

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญและให้การสนับสนุน เนื่องจากการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ยังมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การขาย การบริการหลังการขาย การประกันภัย และการเงิน ดังนั้นเมื่ออุตสาหกรรมยานยนต์ขยายตัว ย่อมส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย ในทำนองกลับกัน หากอุตสาหกรรมยานยนต์มีปัญหา ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องดังกล่าวด้วยเช่นกัน ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ผลิตรถยนต์จำนวน 15 รายทั้งการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถเพื่อการพาณิชย์ และมีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อีกกว่า 2,400 ราย

ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตรถยนต์และการจำหน่ายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2548 เป็นปีแรกที่ประเทศไทยสามารถผลิตรถยนต์ได้ถึง 1 ล้านคัน สาเหตุสำคัญเป็นเพราะนโยบายของรัฐบาลภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่เปลี่ยนแปลงเป้าหมายของอุตสาหกรรมยานยนต์ จากการผลิตแบบรับจ้างประกอบไปสู่การผลิตที่สมบูรณ์แบบ ลดการพึ่งพาชิ้นส่วนจากต่างประเทศ และใช้เทคโนโลยีชิ้นส่วนและเครื่องยนต์ที่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศทั้งหมด (ดูตาราง 1 ประกอบ)

ตาราง 1

ปริมาณการผลิต การจำหน่ายในประเทศ และการส่งออก รถยนต์รวมทุกประเภทของ
ประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2552 (หน่วย: คัน)

ปี พ.ศ.	การผลิต	การจำหน่ายในประเทศ	การส่งออก
2542	327,233	218,330	125,774
2543	411,721	262,189	152,836
2544	459,418	297,052	175,299
2545	584,951	409,262	180,554
2546	750,512	533,176	235,022
2547	960,371	628,265	332,053
2548	1,125,316	703,261	440,705
2549	1,193,885	682,163	538,966
2550	1,301,149	631,251	690,100
2551	1,391,728	614,078	775,652
2552	999,378	548,871	535,596
การเปลี่ยนแปลงปี 2551/2552	-28.19%	-10.62%	-30.95%

ที่มา. จาก ข้อมูลสถิติยานยนต์: จำนวนการผลิตรถยนต์ภายในประเทศ (1990-2011), โดย สถาบันยานยนต์, 2554, ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2554, จาก http://www.thaiauto.or.th/statistic/vehicle_production.asp

อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะมีผู้ผลิตรถยนต์ถึง 15 ราย แต่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ส่วนใหญ่จะเป็นของบริษัท โตโยต้า ฮอนด้า และอิซูซุ ในปี พ.ศ. 2551 ระบุว่า โตโยต้ามีส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์นั่งมากที่สุด คือ ร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ ฮอนด้า ร้อยละ 36.1 ในขณะที่ส่วนแบ่งทางการตลาดของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์นั้น โตโยต้า ยังคงเป็นผู้มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด คือ ร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นอิซูซุ ร้อยละ 37.7 และข้อมูลในปี พ.ศ. 2552 ระบุว่า ผู้มีส่วนแบ่งทางการตลาดของรถยนต์นั่งมากที่สุด คือ โตโยต้า ร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ ฮอนด้า ร้อยละ 38.3 ส่วนผู้มีส่วนแบ่งทางการตลาดของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มากที่สุด คือ โตโยต้า ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ อิซูซุ ร้อยละ 38.8 (ดูตาราง 2-7 ประกอบ)

ตาราง 2

ตัวเลขยอดขายรถยนต์รวมทุกประเภทปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2550	ธันวาคม พ.ศ. 2551	มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2551
รวมทั้งหมด	631,251.0	59,002.0	615,270.0
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0
โตโยต้า	282,088.0	25,982	262,209.0
ร้อยละ	44.7	44.0	42.6
อิชูซุ	151,033.0	11,390.0	133,390.0
ร้อยละ	23.9	19.3	21.7
ฮอนด้า	58,525.0	10,807.0	90,807.0
ร้อยละ	9.3	18.3	14.8

ที่มา. จาก ปี 51 ปีคยอดขายรถ 6.15 แสนคันลง 2.5% โตโยต้าคาดปีนี้ร่วงหนัก 15%, โดย
 เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2552, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.manager.co.th/Motoring/ViewNews.aspx?NewsID=9520000004269>

ตาราง 3

ตัวเลขยอดขายรถยนต์นั่งปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2550	ธันวาคม พ.ศ. 2551	มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2551
รวมทั้งหมด	170,118.0	23,825.0	226,805.0
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0
โตโยต้า	92,530.0	10,132.0	106,853.0
ร้อยละ	54.4	42.5	47.1
ฮอนด้า	50,093.0	10,037.0	81,888.0
ร้อยละ	29.4	42.1	36.1
เชฟโรเลต	7,602.0	762.0	10,172.0
ร้อยละ	4.5	3.2	4.5

ที่มา. จาก ปี 51 ปีคยอดขายรถ 6.15 แสนคันลง 2.5% โตโยต้าคาดปีนี้ร่วงหนัก 15%, โดย
 เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2552, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.manager.co.th/Motoring/ViewNews.aspx?NewsID=9520000004269>

ตาราง 4

ตัวเลขยอดขายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2550	ธันวาคม พ.ศ. 2551	มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2551
รวมทั้งหมด	40,585.0	31,210.0	334,282.0
ร้อยละ	100.0	100.0	100.0
โตโยต้า	173,184.0	14,809.0	141,249
ร้อยละ	42.7	47.4	42.3
อีซูซุ	140,589.0	10,839.0	125,860.0
ร้อยละ	34.6	34.7	37.7
นิสสัน	23,559.0	2,097.0	23,559.0
ร้อยละ	7.0	6.7	7.0

ที่มา. จาก ปี 51 ปียอดขายรถ 6.15 แสนคันลง 2.5% โตโยต้าคาดปีนี้ร่วงหนัก 15%, โดย
 เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2552, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.manager.co.th/Motoring/ViewNews.aspx?NewsID=9520000004269>

จะเห็นได้ว่า มีการเปลี่ยนแปลงผู้นำตลาดหรือผู้มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยมาก
 ดังนั้นภาวะของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยจึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาถึงการ-
 กระจุกตัวว่าอยู่ในระดับใดและผู้ผลิตแต่ละรายมีพฤติกรรมการแข่งขันกันอย่างไร

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้างตลาด
 การกระจุกตัวของผู้ผลิตและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม-
 รถยนต์ไทยทั้งทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายใหม่ใช้ใ-
 การประกอบการตัดสินใจเพื่อเข้าสู่ตลาด และดำเนินกิจการให้มีพฤติกรรมสอดคล้องกับ
 ลักษณะโครงสร้างตลาด

ตาราง 5

ตัวเลขยอดขายรายรถยนต์รวมทุกประเภทปี พ.ศ. 2552

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2551		มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2552	
	คัน	ร้อยละ	คัน	ร้อยละ
รวมทั้งหมด	615,270	100.0	548,871	100.0
โตโยต้า	262,209	42.6	230,585	42.0
อิชูซุ	133,390	21.7	110,969	20.2
ฮอนด้า	90,807	14.8	93,409	17.0

ที่มา. จาก ตลาดรถยนต์ปี 2552 ยอดขายรวม 548,871 คัน ลดลง 10.8% โตโยต้า ภาค
ตลาดรถยนต์รวมปี 2553 เติบโต 9% ตั้งเป้าครองส่วนแบ่ง 42.8%, โดย บริษัท มอเตอร์-
ทริเวีย จำกัด, 2553, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.motortrivia.com/section-bizzes-news-02/318-toyota-sale-report/toyota-sales-report.html>

ตาราง 6

ตัวเลขยอดขายรายรถยนต์นั่งปี พ.ศ. 2552

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2551		มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2552	
	คัน	ร้อยละ	คัน	ร้อยละ
รวมทั้งหมด	226,805	100.0	230,037	100.0
โตโยต้า	106,853	47.1	100,747	43.8
ฮอนด้า	81,888	36.1	81,125	38.3
นิสสัน	7,694	3.5	9,539	4.1

ที่มา. จาก ตลาดรถยนต์ปี 2552 ยอดขายรวม 548,871 คัน ลดลง 10.8% โตโยต้า ภาค
ตลาดรถยนต์รวมปี 2553 เติบโต 9% ตั้งเป้าครองส่วนแบ่ง 42.8%, โดย บริษัท มอเตอร์-
ทริเวีย จำกัด, 2553, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.motortrivia.com/section-bizzes-news-02/318-toyota-sale-report/toyota-sales-report.html>

ตาราง 7

ตัวเลขยอดขายรายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ปี พ.ศ. 2552

(หน่วย: คัน)

	สัดส่วนการตลาด พ.ศ. 2551		มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2552	
	คัน	ร้อยละ	คัน	ร้อยละ
รวมทั้งหมด	334,282.0	100.0	318,834.0	100.0
โตโยต้า	173,184.0	42.7	129,838.0	40.7
อิซูซุ	140,589.0	34.6	110,969.0	34.8
นิสสัน	23,559.0	7.0	20,862.0	6.5

ที่มา. จาก ตลาดรถยนต์ปี 2552 ยอดขายรวม 548,871 คัน ลดลง 10.8% โตโยต้า ครอบครองตลาดรถยนต์รวมปี 2553 เติบโต 9% ตั้งเป้าครองส่วนแบ่ง 42.8%, โดย บริษัท มอเตอร์-ทริวีแฉ จำกัด, 2553, ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.motortrivia.com/section-bizzes-news-02/318-toyota-sale-report/toyota-sales-report.html>

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

สมมติฐานของการศึกษา

1. อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยจะมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยรายที่เป็นรายใหญ่
2. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรถยนต์มีพฤติกรรมการแข่งขันทั้งแบบราคา และแบบไม่ใช่ราคา

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาและวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยโดยศึกษาจากถนัดส่วนบุคคล และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ จากผู้ผลิตรายใหญ่ และศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2548-2552

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ที่รวบรวมจากเอกสารส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สถาบันยานยนต์ และธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลบรรยายเชิงพรรณนาให้เห็นสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรถยนต์ และเพื่อใช้ในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์

วิธีการศึกษาวิเคราะห์

การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) มีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) เพื่อแสดงให้เห็นถึง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย และการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย โดยได้ดำเนินการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตทั้งด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) โดยใช้ทฤษฎีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่

1. อัตราส่วนการกระจุกตัว (concentration ratio)

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

กำหนดให้

CR_n = อัตราส่วนการกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจจำนวน n หน่วย

S_i = ยอดขายของหน่วยธุรกิจที่ i

T = ยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

2. Size-Ratio (W)

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

หลักเกณฑ์การพิจารณา คือ ถ้าค่า Size-Ratio (W) ที่คำนวณได้ คือ

2.1 มีค่า $W < 16$ แสดงว่า ขนาดธุรกิจต่าง ๆ มีความใกล้เคียงกัน

2.2 มีค่า $W > 16$ แสดงว่า ขนาดธุรกิจต่าง ๆ มีความแตกต่างกันมาก

กรณีที่ 1 อุตสาหกรรมที่มีค่า CR_n และค่า W สูง แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมี

อำนาจผูกขาดสูง

กรณีที่ 2 อุตสาหกรรมที่มีค่า CR_n และค่า W ต่ำ แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมี

อำนาจผูกขาดน้อยกว่าในกรณีแรก ซึ่งอาจมีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดผู้ขาย

น้อยราย อันนำไปสู่การรวมตัวหรือการแข่งขัน

3. ดัชนี Herfindahl-Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index--HHI) เป็นดัชนีที่

ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมวิธีหนึ่งที่ได้จากการรวมค่ากำลังสองของสัดส่วน

ยอดขายของแต่ละหน่วยธุรกิจเมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม ซึ่งมีสูตร

ในการคำนวณ ดังนี้

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

กำหนดให้

S_i = ยอดขายของหน่วยธุรกิจที่ i

T = ยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมรถยนต์ หมายถึง หน่วยธุรกิจทั้งที่ เป็นผู้ผลิต และผู้ประกอบการ
จำหน่ายรถยนต์

รถยนต์นั่ง หมายถึง รถเก๋งหรือรถยนต์สำหรับนั่งเป็นปกติวิสัย มีวัตถุประสงค์
เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ

รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ หมายถึง รถยนต์ที่มีไว้เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์
ทางด้านการค้า การบริการขนส่ง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หรือ
เพื่อการใช้ในการบรรทุกโดยสาร โดยผลประโยชน์ที่ได้รับอาจจะเป็นในรูปของตัวเงิน
หรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์
สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายใหม่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจเพื่อ
เข้าสู่ตลาด และดำเนินการให้มีพฤติกรรมสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างตลาด