



บทที่ 2

การศึกษาด้านการตลาด

เนื่องด้วยภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันมาก รวมทั้งเทคโนโลยีเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ดังนั้นโครงการขนาดใหญ่ ที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง จึงจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงแนวโน้มของอุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิต ส่งผลให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับกำลังการผลิต และทราบปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ โดยจะพิจารณาถึงกระบวนการผลิต เครื่องจักรกล อุปกรณ์และบุคลากร ส่งผลให้ทราบถึงเงินลงทุน ต้นทุนการผลิต รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและอื่น ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน และประเมินผลด้านการเงินภายใต้ความไม่แน่นอน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจการลงทุน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาดนี้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าเบรกรถยนต์ สามารถแบ่งออกได้ตามคุณภาพของเนื้อดีส์ต์เบรก ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้มีอยู่ 3 ระดับด้วยกันคือ

1) ระดับมาตรฐาน (STANDARD) เกรด S หรือ P

เป็นระดับที่มีจะเป็นคุณภาพที่ใช้กันอยู่ทั่วไป และเป็นคุณภาพที่โรงงานผลิตรถยนต์ทั่ว ๆ ไปเลือกใช้กับรถที่ผลิตออกมาขายตามท้องตลาด แต่ในปัจจุบันมีรถยนต์บางยี่ห้อที่ราคาสูง ได้คำนึงถึงจุดนี้โดยเปลี่ยนไปใช้ผ้าดีส์ต์เบรกในคุณภาพที่สูงกว่า

ผ้าดีส์ต์เบรกระดับมาตรฐาน จะทำงานได้ดีในภาวะการขับปกติด้วยความเร็วที่ไม่สูงจนเกินไป เบรกในระยะห่าง ไม่กระชั้นชิดและไม่รุนแรงซึ่งถือว่าเป็นชนิดที่เหมาะสมกับรถและผู้ขับขี่ทั่ว ๆ ไป อย่างไรก็ตาม อัตราการสึกตัว (WEAR) ของผ้าเบรกชนิดนี้จะมีมากกว่าผ้าเบรกในระดับสูงแน่นอน

ดังนั้นผ้าเบรกระดับมาตรฐาน (S หรือ P GRADE) นี้จึงเหมาะแก่รถที่ใช้ขับในเมืองด้วยผู้ขับขี่ที่ขับรถไม่เร็วนัก ขับรถถี่ เบรกไม่รุนแรงและไม่กระชั้นชิด รถที่ไม่ค่อยได้วิ่งออก

ต่างจังหวัดมากนัก

2) ระดับเนื้อโลหะ (METAL GRADE หรือ M-GRADE)

ผ้าเบรกชนิดนี้จะมีส่วนผสมของโลหะในเนื้อผ้าเบรกมากกว่าในเกรด S หรือ P ซึ่งในเนื้อโลหะที่ใช้ผสมนี้จะมีคุณสมบัติที่อ่อนกว่าเนื้อโลหะที่ใช้ทำจานเบรก ดังนั้นผ้าเบรกชนิดเอ็มนี้จะมีส่วนทำลายจานดิสก์เบรกน้อยมาก ซึ่งผู้ใช้อาจจะกลัวที่จุดนี้มากจนไม่กล้าเลือก ใช้ผ้าเบรกในเกรดนี้

ข้อควรสังเกตสำหรับผ้าเบรกชนิดนี้คือที่ความเร็วต่ำมาก ๆ ผ้าเบรกชนิดนี้จะทำงานได้ไม่ดีเท่าผ้าเบรกในระดับมาตรฐาน ดังนั้นผ้าเบรกชนิดโลหะหรือบางแห่งเรียกว่า เมทัลคิงส์ (M-GRADE) นี้จึงเหมาะที่จะใช้กับรถที่วิ่งออกต่างจังหวัดบ่อยครั้ง และขับในความเร็วค่อนข้างสูง เวลาเบรกมักจะเบรกค่อนข้างรุนแรง ซึ่งควรจะใช้กับระบบเบรกที่มีหม้อลม (POWER BRAKE) ช่วยผ่อนแรงเบรก จะทำให้ได้รับประสิทธิภาพของผ้าเบรกอย่างสูงสุด

3) ระดับเรซซิ่ง (RACING GRADE) R หรือ C เกรด

ผ้าเบรกชนิดนี้จะถูกเลือกใช้ในการแข่งขันความเร็วในทุกสนามแข่งขันเพราะเนื่องจากคุณสมบัติที่ดีเยี่ยมในด้านทนความร้อนสูง ลึกหรือน้อยกว่าผ้าเบรกเกรดอื่น ๆ ทำงานได้ดีเยี่ยม ผ้าเบรกชนิดนี้เหมาะสำหรับผู้ที่รักความเร็ว เบรกรุนแรง

ผลิตภัณฑ์ผ้าเบรกชนิดนี้นอกจากจะทำการแบ่งตามคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้แล้ว ผ้าเบรกชนิดนี้ยังสามารถแบ่งออกได้ตามลักษณะหรือรูปแบบของผ้าเบรกซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ยี่ห้อ รุ่น และ ปี พ.ศ. ของรถยนต์นั้น ซึ่งมีความหลากหลายโดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 392 ชนิด ซึ่งในโครงการนี้ทำการผลิตผ้าดิสก์เบรกสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถแก๊งค์เบรกรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถปิคอัพ

ผลจากการศึกษาข้อมูลทางด้านการตลาด โครงการนี้จะทำการผลิตผ้าดิสก์เบรกทั้งหมด 88 ชนิดด้วยกันและจากลักษณะของผ้าเบรกทั้งสามชนิดนี้ โครงการนี้จะทำการผลิตเพียง 2 ชนิดด้วยกันคือ เกรด P และ เกรด M ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าเบรกที่จะทำการผลิต

ลำดับที่	ยี่ห้อ	รุ่น	รหัสสินค้า
1	MITSUBISHI	CYCLONE	A-233WK
2		L200D	A-97K
3	TOYOTA	กระบะ RN30	A-49K
4		" LN40,85	A-135K
5	NISSAN	" 720	A-22K
6		" BIG-M	A-127K
7	MAZDA	B2200	A-150K
8	MAZDA	MAGNUM	A-149K
	FORD	MARATHON	
9	ISUZU	Z2000	A-100WK
10		Z2200,2500DI	A-137WK
11		TFR มังกรทอง	A-248WK
12	HONDA	ACCORD 2.0	A-211WK
13		" ปี 90	A-308WK
14		CIVIC 1400	A-111WK
15	NISSAN	SUNNY B11	A-107K
16		" B310	A-71K
17	NISSAN	SUNNY B210	A-37K
18		" B12	A-107WK
19		SENTRA B13	AN-327WK
20		BLUEBIRD U12	A-252WK

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ยี่ห้อ	รุ่น	รหัสสินค้า	
21	TOYOTA	" U11	A-88K	
22		CEFIRO ล้อหน้า	A-277WK	
23		" ล้อหลัง	A-280WK	
24		URVAN, CROWN	A-77K	
25		COROLLA KE70	A-80K	
26		" AE, EE, AT	A-113K	
27		" KE30	A-23K	
28		CORONA RT80	A-12K	
29		" RT100	A-72K	
30		" TT140	A-102K	
31		" AT170	A-236K	
32		" ST171	A-222WK	
33		STARLET	A-74K	
34		4WD LN106	A-303WK	
35		" LN65	A-50K	
36		MITSUBISHI	GALLANT SIGMA	A-38K
37			CHAMP I	A-109K
38			CHAMP II	A-110WK
39			GALLANT 2000	A-312WK
40			" ล้อหลัง	A-314K
41	SUZUKI	NEW LANCER	A-86K	
42		CARIBIEN	A-129K	
43		SWIFT	A-131K	

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ยี่ห้อ	รุ่น	รหัสสินค้า
44		VITARA	A-273WK
45	DAIHATSU	MIRA	A-216K
46	MAZDA	323 '77-80	A-41K
47		323 '81-85	A-93K
48		323 '85-88	A-208WK
49		323 1500CC	A-298WK
50		929	A-76K
51		626 '79-82	A-62K
52		626 '82-88	A-116K
53		626 '89-92	A-249WK
54		BONGO D2200	A-133K
55	ISUZU	BUDDY	A-96K
56	FORD	ESCORT	GD-533
57		COTINA	FDB167
58	FIAT	124, 125 ล้อหน้า	FDB29
59		" ล้อหลัง	FDB22
60	RENAULT	R9, R19, R21	FDB270
61	CITROEN	BX ล้อหน้า	FDB428
62		" ล้อหลัง	FDB201
63		CX2000	FDB126
64	VOLVO	740	FDB317
65		244, 264	GD549
66	BMW	316, 318, 320	FDB192

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ยี่ห้อ	รุ่น	รหัสสินค้า
67		316 '81-91	FDB303
68		316, 318, 320i	FDB622
69		" ล้อหลัง	FDB296
70		520 '86-91	FDB163
71		520i 24V	FDB256
72		730i ล้อหน้า	FDB577
73	BMW	730i ล้อหลัง	FDB578
74	BENZ	190, 200D	FDB11
75		" ล้อหลัง	FDB2
76		230CE	FDB243
77		230E ล้อหน้า	FDB415
78		" ล้อหลัง	FDB328
79		190E	FDB320
80		380, 500 SEC	FDB354
81	PEUGEOT	504 GL ล้อหน้า	FDB42
82		" ล้อหลัง	FDB71
83		505 GR	FDB142
84		304, 405 GL	FDB393
85		309	FDB430
86		405 GR ล้อหน้า	FDB540
87		" ล้อหลัง	FDB541
88	HYUNDAI	EXCEL 1.5	FDB85

หมายเหตุ : รหัสสินค้า A-AKEBONO , FDB-FERODO

ปริมาณความต้องการผลิตสัตว์

1. ปริมาณความต้องการตลาดในประเทศ

ความต้องการของตลาดชุดเบรกรถยนต์ในประเทศนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะด้วยกันคือ

ก) ความต้องการของโรงงานประกอบรถยนต์ จากการทำรัฐบาลได้ ส่งเสริมให้มีโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นภายในประเทศ และตั้งกำแพงภาษีของรถนำเข้าในอัตราที่สูง ทำให้มีการเพิ่มการจัดตั้งโรงงานมากขึ้น และสำหรับโรงงานที่มีอยู่แล้ว ได้ขยายโรงงานเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต นอกจากนี้รัฐบาลยังได้กำหนดปริมาณการใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 45 ของวัตถุดิบทั้งหมดทำให้เกิดความจำเป็น และความต้องการชุดเบรกรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ข) ความต้องการเพื่อใช้ทดแทนชุดเบรกรถยนต์ทั้งหมดอายุ ถ้าพิจารณาจากจำนวนรถยนต์ทั้งหมดในประเทศ จะต้องทำการเปลี่ยนชุดเบรกรถยนต์ทุก ๆ 2-3 ปี หรืออายุการใช้งานของชุดเบรกรถยนต์จะอยู่ระหว่าง 40000-50000 กิโลเมตร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการขับขี่ของผู้ขับขี่รถยนต์แต่ละคน รวมทั้งภาวะการใช้งานของรถคันนั้น ๆ ด้วย เช่น รถยนต์ที่ใช้ขับขี่ในเมืองและผู้ขับขี่ที่ขับรถไม่เร็วนัก ขับรถนิม เบรกไม่รุนแรง และกระชั้นชิด สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อายุการใช้งานของชุดเบรกรถยนต์ก็จะมีสภาพเสื่อมช้ากว่าปกติ

จากการทำการวิจัยทางด้านการตลาดสำหรับ อุตสาหกรรมเบรกรถยนต์ ของคณะผู้เชี่ยวชาญกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้ออกแบบสอบถามข้อมูลทางการตลาด เพื่อทดแทนชุดเบรกรถยนต์ทั้งหมดอายุ โดยทำการสอบถามจากศูนย์ซ่อมรถยนต์ที่ให้บริการเปลี่ยนชุดเบรกรถยนต์ โดยใช้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 185 ตัวอย่าง และผลจากการทำวิจัยในครั้งนี้ปรากฏว่าอายุของรถยนต์ส่วนมากที่เข้ามาใช้บริการจะมีอายุระหว่าง 2-5 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48.40

ดังนั้นในการศึกษาแนวโน้มความต้องการชุดเบรกรถยนต์ภายในประเทศจะทำการศึกษาจากปริมาณรถยนต์ภายในประเทศที่มีอายุของรถยนต์ระหว่าง 2-5 ปี ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2.2-2.3

ตารางที่ 2.2 ปริมาณความต้องการใช้ชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีอายุ 2-5 ปี

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)	ปริมาณรถยนต์ที่มี อายุ 2-5 ปี (คัน)	ปริมาณความต้องการ (อัตรา 3 ปี/ชุด) (ชุด)	อัตราการ เติบโต1	อัตราการ เติบโต2
2523	26,455	-	-	-	-
2524	27,191	-	-	-	-
2525	26,310	-	-	-	-
2526	32,833	-	-	-	-
2527	29,051	-	-	-	-
2528	21,683	112,789	37,600	-	-
2529	21,991	115,385	38,462	+2.3%	-
2530	27,222	109,877	36,626	-2.6%	-
2531	38,721	105,558	35,186	-6.4%	-
2532	47,696	99,947	33,316	-11.4%	-
2533	65,488	109,617	36,539	-2.8%	-
2534	65,833	135,630	45,210	+20.2%	-
2535	121,488	179,127	59,709	+58.8%	-
2536	-	217,738	72,580	+93.1%	+21.6%
2537	-	300,505	100,169	+166.4%	+67.8%

หมายเหตุ : ปริมาณความต้องการ = ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์/3

ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์มาจากฝ่ายวางแผนการตลาดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์จำกัด

¹ เทียบกับปี พ.ศ. 2528

² เทียบกับปี พ.ศ. 2535

ตารางที่ 2.3 ปริมาณความต้องการใช้ชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่มี
อายุ 2-5 ปี

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)	ปริมาณรถยนต์ที่มี อายุ 2-5 ปี (คัน)	ปริมาณความต้องการ (อัตรา 3 ปี/ชุด) (ชุด)	อัตราการ เติบโต1	อัตราการ เติบโต2
2523	43,340	-	-	-	-
2524	41,810	-	-	-	-
2525	48,597	-	-	-	-
2526	65,065	-	-	-	-
2527	62,773	-	-	-	-
2528	52,198	198,812	66,271	-	-
2529	45,299	218,245	72,749	+9.8%	-
2530	59,399	228,633	76,211	+15.0%	-
2531	81,514	225,335	75,112	+13.4%	-
2532	115,964	219,699	73,233	+10.5%	-
2533	167,613	238,410	79,470	+19.9%	-
2534	155,366	302,176	100,726	+52.0%	-
2535	182,958	424,490	141,497	+113.5%	-
2536	-	520,457	173,486	+161.8%	+22.6%
2537	-	621,901	207,301	+212.8%	+46.5%

หมายเหตุ : ปริมาณความต้องการ = ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์/3

ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์มาจาก ฝ่ายวางแผนการตลาดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ จำกัด

¹ เทียบกับปี พ.ศ. 2528

² เทียบกับปี พ.ศ. 2535

จากตารางที่ 2.2-2.3 แสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการชุดเบรกรถยนต์ทั้งประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2536 และ 2537 ตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลโดยส่วนใหญ่จะมีปริมาณความต้องการทั้งสิ้น 72,580 และ 100,169 ชุด ตามลำดับ หรือมีอัตราการเติบโตโดยเทียบกับปี พ.ศ. 2528 ร้อยละเท่ากับ 93.1 และ 166.4 ตามลำดับ และเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2535 จะมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 21.6 และ 67.8 ตามลำดับ สำหรับตลาดรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลโดยส่วนใหญ่จะมีปริมาณความต้องการทั้งสิ้น 173,486 และ 207,301 ชุด ตามลำดับ หรือมีอัตราการเติบโตโดยเทียบกับปี พ.ศ. 2528 ร้อยละเท่ากับ 161.8 และ 212.8 ตามลำดับและเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2535 จะมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 22.6 และ 46.5 ตามลำดับ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดชุดเบรกรถยนต์โดยรวมในปี พ.ศ. 2536 และ 2537 จะมีความต้องการทั้งสิ้น 368,862 และ 460,546 ชุด ตามลำดับ สาเหตุของการเพิ่มความต้องการและภาวะตลาดชุดเบรกรถยนต์ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องก็เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ยังคงขยายตัวในเกณฑ์สูง นี้อาจส่งผลให้การเกษตรสามารถส่งออกได้เป็นจำนวนมาก ผู้คนเริ่มซื้อสินค้ามากขึ้นและนึกถึงความปลอดภัยในการขับขี่รถยนต์มากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต่างตื่นตัวพยายามขยายกำลังการผลิตและส่วนแบ่งการตลาดของตนออกไป ส่งผลให้การแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้นทั้งในด้านการตลาดและในด้านราคาด้วย

ในการพยากรณ์ความต้องการของ อุตสาหกรรมชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล สามารถคำนวณหาตัวเลขได้จากข้อมูลปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในตารางที่ 2.2-2.3 โดยอาศัยวิธี Least Square Regression โดยคำนวณหาสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลมากที่สุด ด้วยโปรแกรม Forecasting ซึ่งผลการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการใช้ชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล แสดงไว้ในตารางที่ 2.4-2.5 สรุปได้ว่า แนวโน้มความต้องการชุดเบรกรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลภายในประเทศมีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยสมการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับข้อมูลเป็นแบบ Linear Regression ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์-สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient หรือ ค่า r) โดยที่ สมการที่ 1 มีค่า r เท่ากับ 0.8538 (ค่า $R^2 = 0.73$) ส่วนสมการที่ 2 มีค่า r เท่ากับ 0.869 (ค่า $R^2 = 0.755$) สำหรับสมการทั้งสองสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$1) D(T) = 4398 + 5437 t \quad \text{ตัน}$$

(สมการรถยนต์นั่งส่วนบุคคล)

$$2) D(T) = 6341 + 11423 t \quad \text{ตัน}$$

(สมการรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล)

โดยที่สมการทั้งสอง มี $t = 1$ สำหรับปี พ.ศ. 2523 ซึ่งอาจสรุปได้ว่า ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นโดยประมาณในอัตราปีละ 5,473 และ 11,423 ตัน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.4 ค่าพยากรณ์ปริมาณความต้องการชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	ปริมาณรถยนต์ที่มี อายุ 2-5 ปี (ตัน)	ปริมาณความต้องการ (อัตรา 3 ปี/ชุด) (ชุด)
2532	47,696	99,947	33,316
2533	65,488	109,617	36,539
2534	65,833	135,630	45,210
2535	121,488	179,127	59,709
2536	80,516	217,738	72,580
2537	85,953	300,505	100,169
2538	91,390	333,325	111,109
2539	-	353,790	117,930
2540	-	379,347	126,449



ตารางที่ 2.5 ค่าพยากรณ์ปริมาณความต้องการชุดเบรกรถยนต์ประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)	ปริมาณรถยนต์ที่มี อายุ 2-5 ปี (คัน)	ปริมาณความต้องการ (อัตรา 3 ปี/ชุด) (ชุด)
2532	115,964	211,699	70,567
2533	167,613	238,410	79,470
2534	155,366	302,176	100,726
2535	182,958	424,490	141,497
2536	166,263	520,457	173,486
2537	177,686	621,901	207,301
2538	189,109	672,190	224,064
2539	-	682,263	227,421
2540	-	716,006	238,669

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุดเบรกรถยนต์นั้นมีมากมายหลายรูปแบบ
ด้วยกันโดยขึ้นอยู่กับ ยี่ห้อ รุ่นและปี พ.ศ. ของรถยนต์ ดังนั้นในตารางที่ 2.6-2.7 จะแสดง
ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์โดยจำแนกตามยี่ห้อในแต่ละปี

ตารางที่ 2.6 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามยี่ห้อในปีพ.ศ. 2523-2535

ยี่ห้อ	2523	2524	2525	2526	2527	2528
	1980	1981	1982	1983	1984	1985
TOYOTA	8254	8744	9807	12324	10856	5700
HONDA						889
NISSAN	3918	4561	4647	7220	5572	3195
MITSUBISHI	4095	4155	3156	3314	2975	1752
BMW	1128	1169	1054	736	1790	2170
PEUGEOT	749	1006	2332	1955	1614	2064
VOLVO	597	435	472	663	708	585
BENZ	640	751	759	943	1127	949
MAZDA	1995	2285	1515	2827	2493	1763
RENAULT	230	154	167	62		
CITROEN	211	321	207	467	573	760
FORD	463	883	677	693	432	748
FIAT	861	497	635	341	311	74
อื่น ๆ	3314	2230	882	1288	600	1034
รวม	26455	27191	26310	32833	29051	21683

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ยี่ห้อ	2529	2530	2531	2532	2533	2534	2535
	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
TOYOTA	6254	8039	11448	13738	19602	23309	34715
HONDA	870	3405	6735	10470	11909	10844	19513
NISSAN	2297	2567	4464	5513	10408	13001	19173
MITSUBISHI	2738	4406	5124	6303	8554	6668	17959
BMW	2767	2129	2124	2341	3188	2109	4252
PEUGEOT	2426	1259	2448	2238	3318	1494	1989
VOLVO	807	1558	1857	2218	2799	3547	3725
BENZ	736	1173	1455	1844	1891	2226	6546
MAZDA	2061	988	1329	1142	1546	1327	4513
RENAULT		544	572	778	1454	1006	1273
CITROEN	580	498	332	228	200	89	81
FORD	235	185	159	122	39		610
HUNDAI							5102
อื่น ๆ	956	471	674	761	580	218	2037
รวม	21991	27222	38721	47696	65488	65838	121488

ที่มา : ฝ่ายวางแผนการตลาดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 2.7 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลจำแนกตามยี่ห้อในปีพ.ศ. 2523-2535

ยี่ห้อ	2523	2524	2525	2526	2527	2528
	1980	1981	1982	1983	1984	1985
TOYOTA	12329	13805	14222	18040	17999	16510
ISUZU	2721	6569	11566	18521	16154	14973
NISSAN	18289	12857	15125	17028	17964	12961
MITSUBISHI	2062	1830	1115	5391	6517	3682
MAZDA	6000	4606	4821	4840	3456	3937
FORD	1939	2143	1748	1245	683	135
รวม	43340	41810	48597	65065	62773	52198

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

ยี่ห้อ	2529	2530	2531	2532	2533	2534	2535
	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
TOYOTA	13093	18376	24636	34104	50299	45427	54035
ISUZU	13001	18369	22194	33972	47987	45248	58754
NISSAN	10836	13956	23091	29444	39286	36425	36296
MITSUBISHI	3307	4924	7738	13887	23230	23879	22773
MAZDA	3701	2786	2833	3867	5881	3570	10377
FORD	951	658	598	463	768	770	709
PEUGEOT	383	330	424	227	162	47	14
รวม	45299	59399	81514	115964	167613	155366	182958

ที่มา : ฝ่ายวางแผนการตลาดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ จำกัด

2. ปริมาณความต้องการตลาดต่างประเทศ

อุตสาหกรรมผลิตเบรกรถยนต์ในประเทศ นอกจากจะผลิตเพื่อใช้ในประเทศแล้ว ยังสามารถพัฒนาถึงขั้นส่งออก ไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากแนวโน้มการส่งออกได้เพิ่มขึ้นโดยลำดับ โดยที่เบรกรถยนต์จากการที่เคยส่งออกได้เพียง 671,576 หน่วยในปี พ.ศ. 2531 เพิ่มขึ้นเป็น 1,054,335 หน่วยในปี พ.ศ. 2535 โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2535 ในอัตราร้อยละ 57.00 ทั้งนี้เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศโดยทั่วไปเอื้ออำนวย ทำให้ความต้องการชุดเบรกรถยนต์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับชุดเบรกรถยนต์ของประเทศ มีคุณภาพได้มาตรฐานและยังมีราคาถูก ทำให้ลูกค้าในต่างประเทศหันมาสั่งซื้อมากขึ้น ซึ่งจะสังเกตได้จากตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เบรกรถยนต์ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2535

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (หน่วย)	มูลค่า (พันล้านบาท)	อัตราการเติบโต
2531	671,576	34,357	-
2532	915,977	47,297	+36.4%
2533	1,021,717	68,415	+52.1%
2534	813,445	58,695	+21.1%
2535	1,054,335	59,213	+57.0%

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในประเทศ มีการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์อย่างมาก และอุปสงค์ยังคงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการขยายตัวในการผลิต (Demand Pull) ดังนั้นการผลิตในปัจจุบันภายใต้กำลังการผลิตที่มีอยู่ สามารถตอบสนองระดับอุปสงค์ภายในประเทศเท่านั้น และที่มีการส่งออกก็เป็นการส่งออกของผู้ว่าจ้างให้ผลิตซึ่งเป็นชาวต่างประเทศ โดยทั่วไปแล้วผู้ผลิตชาวไทยได้มีการดำเนินการในการหาตลาดต่างประเทศหรือส่งออกเอง ดังนั้นต่อไปในอนาคตนักลงทุนต้องมีความสามารถทางด้านการตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น เพื่อสนองต่อนโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐ โดยรัฐบาลได้มีมาตรการในการส่งเสริมการส่งออก โดยเป็นโครงการร่วมมือผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในอาเซียน ประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอาเซียน ได้มีความพยายามรวมกลุ่มเพื่อการร่วมกันผลิต และลงทุนในอุตสาหกรรมเหล่านี้ในโครงการต่าง ๆ ได้แก่

- 1) โครงการแบ่งการผลิตทางอุตสาหกรรมของอาเซียน
(ASEAN Industrail Complementation Scheme)
- 2) โครงการร่วมลงทุนอุตสาหกรรม
(ASEAN Industrail Joint Ventures [AIJV])
- 3) โครงการแบ่งการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เฉพาะยี่ห้อ
(Brand-to-Brand Complementation)

แหล่งของอุปทานในปัจจุบัน

1. คู่แข่งขันภายในประเทศ

ปัจจุบัน โรงงานผลิตส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนนั้นส่วนใหญ่ได้ใช้กำลังการผลิตกันเต็มที่ แต่การเพิ่มกำลังการผลิตอาจใช้เพิ่มมากขึ้นได้หากแบบรถยนต์มีน้อย เพราะในขณะนี้โรงงานผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถยนต์จะต้องผลิตชิ้นส่วนตามรถยนต์แบบต่าง ๆ ในการเปลี่ยนแบบต้องสูญเสียเวลาในการเปลี่ยนแม่แบบต่าง ๆ ส่วนโรงงานที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน หรือเป็นโรงงานขนาดเล็กนั้น ได้ผลิตออกจำหน่ายในตลาดอะไหล่ กำลังการผลิตของโรงงานประเภทนี้หากได้รับการปรับปรุงในด้านคุณภาพแล้วก็จะเพิ่มกำลังการผลิตชิ้นส่วน และอุปกรณ์รถยนต์ให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์เพิ่มขึ้นได้อีก เนื่องจากในปัจจุบันโรงงานประเภทนี้ยังมีกำลังการผลิตเหลืออีกมาก โดยโรงงานเหล่านี้จะทำการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นด้วย นอกเหนือจากชุดเบรกรถยนต์ด้วย โดยโรงงานที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ชุดเบรกรถยนต์ในประเทศมีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 6 โรงงาน แสดงได้ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 รายชื่อโรงงานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุดเบรกรถยนต์

รายชื่อโรงงาน	ที่อยู่	วันที่ก่อตั้ง	กำลังการผลิตต่อปี
1. ผลิตหม้อทวิศว์ไทย	นิคมอุตสาหกรรมนวนคร ปทุมธานี	23 มิ.ย 32	154,280 ชุด
2. ไอเอฟบี-ไทย	จังหวัดละเซิงเทรา	12 ธ.ค 32	400 ตัน
3. สมบูรณ์ผ้าเบรกและคลัช	แขวงบางนา พระโขนง กรุงเทพฯ	25 มี.ค 09	600 ตัน
4. เจง เทค-ไอ	จังหวัดละเซิงเทรา	18 ต.ค 31	2,000 ตัน
5. จามิกอุตสาหกรรม	นิคมอุตสาหกรรมนวนคร ปทุมธานี	2 ส.ค 26	24,000 ชุด
6. ไทย-ญี่ปุ่นโลหะ	อำเภอบางบัวทอง นนทบุรี	15 มิ.ย 32	216,000 ชุด

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักนายกรัฐมนตร

2. การนำเข้าผลิตภัณฑ์

สำหรับการนำเข้าของผลิตภัณฑ์เบรก แสดงได้ดังตารางที่ 2.10 โดยจะเห็นได้ว่า แนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์เบรกจากต่างประเทศได้ลดลงตามลำดับ จากการที่มีการนำเข้า 201,615 หน่วยในปี พ.ศ. 2531 ลดลงเป็น 136,693 หน่วยในปีพ.ศ. 2535 ในอัตราร้อยละ 32.20 ทั้งนี้เนื่องจากราคาที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาที่สูงกว่า จึงทำให้อุตสาหกรรมเบรกรถยนต์ในประเทศดีขึ้น

เมื่อพิจารณาลักษณะของอุปสงค์และอุปทานในปัจจุบันี้ จะมีลักษณะสมดุลกันอยู่บ้าง โดยในขนาดอุปสงค์จะมีแนวโน้มมากขึ้น ดังนั้นโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนต้องพยายามเพิ่มผลผลิตให้ได้ตามกำลังผลิตที่กำหนด โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ พร้อมทั้งต้องมองหาช่องทางในการส่งออกให้มากขึ้น โดยเน้นไปที่ประเทศในแถบตะวันออกกลางและในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ

ตารางที่ 2.10 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เบรกรถยนต์ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2535

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (หน่วย)	มูลค่า (พันล้านบาท)	อัตรารวมเติบโต
2531	201,615	32,491	-
2532	154,305	25,538	-23.5%
2533	188,065	35,099	-6.7%
2534	117,478	30,470	-41.7%
2535	136,693	27,668	-32.2%

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากความต้องการภายในประเทศมีจำนวนมาก ทั้งตลาดสำหรับโรงงานประกอบและสำหรับตลาดอะไหล่ รวมทั้งแนวโน้มในการส่งออกก็ยังมีปริมาณที่สูง ดังนั้นวัตถุประสงค์หลักของโครงการนี้คือ ผลิตผลิตภัณฑ์ชุดเบรกรถยนต์เพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ เพื่อเป็นฐานสนับสนุนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมทั้งประหยัดเงินตราภายในประเทศ ที่จะต้องนำผลิตภัณฑ์นี้เข้ามาจากต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังต้องผลิตเพื่อสนองความต้องการตลาดต่างประเทศ ซึ่งในอนาคตนั้นยังมีแนวโน้มสูงขึ้นซึ่งจะทำให้สามารถลดปัญหาทางดุลการค้า และสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้อีกจำนวนมาก

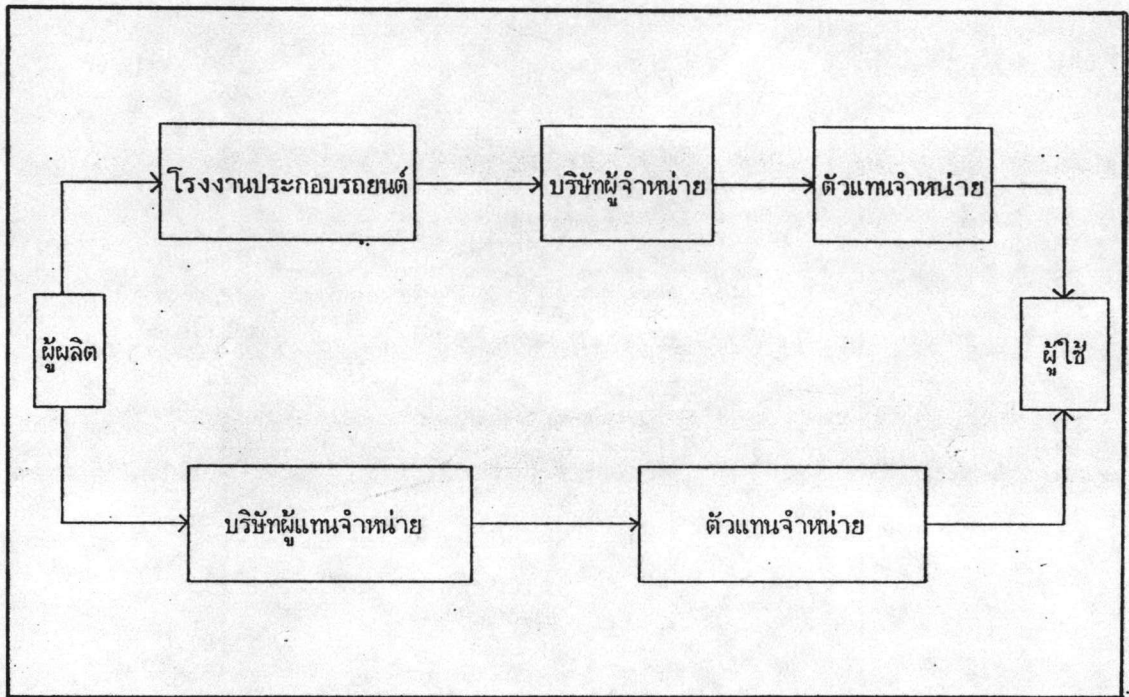
การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากการเลือกช่องทางจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาด โดยหน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ใช้ โดยมีตัวกลางทางการค้าซึ่งสามารถช่วยเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ใช้ทางได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ทำให้มีการเก็บรักษาสินค้าในสถานที่ซึ่งสามารถซื้อในปริมาณและเวลาที่ต้องการได้สะดวก ตลอดจนช่วยรับภาระความเสี่ยงเกี่ยวกับการสูญหาย อุบัติเหตุ ความแปรปรวนของราคาและความต้องการ รวมทั้งช่วยลดเงินทุนในการเก็บสต็อกสินค้า โครงการนี้ได้วิเคราะห์เพื่อตัดสินใจโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายทั้งด้านความทั่วถึง ความรวดเร็วและต้นทุนการจัดจำหน่าย โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ความถูกต้องของลูกค้า เพื่อกำหนดลำดับของ การให้บริการได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง ระยะเวลาการรอคอย ความสะดวกเกี่ยวกับพื้นที่ และความหลากหลายของสินค้า
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ระดับการให้บริการเพื่อความพอใจของลูกค้า ด้วยการพิจารณาปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและศักยภาพของคนกลาง เช่น การเงิน ชื่อเสียง ความสัมพันธ์กับลูกค้า และสถานที่เก็บรักษาสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังพิจารณาเป้าหมายและศักยภาพของโครงการเอง รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจด้วย

จากผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายจะพบว่า คนกลางส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ตามเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานครและจังหวัดที่ใกล้เคียงเช่น ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้สามารถสรุปออกมาได้ดังรูปที่ 2.1 นั่นคือ

- 1) จำหน่ายผ่านคนกลางสามขั้นตอน
- 2) จำหน่ายผ่านคนกลางสองขั้นตอน



รูปที่ 2.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย