	14.00	3,161	0.19	11.40	0	0	0
2535	34,732	29,915	651,047	49,410	9.29	11.50	3,593	0.20	12.21	0	0	0
2536	45,956	38,115	592,561	54,563	9.09	10.50	4,136	0.23	9.20	0	0	0
2537	39,583	27,927	781,580	61,815	8.57	14.75	4,327	0.25	7.93	0	0	0
2538	47,288	36,945	503,824	70,474	9.05	16.50	4,645	0.27	8.91	0	0	0
2539	51,576	41,780	472,777	76,847	9.32	15.50	5,119	0.23	8.92	0	0	0
2540	47,577	40,365	402,835	78,093	10.48	19.25	5,690	0.26	8.42	1	0	0
2541	42,661	17,005	386,634	75,594	11.86	16.00	5,795	0.32	9.12	1	0	0
2542	21,880	23,797	410,422	75,026	11.98	12.25	5,934	0.34	7.48	1	0	0
2543	27,298	31,905	511,723	79,098	15.64	12.25	6,038	0.38	10.34	1	1	0
2544	35,448	52,940	573,350	81,916	15.51	11.50	6,371	0.37	13.46	1	1	0
2545	50,734	67,987	613,035	86,322	15.28	11.00	6,345	0.35	15.71	1	1	1
2546	82,644	116,200	700,540	93,142	16.60	9.75	6,499	0.36	17.67	1	1	1
2547	103,327	133,180	747,191	101,304	19.06	24.00	6,592	0.38	21.52	1	1	1
2548	90,298	133,188	649,188	113,865	23.89	20.00	6,951	0.37	25.13	1	1	1

ตารางผนวกที่ 4 ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า

พ.ศ.	Q	MC	P	Y	P_b	r	W	E	S	D_1	D_2	D_3
2533	11,909	13,338	580,725	39,104	9.29	16.50	3,029	0.18	12.34	0	0	0
2534	10,854	12,505	580,725	44,307	10.06	14.00	3,161	0.19	11.40	0	0	0
2535	19,513	16,925	508,349	49,410	9.29	11.50	3,593	0.20	12.21	0	0	0
2536	24,033	19,932	521,610	54,563	9.09	10.50	4,136	0.23	9.20	0	0	0
2537	31,840	22,465	573,763	61,815	8.57	14.75	4,327	0.25	7.93	0	0	0
2538	27,439	21,438	533,345	70,474	9.05	16.50	4,645	0.27	8.91	0	0	0
2539	40,328	32,355	481,963	76,847	9.32	15.50	5,119	0.23	8.92	0	0	0
2540	34,587	29,345	405,528	78,093	10.48	19.25	5,690	0.26	8.42	1	0	0
2541	16,559	11,448	406,149	75,594	11.86	16.00	5,795	0.32	9.12	1	0	0
2542	24,595	26,750	429,466	75,026	11.98	12.25	5,934	0.34	7.48	1	0	0
2543	30,139	35,225	525,113	79,098	15.64	12.25	6,038	0.38	10.34	1	1	0
2544	38,820	57,975	579,815	81,916	15.51	11.50	6,371	0.37	13.46	1	1	0
2545	54,266	72,720	620,347	86,322	15.28	11.00	6,345	0.35	15.71	1	1	1
2546	69,069	97,112	655,842	93,142	16.60	9.75	6,499	0.36	17.67	1	1	1
2547	75,005	96,675	642,360	101,304	19.06	24.00	6,592	0.38	21.52	1	1	1
2548	57,121	84,253	620,037	113,865	23.89	20.00	6,951	0.37	25.13	1	1	1

ตารางผนวกที่ 5 ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อมิตซูบิชิ

พ.ศ.	Q	MC	P	Y	P_b	r	W	E	S	D_1	D_2	D_3
2533	8,535	9,560	401,746	39,104	9.29	16.50	3,029	0.18	12.34	0	0	0
2534	6,668	7,682	402,417	44,307	10.06	14.00	3,161	0.19	11.40	0	0	0
2535	17,722	15,370	407,995	49,410	9.29	11.50	3,593	0.20	12.21	0	0	0
2536	33,363	27,670	408,022	54,563	9.09	10.50	4,136	0.23	9.20	0	0	0
2537	25,315	17,860	436,561	61,815	8.57	14.75	4,327	0.25	7.93	0	0	0
2538	18,007	14,070	483,983	70,474	9.05	16.50	4,645	0.27	8.91	0	0	0
2539	20,918	16,782	486,687	76,847	9.32	15.50	5,119	0.23	8.92	0	0	0
2540	9,309	7,898	403,822	78,093	10.48	19.25	5,690	0.26	8.42	1	0	0
2541	15,840	10,950	402,072	75,594	11.86	16.00	5,795	0.32	9.12	1	0	0
2542	5,175	5,628	404,187	75,026	11.98	12.25	5,934	0.34	7.48	1	0	0
2543	3,702	4,327	484,433	79,098	15.64	12.25	6,038	0.38	10.34	1	1	0
2544	4,771	7,125	561,040	81,916	15.51	11.50	6,371	0.37	13.46	1	1	0
2545	7,726	10,353	642,360	86,322	15.28	11.00	6,345	0.35	15.71	1	1	1
2546	5,982	8,410	700,540	93,142	16.60	9.75	6,499	0.36	17.67	1	1	1
2547	5,512	7,105	761,600	101,304	19.06	24.00	6,592	0.38	21.52	1	1	1
2548	8,136	12,000	699,670	113,865	23.89	20.00	6,951	0.37	25.13	1	1	1

ตารางผนวกที่ 6 ข้อมูลที่ใช้ในการคาดประมาณแบบจำลองของรถยนต์นั่งยี่ห้อนิสสัน

พ.ศ.	Q	MC	P	Y	P_b	r	W	E	S	D_1	D_2	D_3
2533	10,408	11,657	423,008	39,104	9.29	16.50	3,029	0.18	12.34	0	0	0
2534	13,083	15,073	415,174	44,307	10.06	14.00	3,161	0.19	11.40	0	0	0
2535	19,938	17,292	345,106	49,410	9.29	11.50	3,593	0.20	12.21	0	0	0
2536	23,342	19,360	359,677	54,563	9.09	10.50	4,136	0.23	9.20	0	0	0
2537	5,623	3,967	532,692	61,815	8.57	14.75	4,327	0.25	7.93	0	0	0
2538	13,653	10,667	486,632	70,474	9.05	16.50	4,645	0.27	8.91	0	0	0
2539	12,903	10,350	444,352	76,847	9.32	15.50	5,119	0.23	8.92	0	0	0
2540	11,376	9,650	418,369	78,093	10.48	19.25	5,690	0.26	8.42	1	0	0
2541	12,990	8,980	403,525	75,594	11.86	16.00	5,795	0.32	9.12	1	0	0
2542	7,019	7,635	422,170	75,026	11.98	12.25	5,934	0.34	7.48	1	0	0
2543	12,825	14,890	530,452	79,098	15.64	12.25	6,038	0.38	10.34	1	1	0
2544	12,296	18,365	559,416	81,916	15.51	11.50	6,371	0.37	13.46	1	1	0
2545	12,788	17,136	625,893	86,322	15.28	11.00	6,345	0.35	15.71	1	1	1
2546	9,879	13,890	727,236	93,142	16.60	9.75	6,499	0.36	17.67	1	1	1
2547	8,972	11,565	805,800	101,304	19.06	24.00	6,592	0.38	21.52	1	1	1
2548	6,684	9,860	779,143	113,865	23.89	20.00	6,951	0.37	25.13	1	1	1