

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีบทบาทที่สำคัญต่อประเทศกำลังพัฒนา ในการบรรลุวัตถุประสงค์การเปลี่ยนแปลงเป็นประเทศอุตสาหกรรม (Industrialization) อุตสาหกรรมรถยนต์สามารถสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล และมีผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเริ่มมีการพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 หลังจากที่รัฐบาลประกาศนโยบายส่งเสริมการลงทุน เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ในช่วงแรก อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยมีลักษณะผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import Substitution) โดยรัฐบาลใช้นโยบายปกป้องการค้า (Protectionist Policy) ซึ่งมีมาตรการที่สำคัญ คือ การใช้อัตราภาษีนำเข้าสูงเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ แต่ในปัจจุบันอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยได้เปลี่ยนมาใช้นโยบายแบบเสรี (Liberalization) เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งนี้ประเทศไทยได้เป็นฐานการผลิตและการส่งออกรถยนต์ที่สำคัญของประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป และมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค ASEAN จนกระทั่งได้รับการยกย่องเป็น “ดีทรอยท์แห่งเอเชีย” (Detroit of Asia)

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ตั้งแต่ พ.ศ. 2534 หลังจากที่รัฐบาลลดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์ ซึ่งส่งผลให้ราคารถยนต์ในประเทศลดลงมาก ในขณะเดียวกันรัฐบาลได้กำหนดมาตรการการส่งเสริมการลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการให้สิทธิพิเศษด้านภาษี และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ตลอดจนมีการผ่อนคลายเป็นลำดับข้อจำกัดต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน นอกจากนี้ ประเทศไทยไม่มีนโยบาย “รถยนต์แห่งชาติ” (National Car Policy)¹ เหมือนในประเทศอื่น ทำให้ต่างชาติมีความมั่นใจในการลงทุนอุตสาหกรรมรถยนต์ใน

¹ Mahahidin and Kanageswary (2004) พบว่า ในกลุ่มประเทศอาเซียน มาเลเซียเป็นตลาดรถยนต์ที่สำคัญลำดับสองรองจากประเทศไทยหลังจากปี 2547 เป็นต้นมา หลังจากที่รัฐบาลประกาศนโยบาย “รถยนต์แห่งชาติ” ซึ่งเป็นนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศโดยการผลิตรถยนต์ของประเทศ ชื่อว่า “Proton Saga” ซึ่งมีราคาต่ำกว่ารถยนต์ชนิดเดียวกัน ประมาณร้อยละ 20-30 และมีสัดส่วนการครองตลาดรถยนต์มากที่สุดของประเทศ และเมื่อพิจารณาการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ในการผลิต

ประเทศไทย และในอนาคตอันใกล้นี้ อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยก็จะได้ประโยชน์ทางด้านภาษีศุลกากรจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจทั้งจากในภูมิภาคและนอกภูมิภาค ASEAN ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นล้วนแต่เสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยทั้งสิ้น

Thai Trade Center (2011) กล่าวว่าอุตสาหกรรมยานยนต์และส่วนประกอบรถยนต์ของไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศ มีมูลค่าร้อยละ 5.4 ของอุตสาหกรรมทั้งหมด และมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 12 ของ GDP โดยการผลิตร้อยละ 55 ได้ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2550 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถปิกอัพขนาดใหญ่หรือขนาดหนึ่งคันเป็นอันดับหนึ่งของโลก (World's Number One Maker of Light Pickups) และ Anonymous (2011) กล่าวว่า ในปี 2553 ประเทศไทยจัดว่าเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่เป็นอันดับสี่ของโลก รองจากสหรัฐ ญี่ปุ่น และจีน เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยจะมีผลด้านบวกต่อเศรษฐกิจ ทั้งการจ้างงานและสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก แต่การเพิ่มขึ้นของปริมาณรถยนต์มีส่วนทำให้เกิดปัญหาการจราจรแออัด (Traffic Congestion) ในกรุงเทพฯ เลวร้ายมากขึ้น เพิ่มปัญหาสิ่งแวดล้อม และทำให้การบริโภคน้ำมันไม่มีประสิทธิภาพ และประการสำคัญ รัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณเป็นจำนวนมากในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะการสร้างระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ (Mass Rapid Transit: MRT) ขณะที่การเพิ่มปริมาณรถยนต์ในส่วนภูมิภาคโดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อยไม่ก่อให้เกิดปัญหาจราจร เนื่องจากอุปทานของถนนยังสามารถรองรับความต้องการใช้รถยนต์ได้

1.2 วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทย
- (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อรถยนต์ประเทศไทย ซึ่งแบ่งเป็นอุปสงค์ต่อการใช้รถยนต์ (Demand for Car Use) และ อุปสงค์ต่อการเป็นเจ้าของรถยนต์ (Demand for Car Ownership)
- (3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อรถยนต์ประเทศไทย ในช่วงก่อนและหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทย

ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศมาเลเซีย เพราะมียอดการผลิต และยอดการขายรถยนต์เชิงพาณิชย์และส่วนประกอบมากกว่า ส่งผลให้รถยนต์ผลิตในต้นทุนต่ำและสามารถขายในราคาถูกลงกว่า

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยนี้ได้แบ่งรถยนต์ตามลักษณะของการใช้งาน ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (Passenger Car) และ (2) รถยนต์เชิงพาณิชย์ (Commercial Car) ในขณะเดียวกันการศึกษานี้ ได้กำหนดอุปสงค์ต่อรถยนต์ออกเป็น 2 ประเภทเช่นเดียวกัน คือ (1) อุปสงค์ต่อการใช้รถยนต์ (Demand for Car Use) ซึ่งใช้ข้อมูลจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนต่อประชากร 1,000 คน ของรถยนต์สองประเภท และ (2) อุปสงค์ต่อการการเป็นเจ้าของรถยนต์ (Demand for Car Ownership) โดยใช้ข้อมูลจำนวนยอดขายรถยนต์ทั้งสองประเภท และระยะเวลาการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ (1) ระยะเวลารวม 21 ปี (ปี 2530-2550) และ (2) เปรียบเทียบระยะเวลาก่อนเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (ปี 2530-2540) และระยะเวลาล่วงเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (ปี 2541-2550)

1.4 คำนิยามศัพท์

พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ..อนที่ 5 ให้คำนิยามของรถยนต์ประเภทต่าง ๆ² ดังนี้

(1) รถยนต์นั่ง (Passenger Car) หมายความว่า รถเก๋งหรือรถยนต์ที่ออกแบบเพื่อใช้สำหรับนั่งเป็นปกติวิสัยและให้หมายรวมถึงรถยนต์ในลักษณะทำนองเดียวกัน เช่นรถยนต์ที่มีหลังคาติดต่อกันในลักษณะถาวร ดันข้าง หรือด้านหลังคนขับมีประตูหรือมีหน้าต่างและมีที่นั่งทั้งนี้ไม่ว่าจะมีที่นั่งเท่าใด

(2) รถยนต์กระบะ (Pick Up) หมายความว่า รถยนต์ที่มีที่นั่งตอนเดียวสำหรับคนขับ และตอนหลังเป็นกระบะบรรทุก ซึ่งเปิดโล่งไปถึงท้ายรถโดยไม่มีหลังคา

(3) รถยนต์นั่งที่มีกระบะ (Double Cap) หมายความว่า รถยนต์นั่งที่สร้างที่สร้างบนโครงสร้างของรถกระบะ และส่วนท้ายเป็นกระบะบรรทุก ซึ่งเปิดโล่งจนถึงท้ายรถโดยไม่มีหลังคา

(4) รถตู้ (Van) และรถโดยสาร (Bus) หมายความว่า ว่า รถตู้หรือรถที่ออกแบบเพื่อใช้ขนส่งคนโดยสารจำนวนมาก รวมทั้งรถยนต์ในลักษณะทำนองเดียวกัน

(5) รถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก (PPV) หมายความว่า รถยนต์นั่งที่สร้างบนโครงสร้างของรถยนต์กระบะ

(6) รถบรรทุก (Truck)

² อ้างจากสถาบันยานยนต์ (<http://www.thaiauto.or.th>)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) สามารถนำงานวิจัยนี้ใช้ในการประกอบการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ขนส่งที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอนอยู่ในปัจจุบัน โดยนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นกรณีศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อรถยนต์ของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ

(2) สามารถทราบความสำคัญและบทบาทอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต