

## บทที่ 5

### วิเคราะห์ผล

การประเมินนโยบายลดภาษีรถยนต์ เพื่อพิสูจน์ว่าวัตถุประสงค์หลักของรัฐบาลได้สัมฤทธิ์ผลตามที่ต้องการหรือไม่ และเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาด ซึ่งแบ่งการศึกษาเป็น การศึกษาผลที่มีต่อราคาและการศึกษาผลที่มีต่อการแข่งขัน จากดัชนีต่าง ๆ ปรากฏผลดังนี้

#### 5.1 ผลที่มีต่อราคา

5.1.1 ดัชนีราคารถยนต์ ศึกษาว่าราคารถยนต์ลดลงตามอัตราภาษีหรือไม่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีในวันที่ 3 ก.ค. 34 ทำให้ภาระภาษีในการผลิตรถยนต์นั่งขนาดต่ำกว่า 2,300CC ลดลงร้อยละ 29.9 และรถยนต์นั่งขนาดสูงกว่า 2,300CC ลดลงร้อยละ 15.2 จากผลการศึกษาพบว่า หลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 ผู้ผลิตต่างลดราคารถยนต์ลงมา โดยรถยนต์แต่ละขนาดมีการปรับราคาลดลง ดังนี้

ตารางที่ 5.1 การเปลี่ยนแปลงของราคารถยนต์หลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษี  
3 ก.ค. 2534

รถยนต์นั่งขนาด	ราคาลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ	โดยเฉลี่ยร้อยละ
1,300 CC	12-15	14.28
1,500 CC	12-14	13.81
1,600 CC	9-29	16.59
1,800 CC	15-34	20.72
2,000 Low	12-20	16.30
2,000 High	13-21	15.94
>2,300 CC	2-22	12.28

ที่มา: จากการคำนวณ

โดยเฉลี่ยทั้งหมดในรถยนต์ทุกขนาดหลังปรับโครงสร้างภาษีแล้วราคาลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ 12-20 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราภาษีที่ลดลง\* จะเห็นได้ว่ารถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,300CC ราคาลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ 9-34 โดยมีอัตราเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 16.27 ในขณะที่อัตราภาษีลดลงร้อยละ 29.9 ส่วนรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,300CC ราคาลดลงอยู่ในช่วง ร้อยละ 2-22 โดยอัตราเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.28 และอัตราภาษีลดลงร้อยละ 15.2 จะเห็นได้ว่ารถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,300CC อัตราการลดลงของราคาน้อยกว่าอัตราการลดลงของภาษีมาก ส่วนรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,300CC อัตราการลดลงของราคาและอัตราการลดลงของภาษีอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

\* รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ค.

สำหรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีในวันที่ 1 ม.ค. 35 ทำให้  
ภาวะภาษีในการผลิตรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น โดยรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,400CC ภาวะภาษีเพิ่มขึ้น  
ร้อยละ 10.73 และรถยนต์นั่งขนาดสูงกว่า 2,400CC\*\* ภาวะภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.24  
ซึ่งมีผลให้ภาวะภาษีเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 ของรถยนต์ขนาด  
สูงกว่า 2,400CC ลดลงเพียงร้อยละ 4.76 และรถยนต์นั่งขนาดต่ำกว่า 2,400CC ลดลง  
ร้อยละ 22.35 (ดังตาราง)

---

\*\*หมายเหตุ ในการปรับใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม 1 ม.ค. 35 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์  
การแบ่งขนาดรถยนต์จากขนาด 2,300CC เป็นขนาด 2,400CC เพื่อให้อัตราภาษีของรถยนต์  
ที่มีขนาดใกล้เคียงกันอยู่ในอัตราเดียวกัน

ตารางที่ 5.2 ภาวะภาษีก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษี

	ก่อน <sup>1</sup> ก.ค.34 (1)	หลัง <sup>2</sup> ก.ค.34 (2)	ภาวะภาษี <sup>3</sup> ที่ลดลง (2)-(1) (1)	ตั้งแต่ <sup>4</sup> 1 ม.ค.35 (3)	ภาวะภาษี <sup>5</sup> ที่เปลี่ยนแปลง (3)-(2) (2)	ภาวะภาษีที่ <sup>6</sup> เปลี่ยนแปลงไป จากก่อนปรับ โครงสร้างภาษี 3 ก.ค.34 (3)-(1) (1)
<b>รถยนต์นั่ง</b>						
1. เกิน 2,400CC						
-นำเข้า CBU	616.80	210.88	-65.8%	210.53	-0.17%	-65.87%
-นำเข้า CKD	125.30	106.32	-15.2%	119.33	+12.24%	-4.76%
2. ไม่เกิน 2,400CC						
-นำเข้า CBU	401.76	137.62	-65.7%	137.23	-0.28%	-65.84%
-นำเข้า CKD	125.30	87.87	-29.9%	97.30	+10.73%	-22.35%

ที่มา: <sup>1,2,4</sup> ธนาคารแห่งประเทศไทย  
<sup>3,5,6</sup> จากการคำนวณ

ผลการศึกษา การเปลี่ยนแปลงของราคาหลังปรับภาษีมูลค่าเพิ่ม  
ผู้ผลิตได้มีการเปลี่ยนแปลงราคารถยนต์ขนาดต่าง ๆ ดังนี้



ตารางที่ 5.3 การเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องยนต์หลังปรับภาษีมูลค่าเพิ่ม 1 ม.ค. 2535

รถยนต์นั่งขนาด	ราคาลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ	โดยเฉลี่ยร้อยละ
1,300 CC	-7.54 - +12.30	4.62
1,500 CC	-3.05 - +3.33	0.14
1,600 CC	+2.83 - +4.12	3.56
1,800 CC	-8.08 - +21.88	2.86
2,000 Low	-1.91 - +3.57	0.42
2,000 High	-17.13 - +2.03	-4.69
>2,300 CC	-5.36 - -12.30	-7.69

ที่มา: จากการคำนวณ

หลังจากใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งภาระภาษีของรถยนต์ได้เพิ่มขึ้นทั้งรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,400CC และสูงกว่า 2,400CC โดยรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,400CC ภาระภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.73 และรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,400CC ภาระภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.24 เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเครื่องยนต์หลังปรับภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว จะพบว่าราคาเครื่องยนต์ในแต่ละยี่ห้อที่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น ลดลง และคงที่ ขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัท แต่โดยเฉลี่ยแล้วรถยนต์แต่ละขนาดได้มีการปรับราคาอยู่ในช่วงร้อยละ -7.69 ถึงร้อยละ 4.62 โดยรถยนต์ขนาด 1,300CC - 2,000 Low CC ราคาเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 0.14 - 4.62 ส่วนรถยนต์ขนาด 2,000 High และรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,300CC ราคาได้มีการปรับลดจ้อยละ 4.69 และ 7.69 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า รถยนต์แต่ละขนาดมีการปรับราคาน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของภาษีมูลค่าเพิ่ม ผู้ผลิตรับภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากหลังปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 ผู้ผลิตต่างปรับราคาลดลงน้อยกว่าภาษีที่รัฐบาลลดลง ดังนั้นการปรับ

ราคาหลัง 1 ม.ค. 35 จึงเป็นไปตามภาวะการแข่งขันของตลาด ผู้ผลิตไม่สามารถเพิ่มราคาขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของภาษี เพราะต่างต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูดผู้บริโภคและรักษาส່วแบ่งของตลาดไว้ ราคารถยนต์จึงไม่เพิ่มขึ้นเท่าภาวะภาษีที่เพิ่มขึ้น และรถยนต์บางยี่ห้อได้มีการลดราคาลงมาอีก เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

การเปลี่ยนแปลงของราคาหลังปรับภาษีมูลค่าเพิ่มจนถึง ก.ค. 2536 แยกตามขนาดต่าง ๆ เป็นดังนี้

ตารางที่ 5.4 การเปลี่ยนแปลงของราคารถยนต์ช่วงการคลี่คลายของตลาด 1 ม.ค. 36 - 30 ก.ค. 36

รถยนต์นั่งขนาด	ราคาเปลี่ยนแปลงอยู่ในช่วง ร้อยละ	โดยเฉลี่ยร้อยละ
1,300 CC	0.00 - 5.64	1.85
1,500 CC	0.40 - 4.65	2.36
1,600 CC	-0.90 - 7.90	2.87
1,800 CC	0.79 - 12.40	3.63
2,000 Low	0.69 - 6.08	3.22
2,000 High	1.30 - 26.03	3.39
>2,300 CC	0.00 - 7.75	2.23

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบราคาเครื่องยนต์ช่วงการคลี่คลายของตลาด (30 ก.ค. 36)  
กับก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34

รถยนต์นั่งขนาด	การเปลี่ยนแปลงของราคา ลดลงร้อยละ	โดยเฉลี่ยลดลงร้อยละ
1,300 CC	4.88 - 17.65	10.38
1,500 CC	11.52 - 13.85	12.69
1,600 CC	6.46 - 29.13	13.43
1,800 CC	12.00 - 24.03	16.90
2,000 Low	10.45 - 19.14	14.80
2,000 High	-21.48 - +11.22	9.00
>2,300 CC	2.39 - 20.07	13.33

ที่มา: จากการคำนวณ

#### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 1,300CC

หลังจากใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเครื่องยนต์มีการปรับเพิ่มขึ้น  
ลดลงและคงที่ แต่โดยเฉลี่ยรวมแล้วราคาปรับตัวสูงขึ้นไปร้อยละ 4.62 เพราะมีการออก  
รถรุ่นใหม่ และตั้งราคาสูงกว่าเดิมมากทำให้ราคาเฉลี่ยทั้งหมดสูงขึ้น หลังจากนั้นราคาได้เพิ่ม  
ขึ้นเล็กน้อยในปี 2536 จากอัตราแลกเปลี่ยนและต้นทุนที่เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาราคาที่  
เปลี่ยนแปลงไป ก่อนลดภาษี 34 จนถึงเดือน ก.ค. 36 พบว่าราคาเครื่องยนต์ยังต่ำกว่าก่อน  
ปรับภาษีอยู่ในช่วงร้อยละ 4-17 ซึ่งเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 10.38

#### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 1,500CC

หลังจากใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเครื่องยนต์ฮอนด้าได้รับตัวสูงขึ้น  
3.33% ส่วนนิติบุคคลปรับราคาลดลง 3.05% เนื่องจากได้หันมาประกอบในประเทศแทนการ

นำเข้า เจลลี่แล้วราคาจึงไม่ได้ปรับขึ้นมากนัก ส่วนในปี 2536 ราคาของทุกบริษัทได้ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 0.4-4.6 แต่ยังทำให้ราคารถยนต์ถูกกว่าก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 อยู่ในช่วงร้อยละ 11-13 โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.69

#### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 1,600CC

หลังปรับและใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม รถยนต์ค่ายญี่ปุ่นเกือบทุกบริษัทปรับราคาขึ้นไป อยู่ในช่วงร้อยละ 2.8-4.1 และราคาได้ปรับสูงขึ้นไปอีกต้นปี 2536 จากข้อกำหนดในการติดตั้งเครื่องกรองอากาศเสีย Catalytic Converter ที่ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ผู้ผลิตปรับราคาขึ้นไปตั้งแต่ร้อยละ 0.79 จนถึงร้อยละ 7.90 ทำให้รถยนต์ญี่ปุ่นมีราคาสูงขึ้นทุกยี่ห้อ และราคาเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนปรับภาษี 3 ก.ค. 34 ลดลงมาเพียงร้อยละ 10.37 เทียบจากเดิมซึ่งลดลงมาถึงร้อยละ 15.31 ส่วนรถยนต์ยุโรปซึ่งได้แก่ ซิตร็องและเพอร์โยต์ ไม่มีการปรับราคาสูงขึ้นอีก และซิตร็องลดราคาลงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 0.9 ในปี 2536 ซึ่งโดยเฉลี่ยทั้งหมดแล้วราคามีการปรับตัวต่ำกว่าก่อนลดภาษี 3 ก.ค. 34 เหลือร้อยละ 13.43

#### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 1,800CC

หลังปรับใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคารถยนต์มีทั้งปรับตัวสูงขึ้นและลดลง สังเกตได้ว่ายี่ห้อที่มีการปรับลดลงในอัตราสูงมากตอนปรับภาษี 3 ก.ค. 34 นั้น จะเพิ่มราคาขึ้นทั้งหมด ส่วนยี่ห้อที่มีการปรับลดลงในอัตราต่ำกว่ายี่ห้ออื่นจะมีการปรับลดลงอีกครั้งหนึ่ง เช่น B.M.W และนิสสัน ปรับราคาลงมาถึงร้อยละ 34.2 และ 20.0 ตามลำดับ หลังนำภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้ทั้งสองยี่ห้อจะปรับราคาสูงขึ้น โดย B.M.W. ปรับสูงขึ้นถึงร้อยละ 21.88 และนิสสันปรับสูงขึ้นร้อยละ 4.13 ส่วนยี่ห้ออื่น ๆ ที่ปรับลดในอัตราน้อย ประมาณร้อยละ 15-17 จะมีการปรับราคาลดลงอีกเล็กน้อย เนื่องจากรถยนต์ขนาด 1,800CC เป็นขนาดที่ไม่ค่อยได้รับความนิยม การปรับราคาจะปรับตามผู้ประกอบการอื่น ๆ ในตลาด เมื่อเปรียบเทียบกับราคาก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 แล้วพบว่า ราคาได้ปรับตัวลดลงมาอยู่ในช่วงร้อยละ 12-24 โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 17 ซึ่งเทียบจากเดิม (หลัง 3 ก.ค. 34) ที่ปรับลงมาถึงร้อยละ 15-34 เฉลี่ยร้อยละ 20.72

### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 2,000 Low CC

หลังปรับใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม มีทั้งการปรับราคาลดลงและเพิ่มขึ้น การปรับราคาลดลงจะอยู่ในช่วงร้อยละ 0.07-1.91 และการปรับราคาเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 2.2-3.57 แต่ราคาเครื่องยนต์ได้เพิ่มขึ้นทุกยี่ห้อในปี 2536 ซึ่งมีอัตราการเพิ่มตั้งแต่ร้อยละ 0.69 ถึงร้อยละ 6.08 (ยกเว้นเปอร์โยต์) เมื่อเปรียบเทียบกับราคาหลังปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 พบว่า แต่ละยี่ห้อได้มีการปรับราคาขึ้นมาประมาณ 2-4% โดยราคายังต่ำกว่าก่อนปรับภาษี 3 ก.ค. 34 อยู่ในช่วงร้อยละ 10-19 โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 14.80

### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาด 2,000 High CC

หลังปรับใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเครื่องยนต์เกือบทุกยี่ห้อได้รับลดลง อยู่ในช่วงร้อยละ 0.13 ถึงร้อยละ 17.13 ยกเว้นโตโยต้าที่ปรับราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.03 แต่ราคาเครื่องยนต์ทุกยี่ห้อได้รับสูงขึ้นในปี 2536 โดยมีอัตราการเพิ่มอยู่ในช่วงร้อยละ 1.3-26.03 ทำให้ราคาเครื่องยนต์ลดลงจากก่อนปรับภาษี 3 ก.ค. 34 อยู่ในช่วงร้อยละ 13-21 โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 16.70 แต่เมื่อรวมรถยนต์ที่มีการออกรุ่นใหม่ขึ้นมาแทนและปรับราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 26.03 จนทำให้ราคาสูงขึ้นกว่าก่อนลดภาษี 3.ค. 34 ถึงร้อยละ 11.22 แล้ว จะทำให้ราคาเฉลี่ยของรถยนต์ต่ำกว่าก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 เพียงร้อยละ 9.0 เทียบจากเดิมถึงร้อยละ 15.94

### การเปลี่ยนแปลงราคาของรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,300CC ขึ้นไป

หลังปรับใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเครื่องยนต์เกือบทุกยี่ห้อได้รับลดลง โดยมีอัตราการลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ 5-12 และได้ปรับสูงขึ้นอีกครั้งในอัตราเดิมในปี 2536 ยกเว้นบางยี่ห้อที่ปรับราคาลงมาแล้วไม่ได้ปรับขึ้นไปอีก ทำให้ราคาเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 ลดลงอีก ซึ่งเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 13.33 มากกว่าการลดภาษีในครั้งแรก ซึ่งเฉลี่ยเพียงร้อยละ 12.28

จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีทำให้ราคาเครื่องยนต์ลดลง แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของราคาจะน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของภาษี แต่ราคาเครื่องยนต์โดยทั่วไปก็อยู่ในระดับต่ำกว่าก่อนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34

เมื่อพิจารณาจากดัชนีราคาหรือราคาเฉลี่ยของรถยนต์\* พบว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 ทำให้ดัชนีราคาเปลี่ยนแปลงลดลงอยู่ในช่วงร้อยละ 9 ถึงร้อยละ 23 ซึ่งเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 15 โดยรถยนต์ขนาด 1,800CC มีการลดราคาลงมาสูงที่สุดถึงร้อยละ 23.18 รองลงมาเป็นรถยนต์ขนาด 1,600CC ลดลงร้อยละ 16.85 รองลงมาเป็นรถยนต์ขนาด 2,300CC ทั้ง 2,000 Low และ 2,000 High ลดลงร้อยละ 15.79 และ 15.85 ตามลำดับ รองลงมาเป็นรถยนต์ขนาด 1,300CC ลดลงร้อยละ 13.82 รองลงมาเป็นรถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,300CC ลดลงร้อยละ 11.41 ส่วนรถยนต์ขนาด 1,500CC มีการลดราคาลงน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 9.03 ซึ่งรถยนต์ทุกขนาดลดราคาน้อยกว่าภาษีที่รัฐบาลลดลง และเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของราคาพบว่า ราคามีการเปลี่ยนแปลงค่อย ๆ ชับสูงขึ้นมาตลอดในปี 2535 และ 2536 แต่ยังคงต่ำกว่าราคาก่อนปรับภาษีอยู่ในช่วง 7-16% โดยเฉลี่ยยังแตกต่างกันอยู่ร้อยละ 12 เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดปรากฏผลดังนี้

รถยนต์นั่งขนาด 1,300CC หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่มราคาเปลี่ยนแปลงลดลงเล็กน้อย หลังจากนั้นราคาค่อย ๆ ชับสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปี 2536 ราคาเพิ่มขึ้นจากเดิม (หลัง ก.ค. 34) ประมาณ 7%

รถยนต์นั่งขนาด 1,500CC หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่มราคามีการปรับลดลงเล็กน้อยประมาณ 2.7% และได้ปรับเพิ่มขึ้นมาต้นปี 2536 ประมาณ 2.2% ทำให้ราคาต่ำกว่าเดิม (หลัง ก.ค. 34) เพียง 0.49%

รถยนต์นั่งขนาด 1,600CC หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณ 2% และหลังติดตั้ง Catalytic Converter 1 ม.ค. 36 ราคาเพิ่มขึ้นอีก 2%

รถยนต์นั่งขนาด 1,800CC หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ดัชนีราคาลดลงเพียง 0.03% หลังจากนั้นราคาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ประมาณ 7.1% ในปี 2535 และเพิ่มขึ้นอีก 3.4% ในปี 2536

\*หมายเหตุ ดัชนีราคาของรถยนต์คำนวณจากสูตร 
$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n}$$
 ไม่ใช่ราคาเฉลี่ย

ถ่วงน้ำหนักยอดขายของรถยนต์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของยอดขายทำให้ดัชนีเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งไม่ใช่ผลการวิเคราะห์ที่เราต้องการ เราต้องการผลการวิเคราะห์ที่มาจากราคา



รถยนต์นั่งขนาด 2,000 Low หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาเพิ่มขึ้นประมาณ 0.8% และได้ขยับเพิ่มขึ้นอีก 1.1% ในปี 2535 และเพิ่มขึ้นอีก 2% ในปี 2536

รถยนต์นั่งขนาด 2,000 High หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาลดลง 2.2% และขยับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยปลายปี 2535 ประมาณ 0.6% และเพิ่มขึ้นอีก 2% ในปี 2536

รถยนต์นั่งขนาด > 2,300 CC หลังใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาลดลง 6.9% หลังจากนั้นราคาได้เพิ่มขึ้นประมาณ 11.9% ในปี 2536

จะเห็นได้ว่าจากการพิจารณาดัชนีราคา จากตารางและจากราคาเฉลี่ยแล้ว ราคารถยนต์มีการปรับตัวสูงขึ้นอีกในปี 2535 และ 2536 หลังจากได้ปรับลดลงมาตอนปรับโครงสร้างภาษี 3 ก.ค. 34 แต่ราคาก็ยังต่ำกว่าก่อนประกาศนโยบายของรัฐบาลอยู่ในช่วงร้อยละ 9-16 เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.9

การปรับราคาของรถยนต์ขึ้นอยู่กับแต่ละยี่ห้อซึ่งได้รับความนิยมมากน้อยเพียงใด รถยนต์รุ่นที่ได้รับความนิยมน้อย มีการนำกลยุทธ์การลดราคาลงมามากกว่าการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อเร่งระบายสต็อก โดยเฉพาะรถยนต์รุ่นเก่า ๆ เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษคือ การลดราคาโดยตัวของมันเองจะเป็นการลดคุณค่าและความนิยมลงด้วย ดังนั้นผู้ผลิตจะไม่ใช้กลยุทธ์ในการลดราคาเพื่อระบายสต็อกสินค้าเหมือนสินค้าอื่น ๆ ในภาวะปกติ ส่วนรถยนต์ที่เป็นที่นิยมของตลาด มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโดยออกรถยนต์รุ่นใหม่มาแทนรถยนต์รุ่นเดิมและปรับราคาสูงขึ้น

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงราคา ผู้ผลิตเปลี่ยนแปลงราคาน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงภาษี ซึ่งแสดงถึงภาวะการแข่งขันในตลาด ยังไม่ใช่ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ตามหลักทฤษฎีภาวะภาษี และยังคงมีการผูกขาดอยู่ในตลาดรถยนต์ทำให้ผู้ผลิตไม่ลดราคารถยนต์ลงมามากเท่าที่ควรจะเป็น แม้ว่าผู้ผลิตจะมีการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น แต่ภาวะการผูกขาดในตลาดรถยนต์ยังไม่หมดไป เนื่องจากผู้ผลิตยังคงเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ในการลดภาษีมากกว่าที่ผู้บริโภคได้รับ ดังจะเห็นได้จาก ภาวะภาษีที่ลดลงของรถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2,400CC ภาวะภาษีลดลง 22.35% แต่การลดลงของราคาอยู่ในช่วง 1.85-3.39% ส่วน

รถยนต์ขนาดสูงกว่า 2,400CC ภาวะภาษีลดลง 4.76% ส่วนราคาลดลง 2.23% ซึ่งผู้ผลิตลดราคาให้กับผู้บริโภคน้อยกว่าการลดลงของภาษีมาก

5.1.2 อัตราส่วนกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับ โดยหาอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายของแต่ละบริษัทในกลุ่มเฉลี่ย เพื่อเปรียบเทียบกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับก่อนและหลังลดภาษี ว่าการปรับราคาลดลงมานั้นกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร โดยบริษัทในแต่ละกลุ่มจะประกอบด้วยบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทในกลุ่มรถญี่ปุ่น ได้แก่ โตโยต้า มิตซูบิชิ นิสสัน และฮอนด้า บริษัทในกลุ่มรถยุโรป ได้แก่ เบนซ์ B.M.W. และวอลโว่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มรถญี่ปุ่น กำไรสุทธิต่อยอดขายของทุกบริษัทลดลงในปี 2534 จากการปรับราคาจำหน่ายรถยนต์ลง ซึ่งหมายถึงว่า กำไรเฉลี่ยต่อหน่วยของทุกบริษัทลดลงจากที่ได้เพิ่มขึ้นจนเกือบเท่าตัวในทุกบริษัทในปี 2533 (ยกเว้นนิสสัน) โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 61 ของกำไรต่อหน่วยในปี 2532 ซึ่งปี 2532 สัดส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายหรือกำไรต่อหน่วยเฉลี่ยทุกบริษัทเท่ากับ 23,288 บาทต่อคัน เพิ่มขึ้นเป็น 37,529 บาทต่อคันในปี 2533 และลดลงเหลือ 9,505 บาทต่อคันในปี 2534 ซึ่งลดลงถึง 75% หรือ 3 ใน 4 ของกำไรต่อหน่วยในปี 2533 เนื่องมาจากการปรับราคาจำหน่ายรถยนต์จากสต็อกรถยนต์ที่เสียภาษีในอัตราเดิม ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายขาดทุน กำไรต่อหน่วยจึงลดลงมาก แต่ในปี 2535 กำไรต่อหน่วยของทุกบริษัทได้เพิ่มขึ้น หลังจากสต็อกรถยนต์เก่าและชิ้นส่วนที่เสียภาษีในอัตราเดิมลดลงและหมดไป (ในบางบริษัท) โดยไม่มีการปรับราคาจำหน่ายลดลงอีก ทำให้กำไรต่อหน่วยเฉลี่ยทุกบริษัทกลับเพิ่มสูงขึ้นไปอีกเป็น 20,066 บาทต่อคัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากำไรต่อหน่วยที่ผู้ประกอบการได้รับยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สำหรับกลุ่มรถยนต์ยุโรป กำไรต่อหน่วยของ วอลโว่ เพิ่มขึ้นมา โดยตลอดทั้งก่อนและหลังลดภาษีและเปิดให้เข้าเสรี ส่วนเบรชประสภาวะการขาดทุนในปี

2533 และ 2534\* ส่งผลให้กำไรต่อหน่วยเฉลี่ยในกลุ่มมรทยุโรปลดลงจาก 88,959 บาทต่อคันในปี 2532 เหลือ 38,992 บาทต่อคันในปี 2533 และลดลงเหลือ 24,186 บาทต่อคันในปี 2534 หลังจากการเปิดให้นำเข้าเสรีและลดภาษี บริษัทมรทเบนซ์มีการนำรถยนต์เข้ามาเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมสูง ทำให้ผลการดำเนินงานของเบนซ์มีกำไรต่อหน่วยเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากที่ขาดทุนถึง 75,553 บาทต่อคันในปี 2534 เป็นกำไรถึง 81,724 บาทต่อคันในปี 2535 ส่งผลให้กำไรต่อหน่วยเฉลี่ยในกลุ่มมรทยุโรปเพิ่มสูงขึ้นถึง 123,579 บาทต่อคันในปี 2535

กำไรของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นนี้มาจาก 2 ส่วน คือ การประสบความสำเร็จในการดำเนินการทางการตลาดและเลิกประกอบรถยนต์ที่มีจำนวนความต้องการน้อยซึ่งมีต้นทุนสูงหันมานำเข้าแทนทำให้ต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น อีกส่วนหนึ่งมาจากการลดภาษีทั้งชิ้นส่วนนำเข้า CKD และรถยนต์สำเร็จรูปนำเข้า CBU ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการต่ำลง ซึ่งผู้ประกอบการได้ลดราคาให้กับผู้บริโภคน้อยกว่าการลดลงของภาษีส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้นด้วย จะเห็นได้ว่านโยบายลดภาษี และเปิดให้นำเข้าเสรีของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพและการประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทมรท ที่ทำให้ผลการดำเนินงานซึ่งวัดในรูปอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายเฉลี่ยสูงขึ้น

\*หมายเหตุ การที่เบนซ์ประสบภาวะขาดทุนในปี 2533 และ 2534 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่ค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นอย่างมากประมาณ 2.5 เท่าตัว ในปี 2533 และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2534 ต้นทุนขายของบริษัทได้เพิ่มขึ้นมาก รวมทั้งบริษัทมีดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายและหนี้ครบกำหนดชำระเป็นจำนวนมาก และยังมีการลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้องอีก นอกจากนี้บริษัทยังมีสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะวัตถุดิบและวัสดุโรงงาน และงานระหว่างทำ ทำให้ค่าใช้จ่ายของบริษัทสูงกว่ารายได้ที่ได้รับมาก จึงมีกำไรสุทธิเป็นลบ (หรือขาดทุนสุทธิ) ส่วนในปี 2535 บริษัทประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน ต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงอย่างมาก รวมทั้งรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าตัว และสินค้าคงเหลือมีเป็นจำนวนน้อย บริษัทจึงมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นมาก



## ตารางที่ 5.6 ค่าเฉลี่ยของกำไรสุทธิต่อยอดขายในปี 2532

ยี่ห้อ	ยอดขาย <sup>1</sup> (คัน)	กำไรสุทธิ <sup>2</sup> (บาท)	กำไรสุทธิต่อยอดขาย <sup>3</sup> (บาท/คัน)
โตโยต้า	13,738	198,603,061.68	14,456.48
มิตซูบิชิ	6,303	307,120,464.21	48,726.08
นิสสัน	5,515	100,953,032.89	18,305.17
ฮอนด้า	10,470	122,128,230.14	11,664.59
เฉลี่ยกลุ่มรถญี่ปุ่น	9,007	-	23,288.08
เบนซ์	1,844	176,964,247.27	95,967.60
B.M.W.*	2,341	N.A.	N.A.
วอลโว่	2,218	181,766,681.00	81,950.71
เฉลี่ยกลุ่มรถยุโรป	2,134	-	88,959.16
เฉลี่ยทั้งหมด	6,061	-	45,178.44

ที่มา: <sup>1</sup>ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>2</sup>กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

<sup>3</sup>จากการคำนวณ = (2) ÷ (1)

\*หมายเหตุ B.M.W. ไม่มีข้อมูลเนื่องจากบริษัทขนตรกิจไม่มีงบการเงินในการดำเนินงานในปี 2532 และ 2533 จึงไม่นำ B.M.W. เข้ามาวิเคราะห์กำไรสุทธิต่อยอดขายในกลุ่มรถยุโรป

ตารางที่ 5.7 ค่าเฉลี่ยของกำไรสุทธิต่อยอดขายในปี 2533

ยี่ห้อ	ยอดขาย <sup>1</sup> (คัน)	กำไรสุทธิ <sup>2</sup> (บาท)	กำไรสุทธิต่อยอดขาย <sup>3</sup> (บาท/คัน)
โตโยต้า	19,600	550,709,392.98	28,097.42
มิตซูบิชิ	8,535	642,872,806.83	75,321.95
นิสสัน	10,408	126,396,468.13	12,144.16
ฮอนด้า	11,909	411,494,717.33	34,529.20
เฉลี่ยกลุ่มรถยนต์ญี่ปุ่น	12,613	-	37,529.20
เบนซ์	1,891	-56,384,410.37	-29,553.25
B.M.W.	3,189	N.A	N.A
วอลโว่	2,799	301,736,069.00	107,801.38
เฉลี่ยกลุ่มรถยนต์ยุโรป	2,626	-	38,992.06
เฉลี่ยทั้งหมด	8,333	-	38,012.81

ที่มา: <sup>1</sup>ธนาคารแห่งประเทศไทย<sup>2</sup>กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์<sup>3</sup>จากการคำนวณ = (2)÷(1)



ตารางที่ 5.8 ค่าเฉลี่ยของกำไรสุทธิต่อยอดขายในปี 2534

ยี่ห้อ	ยอดขาย <sup>1</sup> (คัน)	กำไรสุทธิ <sup>2</sup> (บาท)	กำไรสุทธิต่อยอดขาย <sup>3</sup> (บาท/คัน)
โตโยต้า	23,319	398,505,918.65	17,089.32
มิตซูบิชิ	6,668	72,919,507.55	10,935.74
นิสสัน	13,083	10,600,156.31	810.22
ฮอนด้า	10,855	99,712,719.70	9,185.88
เฉลี่ยกลุ่มรถญี่ปุ่น	13,481	-	9,505.29
เบนซ์	2,401	-181,403,092.98	-75,553.14
B.M.W.	2,110	N.A	N.A
วอลโว่	3,547	439,176,270.00	123,816.26
เฉลี่ยกลุ่มรถยุโรป	2,686	-	24,186.56
เฉลี่ยทั้งหมด	8,855	-	14,399.05

ที่มา: <sup>1</sup>ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>2</sup>กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

<sup>3</sup>จากการคำนวณ = (2) ÷ (1)



ตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ยของกำไรสุทธิต่อยอดขายในปี 2535

ยี่ห้อ	ยอดขาย <sup>1</sup> (คัน)	กำไรสุทธิ <sup>2</sup> (บาท)	กำไรสุทธิต่อยอดขาย <sup>3</sup> (บาท/คัน)
โตโยต้า	34,724	398,505,918.65*	11,476.38
มิตซูบิชิ	17,655	591,320,688.16	33,493.10
นิสสัน	19,842	23,476,163.83	1,183.10
ฮอนด้า	19,513	665,618,000.00	34,111.32
เฉลี่ยกลุ่มรถยนต์ญี่ปุ่น		-	20,066.04
เบนซ์	5,649	461,659,200.02	81,724.06
B.M.W.	4,252	N.A	N.A
วอลโว่	3,568	590,268,404.00	165,433.97
เฉลี่ยกลุ่มรถยนต์ยุโรป	2,686	-	123,579.01
เฉลี่ยทั้งหมด	8,855	-	54,570.32

ที่มา: <sup>1</sup>ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>2</sup>กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

<sup>3</sup>จากการคำนวณ = (2) ÷ (1)

\*หมายเหตุ เนื่องจากกำไรสุทธิของบริษัทโตโยต้าในปี 2535 ยังไม่ได้รายงานในงบการเงิน ดังนั้นจึงใช้กำไรสุทธิในปี 2534 โดยให้อัตราการขยายตัวของกำไรสุทธิเป็น 0 เพื่อพิจารณาถึงกำไรสุทธิต่อหน่วยต่ำสุดที่จะเป็นไปได้ในภาวนำมาหาค่าเฉลี่ยทั้งหมด

5.1.3 การหาความสัมพันธ์ของราคารถยนต์ที่ผลิตในประเทศกับราคารถยนต์นำเข้า ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยหาค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ของดัชนีราคารถยนต์ในประเทศและดัชนีราคารถยนต์นำเข้าทั้ง 7 ขนาด ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

ตารางที่ 5.10 ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ของดัชนีราคารถยนต์ขนาดต่าง ๆ

รถยนต์นั่งขนาด	ค่า correlation
1,300 CC	0.6
1,500 CC	-0.8
1,600 CC	0.9
1,800 CC	-0.8
2,000 Low	0.7
2,000 High	-0.9
>2,300 CC	-0.7

จากผลการศึกษา ราคารถยนต์นำเข้าและราคารถยนต์ในประเทศมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง ค่าสหสัมพันธ์มีค่าใกล้ 1 แสดงถึงว่าราคารถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศมีอิทธิพลต่อการปรับตัวของราคารถยนต์ในประเทศค่อนข้างมาก นั่นคือรถยนต์นำเข้ามีอิทธิพลในการแข่งขันทางด้านราคาต่อรถยนต์ในประเทศ\*

## 5.2 ผลที่มีต่อการแข่งขัน

ศึกษาผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายลดภาษีและเปิดให้นำเข้าเสรีที่มีต่อการแข่งขันในตลาดรถยนต์ว่าทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือไม่ โดยพิจารณาจาก อุปทานรถยนต์

\*หมายเหตุ ค่า correlation ที่มีเครื่องหมายเป็นลบ เนื่องจากการเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ของรถยนต์บางยี่ห้อในขนาดนั้น ๆ ในช่วงเวลาที่ทำการวิเคราะห์ ซึ่งส่งผลให้ดัชนีราคารถยนต์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางลดลง การลดลงของดัชนีราคาไม่ได้เกิดจากการลดราคารถยนต์ลง ดังนั้นเครื่องหมายลบจึงไม่ได้หมายถึงทิศทางของความสัมพันธ์ของดัชนีทั้งสองในทางตรงกันข้าม

จำนวนผู้ค้ารถยนต์และส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทผู้ค้ารถยนต์ การกระจุกตัวของตลาด และ พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ได้มาในรูปราคา

5.2.1 อุปทานรถยนต์ ศึกษาการปรับตัวด้านอุปทานของบริษัทผู้ผลิต ว่าการลดภาษีทำให้บริษัทผู้ผลิตขยายขนาดการผลิตออกไปหรือลดการผลิตโดยหันไปนำเข้าเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจาก

ก. อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรม

ตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดตามภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัว ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 39.3, 85.6, 7.9 และ 25.5 ในปี 2530 2531 2532 และ 2533 ตามลำดับ หลังประกาศนโยบายลดภาษีรถยนต์ 3 ก.ค. 34 ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศก็ยังคงเพิ่มขึ้น แม้ว่าสถานการณ์ของตลาดรถยนต์ในปี 2534 จะผันผวนมากเนื่องจากความไม่แน่ชัดในนโยบายรัฐบาลที่ส่งผลให้ตลาดรถยนต์หยุดชะงัก แต่อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมก็ยังคงเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.3 ในปี 2535 ปริมาณการผลิตรถยนต์ได้ขยายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 76,938 คัน ในปี 2534 เป็น 100,276 คันในปี 2535 ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมสูงถึงร้อยละ 30.3 เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตครั้งแรกของปี 2536 จะเห็นว่าปริมาณการผลิตครั้งแรกของปี 2536 สูงกว่าปริมาณการผลิตรวมทั้งหมดในปี 2534 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศยังคงมีการขยายตัวอยู่ในระดับสูง ถึงแม้ว่าจะมีการนำรถยนต์จากต่างประเทศเข้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอีกทางหนึ่งก็ตาม

ข. อัตราส่วน CBU : CKD เปรียบเทียบปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น

เพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศจากสัดส่วนรถยนต์นำเข้าต่อรถยนต์ที่ผลิตในประเทศ พบว่าสัดส่วนรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากสัดส่วน 11 : 89 ในเดือนมกราคม 2535 เป็น 27 : 73 ในเดือนมิถุนายน 2536

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนรถยนต์นำเข้าต่อรถยนต์ที่ผลิตในประเทศตั้งแต่ปี 2534 ที่มีการเปิดนโยบายเสรี พบว่าปริมาณรถยนต์จากต่างประเทศมีสัดส่วน

เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากสัดส่วนเพียงร้อยละ 3 : 97 ในปี 2534 เป็นร้อยละ 17 : 83 ในปี 2535 และเพิ่มเป็นร้อยละ 28 : 72 ในครึ่งแรกของปี 2536 อุปทานรถยนต์จากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากอุปทานรวมทั้งหมดนี้ แสดงให้เห็นว่ารถยนต์จากต่างประเทศมีส่วนช่วยมากขึ้นในการเพิ่มอุปทานรวมในประเทศให้เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ ซึ่งบรรลุผลตามวัตถุประสงค์หลักของรัฐบาลในการแก้ปัญหาการขาดแคลนรถยนต์ โดยเป็นการเพิ่ม supply ในประเทศให้เพียงพอ

ตารางที่ 5.11 ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศและอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรม

ปี	ปริมาณการผลิต	อัตราการขยายตัว
2523	23,441	-
2524	26,650	13.69
2525	24,572	-7.80
2526	23,903	37.97
2527	36,127	6.56
2528	23,862	-33.95
2529	21,046	-11.80
2530	29,333	39.37
2531	54,459	85.66
2532	58,761	7.90
2533	73,768	25.54
2534	76,938	4.30
2535*	100,276	30.33
2536**	77,734	-

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ \* ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นมากนี้ ส่วนหนึ่งมาจากการเปิดนโยบายเสรีสำหรับรถแท็กซี่ส่วนบุคคล ทำให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นมาก

\*\*ปี 2536 ปริมาณการผลิตเป็นข้อมูลครึ่งปีแรก ตั้งแต่เดือน ม.ค. - มิ.ย.

ตารางที่ 5.12 ปริมาณและสัดส่วนรถยนต์นำเข้าต่อรถยนต์ที่ผลิตในประเทศระหว่างเดือน  
ม.ค.35 - มิ.ย.36

ปี, เดือน	รถยนต์ในประเทศ <sup>1</sup> (คัน) CKD ( $S_d$ ) <sup>*</sup>	รถยนต์นำเข้า <sup>2</sup> (คัน) CBU ( $S_f$ )	ปริมาณรถยนต์ <sup>3</sup> รวมในประเทศ(คัน) ( $S = S_d + S_f$ )	อัตราส่วน CBU:CKD <sup>4</sup> (ร้อยละ)
2535 ม.ค.	5,473	654	6,127	11:89
ก.พ.	5,795	553	6,348	9:91
มี.ค.	7,408	911	8,319	11:89
เม.ย.	6,026	1,823	7,849	23:77
พ.ค.	5,975	2,094	8,069	26:74
มิ.ย.	8,344	1,257	9,601	13:87
ก.ค.	9,044	2,500	11,544	22:78
ส.ค.	8,394	1,910	10,304	19:81
ก.ย.	10,007	1,786	11,793	15:85
ต.ค.	10,278	1,405	11,683	12:88
พ.ย.	10,801	2,675	13,476	20:80
ธ.ค.	11,036	3,185	14,221	22:78
2536 ม.ค.	9,687	3,289	12,976	25:75
ก.พ.	12,939	5,569	18,508	30:70
มี.ค.	14,408	4,964	19,372	25:75
เม.ย.	19,860	5,307	25,167	21:79
พ.ค.	13,590	4,895	18,485	26:74
มิ.ย.	14,583	5,516	20,099	27:73

ที่มา : 1. 3. 4 จากการค้าคำนวณ

2 กรมศุลกากร

หมายเหตุ\* ปริมาณรถยนต์ในประเทศ คือปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศหักด้วยปริมาณรถยนต์  
ส่งออก

ตารางที่ 5.13 ปริมาณและสัดส่วนรถยนต์นำเข้าต่อรถยนต์ที่ผลิตในประเทศรายปี ระหว่าง พ.ศ. 2534 - ครึ่งแรกปี พ.ศ. 2536

ปี	รถยนต์ในประเทศ <sup>1</sup> CKD (คัน) *	รถยนต์นำเข้า <sup>2</sup> CBU (คัน)	ปริมาณรถยนต์ <sup>3</sup> รวมในประเทศ(คัน)	อัตราส่วน CBU:CKD <sup>4</sup> (ร้อยละ)
2534	69,548	1,831	71,379	3 : 97
2535	98,581	20,752	119,333	17 : 83
2536**	77,067	29,540	106,607	28 : 72

ที่มา : 1. 3. 4 จากการค้ารวม

2 กรมศุลกากร

หมายเหตุ\* ปริมาณรถยนต์ในประเทศ คือปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศหักด้วยปริมาณรถยนต์ส่งออก

\*\* ข้อมูลในปี 2536 เป็นข้อมูลครึ่งปีแรก ตั้งแต่เดือน ม.ค. - มิ.ย.

#### ค. มาตรการของบริษัทผู้ประกอบการในการขยายการผลิต

การตั้งโรงงานเพิ่มขึ้นและมาตรการในการนำเข้า

ผู้ผลิตรถยนต์ต่าง ๆ มีมาตรการในการขยายการผลิตและการตั้งโรงงานเพิ่มขึ้น เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ในแผนประกอบการให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ โดยมีการช่วยเหลือและสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตและการปรับปรุงคุณภาพของรถยนต์ตลอดจนการซ่อมแซมบำรุงรักษาจากบริษัทแม่ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ๆ ได้มีการขยายขนาดการผลิตและการสร้างโรงงานใหม่เพิ่มขึ้นเพื่อผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ โดยเน้นการผลิตรถยนต์ที่มีปริมาณความต้องการสูง คู่แข่งต่อการผลิตและทำให้มีต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ซึ่งได้แก่ รถยนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก และหันไปนำเข้ารถยนต์ที่มีปริมาณความต้องการน้อยมาจากต่างประเทศแทนการประกอบในประเทศ เป็นการลดต้นทุนในการผลิตและมาตรการในการนำเข้านั้นจะนำเข้ารถยนต์ที่เน้นเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อภาพพจน์ของบริษัท



และนำเข้ารถยนต์รุ่นต่าง ๆ เพื่อทดลองตลาด หากได้รับความนิยมนสูง มีปริมาณความต้องการ เป็นจำนวนมากก็หันมาประกอบในประเทศแทน อย่างไรก็ตาม บริษัทผู้ประกอบรถยนต์ต่าง ๆ เหล่านี้ยังเห็นการประกอบในประเทศมากกว่าการนำเข้า ยกเว้นบริษัทผู้ประกอบการที่ได้รับ ความนิยมน้อยจะหันไปนำเข้าเข้ามาแทนการประกอบในประเทศ

#### 5.2.2 จำนวนผู้ค้ารถยนต์และส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทผู้ค้ารถยนต์

จำนวนผู้ค้ารถยนต์ได้เพิ่มขึ้นมาก ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นผู้ นำเข้าอิสระ และผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แต่ละยี่ห้อ โดยตรงจากต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากรายชื่อบริษัทรถยนต์รายใหม่ที่เปิดตัวหลังประกาศนโยบายของรัฐบาล ดังตาราง ที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 รายชื่อบริษัทรถยนต์รายใหม่

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	จำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อ
ยูไนเต็ดโอโตเซลส์ (ประเทศไทย)	60	ฮุนได
โลตัสคาร์ส (ประเทศไทย)	5	โลตัส
ริชแมนโอโตเซลส์ (รายย่อย)	1	รถยุโรป
วิวมอเตอร์สปอร์ต	-	เฟอร์รารี
ตุรินสปอร์ตคาร์ (รายย่อย)	-	รถยุโรป
วายแอนด์เอสโอเวอร์ซีเทรคดิ้ง (รายย่อย)	3	รถสปอร์ตทุกยี่ห้อ
ทราสโก้คาร์ส	-	เมอร์เซเดสเบนซ์
วินเนอร์มอเตอร์สปอร์ต (รายย่อย)	30	รถญี่ปุ่น
ออดีฟาสต์ (รายย่อย)	-	รถญี่ปุ่น
จากัวร์คาร์ส (ประเทศไทย)	200	จากัวร์, พอร์ช
เอเอเอส ออดี เซอร์วิส	-	โรลสรอยซ์, พอร์ช

ตารางที่ 5.14 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	จำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อ
มานะมอเตอร์ (รายย่อย)	-	รถญี่ปุ่น, ยุโรป
ออดีเทคนิค	10	ซาบ
ไทยอัลติเมทคาร์	30	รถในตระกูลโรเวอร์
เอชจีเอ็มมอเตอร์ (ประเทศไทย)	10	รถคลาสสิกประเทศอังกฤษ
รพอโตโมบิล (ประเทศไทย)	15	รถ
เวสต์แฮมเปียนคาร์ส	-	ลัมเบอร์กินี
เลกซ์สกรูเพท	-	เลกซ์ส
วี อาร์ วิคเตอร์	-	ซูบารุ

ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทผู้ค้ารถยนต์ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยแต่เดิม ส่วนแบ่งตลาดจะเป็นส่วนแบ่งตลาดระหว่างรถยนต์ญี่ปุ่นและรถยนต์ยุโรปในอัตราส่วนร้อยละ 85 : 15 รถยนต์ญี่ปุ่นจะครองตลาดรถยนต์ในเมืองไทยไว้ได้เกือบทั้งหมด โดยเฉพาะรถยนต์นั่งขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่เหลือเป็นส่วนแบ่งรถยนต์ยุโรปเพียงเล็กน้อย โดยเป็นรถยนต์ในระดับบนหรือรถยนต์ขนาดใหญ่ หลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลเปิดตลาดเสรี ทำให้มีรถยนต์จากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์จากแถบเอเชียด้วยกัน ได้แก่ เกาหลีใต้ ซึ่งมีราคาค่อนข้างต่ำ และเจาะตลาดรถยนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กเช่นเดียวกับรถยนต์ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของตลาดรถยนต์ในประเทศ และได้รับความนิยมนสูง ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์จากเกาหลีใต้สูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยชิงส่วนแบ่งมาจากทั้งรถยนต์ญี่ปุ่นและรถยนต์ยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์ญี่ปุ่นถูกรถยนต์เกาหลีใต้ชิงส่วนแบ่งตลาดไปได้มาก ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนรถยนต์ญี่ปุ่น:รถยนต์เกาหลีใต้:รถยนต์ยุโรป ในปี พ.ศ. 2534 (1991) 2535 (1992) และ 2536 (1993) เป็นดังนี้ 82.62 : 0.56 : 16.82 และ 79.59 : 5.26 : 15.15 และ 77.92 : 6.50 : 15.59 ตามลำดับ ซึ่งแสดงได้ดังตารางและดังรูป

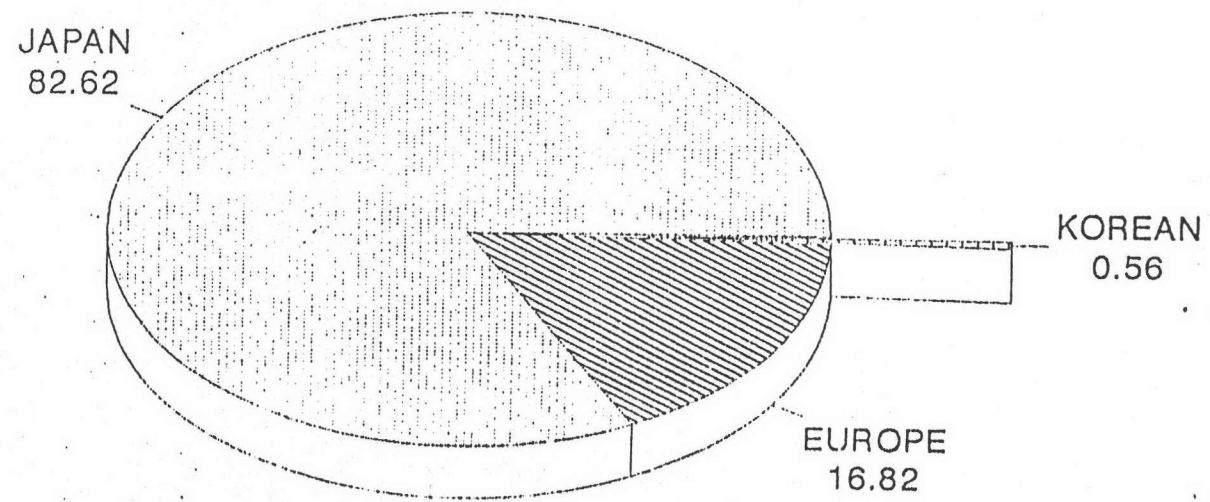
ตารางที่ 5.15 ส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์นั่ง

รถยนต์ยี่ห้อ	ปริมาณ			สัดส่วน		
	ยอดรวม34	ยอดรวม35	ม.ค.-ส.ค.36	ยอดรวม34	ยอดรวม35	ม.ค.-ส.ค.36
โตโยต้า	23,319	34,724	31,151	34.87	28.58	25.27
มิตซูบิชิ	6,668	17,655	24,681	9.97	14.53	20.02
นิสสัน	13,083	19,842	18,721	19.56	16.33	15.19
ฮอนด้า	10,855	19,513	14,919	16.23	16.06	12.10
มาสด้า	1,327	4,957	5,239	1.98	4.08	4.25
ฟอร์ด	0	0	1,336	0.00	0.00	1.08
<b>รวมรถยนต์</b>						
จากญี่ปุ่น	55,252	96,691	96,047	82.62	79.59	77.92
อื่นใด	377	6,396	8,008	0.56	5.26	6.50
<b>รวมรถยนต์จาก</b>						
เกาหลี	377	6,396	8,008	0.56	5.26	6.50
เบนซ์	2,401	5,649	8,369	3.59	4.65	6.79
บี.เอ็ม.ดับเบิลยู	2,110	4,252	4,056	3.16	3.50	3.29
วอลโว่	3,547	3,568	3,588	5.30	2.94	2.91
เรโนลต์	1,007	1,226	640	1.51	1.01	0.52
เปอริโยต์	1,494	2,013	283	2.23	1.66	0.23
อื่น ๆ	687	1,697	2,279	1.03	1.40	1.85
<b>รวมรถยนต์จาก</b>						
ยุโรป	11,246	18,405	19,215	16.82	15.15	15.59
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>66,875</b>	<b>121,492</b>	<b>123,270</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

# MARKET SIZE

1991

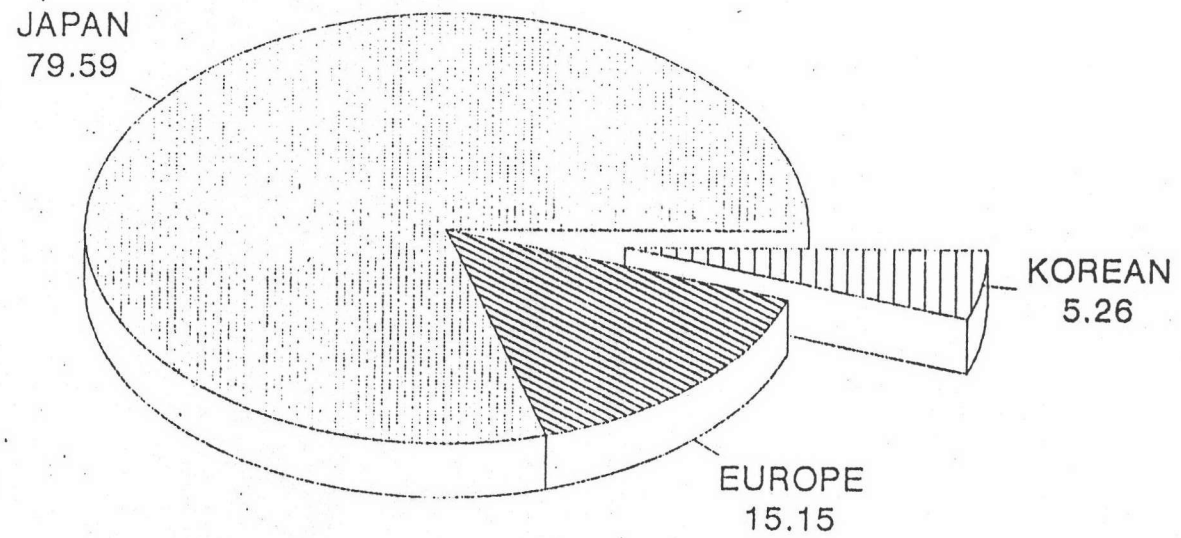
---



PASSENGER CAR SALES

# MARKET SIZE

1992

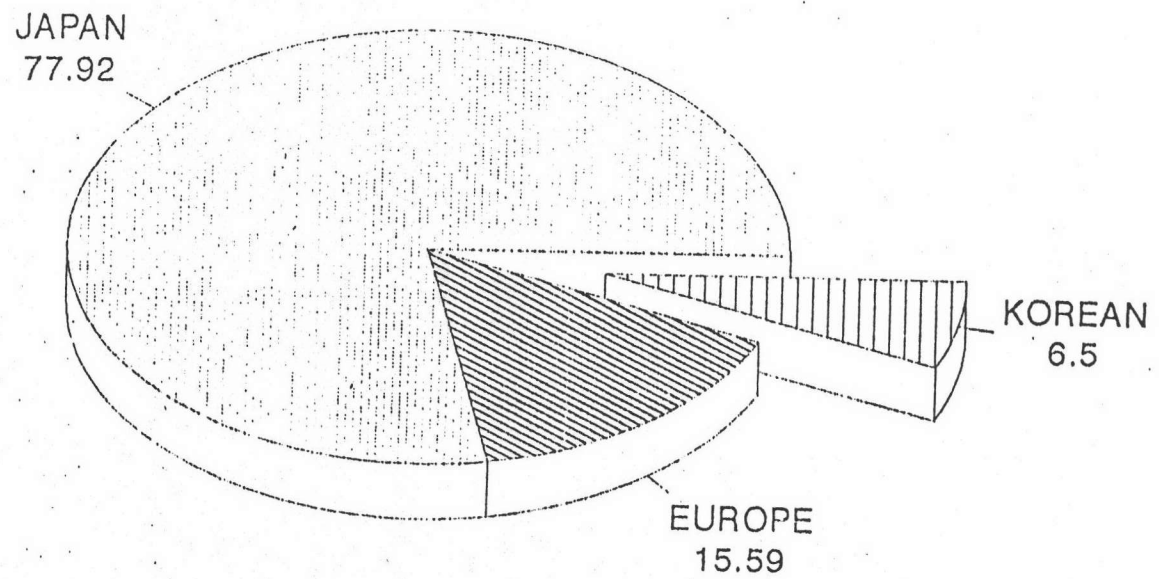


PASSENGER CAR SALES

# MARKET SIZE

JAN - AUG 1993

---



PASSENGER CAR SALES



เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของบริษัทผู้ค้ารถยนต์แต่ละราย พบว่าบริษัทผู้ค้ารถยนต์รายใหญ่ มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเรื่อย ๆ โดยเฉพาะ 4 บริษัทใหญ่สุดได้แก่ โตโยต้า นิสสัน และฮอนด้า (ยกเว้นเมิตซูบิชิที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี) ซึ่งเสียส่วนแบ่งให้กับบริษัทอื่น ๆ ในตลาดที่เปลี่ยนมาใช้รถนำเข้าเป็นกลยุทธ์การตลาด ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น มาสด้าในกลุ่มรถยนต์ญี่ปุ่นและเบนซ์ในกลุ่มรถยนต์ยุโรป ในส่วนรถยุโรป ส่วนแบ่งตลาดก็ได้เปลี่ยนแปลงไป จากวอลโว่ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด เปลี่ยนมาเป็นเบนซ์ รองลงมาเป็น B.M.W. และวอลโว่ลงมาอยู่ในอันดับที่ 3 ทั้งนี้เนื่องจากวอลโว่ไม่ได้ใช้รถนำเข้า เป็นกลยุทธ์ดึงดูดลูกค้าซึ่งได้รับความสนใจและประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินการทางการตลาด

### 5.2.3 การกระจุกตัวของผู้ชาย (market concentration)

การกระจุกตัวของบริษัทรถยนต์ (ผู้ประกอบหรือนำเข้ารถยนต์) วัดจากอัตราส่วนการกระจุกตัว (concentration ratio) และขนาดการกระจายของธุรกิจ (size-ratio) เปรียบเทียบก่อนและหลังลดภาษีพบว่า ตั้งแต่ปี 2531 เป็นต้นมา อัตราส่วนการกระจุกตัวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จาก 70.8 ในปี 2531 เป็น 75.5 76.6 และ 80.6 ในปี 2532 2533 และ 2534 ตามลำดับ แต่หลังจากประกาศนโยบายของรัฐบาล อัตราส่วนการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลง จาก 80.6 ในปี 2534 เหลือ 75.5 และ 72.5 ในปี 2535 และ 2536\* ตามลำดับ จากการแบ่งประเภทอุตสาหกรรมของ Richard Everly และ I.M.D Little แล้ว การกระจุกตัวของบริษัทรถยนต์ ยังจัดอยู่ในประเภทอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวในระดับสูง ส่วนแบ่งของยอดขายรวม 4 บริษัท ยังมากกว่า 67% ของยอดขายทั้งหมดในตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า 4 บริษัทใหญ่ยังมีอำนาจผูกขาดในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง

เมื่อพิจารณาสัดส่วนขนาด (size-ratio) ซึ่งแสดงการกระจายขนาดของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมหรือในตลาด พบว่าสัดส่วนขนาดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จาก 7.9 ในปี 2531 เป็น 8.4 9.0 และ 13.5 ในปี 2532 2533 และ 2534 ตามลำดับ หลังจากประกาศนโยบายของรัฐบาล สัดส่วนขนาดมีแนวโน้มลดลงจาก 13.5 ในปี 2534 เหลือ 11.6 ในปี 2535 และ 9.9 ในปี 2536 ค่าสัดส่วนขนาดที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า

16 แสดงถึงว่าขนาดของบริษัทต่าง ๆ มีความใกล้เคียงกัน และโครงสร้างตลาดอาจใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยรายหรือตลาดแข่งขัน ค่าที่คำนวณได้มีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ แสดงถึงว่าขนาดของบริษัทที่มีความใกล้เคียงกันมากขึ้นและแนวโน้มของโครงสร้างตลาดมีลักษณะแข่งขันมากขึ้น

จากผลการศึกษาอัตราส่วนการกระจุกตัว (concentration ratio) และสัดส่วนขนาดธุรกิจ (size-ratio) ซึ่งปรากฏว่า หลังประกาศนโยบายของรัฐบาลอัตราส่วนทั้งสองลดลง แสดงให้เห็นว่า อำนาจผูกขาดของ 4 บริษัทใหญ่ลดลงและการกระจายขนาดของธุรกิจมีความใกล้เคียงกันมากขึ้น นั่นคือโครงสร้างตลาดมีลักษณะที่จะนำไปสู่การแข่งขันมากขึ้น ซึ่งหมายถึงว่า โครงสร้างตลาดรถยนต์ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีลักษณะที่จะนำไปสู่การแข่งขันมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่านโยบายของรัฐบาล ได้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นและอำนาจผูกขาดของบริษัทใหญ่ในตลาดลดลง

ตารางที่ 5.16 อัตราส่วนการกระจุกตัว (concentration ratio) และสัดส่วนขนาดของธุรกิจ (size-ratio)

ปี	Concentration Ratio	Size-Ratio
2531	70.86	7.90
2532	75.52	8.48
2533	76.66	9.03
2534	80.63	13.54
2535	75.51	11.56
2536*	72.58	9.93

\*หมายเหตุ ข้อมูลในปี 2536 คำนวณจากยอดขาย 8 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม - สิงหาคม

5.2.4 พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ได้มาในรูปราคา (Non-price competition)

ก) พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product competition)

ผู้ประกอบการแต่ละรายได้มีการออกผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่มาแข่งขันกันในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การออกรถรุ่นใหม่ การปรับปรุงโฉมรถรุ่นเดิม โดยการเพิ่มขึ้นส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้าไปหรือการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับรถนำเข้าได้ ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงสมรรถนะเครื่องยนต์และการปรับเปลี่ยนระบบจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของเครื่องยนต์ ตลอดจนการปรับปรุงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาตรฐานและทัดเทียมกับรถยนต์ที่นำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละรายยังได้มีการนำเขารถยนต์รุ่นใหม่ ๆ จากต่างประเทศโดยตรงเข้ามาแข่งขัน รวมทั้งมีผู้ประกอบการรายใหม่ นำรถยนต์เข้ามาแข่งขันด้วยทั้งรถยนต์จากแถบยุโรป ได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี และสวีเดน และรถยนต์จากแถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยการนำเข้านี้มีทั้งยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักกันดีในตลาดและยี่ห้อใหม่ ๆ ที่เพิ่งนำเข้ามาในประเทศ เช่น รถยนต์ข่าบของสวีเดน โรเวอร์ จากัวร์ และโลตัสของอังกฤษ สปอร์ตรูฟ พอร์ช และออดี้ของเยอรมนี ตลอดจนมาเซราตี เฟอร์รารี และลัมเบอร์กินีของอิตาลี และฮุนไดของเกาหลีใต้ ซึ่งรถยนต์ที่นำเข้านี้มีทั้งรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก สามารถแบ่งลักษณะของรถนำเข้า ได้เป็น 3 กลุ่มคือ

กลุ่มที่หนึ่ง เป็นรถที่เน้นเทคโนโลยีระดับสูง เน้นความหรูหรา บ่งบอกฐานะและความภูมิฐานของผู้ขับขี่ มีราคาสูงมาก และส่วนใหญ่เป็นรถยนต์จากยุโรป

กลุ่มที่สอง เป็นรถสปอร์ต เน้นความปราดเปรี้ยว เทคโนโลยีทันสมัย ตลอดจนรูปลักษณ์ที่ดูแปลกตา มีทั้งยี่ห้อที่รู้จักกันดีในประเทศ และยี่ห้อที่ยังไม่เคยนำเข้ามาจำหน่าย

กลุ่มที่สาม เป็นรถที่มีราคาค่อนข้างต่ำ นำเข้ามาแข่งขันกับรถที่ประกอบในประเทศ ส่วนใหญ่เป็นรถขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถขนาดเล็ก ส่วนใหญ่นำเข้าจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

รถยนต์ที่นำเข้ามาส่วนใหญ่จะเป็นรถยนต์กลุ่มที่หนึ่งซึ่งมีซีท้อใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดมากมาย ทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดสูงมาก เนื่องจากขนาดของตลาดเล็ก จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง รองลงมาเป็นรถสปอร์ตและรถที่มีระดับราคาปานกลางที่เน้นการแข่งขันกับรถยนต์ในประเทศ ซึ่งมีการนำเข้ามาในตลาดทุกขนาด ตั้งแต่ขนาด 1,300CC ไปจนถึงขนาด 2,000CC ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อมากขึ้นในทุก ระดับราคาตั้งแต่ขนาดเล็ก ไปจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งบรรลุตามวัตถุประสงค์ของรัฐบาล แต่เนื่องจากรถยนต์ซีท้อใหม่ ๆ ที่เข้ามาได้รับการตอบสนองในประเทศน้อย อุปสงค์ในประเทศยังเน้นการบริโภครถยนต์ที่มีชื่อเสียงอยู่เดิมมากกว่ารถยนต์ซีท้อใหม่ ๆ ที่นำเข้ามา ทำให้การขยายตัวของตลาดรถยนต์ยังเป็นการขยายตัวของผู้ประกอบการเดิมที่อยู่ในตลาดมากกว่าการขยายตัวของบริษัทใหม่ ๆ

ความเหมือนหรือแตกต่างของรถนำเข้า และรถที่ผลิตในประเทศ

1. แ่งภาษี รถนำเข้าจะเสียภาษีสูงกว่ารถที่ประกอบในประเทศ ทำให้รถที่นำเข้ามามีราคาสูงกว่ารถที่ผลิตในประเทศ
2. แ่งคุณภาพ ทักษะของผู้บริโภคจะมองว่ารถนำเข้ามีคุณภาพดีกว่ารถที่ผลิตในประเทศ ส่วนผู้ผลิตมองว่ารถที่ผลิตในประเทศและรถนำเข้ามีคุณภาพเหมือนกันสำหรับรถรุ่นเดียวกัน เนื่องจากการใช้ชิ้นส่วน CKD ที่ผลิตในประเทศต้องได้รับการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานจากบริษัทแม่ จึงสามารถประกอบในประเทศได้ในคุณภาพที่เท่ากันและราคาถูกลงกว่า
3. แ่งปริมาณ รถนำเข้าส่วนใหญ่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีปริมาณความต้องการเป็นจำนวนน้อย ส่วนรถที่ประกอบในประเทศเป็นรถที่เป็นที่นิยมของตลาด มีปริมาณความต้องการสูง เพราะการประกอบในประเทศมีต้นทุนคงที่ (fixed cost) สูง จำเป็นต้องผลิตเป็นจำนวนมากจึงจะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (average cost) ลดลง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถขนาดเล็กตั้งแต่ 1,300CC ไปจนถึงรถในระดับกลางบนขนาด 2,000CC
4. แ่งเทคโนโลยี รถนำเข้าโดยเฉพาะรถในระดับบนและรถสปอร์ตใช้เทคโนโลยีระดับสูงในการผลิต และเป็นรถที่มีเทคโนโลยีนำสมัย ส่วนรถที่ประกอบในประเทศเป็นรถที่มีเทคโนโลยีในระดับปานกลาง ไม่ได้เน้นความหรูหราและนำสมัย

บริษัทที่นำเข้ามาทั้งบริษัทเก่าหรือบริษัทที่ประกอบรถยนต์ใน

ประเทศ และบริษัทใหม่ ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะผู้นำเข้าได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ผู้นำเข้าอิสระ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง หรือตัวแทนจำหน่ายรถยนต์รายย่อยในประเทศ นำเข้ารถยนต์รุ่นต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ ไม่จำกัดว่าเป็นรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าใด โดยติดต่อสั่งจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในต่างประเทศ

2. ผู้นำเข้าที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตในต่างประเทศอย่างเป็นทางการ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ

- ผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศ นำเข้ารถยนต์รุ่นที่ไม่ได้ผลิตในประเทศมาจำหน่ายเพื่อรักษาภาพพจน์ของบริษัท และเพิ่มความหลากหลายในด้านสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้า และสามารถครอบคลุมตลาดได้กว้างขวางขึ้น

- ผู้ประกอบการรายใหม่ นำเข้ารถยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงจากประเทศในแถบยุโรปและเอเชีย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดระดับต่าง ๆ

มูลเหตุจูงใจในการนำเข้าของผู้ประกอบรถยนต์ ได้แก่

1. เพื่อเสริมภาพพจน์ (image) ของบริษัท โดยจะเห็นความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของบริษัท เพื่อชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้า

2. เพื่อทดลองตลาด ถ้าได้รับความนิยมสูง ปริมาณความต้องการมาก ก็จะหันมาผลิตในประเทศ

3. เพื่อให้ครอบคลุมตลาดทุกระดับ (segment) ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค เป็นการรักษาชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัทมากกว่าความต้องการทำตลาด

4. ตลาดเปิดโอกาสเป็นตลาดเสรี มีผลตอบแทนที่ดี และปิดช่องว่างการนำเข้าของผู้ประกอบการรายย่อย

5. เป็นการเข้าใจและตอบสนองผู้บริโภคบางกลุ่ม ที่ต้องการความแปลกใหม่ ซึ่งจะช่วยรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ทางหนึ่ง



การนำเข้าไม่ได้ทำให้ความพยายามในการขยายขนาดการผลิตของผู้ประกอบ (ผลิต) รถยนต์ในประเทศลดลง เนื่องจากผู้ผลิตจะขยายขนาดการผลิตรถยนต์รุ่นที่เป็นที่นิยมของตลาดและมีความต้องการสูงออกไป ซึ่งจะก่อให้เกิดต้นทุนต่อหน่วยลดลง แต่จะนำเข้ารถยนต์รุ่นที่มีปริมาณความต้องการน้อยเข้ามาแทน เพื่อเป็นการลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลงด้วย เพราะการผลิตในประเทศมีต้นทุนคงที่สูง ต้องผลิตเป็นจำนวนมากจึงจะคุ้มทุน บริษัทผู้ประกอบรถยนต์รายใหญ่ ๆ ได้มีการขยายการลงทุนออกไป เพื่อสร้างโรงงานใหม่และขยายกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในประเทศและที่จะเพิ่มขึ้นจากโครงการส่งรถยนต์ออกไปขายทั้งในตลาดเอเชียและยุโรป ดังจะเห็นได้จาก โครงการลงทุน 2,500 ล้านบาทที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังของบริษัท เอ็ม เอ็ม ซี ลีทิล จำกัด การเพิ่มการลงทุน 3,500 ล้านบาทของบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ จำกัด เพื่อขยายกำลังการผลิตในโรงงานเดิมและสร้างโรงงานใหม่ การเพิ่มการลงทุน 1,500 ล้านบาทของบริษัทสยามกลการ และนิสสัน จำกัด เพื่อรองรับการผลิตรถยนต์รุ่นใหม่ และการเพิ่มการลงทุน 400 ล้านบาท เพื่อขยายกำลังการผลิตของบริษัทฮอนด้าคาร์ส (ประเทศไทย) จำกัด

#### ข) พฤติกรรมการแข่งขันทางการส่งเสริมการขาย

(Promotion Competition)

- กลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งชั้นภายในประเทศและการดำเนินมาตรการเพื่อแข่งขันกับรถยนต์นำเข้า

การเปิดตลาดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทำให้รถยนต์นำเข้ามีราคาถูกลง และสามารถนำเข้าได้โดยไม่จำกัดขนาด ทำให้มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากเข้ามาแข่งขันในตลาดรถยนต์ทุกระดับ ผู้ประกอบการในประเทศต้องเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การตลาดเป็นเกมสู้รุก ต่อสู้กันโดยใช้สงครามการตลาดหรือการส่งเสริมการขายทุกวิถีทางเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่อย่างจำกัดไว้ โดยให้ข้อเสนอหรือเงื่อนไขที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภคเพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นความต้องการ การต่อสู้กับคู่แข่งต่างประเทศ ผู้ประกอบรถยนต์ในประเทศพยายามพัฒนาคุณภาพรถยนต์ให้ได้มาตรฐานมากขึ้น และเพิ่มสมรรถนะของเครื่องยนต์ให้ทันสมัยและแข่งขันกับต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังนำเข้ารถยนต์ที่มีระดับเทคโนโลยีสูง ทันสมัย เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งชั้นในตลาดรถยนต์นำเข้าด้วย



- นโยบายและมาตรการที่ใช้เพื่อส่งเสริมการขาย

นโยบายและมาตรการที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่

- 1) นโยบายการคัมภ์ราคาโดยการออกรถรุ่นใหม่ที่มีคุณลักษณะและคุณสมบัติใกล้เคียงกับรถรุ่นเดิมที่มีขายในตลาดแต่ตั้งราคาต่ำกว่า เช่น การออกรถ 3 ประตูของรถขนาดเล็ก 1,500CC (ฮอนด้าซีวิค)
- 2) นโยบายการบริการหลังการขาย จากการเพิ่มชนิดของสินค้า (product line) เพื่อให้ครอบคลุมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ทำให้ต้องแข่งขันกันในการเพิ่มตัวแทนจำหน่าย ศูนย์บริการและการบริการหลังการขายเพื่อเกื้อหนุนการขายส่วนแบ่งตลาดทั้งรถยนต์ที่ประกอบในประเทศและรถยนต์นำเข้า
- 3) นโยบายการจัดการส่งเสริมการขาย เป็นการจัดแคมเปญต่าง ๆ ได้แก่ การลด แลก แจก แถม ดาวน้อย ผ่อนนาน ดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ย การแถมประกันภัยรถยนต์ การยืดระยะเวลารับประกันและซ่อมฟรี การจับฉลากชิงโชครางวัลรวมถึงการแถมอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่าง ๆ เช่น ล้อแม็กซ์ กระจกไฟฟ้า ฟิล์มกรองแสง ฯลฯ ไปจนถึงของที่มีมูลค่ามาก เช่น แฟกซ์ โทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ก็มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

ค) พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาในลักษณะอื่น ๆ ได้แก่

- การรวมตัวกันของผู้ผลิต ตลาดรถยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ผลิตและผู้ประกอบการแต่ละรายต่างดำเนินกิจการเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อวางแผนกำหนดนโยบายหรือกำหนดราคาในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง การตัดสินใจดำเนินกิจการทางตลาดขึ้นอยู่กับผู้ผลิตแต่ละรายที่จะมองและคาดการณ์สถานการณ์ทางการตลาดรวมถึงสถานการณ์ของคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาด

การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ของผู้ผลิตที่เกิดขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคม 2534 นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อรองกับรัฐบาลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างภาษีที่ทำให้บริษัทผู้ผลิตขาดทุนจากนโยบายลดภาษีในครั้งนั้น แต่การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างก็ต้องแข่งขันเพื่อทำตลาดให้ได้มากที่สุด ดังจะเห็นได้จากการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงจากค่ายรถยนต์ต่าง ๆ

- นโยบายจากบริษัทแม่ที่มีต่อการแข่งขันในประเทศ บริษัทแม่  
 ไม่มีการอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายย่อยนำเข้าวัตถุดิบตัวแทนจำหน่ายในประเทศอยู่แล้ว การ  
 นำเข้าของผู้ประกอบการรายย่อยเป็นการนำเข้าจากตัวแทนในประเทศ โดยอาศัยการหลบเลี่ยง  
 ของช่องทางการค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศไม่ได้ติดต่อผ่านบริษัทแม่โดยตรง บริษัทแม่มีนโยบาย  
 ที่จะให้ตัวแทนจำหน่ายขยายขนาดการผลิตและการจำหน่ายออกไปโดยช่วยเหลือและส่งเสริมใน  
 ด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นเช่น การส่งช่างเข้ามาเพื่อช่วยฝึกอบรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิต  
 และการให้บริการ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลไม่ได้ทำให้มีนโยบายต่าง ๆ เหล่านี้  
 เปลี่ยนไปด้วย

อย่างไรก็ตาม นโยบายลดภาษีของรัฐบาลย่อมส่งผลกระทบต่อดุล  
 การค้าของประเทศ เนื่องจากเปิดโอกาสให้นำเข้าเพิ่มขึ้น จากการศึกษาดัชนี Grubel-  
 Lloyd เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้วัตถุดิบนำเข้าและการนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปกับการส่งออก  
 ของอุตสาหกรรมรถยนต์ เปรียบเทียบก่อนและหลังลดภาษีพบว่า ดัชนี Grubel Lloyd  
 เพิ่มขึ้นจาก 123.17 ในปี 2534 เป็น 133.07 ในปี 2535 ซึ่งมีอัตราการเพิ่มที่สูงมาก  
 เมื่อเทียบกับตั้งแต่ปี 2531 เป็นต้นมาที่ดัชนี Grubel-Lloyd ลดลงและมีอัตราการเพิ่มขึ้น  
 อย่างช้า ๆ จาก 123.96 ในปี 2531 - เป็น 125.77 ในปี 2532 ลดลงเหลือ 120.46  
 ในปี 2533 และเพิ่มขึ้นเป็น 123.17 ในปี 2534 หลังการเปิดนโยบายเสรี ดัชนี Grubel-  
 Lloyd ส่งผลกระทบต่อดุลการค้าในระดับรุนแรงขึ้นมากจนถึง 133.07 ในปี 2535 ซึ่งจาก  
 เงื่อนไขของดัชนี Grubel-Lloyd ที่มีค่า ๑๐ ในระดับสูง ๆ มากกว่า 100 แสดงว่าแนว  
 โนม์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมหรือผลกระทบของอุตสาหกรรมที่มีต่อดุลการค้านั้น จะมี  
 ผลกระทบไปในทางลบ นั่นคือ การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์มีส่วนทำให้ดุลการค้าส่วนรวมเสีย  
 เปรียบยิ่งขึ้น แสดงถึงว่าการเปิดนโยบายเสรีมีผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์เสียเปรียบดุลการค้า  
 มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังไม่อาจสรุปผลดีหรือผลเสียของนโยบายดังกล่าวต่อดุลการค้าได้  
 อย่างแน่ชัด เนื่องจากนโยบายดังกล่าวเพิ่งเริ่มนำมาใช้ ดังนั้นจะต้องคอยดูการปรับตัวของ  
 อุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะยาวที่จะพัฒนาคุณภาพเพื่อแข่งขันกับรถยนต์นำเข้าจนสามารถส่งไป  
 ขายยังต่างประเทศโดยเฉพาะในแถบเอเชีย ซึ่งอาจทำให้ผลกระทบของการพัฒนาต่อดุลการค้า  
 ดีขึ้น

ตารางที่ 5.17 ค่าแนวโน้มของการพัฒนาอุตสาหกรรม (๙)

ปี	๙
2530	133.13
2531	123.96
2532	125.77
2533	120.46
2534	123.17
2535	133.07

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ ในปี 2530 กระทรวงการคลังประกาศขึ้นอัตราอากรขาเข้ารถยนต์นั่ง CKD จากร้อยละ 80 เป็น ร้อยละ 112 และเพิ่มอากรขาเข้า CBU เป็นร้อยละ 150 รวมทั้งเพิ่มค่าธรรมเนียมพิเศษขึ้นอีกร้อยละ 20 ทำให้ต้นทุนในการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์สูงขึ้น ผู้ผลิตจึงหันมาใช้ชิ้นส่วนในประเทศมากขึ้น ทำให้การนำเข้าลดลง ส่งผลให้ ๙ มีค่าลดลงอย่างมาก จาก 133 ในปี 2530 เป็น 123 ในปี 2531 และค่อย ๆ ลดลงจนถึงปี 2533 หลังจากประกาศใช้นโยบายนำเข้าเสรีรถยนต์และลดภาษีอากรในปี 2534 ต้นทุนในการนำเข้าต่ำลงมาก จึงมีการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์เข้ามาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จนทำให้ค่าดัชนีกลับสูงขึ้นไปอีก เช่นเดียวกับก่อนใช้กำแพงภาษีในปี 2530

จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่านโยบายของรัฐบาล มีส่วนกำหนดโครงสร้างตลาด พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด โดยทำให้โครงสร้างตลาดมีการแข่งขันกันมากขึ้น อำนาจผูกขาดในตลาดของบริษัทใหญ่ลดลง และธุรกิจมีการกระจายขนาดมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมตลาดมีการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เนื่องจากตลาดรถยนต์มีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

ดังนั้นการแข่งขันจะใช้การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคามากกว่า โดยมีการแข่งขันกันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างรูปแบบและการทำให้สินค้ามีความแตกต่างกัน รวมไปถึงการแข่งขันทางด้านการขาย และการบริการหลังการขาย โดยบริษัทรถยนต์แต่ละรายจะเป็นอิสระต่อกันและต่างพยายามชิง ส่วนแบ่งตลาดให้มากที่สุด ซึ่งผลจากการแข่งขันและจากนโยบายของรัฐบาลทำให้ผู้ผลิตต่าง พยายามพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุด ทำให้กำไรของผู้ผลิตเพิ่มขึ้น จะ เห็นได้ว่านโยบายของรัฐบาลทำให้โครงสร้างตลาด พฤติกรรม ตลอดจนผลการดำเนินงาน ของตลาดรถยนต์เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้วัตถุประสงค์หลักของรัฐบาลที่ต้องการให้อุตสาหกรรม มีการแข่งขันกันมากขึ้น เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนรถยนต์และราคารถยนต์ที่ขยับตัวสูงขึ้น อย่างรวดเร็ว และเพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น สมฤทธิ์ผล