

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีบทบาทที่สำคัญต่อประเทศกำลังพัฒนา ในการบรรลุวัตถุประสงค์การเปลี่ยนแปลงเป็นประเทศอุตสาหกรรม (Industrialization) อุตสาหกรรมรถยนต์สามารถสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล และมีผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเริ่มมีการพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 หลังจากที่รัฐบาลประกาศใช้นโยบายส่งเสริมการลงทุน 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)<sup>1</sup> เหมือนในประเทศอื่น ทำให้ต่างชาติมีความมั่นใจในการลงทุนอุตสาหกรรมรถยนต์ใน

<sup>1</sup> Mahahidin and Kanageswary (2004) พบว่า ในกลุ่มประเทศอาเซียน มาเลเซียเป็นตลาดรถยนต์ที่สำคัญลำดับสองรองจากประเทศไทยหลังจากปี 2547 เป็นต้นมา หลังจากที่รัฐบาลประกาศใช้นโยบาย “รถยนต์แห่งชาติ” ซึ่งเป็นนโยบายปกป้องอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศโดยการผลิตรายของประเทศ 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 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถปิกอัพขนาดเบาหรือขนาดหนึ่งตันเป็นอันดับหนึ่งของโลก (World's Number One Maker of Light Pickups) และ Anonymous (2011) กล่าวว่า ในปี 2553 ประเทศไทยจัดว่าเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่เป็นอันดับสี่ของโลกรองจากสหรัฐ ญี่ปุ่น และจีน เท่านั้น

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

### 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) และระยะเวลาลงเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ (ปี 2541-2550)

### 1.4 คำนิยามศัพท์

พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 ตอนที่ 5 ให้คำนิยามของรถยนต์ประเภทต่าง ๆ<sup>2</sup> ดังนี้

(1) **รถยนต์นั่ง (Passenger Car)** หมายความว่า รถเก๋งหรือรถยนต์ที่ออกแบบเพื่อใช้สำหรับนั่งเป็นปกติวิสัยและให้หมายรวมถึงรถยนต์ในลักษณะทำนองเดียวกัน เช่นรถยนต์ที่มีหลังคาติดต่อกันในลักษณะถาวร ดันข้าง หรือด้านหลังคนขับมีประตูหรือมีหน้าต่างและมีที่นั่งที่นั่งนี้ไม่ว่าจะมีที่นั่งเท่าใด

(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)**

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

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) สามารถนำงานวิจัยนี้ใช้ในการประกอบการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ขนส่งที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอนอยู่ในปัจจุบัน โดยนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นกรณีศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อรถยนต์ของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ

(2) สามารถทราบความสำคัญและบทบาทอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต