

บทที่ 1

บทนำ



ปัญหาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือมากกว่าร้อยละ 20 (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย [IFCT] , 2538) ในปี 2539 เป็นตลาดรถจักรยานยนต์อันดับ 3 ของโลกรองจากจีน และ อินเดีย (IFCT , 2536) แต่ในปัจจุบันจากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงกลางปี 2540 ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ชะงักงันไปด้วย แต่ตลาดรถจักรยานยนต์ไทยยังคงเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอินโดจีน อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยสร้างรายได้ปีละหลายหมื่นล้านจากการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศและตลาดต่างประเทศที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงให้เกิดการเติบโตของอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมน้ำมัน น้ำมันหล่อลื่น ตัวถัง เครื่องยนต์ ซีลวอด และเหล็กกล้า เป็นต้น และสร้างการขยายตัวต่อธุรกิจขายรถจักรยานยนต์อีกด้วย ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศญี่ปุ่นย้ายฐานการผลิตเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากต้นทุนค่าจ้างแรงงานในญี่ปุ่นและค่าเงินเยนมีค่าเพิ่มขึ้น ประกอบกับไทยมีนโยบายเปิดเสรีสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนผลิตเพื่อการส่งออกและความต้องการรถจักรยานยนต์ของไทยขยายตัวในเกณฑ์สูง

การผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยเริ่มตั้งแต่ปี 2507 จากการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ในระยะแรกเริ่มจากการนำเข้าชิ้นส่วนต่างๆมาประกอบภายในประเทศ ต่อมามีการผลิตชิ้นส่วนขึ้นเองภายในประเทศ เช่น ตัวถัง อานรถ เครื่องยนต์ ในปี 2520 กระทรวงอุตสาหกรรมได้แก้ไขวิธีการกำหนดการใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์โดยอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ ต้องใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศร้อยละ 70 จากเดิมร้อยละ 50 ที่ได้กำหนดใช้ในปี 2514 และเปิดเสรีโรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ ปี 2521 ประกาศห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์สำเร็จรูปจากต่างประเทศเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ ทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ปี 2532 BOI ให้การส่งเสริมการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 150 ซีซี จะเป็นแบบ 2 จังหวะ หรือ 4 จังหวะก็ได้ แต่จะต้องใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 และเพิ่มขึ้นในปีต่อไปเป็นร้อยละ 40, 60, 70, และ 80 ตามลำดับ ต่อมาในปี 2538 BOI เปิดเสรีไม่บังคับการใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ แต่เนื่องจากการผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีคุณภาพดี ทำให้สัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 70-90 (อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์...ภาวะธุรกิจ ชบเซา , 2540 : 15-30)

ปัจจุบันตลาดรถจักรยานยนต์มีผู้ประกอบการ 4 ราย สามารถครองตลาดรวมกันได้ถึง 99% อยู่ในภาวะที่มีอุปทานมากกว่าอุปสงค์ (Excess Supply) โดยการพิจารณาตารางแสดงอุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ ปี 2520-2542 พบว่าตลาดในช่วง 2536-2542 มีภาวะอุปทานเกินกว่าอุปสงค์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากเกิดการภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงดังกล่าว ผู้บริโภคประสบปัญหาจากวิกฤตเศรษฐกิจจึงทำการชะลอการใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ลง อีกทั้งผู้ประกอบการยังไม่สามารถลดจำนวนการผลิตเพื่อให้เพียงพอกับกำลังซื้อที่ลดลงได้ในทันที เนื่องจากปัจจัยด้านแรงงาน และเครื่องจักรเป็นสำคัญ ดังนั้นทำให้อุปทานในช่วงดังกล่าวไม่สามารถตอบสนองอุปสงค์ได้ อีกทั้งประเทศที่ไทยทำการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปนั้นอยู่ในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน ทำให้ไทยไม่สามารถส่งออกรถจักรยานยนต์เพื่อชดเชยอุปสงค์ในประเทศที่ขาดไปได้มากนัก ทำให้ช่องว่างที่อุปสงค์จะมากกว่าอุปทานมีมากขึ้น แต่ในช่วงปลายปี 2541-2542 ผู้ผลิตได้ปรับลดการผลิตลงจากการชะงักงันทางเศรษฐกิจ ทำให้อุปทานรถจักรยานยนต์ปรับตัวลดลงมาใกล้เคียงกับอุปสงค์มากยิ่งขึ้น ทำให้ช่องว่างระหว่างอุปสงค์กับอุปทานมีค่าลดลง

เนื่องจากปริมาณการส่งออกรถจักรยานยนต์ของไทยนั้นมีการเก็บตัวเลขที่ซ้ำซ้อนกับการจำหน่าย ถ้าคิดคำนวณอุปสงค์โดยการนำการจำหน่ายรวมกับการส่งออกจะก่อให้เกิดปัญหา Double Counting ดังนั้นเพื่อพิจารณาภาวะตลาดรถจักรยานยนต์ให้มีความชัดเจน และลดความผิดพลาดจึงพิจารณาอุปสงค์จากการจำหน่ายซึ่งรวมการส่งออกไว้เรียบร้อยแล้ว

ตาราง 1.1 แสดงอุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ ช่วงปี 2520-2542

(คัน)

ปี	การจำหน่าย (1)	การผลิต (2)	การส่งออก (3)	การนำเข้า (4)	อุปสงค์ (1)=(5)	อุปทาน (2)+(4)=(6)	อุปสงค์ส่วนเกิน (5)-(6)
2520	213204	149524	16	89261	213204	238785	-25581
2521	224311	190776	19	26791	224311	217567	6744
2522	240120	244208	39	576	240120	244784	-4664
2523	286198	283979	723	776	286198	284755	1443
2524	307168	304779	1784	1915	307168	306694	474
2525	278450	292703	5987	4476	278450	297179	-18729
2526	345231	313260	404	6262	345231	319522	25709
2527	315809	320538	640	1616	315809	322154	-6345
2528	247967	228646	778	368	247967	229014	18953
2529	249752	241081	277	316	249752	241397	8355
2530	310579	302195	4	223	310579	302418	8161

ตาราง 1.1 (ต่อ) แสดงอุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ ช่วงปี 2520-2542

(ตัน)

ปี	การจำหน่าย (1)	การผลิต (2)	การส่งออก (3)	การนำเข้า (4)	อุปสงค์ (1)=(5)	อุปทาน (2)+(4)=(6)	อุปสงค์ส่วนเกิน (5)-(6)
2531	494586	488669	32	8326	494586	496995	-2409
2532	588278	587216	7493	43	588278	587259	1019
2533	732848	715115	7405	37	732848	715152	17696
2534	649727	668436	11682	53	649727	668489	-18762
2535	868157	863188	52954	537	868157	863725	4432
2536	1106313	1117735	99243	552	1106313	1118287	-11974
2537	1246322	1349037	115836	322	1246322	1349359	-103037
2538	1504857	1618109	482844	2037	1504857	1620146	-115289
2539	1242359	1409039	137970	519	1242359	1409558	-167199
2540	927365	1055555	1692459	545	927365	1056100	-128735
2541	490829	561037	456092	146	490829	561183	-70354
2542	605903	694780	194255	119	605903	694899	-88996

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย และ กรมศุลกากร

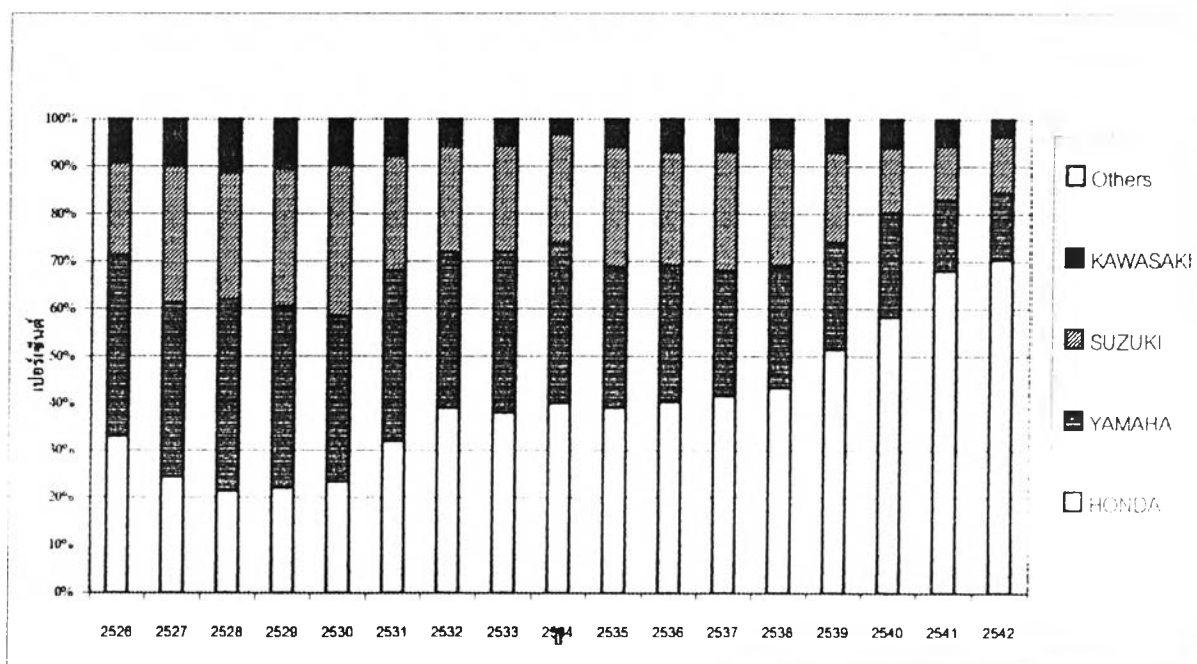
ตลาดรถจักรยานยนต์มีผู้ขายเพียง 3-4 ราย และเป็นสินค้าที่แตกต่างกัน (differentiate product) แต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ในไทยมีเพียง 4 ราย ซึ่งได้แก่ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ และคาวาซากิ (เนื่องจากการเข้ามาในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของต่างชาติยังคงมีปริมาณน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจีนจึงไม่พิจารณา) ฮอนด้าเป็นรถจักรยานยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา โดยในปี 2542 มีส่วนแบ่งตลาดถึง 70.4% รองลงมาคือยามาฮ่า ซูซูกิ และคาวาซากิ ตามลำดับ

ตาราง 1.2 แสดงส่วนแบ่งตลาดของรถจักรยานยนต์ แยกตามยี่ห้อ ปี 2526-2542

ปี	HONDA	YAMAHA	SUZUKI	KAWASAKI	อื่นๆ
2526	33%	38%	20%	9%	0%
2527	24%	37%	29%	10%	0%
2528	21%	41%	27%	11%	0%
2529	22%	38%	29%	11%	0%

ตาราง 1.2 (ต่อ) แสดงส่วนแบ่งตลาดของรถจักรยานยนต์ แยกตามยี่ห้อ ปี 2526-2542

ปี	HONDA	YAMAHA	SUZUKI	KAWASAKI	อื่นๆ
2530	23%	35%	32%	10%	0%
2531	32%	36%	24%	8%	0%
2532	39%	33%	22%	6%	0%
2533	38%	34%	22%	6%	0%
2534	40%	34%	23%	3%	0%
2535	39%	30%	25%	6%	0%
2536	40%	29%	24%	7%	0%
2537	42%	26%	25%	7%	0%
2538	43%	26%	25%	6%	0%
2539	51%	23%	19%	7%	0%
2540	58%	22%	14%	6%	0%
2541	68%	15%	11%	6%	0%
2542	70%	14%	12%	4%	0%



แผนภาพ 1.1 แสดงปริมาณการจำหน่ายแยกตามยี่ห้อปี 2526-2542

ตลาดรถจักรยานยนต์มีความน่าสนใจในการศึกษาเนื่องจากการเติบโตของตลาดในระดับสูง อีกทั้งตลาดรถจักรยานยนต์มีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการทั้ง 4 รายค่อนข้างรุนแรง ผู้ประกอบการในตลาดต่างมีกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ข้อของตน การแข่งขันดังกล่าวทวีความรุนแรงมากขึ้นเมื่อตลาดรถจักรยานยนต์ขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงปี 2539 - 2542 โดยการแข่งขันในตลาดรถจักรยานยนต์จะเกิดในรถจักรยานยนต์แต่ละประเภท ได้แก่ รถจักรยานยนต์แบบครอบครัว รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต และรถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้ประกอบการใช้มีความหลากหลาย จึงเป็นที่น่าพิจารณาว่าตลาดรถจักรยานยนต์มีการใช้กลยุทธ์ใดเป็นกลยุทธ์ที่เด่นชัดในการแข่งขัน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ เพื่อกำหนดฟังก์ชันอุปสงค์และอุปทานต่อรถจักรยานยนต์
2. ศึกษาความรุนแรงของการกระจุกตัวของผู้ผลิตในตลาดรถจักรยานยนต์ เพื่อยืนยันสมมติฐานการเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย
3. ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของตลาดรถจักรยานยนต์ โดยใช้รูปแบบการวิเคราะห์ของBertrand

สมมติฐานในการศึกษา

1. ตลาดรถจักรยานยนต์เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย
2. ตลาดรถจักรยานยนต์มีการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคาเป็นกลยุทธ์หลัก

ขอบเขตในการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันตลาดรถจักรยานยนต์ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาตลาดรถจักรยานยนต์ที่มีบทบาทสำคัญในตลาดรถจักรยานยนต์ของไทย คือ ฮอนด้า ยามาฮ่า ซูซูกิ และคาวาซากิ โดยใช้ข้อมูลเป็นตัวแทนผู้ประกอบการ
2. รถจักรยานยนต์ที่ทำการศึกษแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ
 - 2.1 รถครอบครัว มีขนาดปริมาตรกระบอกสูบอยู่ระหว่าง 70 -110 ซีซี
 - 2.2 รถครอบครัวกึ่งสปอร์ต มีขนาดปริมาตรกระบอกสูบอยู่ระหว่าง 80 -125 ซีซี
 - 2.3 รถสปอร์ต มีขนาดปริมาตรกระบอกสูบอยู่ระหว่าง 80 -150 ซีซี
3. ทำการศึกษาในช่วงปี 2534 -2542

วิธีการศึกษา

1. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จะศึกษาโดยการนำปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ โดยใช้วิธี Two Stage-least Squares ประมาณหา Demand และ Supply โดยตัวแปรที่ใช้ศึกษาหาความสัมพันธ์ได้แก่ รายได้ประชาชาติ ราคาจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ย ราคาน้ำมันเบนซิน คำนีทางเศรษฐกิจที่ผู้ผลิตคาดหวัง อัตราแลกเปลี่ยนเงินเยน และอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก ซึ่งพิจารณาตัวแปรทั้งหมดในรูป Real Term โดยจะทำการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกจากการพิจารณา
2. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จะศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ตลาดโดยรวม และใช้ดัชนีต่างๆเพื่อยืนยันว่าตลาดรถจักรยานยนต์เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย เช่น Concentration Ratio , Herfindahl Index และ Comprehensive Concentration Index
3. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จะทำการวิเคราะห์ Demand และ Cost Function ของผู้ประกอบการแต่ละรายในตลาดรถจักรยานยนต์ โดยใช้วิธี Ordinary Least Square : OLS ในการศึกษาหา Demand Function และการศึกษา Cost Function ทำโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนการผลิตกับปริมาณการผลิต โดยนำแบบจำลองของ Bertrand แล้วทดสอบปฏิกริยาการแข่งขันเพื่อหา Reaction Function ของผู้ประกอบการแต่ละราย

แหล่งข้อมูล

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ จากแหล่งข้อมูลต่างๆอันได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ บริษัท เอ.พี.ฮอนด้า จำกัด และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังรวบรวมจากหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และข้อมูลจากเครือข่าย อินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยในการค้นคว้า อย่างไรก็ตามข้อมูลที่ใช้บางตัว ไม่สามารถหาข้อมูลที่เหมาะสมได้ จึงทำการประมาณค่าข้อมูลบางตัว ดังนี้

1. ค่าดัชนีเศรษฐกิจที่ผู้ผลิตคาดหวังและค่าดัชนีทางเศรษฐกิจที่ผู้นำเข้าคาดหวัง กำหนดให้ 2 ค่ามีค่าเท่ากัน และสามารถแทนด้วยค่าดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ โดยคำนวณจาก การสอบถามความคิดเห็นของธุรกิจของภาคเอกชนของธนาคารแห่งประเทศไทย
2. รายได้ประชาชาติหรือ GDP (Y) เนื่องจากเป็นข้อมูลรายปีไม่สามารถทำการหาข้อมูลเป็นรายเดือน จึงทำการปรับข้อมูลรายได้ประชาชาติรายปีเป็นรายเดือน โดยใช้แนวความคิดของ จินนิชฐา มีสุขและประพันธ์ สายสงเคราะห์ เป็นการกระจายข้อมูลทางสถิติแบบ Generalized Least Squares (GLS) และ Quadratic Loss Function (QLF)

3. ต้นทุนการผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการเปิดเผยข้อมูลเพียงช่วงปี 2533-2535 จึงใช้ต้นทุนขายซึ่งเป็นตัวแทนต้นทุนการผลิต ดังมีความสัมพันธ์ดังสูตร

ต้นทุนสินค้าที่ขาย = ต้นทุนการผลิต + มูลค่าสินค้าต้นงวด - มูลค่าสินค้าปลายงวด
 ดังนั้นจะสามารถหาต้นทุนการผลิต ได้ดังนี้

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \text{ต้นทุนสินค้าที่ขาย} + (\text{มูลค่าสินค้าปลายงวด} - \text{มูลค่าสินค้าต้นงวด})$$

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาถึงโครงสร้างตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย พฤติกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และอุปทานรถจักรยานยนต์ ตลอดจนสถานการณ์ในปัจจุบัน จะช่วยให้รัฐบาลสามารถควบคุมปัจจัยที่สำคัญในตลาดรถจักรยานยนต์ได้ ถ้าตลาดรถจักรยานยนต์มีการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคาคงสมมุติฐาน รัฐบาลสามารถวางแนวทางในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายลงเพื่อลดราคาตลาดรถจักรยานยนต์ลง ส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จนถึงสามารถส่งเสริมให้ตลาดรถจักรยานยนต์มีการแข่งขันในรูปแบบที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น