

บทที่ ๒



### โครงสร้างของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อทดแทนการนำเข้าและเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง ที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็วมาก มีผู้ผลิตที่เปิดดำเนินการทั้งหมด ๔ ราย (ดังตารางที่ ๑) ในจำนวนนี้เป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในการจัดตั้งโรงงานผลิต ๓ บริษัท คือ บริษัท สยามยามาฮา จำกัด, บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด และบริษัทไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด ส่วนบริษัทที่ไม่ขอรับการส่งเสริมมีเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัทไทยควาซากิมอเตอร์ จำกัด

#### ตารางที่ ๑

แสดงชื่อบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก ชื่อรถจักรยานยนต์และสัดส่วนของผู้ถือหุ้น

ชื่อบริษัท	ชื่อการค้า	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	วันเริ่มดำเนินการ	ผู้ถือหุ้น	
				ไทย	ญี่ปุ่น
๑. บริษัทสยามยามาฮา จำกัด	รถยามาฮา	๕	๑ มิ.ย. ๒๕๐๔	๑๐๐	-
๒. บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด	รถฮอนด้า	๒๐	๑๕ พ.ค. ๒๕๑๐	๔๐	๖๐
๓. บริษัทไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด	รถซูซูกิ	๑๘	๑ ส.ค. ๒๕๑๑	๕๑	๔๙
๔. บริษัทไทยควาซากิ จำกัด*	รถควาซากิ	๕	ปลายปี ๒๕๑๔	๑๐๐	-

แหล่งที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

\*บริษัทไม่ขอรับการส่งเสริม

ประวัติความเป็นมาของบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์

๑. บริษัทสยามยามาฮา จำกัด (Siam Yamaha Company Limited) เป็นบริษัทแรกที่ก่อตั้งโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย โดยการร่วมลงทุน (Joint Venture) ระหว่างคนไทยกับบริษัทยามาฮามอเตอร์ ประเทศญี่ปุ่น ในอัตราส่วน ๗๐:๓๐ บริษัทได้จัดตั้งโดยมีทุนจดทะเบียน ๓ ล้านบาท จดทะเบียนบริษัท เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๐๗ และต่อมาในเดือนกันยายน ๒๕๐๘ บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก ๓ ล้านบาท เป็น ๖ ล้านบาท บริษัทฯ ได้ลงมือก่อสร้างแล้วเสร็จ และเริ่มดำเนินการผลิต เมื่อวันที่ ๑ มิถุนายน ๒๕๐๘ และต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๒๒ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก ๖ ล้านบาท เป็น ๘ ล้านบาท (ดังตารางที่ ๑) เมื่อเดือนเมษายน ๒๕๑๔ ทางฝ่ายบริษัทยามาฮามอเตอร์ จำกัด ประเทศญี่ปุ่น ได้เสนอขายหุ้นทั้งหมดให้แก่ฝ่ายผู้ถือหุ้นไทย ซึ่งปัจจุบัน (ปี ๒๕๒๑) ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นคนไทยทั้งสิ้น ๑๐๐%

๒. บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด (Thai Honda Manufacturing Company Limited) เป็นบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์แห่งที่สองที่ก่อตั้งโรงงานผลิตขึ้นในประเทศไทย โดยการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทเอเซียฮอนด้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮอนด้า ในประเทศไทยกับบริษัทฮอนด้ามอเตอร์ประเทศญี่ปุ่น ในอัตราส่วน ๕๐:๖๐ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๑๐ ด้วยเงินลงทุน ๑๐ ล้านบาท และบริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก ๑๐ ล้านบาท เป็น ๑๕ ล้านบาท ในปี ๒๕๑๕ และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก ๑๕ ล้านบาท เป็น ๒๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๑๙ จนถึงปัจจุบัน (ปี ๒๕๒๑)

๓. บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด (Thai Suzuki Company Limited) เป็นบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์แห่งที่สาม ที่ก่อตั้งโรงงานผลิตขึ้นในประเทศไทย โดยการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทซูซูกิ จำกัด, บริษัท เอส. พี อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซูซูกิ ในประเทศไทยกับบริษัทซูซูกิมอเตอร์ประเทศญี่ปุ่น ในอัตราส่วน ๕๑:๔๙ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและเริ่มดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๑๑ ด้วยเงินทุนจดทะเบียน ๘ ล้านบาท และบริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก ๘ ล้านบาท เป็น ๑๘ ล้านบาทในปี ๒๕๑๘ จนถึงปัจจุบัน

๔. บริษัทไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด (Thai Kawasaki Motor Company Limited) เป็นบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์แห่งที่สี่ ที่ก่อตั้งโรงงานผลิตขึ้นในประเทศไทย โดยการลงทุนของบริษัทกอล์ฟประเทศไทย ซึ่งแต่เดิมเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายของบริษัทคาวาซากิ เอพี่อินเตอร์ ประเทศไทย ซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์คาวาซากิในประเทศไทย โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนขอจัดตั้งบริษัทและเริ่มดำเนินการในเดือนพฤศจิกายน ๒๕๑๙ ด้วยเงินทุน ๕ ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนของคนไทย ๑๐๐% ต่อมาได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก ๕ ล้านบาทในปี ๒๕๒๐

ตารางที่ ๒

แสดงชื่อบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยและจำนวนสถานที่ตั้งของโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์

ชื่อบริษัท	จำนวนโรงงาน	สถานที่ตั้งโรงงาน
๑. บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟค จำกัด	๑	๑๔๙ ถนนธรรมาภิบาล ตำบลสำโรงใต้ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรปราการ
๒. บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด	๑	๓๑/๑ ถนนรังสิต-องครักษ์ อำเภอดอนเมือง จังหวัดปทุมธานี
๓. บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด	๒	๑๔๙ หมู่ ๔ ถนนสุขุมวิท ตำบลบางด้วน อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรปราการ ๖๔ กม. ๒๑ ถนนบางนา-ตราด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
๔. บริษัทไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด	๑	๑๔๙ หมู่ ๑ ถนนพุทธรักษา อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรปราการ

แหล่งที่มา: บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์

บริษัทผู้ผลิต ๓ บริษัท คือ บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด, บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด และบริษัทสยามยามาฮา จำกัด นับได้ว่าเป็นบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากมีการร่วมลงทุนจากต่างประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยส่งรถจักรยานยนต์เป็นสินค้าออกไปจำหน่ายสูงถึง ๗๐% ของจำนวนรถจักรยานยนต์ทั่วโลก การร่วมลงทุนดังกล่าวเนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศญี่ปุ่น ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินเยนกับดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนในปี ๒๕๒๐ มีอัตราแลกเปลี่ยนเงินเยนกับดอลลาร์สหรัฐอเมริกาสูงถึงร้อยละ ๒๑.๕<sup>(๑)</sup> อัตราแลกเปลี่ยนนี้มีผลทำให้ราคาจักรยานยนต์จากประเทศญี่ปุ่นมีราคาแพงขึ้น และญี่ปุ่นจะสามารถขายรถจักรยานยนต์ของตนได้น้อยลง การป้องกันผลกระทบในด้านอัตราแลกเปลี่ยนนี้ ผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นจึงพยายามที่จะไปจัดตั้งบริษัทรถจักรยานยนต์ของตน ในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาเช่น ประเทศไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถขายรถจักรยานยนต์ที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นได้มากขึ้น เพราะปริมาณความต้องการในประเทศดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้มีข้อกำหนดทางการค้า เช่น การตั้งกำแพงภาษี, การกำหนดโควตาการนำรถจักรยานยนต์เข้าประเทศอันเป็นอุปสรรคต่อการค้ารถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่น เป็นอันมาก สาเหตุต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว ความพยายามของบริษัทผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นที่จะได้รับประโยชน์อื่น ๆ ซึ่งได้แก่<sup>(๒)</sup>

---

<sup>๑</sup>ธนาคารกรุงเทพ จำกัด, อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของญี่ปุ่น, วารสารเศรษฐกิจประจำเดือน (ฉบับเดือนสิงหาคม ๒๕๒๑ ปีที่ ๑๐ เล่มที่ ๘) หน้า ๔๔๐.

<sup>๒</sup>ริวฉิมชัย อัครถาวร, บทบาทของการลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศไทย, (โพธิ์สานต์ การพิมพ์ ๒๕๑๔), หน้า ๑๒, ๑๔.

ก. การขายสินค้าประเภทเครื่องจักร วัสดุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป (Half Finished goods) จากประเทศญี่ปุ่นให้แก่ประเทศต่าง ๆ ที่ลงทุนในประเทศนั้น

ข. ค่าแรงงานในประเทศกำลังพัฒนาต่ำกว่าในประเทศญี่ปุ่น และมีแรงงานเหลือเฟือ ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นเริ่มขาดแคลนแรงงาน

ค. สามารถเข้าไปเป็นผู้บุกเบิกการลงทุนในด้านนั้นได้ และได้รับประโยชน์จากส่วนแบ่งตลาดในประเทศนั้น ๆ เป็นจำนวนมาก

ง. การได้รับสิทธิพิเศษแก่ผู้ลงทุนตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนของประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไป ตลอดจนนโยบายการคุ้มครอง (Protection Policy) จากรัฐบาล (รายละเอียดในบทที่ ๓) เช่น การยกเว้นภาษีสำหรับเครื่องจักร วัสดุดิบที่นำเข้ามา เป็นต้น

จ. เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความแออัด และปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษที่เกิดขึ้นจากโรงงานอุตสาหกรรม ที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญในประเทศญี่ปุ่น<sup>๑</sup>

จากเหตุผลต่าง ๆ ทำให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศญี่ปุ่น ได้ให้ความสนใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย และได้ร่วมลงทุนในบริษัทผู้ผลิตทั้ง ๓ รายดังกล่าว ส่วนบริษัทไทยควาซากิมอเตอร์จำกัด แม้จะไม่มีการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นโดยตรง แต่ก็ยังต้องอาศัยความร่วมมือในด้านเทคโนโลยี โดยเป็นตัวแทนผู้ผลิตแต่ผู้เดียวในประเทศไทย (Royalty) ในการค้ารถจักรยานยนต์ควาซากิ จากบริษัทควาซากิเฮฟวีอินดัสตรี แห่งประเทศญี่ปุ่น เช่นกัน

#### ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

นับตั้งแต่ได้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเป็นต้นมา โรงงานผลิตทั้ง ๔ โรงงาน คือ บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด บริษัทสยามยามาฮา จำกัด และบริษัทไทยควาซากิมอเตอร์ จำกัด ต่างก็ได้เพิ่ม

<sup>๑</sup>James E. Londes, Japanese Direct Investment in Development ECAFE countries; (Mimeographed, Bangkok, 1971).

เงินลงทุน เพื่อขยายกำลังการผลิตโดยการขยายโรงงาน ทั้งนี้เพื่อให้เพียงพอกับปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในประเทศ ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการกำหนดนโยบายการทดแทนการนำเข้ารถจักรยานยนต์ของรัฐบาล และนโยบายการส่งเสริมการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อการส่งออกในอนาคต

ตารางที่ ๓

แสดงอัตราการความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

โดยการเปรียบเทียบมูลค่าสินทรัพย์ ระหว่างปี ๒๕๑๙ ถึง ปี ๒๕๒๑

ชื่อบริษัท	พ.ศ. ๒๕๑๙ มูลค่าสินทรัพย์ (ล้านบาท)	พ.ศ. ๒๕๒๐		พ.ศ. ๒๕๒๑	
		มูลค่า (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (%)
๑. บริษัทไทยซอนต้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด	๑๐๗.๒๕	๑๑๒.๖๖	+ ๕	๒๖๓.๐๘	+๑๓๓.๔๒
๒. บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด	๓๒๖.๕๐	๕๐๙.๒๓	+ ๕๕.๙	๕๘๕.๑๗	- ๕.๗
๓. บริษัทสยามยามาฮา จำกัด	๒๖๙.๖๓	๖๗๖.๑๒	+๑๕๐.๗	๑๐๕๙.๐๘	+ ๕๖.๖
๔. บริษัทไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด	๒๘.๐๐	๓๖.๕๘	+ ๓๐.๖	๘๓.๑๐	+๑๒๗.๒
รวม	๗๓๑.๓๘	๑๓๓๔.๕๙	+ ๘๙.๗๓	๑๘๙๐.๔๓	+ ๔๑.๖๔

จากตารางที่ ๓ มูลค่าสินทรัพย์รวมของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในปี ๒๕๒๐ เท่ากับ ๑,๓๓๔.๕๔ ล้านบาท เพิ่มจากปี ๒๕๑๙ ในอัตรา ๘๘.๗๓% และมูลค่าในปี ๒๕๒๑ เท่ากับ ๑,๘๕๐.๔๓ ล้านบาท เพิ่มจากปี ๒๕๒๐ ในอัตรา ๔๑.๖๔% คิดเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้น ๖๓๑.๒๑ ล้านบาท และ ๕๕๕.๘๔ ล้านบาท ในปี ๒๕๒๐ และปี ๒๕๒๑ ตามลำดับ การเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ในระยะปี ๒๕๑๙ ถึงปี ๒๕๒๑ อยู่ในอัตราที่สูง เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์มีความมุ่งหวังที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้ทัดเทียมกับประเทศญี่ปุ่น ทั้งในด้านคุณภาพมาตรฐาน และประสิทธิภาพในการผลิตรถจักรยานยนต์และเป็นที่คาดกันว่าความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต<sup>๑</sup>

#### ตลาดของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย มีลักษณะตลาดแบบตลาดของผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) กล่าวคือมีบริษัทใหญ่ ๆ ที่แข่งขันในการผลิตและขายเพียง ๓-๔ บริษัท โดยผลิตสินค้าขึ้นเป็นจำนวนมาก และการผลิตขนาดใหญ่ (Mass Production) คือผลิตได้ ๗๐-๘๐% ของสินค้าทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในตลาด ผู้ผลิตรายอื่นจะจัดตั้งบริษัทขึ้นแข่งขันได้ยาก เพราะบริษัทเดิมเป็นที่นิยมอีกทั้งการตั้งบริษัทขึ้นใหม่นั้นการลงทุนครั้งแรกต้องใช้งบลงทุนมาก ประกอบกับยังมีอุปสรรคอื่น ๆ เช่น การระงับการส่งเสริมจากรัฐบาลและการห้ามจัดตั้งโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ที่กีดกันไม่ให้ผู้อื่นตั้งบริษัทขึ้นมาแข่งขัน<sup>๒</sup>

<sup>๑</sup>สัมภาษณ์ ประพัฒน์ เกตุมงคล, ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาด บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๓.

<sup>๒</sup>อัมพร วิจิตรพันธ์, หลักเศรษฐศาสตร์ ๑ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ พ.ศ. ๒๕๒๐), หน้า ๒๒๓.

จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิต ๔ ราย คือบริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด และบริษัทไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด สามารถทำการผลิตรถจักรยานยนต์ออกจำหน่าย ในตลาดของประเทศไทยได้โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนร้อยละ ๔๔ ของตลาดทั้งหมดของประเทศ และสภาวะการครองตลาดดังกล่าวก็จะคงมีต่อไปในอนาคตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทย สำหรับผู้ผลิตรายอื่น เช่น ประเทศเยอรมันตะวันตกผู้ผลิตรถ บี.เอ็ม.ดับเบิลยู (B.M.W.) ประเทศอังกฤษผู้ผลิตรถไทรอัมพ์ (Triumph) ประเทศอิตาลีและประเทศอินเดีย ผู้ผลิตรถเวสป้า (Vespa) และรถแลมเบรตต้า (Lambretta) ประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ผลิตรถฮาร์เลย์เดวิดสัน (Harley Davidson) รถจักรยานยนต์ดังกล่าวนี้ไม่ประสบความสำเร็จในตลาดในประเทศไทย เนื่องจากเป็นรถขนาดใหญ่ คือมีขนาดตั้งแต่ ๑๕๐ ถึง ๕๐๐ ซี.ซี. ขึ้นไปไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทย และกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดข้อบังคับให้บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ต้องใช้น้ำมันส่วนประกอบที่ผลิตขึ้นจากรัตถุดิบในประเทศ ผู้ผลิตรายอื่น ๆ เหล่านี้จึงไม่สามารถผลิตรถจักรยานยนต์ของตนได้ เนื่องจากไม่ได้มาจัดตั้งโรงงานในประเทศไทย ตลาดของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีความนิยมใช้รถจักรยานยนต์ขนาดเล็กคือขนาด ๕๐ ซี.ซี. ถึง ๑๒๕ ซี.ซี. ซึ่งมีแบบและรุ่นแตกต่างกันออกไปตามลักษณะการใช้งาน ดังนี้:-

๑. รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวยุค (Moped) ออกแบบเพื่อใช้ได้ทั้งครอบครัว
๒. รถจักรยานยนต์แบบสกูตเตอร์ (Scooter) คือรถจักรยานยนต์ที่ติดตั้งเครื่องยนต์ไว้ด้านท้ายของตัวรถ เพื่อรับน้ำหนักบรรทุกได้มาก
๓. รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต (On the road motorcycle) เป็นรถที่มีความเร็วสูง และมีความสวยงาม
๔. รถจักรยานยนต์แบบวิบาก (Off the road motorcycle) เป็นรถที่แข็งแรงเหมาะสมกับทางทุรกันดาร
๕. รถจักรยานยนต์แบบขับขีเล่น (Family Bike)



ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของผู้ผลิตแต่ละรายในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ มีผู้ผลิต ๓ ราย คือ บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด และบริษัท สยามยามาฮา จำกัด เป็นผู้นำในตลาดที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน โดยบริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด ๓๙.๘% ในปี ๒๕๑๕ (ดังรายละเอียดในตารางที่ ๔) และครองตลาดเป็นอันดับสองจนกระทั่งถึงปี ๒๕๑๙ มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด ๓๙.๔% เนื่องจากบริษัทไทยฮอนด้ามีการขยายการผลิตรถจักรยานยนต์แบบครบครัน (Moped) มากขึ้นและเป็นที่นิยมของตลาด ในปี ๒๕๑๖ ปี ๒๕๑๗ และปี ๒๕๑๘ ผู้ครอบตลาดสูงสุด คือ บริษัทไทยซูซูกิ จำกัด ในส่วนแบ่งตลาด ๓๔% ๔๐.๔% และ ๓๗.๕% ตามลำดับ ส่วนในปี ๒๕๒๐ และ ปี ๒๕๒๑ ผู้ครองตลาดคือ บริษัทสยามยามาฮา จำกัด มีส่วนแบ่งตลาด ๓๒.๕% และ ๓๗.๓% ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งของตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย จะพบว่าผู้ผลิตทั้ง ๔ ราย ที่ได้จัดตั้งโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์ มีส่วนแบ่งตลาดรวมประมาณ ๙๔% ของตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย บริษัทไทยคาวาซากิมอเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายที่ ๔ ที่จัดตั้งโรงงานผลิตของตนในประเทศไทย มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในอัตรา ๓.๕% ถึง ๔.๗% ส่วนรถจักรยานยนต์ชนิดอื่น ๆ เช่น รถสกูเตอร์ เวสป้า (Vespa) รถ บี.เอ็ม.ดับเบิลยู. รถไทรอัมพ์ ฯลฯ มีแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดลดลงเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๖ มีส่วนแบ่งตลาด ๘% แต่ในปี ๒๕๒๑ มีส่วนแบ่งตลาดเพียง ๐.๓% เท่านั้น สภาวะการแข่งขันในตลาดหรือผู้ผลิต ๓ ราย ดังได้กล่าวข้างต้น การแข่งขันจะเป็นในด้านการผลิต การจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ซึ่งในปัจจุบัน (ปี ๒๕๒๑) ทำให้เกิดสภาพการแข่งขันอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านการโฆษณาและการบริการแก่ผู้ใช้รถจักรยานยนต์เพื่อให้ได้รับส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น และเป็นที่นิยมของผู้ใช้รถจักรยานยนต์โดยทั่วไป

ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี (จากตารางที่ ๔) จากสถิติการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ มีปริมาณความต้องการในส่วนภูมิภาคของประเทศเฉลี่ยร้อยละ ๘๑ ของจำนวนรถจักรยานยนต์ทั้งหมด ในประเทศไทย

## ตารางที่ ๔

แสดงส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์

ในประเทศไทย ในแต่ละปี แยกตามชื่อการค้า

หน่วย: เปอร์เซ็นต์

ชื่อการค้า	พ.ศ. ๒๕๑๕	พ.ศ. ๒๕๑๖	พ.ศ. ๒๕๑๗	พ.ศ. ๒๕๑๘	พ.ศ. ๒๕๑๙	พ.ศ. ๒๕๒๐	พ.ศ. ๒๕๒๑
รถฮอนด้า	๓๙.๘	๓๓	๓๑	๓๖.๔	๓๘.๔	๓๐.๙	๒๘.๖
รถซูซูกิ	๓๑.๓	๓๕	๔๐.๔	๓๗.๔	๓๕.๕	๓๑.๐	๒๙.๓
รถยามาฮา	๒๕.๖	๒๔	๒๒.๔	๒๐.๒	๒๐.๑	๓๒.๕	๓๗.๓
รถดาวาซากิ	-	-	๓.๙	๓.๕	๓.๗	๔.๖	๔.๕
อื่น ๆ	๓.๓	๙	๒	๒.๔	๑.๓	๑	๐.๓
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐

แหล่งที่มา : นิตยสารกรุงศรี

: บริษัทสยามยามาฮา จำกัด

จำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนในปี ๒๕๑๗ ปี ๒๕๑๘ ปี ๒๕๑๙ ปี ๒๕๒๐ และ ปี ๒๕๒๑ มี  
ถึง ๔๕๕,๔๒๓ คัน ๔๖๗,๖๙๖ คัน ๕๑๑,๒๕๗ คัน ๖๖๕,๒๔๐ คัน และ ๖๗๕,๑๘๒ คัน ตาม  
ลำดับ

### ตารางที่ ๕

แสดงสถิติการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ในแต่ละปี ในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค

หน่วย: คัน

พ.ศ.	๒๕๑๗		๒๕๑๘		๒๕๑๙		๒๕๒๐		๒๕๒๑	
	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน
ในส่วนภูมิภาค	๘๓	๓๗๖,๐๔๕	๘๑	๓๘๐,๙๒๐	๘๑	๔๑๗,๐๖๒	๖๘	๔๕๕,๐๘๑	๘๑	๕๕๖,๑๐๘
ในกรุงเทพมหานคร	๑๗	๗๙,๓๗๘	๑๙	๘๖,๗๗๖	๑๙	๙๔,๑๘๕	๓๒	๑๒๑,๑๔๙	๑๙	๑๒๙,๐๗๘
รวม	๑๐๐	๔๕๕,๔๒๓	๑๐๐	๕๖๗,๖๙๖	๑๐๐	๕๑๑,๒๕๗	๑๐๐	๖๖๕,๒๔๐	๑๐๐	๖๗๕,๑๘๒

แหล่งที่มา: กองทะเบียน กรมตำรวจ

๑. สาเหตุที่ทำให้ความต้องการรถจักรยานยนต์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นอันมากนั้น

พอสรุปได้ดังนี้คือ<sup>๑</sup>

ก. คนในชนบทและเกษตรกรเริ่มใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการขนส่ง นอกจากนี้  
นี้ยังมีการตัดถนนออกไปในส่วนท้องถื่นมากขึ้น

ข. การที่รัฐบาลจะห้ามการนำเข้ารถจักรยานยนต์ เป็นเหตุให้เกรงกันว่าราคา  
รถจักรยานยนต์จะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ความต้องการมีแนวโน้มสูงขึ้นมากในระยะ ๓-๔ เดือน  
สุดท้ายของปี ๒๕๒๐

<sup>๑</sup>ธนาคารแห่งประเทศไทย, หน่วยอุตสาหกรรม, เรื่องอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์  
รายงานภาวะอุตสาหกรรมในประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๒๐), หน้า ๓๒๔-๓๒๕.

ค. การที่รถยนต์มีราคาจำหน่ายสูง และยังมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีก รวมทั้งการที่ราคาน้ำมันมีการเคลื่อนไหวสูงขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่ราคารถจักรยานยนต์มีราคาพอสมควร และเสียค่าใช้จ่ายน้อย เมื่อเทียบกับรถยนต์ ทำให้ผู้ใช้เห็นว่าควรใช้รถจักรยานยนต์มากกว่า

ง. การส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิต ทำให้ความนิยมแพร่หลายไปเกือบทุกส่วนของประเทศ

## ๒. การคาดการณ์ปริมาณความต้องการ (Demand Projection)

ปริมาณความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี มีสาเหตุสำคัญหลายประการ เช่น รถจักรยานยนต์มีประโยชน์ใช้สอยมาก เมื่อประชาชนโดยทั่วไปเห็นความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่ยังไม่เคยใช้รถจักรยานยนต์เมื่อเกิดมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะหันมาซื้อรถจักรยานยนต์ไปใช้ ดังจะเห็นได้จากในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งนับได้ว่ารถจักรยานยนต์เป็นความนิยม (Culture) อย่างหนึ่ง ดังนั้น เมื่อประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะมีปริมาณความต้องการใช้รถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นตามลำดับ

ผลผลิตประชาชาติในประเทศ (Gross Domestic Product) หมายถึงตัวเลขที่แสดงถึงรายได้ประชาชาติที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ทั้งในด้านการเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การพาณิชย์ การบริการ การขนส่ง เป็นต้น ซึ่งเป็นรายได้รวมของประชาชนในประเทศทั้งหมด แนวโน้มของผลผลิตประชาชาติในประเทศเพิ่มสูงขึ้นทุกปีโดยเฉลี่ยร้อยละ ๖.๖๘ (ปี ๒๕๑๔-๒๕๒๑) ดังตารางที่ ๖

## ตารางที่ ๖

แสดงการเปรียบเทียบปริมาณความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ในแต่ละปีกับผลผลิต  
ประชาชนชาติในประเทศ

พ.ศ.	ปริมาณความต้องการ รถจักรยานยนต์ (คัน)	ผลผลิตประชาชนชาติในประเทศ (ปีฐาน ๒๕๑๕ หน่วย: ล้านบาท)	อัตราเปลี่ยนแปลง จากปีก่อน (%)
๒๕๑๔	๘๓,๕๒๙	๑๖๓,๖๔๘	-
๒๕๑๕	๘๐,๗๓๒	๑๖๘,๖๔๘	+๓.๐๕
๒๕๑๖	๑๔๔,๔๔๑	๑๘๓,๒๐๒	+๘.๖๒
๒๕๑๗	๑๐๘,๒๘๐	๑๘๙,๙๕๐	+๓.๖๘
๒๕๑๘	๑๔๓,๓๓๐	๒๐๔,๐๕๖	+๗.๔๓
๒๕๑๙	๑๖๙,๐๑๒	๒๒๑,๒๙๗	+๘.๔๔
๒๕๒๐	๒๓๘,๗๘๓	๒๓๖,๕๐๐	+๖.๘๗
๒๕๒๑	๒๑๖,๓๒๖	๒๔๗,๑๒๗	+๔.๗๒
๒๕๒๒	๒๖๒,๐๙๖		เฉลี่ย +๖.๖๘

แหล่งที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย ฝ่ายวิชาการ



การหาความสัมพันธ์ของปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในประเทศกับผลผลิตประชาชาติในประเทศ จะสามารถทำได้โดยวิธีการใช้สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยกำหนดความสัมพันธ์ในรูปของสมการความสัมพันธ์แบบเส้นตรง คือ

$$Y_t = a + bx_t$$

$Y_t$  คือปริมาณความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ในแต่ละปี

$X_t$  คือผลผลิตประชาชาติในประเทศในแต่ละปี

$a$  คือค่าคงที่

$b$  คือค่าสัมประสิทธิ์ของ  $X_t$

จากการคำนวณจะได้สมการถดถอยดังนี้คือ

$$Y_t = 1.6377 X_t - 184,571 \quad (\text{หน่วย: คัน})$$

โดย  $Y_t$  และ  $X_t$  มีความสัมพันธ์ร่วมกัน ( $R^2$ ) = 93.174 % ( $R^2$  คือค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร  $X_t$  และ  $Y_t$  (Coefficient of Determination) จากสมการดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์จะเปลี่ยนแปลงตามรายได้ประชาชาติภายในประเทศหรือผลผลิตภายในประเทศโดยมีความสัมพันธ์กันที่สามารถเชื่อถือได้ ๙๓.๑๗๔% สามารถใช้สมการดังกล่าวมาเป็นหลักในการคำนวณหาปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในแต่ละปีได้ โดยจะต้องกำหนดค่าของผลผลิตประชาชาติในประเทศในแต่ละปี เช่น ในปี ๒๕๒๒ เป้าหมายคาดว่าจะมีผลผลิตประชาชาติในประเทศเพิ่มขึ้นประมาณ ๑๐% จากปี ๒๕๒๑

การคาดการณ์ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในปี ๒๕๒๒ จะเป็นดังนี้

$$Y_t = 1.6377 \left( (257,127 \times \frac{10}{100}) + 257,127 \right) - 184,571$$

$$Y_{2522} = 278,635.57 \text{ คัน}$$

ดังนั้นในปี ๒๕๒๒ จะมีปริมาณความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ภายในประเทศ ประมาณ ๒๗๘,๖๓๕ คัน เนื่องจากรายได้ประชาชาติหรือผลผลิตประชาชาติภายในประเทศ เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์กับผลผลิตประชาชาติในประเทศจะแสดงให้เห็นดังในแผนภูมิหน้า ๒๐

ในการคำนวณหาปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ในแต่ละปีนี้ ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอย่างหนึ่งในการตัดสินใจขยายกำลังการผลิตได้โดยต้องนำไปประกอบกับข้อมูลทางการวิจัยตลาด เพื่อนำไปวางแผนการผลิตได้ถูกต้องทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตต่าง ๆ ก็ได้ขยายการผลิตของตนอย่างมาก (รายละเอียดในบทที่ ๓) จนถึงระดับ ๑๐๐,๐๐๐ คันต่อปี ในบริษัทหนึ่ง ๆ นอกจากบริษัท ไทยควาซากิ จำกัด เพียงบริษัทเดียวเท่านั้น

การคำนวณหาปริมาณความต้องการดังกล่าวในแง่ของทฤษฎีในการคำนวณซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ขึ้นอยู่กับรายได้ของประชาชน ดังนั้นในบางกรณีที่ปริมาณความต้องการในปีใดตลาดเคลื่อนไปจากที่คำนวณได้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาจากสาเหตุอื่น ๆ นอกจากรายได้ เช่น ปัจจัยทางการตลาด เช่น ความนิยมในคุณภาพ ตรายี่ห้อ หรือการส่งเสริมการจำหน่าย การโฆษณา เป็นต้น

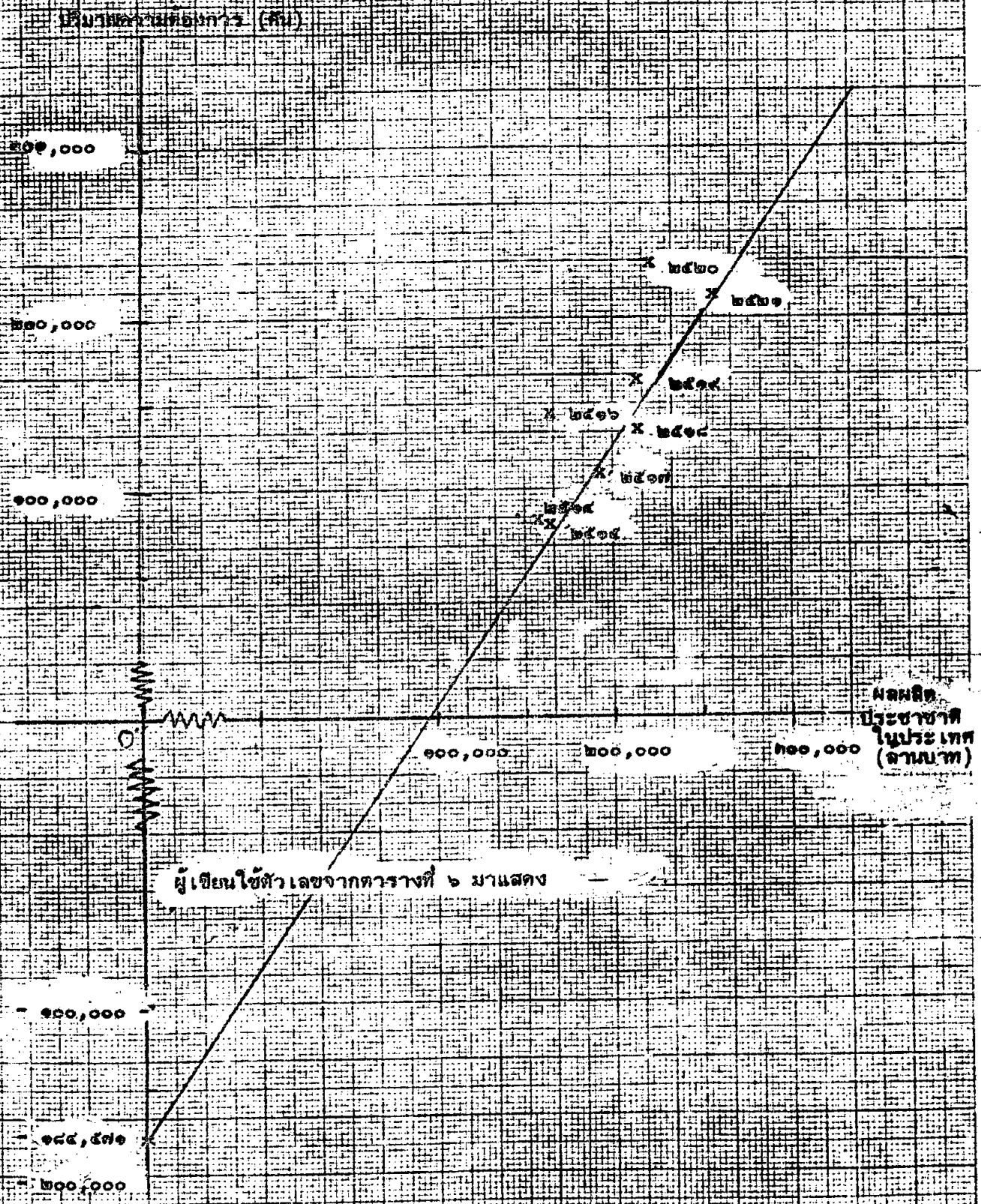
### การนำเข้าและการส่งออกรถจักรยานยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์

#### ๑. การนำเข้า

##### ก. การนำเข้ารถจักรยานยนต์

จากสถิติการนำเข้ารถจักรยานยนต์สำเร็จรูปของกรมศุลกากร ตั้งแต่ปี ๒๕๑๕ จนถึง ๒๕๒๒ รถจักรยานยนต์ที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยมีทั้งชนิดที่มีขนาดของเครื่องยนต์ ต่ำกว่า ๑๒๕ ซี.ซี. ลงมาและสูงกว่า ๑๒๕ ซี.ซี. รถจักรยานยนต์ที่นำเข้าส่วนใหญ่ร้อยละ ๙๒ เป็นรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดตั้งแต่ ๑๒๕ ซี.ซี. ขึ้นไป เนื่องจากยังไม่มีการผลิตในประเทศ จากการศึกษาพบว่าในระยะ ๘ ปี ที่ผ่านมาได้มีการนำเข้ารถจักรยานยนต์เป็นจำนวน ๔๑๖,๕๓๑ คัน มูลค่า ๒,๔๐๒.๔๑ ล้านบาท (ดังตารางที่ ๗) การนำเข้าส่วนใหญ่มาจากประเทศญี่ปุ่นประมาณ ร้อยละ ๙๐ และประเทศอื่น ๆ เช่น

# แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของปริมาณความต้องการบริการยานยนต์ กับผลผลิตประชาชาติในประเทศ





อิตาลี สิงคโปร์ ใต้หวัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา อินเดีย เซ็กโกสโลวาเกีย เป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ โดยมีอัตราการเพิ่มหรือลดในแต่ละปีแตกต่างกันตามสภาวะที่เปลี่ยนแปลง เช่น เมื่อกำลังการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ หรือการห้ามนำรถจักรยานยนต์เข้าประเทศก็จะทำให้ปริมาณการนำรถจักรยานยนต์เข้าประเทศลดลง จากปี ๒๕๑๕ ปริมาณการนำเข้ารถจักรยานยนต์เข้าประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปี ๒๕๑๙ แต่เป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงจากร้อยละ ๗๙.๘ ในปี ๒๕๑๕ มาเป็นร้อยละ ๖.๘ ในปี ๒๕๑๙ (ดังตารางที่ ๗) อันเนื่องมาจากการควบคุมของรัฐบาล โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดเป้าหมายให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ภายในประเทศให้มากขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศ มูลค่าการนำเข้าสูงสุดในระยะ ๘ ปี ที่ผ่านมาคือ ในปี ๒๕๒๐ มีการนำเข้าเป็นมูลค่า ๖๙๖ ล้านบาท

รถจักรยานยนต์ที่นำเข้าสำเร็จรูปหรือ ซี.บี.ยู (CBU, Completely Built-up) ในระยะแรกรัฐบาลไม่ได้กำหนดขนาด แบบ และประเภทของการนำเข้า จึงทำให้ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี จนถึงปี ๒๕๒๐ จึงได้มีประกาศห้ามการนำรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปที่มีขนาดต่ำกว่า ๑๕๐ ซี.ซี. ลงมา เพื่อเป็นมาตรการคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศ ปริมาณการนำเข้าจึงลดลงร้อยละ ๖๙.๔ ในปี ๒๕๒๑ (ดังตารางที่ ๗) เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๒๐ และได้มีการประกาศของกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๒๐ ห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์ทุกชนิด จึงทำให้มูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์ ที่ปรากฏเพียง ๐.๖๙ ล้านบาท เท่านั้น

มูลค่าของการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี ๒๕๑๗ เป็นต้นมา แม้ว่าปริมาณการนำเข้าจะเปลี่ยนแปลงน้อย คือ ในปี ๒๕๑๖ นำเข้ารถจักรยานยนต์ ๘๗,๘๒๖ คัน มูลค่า ๑๘,๘๕๑ ล้านบาท แต่ในปี ๒๕๑๗ นำเข้าเพียง ๔๑,๕๐๑ คัน แต่มีมูลค่า ๓๐๒.๔๘ ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์ในต่างประเทศ เช่น ค่าจ้างแรงงาน และวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบและอุปกรณ์ต่าง ๆ มีราคาสูงขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้เองรัฐบาล จึงได้พยายามลดการนำรถจักรยานยนต์เข้าประเทศ ให้น้อยลงจนไม่มีการนำเข้าประเทศ

ตารางที่ ๗

แสดงสถิติการนำเข้ารถจักรยานยนต์ และอัตราเปลี่ยนแปลงของมูลค่า การนำเข้า  
และอากรนำเข้า

พ.ศ.	มูลค่า(C.I.F.) (ล้านบาท)	อัตราเปลี่ยนแปลงของมูลค่า (%)	ปริมาณ (คัน)	เปอร์เซ็นต์ การนำเข้าจาก ประเทศญี่ปุ่น	อากรนำเข้า ๔๐-๖๐% (ล้านบาท)
2515	104.28	-	46,352	96.5	41.7
2516	187.51	+79.8	87,826	98.2	75.0
2517	302.58	+61.4	41,501	92.0	121.0
2518	434.39	+43.6	59,391	94.6	173.7
2519	463.98	+6.8	65,412	96.๐	417.6
2520	695.98	+50.0	89,259	96.5	417.6
2521	213.00	-69.4	26,781	99.3	127.8
2522 (มค.-กย.)	0.69*	-99.7	564	59.3	.41
รวม	2,402.41		416,531		เฉลี่ย 127.7

แหล่งที่มา: กรมศุลกากร

\* เนื่องจากประกาศการห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์

ข. การนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์

การนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์จักรยานยนต์ ในแต่ละปีตั้งแต่ปี ๒๕๑๕ เป็นต้น มีมูลค่าไม่ต่ำกว่าร้อยล้านบาท ซึ่งเป็น การนำเข้าเพื่อใช้ทดแทนส่วนประกอบและ อุปกรณ์ของรถยนต์ที่ชำรุดเสียหาย และเพื่อใช้ประกอบเป็นรถยนต์สำเร็จ รูปภายในประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนประกอบและอุปกรณ์ของ เครื่องยนต์ สำหรับรถ จักรยานยนต์ เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์และผู้ผลิตส่วนประกอบและอุปกรณ์ภายในประเทศ ไม่สามารถจะผลิตได้จากโรงงานภายในประเทศ เพราะต้องใช้เทคโนโลยีสูงมาก มูลค่า การนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๕ ถึง ปี ๒๕๒๑ มีมูลค่า ๒,๒๖๒.๗๖ ล้านบาท ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด ๒๕,๘๒๘.๒ ตัน มูลค่าการนำเข้าสูงสุดในระยะ ๘ ปี ที่ผ่านมาคือ ในปี ๒๕๒๑ มีปริมาณการนำเข้า ๖,๓๐๗.๘ ตัน มีมูลค่า ๖๑๓.๑๓ ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นอัตราการนำเข้า เพิ่มจากปี ๒๕๒๐ ร้อยละ ๗๕.๔ มูลค่าการนำเข้าส่วนประกอบ และอุปกรณ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ ๒๕๑๕ เป็นต้น (ดูรายละเอียด ตารางที่ ๘) การนำเข้าส่วนใหญ่จะนำมาจากประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นมูลค่ามากกว่าร้อยละ ๕๐ ตั้งแต่ปี ๒๕๑๘ เป็นต้นมา ส่วนที่เหลือเป็นการนำเข้าจากประเทศอินเดีย ไต้หวัน อิตาลี ออสเตรเลีย อังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นมูลค่าลดหลั่นกันตามลำดับ

ตารางที่ ๘

แสดงสถิติการนำเข้าส่วนประกอบและอุปกรณ์ และอัตราการเปลี่ยนแปลงของ  
มูลค่าการนำเข้าและอากรนำเข้า

ท.ศ.	มูลค่า(C.I.F.) (ล้านบาท)	อัตราเปลี่ยนแปลงมูลค่า (%)	ปริมาณ (ตัน)	เปอร์เซ็นต์ นำเข้าจาก ประเทศญี่ปุ่น	อากรนำเข้าเฉลี่ย ๒๓ % (ล้านบาท)
2515	73.08	-	1,751.3	81	16.8
2516	123.53	+69.0	2,733.9	76	28.4
2517	164.12	+32.9	3,258.8	84	37.7
2518	177.94	+ 8.4	3,081.4	93.7	40.9
2519	233.81	+31.4	3,482.5	96.8	80.2
2520	348.65	+49.1	5,212.5	95.7	80.2
2521	613.13	+75.9	6,307.8	96.3	141.0
2522 (ม.ค.-ก.ย.)	528.50	-13.8	5,496.6	97.6	121.5
รวม	2,262.76		31,524.8		เฉลี่ย 62.3

ที่มา: กรมศุลกากร

ในปัจจุบันทางการเรียกเก็บอากรขาเข้ารถจักรยานยนต์ขนาดต่าง ๆ เพิ่มจากอัตราร้อยละ ๔๐ เป็นร้อยละ ๖๐ ของราคา ซี.ไอ.เอฟ (CIF. Cost, Insurance and Freight) และอากรขาเข้าของส่วนประกอบและอุปกรณ์ เฉลี่ยร้อยละ ๒๓ ของราคา ซี.ไอ.เอฟ. (ดูรายละเอียดภาคผนวก ก. ตารางที่ ๔) คิดเป็นรายได้จากอากรการนำเข้าที่รัฐบาลเรียกเก็บได้ประจำเฉลี่ยปีละ ๑๕๐ ล้านบาท (รวมค่าเฉลี่ยอากรนำเข้าจากตารางที่ ๗ และ ๘) ตั้งแต่ปี ๒๕๑๔ ถึง ๒๕๒๒

ราคาจักรยานยนต์นำเข้าเฉลี่ย โดยไม่รวมอากรการนำเข้าในปี ๒๕๒๐ มีราคาประมาณคันละ ๗,๗๘๗.๓๐ บาท (ราคา ซี.ไอ.เอฟ.) และถ้าวรวมอากรการนำเข้าแล้วราคาประมาณคันละ ๑๒,๔๗๕.๖๕ บาท แต่ระดับราคากา นำเข้ามีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากปี ๒๕๑๕ ราคาคันละ ๒,๒๔๙.๖๖ บาท เป็น ๗,๓๑๔.๐๓ บาท ในปี ๒๕๑๘ และ ๗,๗๘๗.๓๐ ในปี ๒๕๒๐ ทั้งนี้เนื่องจากต้นทุนการผลิตของรถจักรยานยนต์ จากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น เช่น วัสดุคืบ ค่าแรง ในปี ๒๕๒๑ มีราคานำเข้าเฉลี่ยคันละ ๗,๕๕๓.๖๕ บาท ส่วนในปี ๒๕๒๒ เป็นการนำเข้ารถจักรยานยนต์แบบขับสี่ล้อ (Family Bike) เพื่อนำมาทดลองตลาด ในราคานำเข้าคันละ ๑,๒๓๓.๔๐ บาท โดยเฉลี่ย การนำเข้ารถจักรยานยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์นี้แม้ราชการจะมีรายได้จากอากรการนำเข้าไม่ต่ำกว่าปีละ ๑๕๐ ล้านบาทก็ตาม แต่มูลค่าของการนำเข้าดังกล่าวจะต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศผู้ส่งออก คือประเทศญี่ปุ่น เป็นมูลค่าถึงปีละไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ ล้านบาท โดยเฉลี่ย ซึ่งมีผลกระทบต่อดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศเป็นอันมาก

## ๒. การส่งออก

### ก. การส่งออกรถจักรยานยนต์และสกูตเตอร์

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ได้มีการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังต่างประเทศเป็นจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการนำเข้า คือในปี ๒๕๑๕-๒๕๑๖ ปีการส่งออกเพียง ๒๓๑ คัน และ ๒๐๐ คันตามลำดับ (ดังตารางที่ ๕) ประเทศที่ซื้อคือประเทศลาว แต่ในระยะหลังจากนั้น เป็นต้นมาก็มีการส่งออกเป็นจำนวนน้อยมาก ทั้งนี้

เพราะการผลิตในประเทศ ยังไม่สามารถผลิตให้ได้เพียงพอกับความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ภายในประเทศ และต้องนำรถจักรยานยนต์เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ประกอบกับประเทศใกล้เคียง เช่น ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม และประเทศกัมพูชา กำลังอยู่ในสภาวะที่ไม่ปกติมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองและจลาจล หากพ้นภาวะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไปแล้ว ประเทศเหล่านี้ก็จะ เป็นเป้าหมายอันสำคัญทางตลาดรถจักรยานยนต์ได้ในอนาคต เมื่อประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับประเทศเหล่านี้ เป็นปกติอีกครั้งหนึ่ง

การส่งออกรถจักรยานยนต์ รัฐบาลได้พยายามที่จะส่งเสริมให้มีการส่งออกรถจักรยานยนต์ให้มากขึ้น ตามเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๒๐-๒๕๒๔) เพื่อสนับสนุนการส่งออก สินค้าอุตสาหกรรม (ดังรายละเอียดในภาครัฐบาล บทที่ ๔) ในความพยายามของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่จะส่งออก รถจักรยานยนต์สำเร็จรูปไปยังต่างประเทศให้ได้มากที่สุด ในประเทศที่มีการผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศของตนเองอยู่แล้ว เช่น ศรีลังกา อินเดีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ได้มีมาตรการต่าง ๆ เช่น การห้ามนำเข้ารถจักรยานยนต์ การกำหนดโควตาการนำเข้ารถจักรยานยนต์ การตั้งกำแพงภาษี และการกำหนดคุณภาพมาตรฐานของรถจักรยานยนต์ ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอุปสรรคอันสำคัญต่อการส่งออกรถจักรยานยนต์ไปยังต่างประเทศ เป็นอันมาก ประกอบกับบริษัทแม่หรือบริษัทผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ก็กำหนดตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศต่าง ๆ ให้กับผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยไว้น้อยมาก และโอกาสที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตในต่างประเทศของผู้ผลิตในประเทศไทยในด้านการราคาทำได้ยากมาก เพราะต้นทุนผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศสูงกว่าในต่างประเทศแม้ว่าคุณภาพมาตรฐานจะเป็นที่ยอมรับก็ตาม

#### ข. การส่งออกชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์

ในระยะปี ๒๕๑๖-๒๕๔๙ ได้มีโรงงานผลิตชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ในประเทศมากขึ้น จึงทำให้มีการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นด้วย ชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์เหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนประกอบที่ใช้ชิ้นส่วนประกอบของเครื่องยนต์ ตัวอย่างเช่น น็อต สกรู ชิงโกส สปริง ไฟเลียว ไฟท้าย เป็นต้น มีการส่งออกไปยังประเทศ มาเลเซียมากที่สุด รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ และในช่วงปี ๒๕๒๐-๒๕๒๑ มีการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนประกอบ

## ตารางที่ ๕

แสดงการส่งออกวัตถุดิบและสกล.เคอร์กับการส่งออกชิ้นส่วน ประกอบ  
และอุปกรณ์ไปยังต่างประเทศ ในด้านมูลค่าและปริมาณในแต่ละปี

พ.ศ.	การส่งออกวัตถุดิบและสกล.เคอร์		การส่งออกชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์	
	มูลค่า (ซี.ไอ.เอฟ) (หน่วย. ล้านบาท)	ปริมาณ (หน่วย. ตัน)	มูลค่า (ซี.ไอ.เอฟ) (หน่วย. ล้านบาท)	ปริมาณ (หน่วย. ตัน)
๒๕๑๔	๑.๐๐๓	๒๓๑	๐.๑๔๒	๑.๖๖
๒๕๑๖	๐.๘๑๔	๒๐๐	๒.๑๔	๔๓.๓
๒๕๑๗	๐.๐๑๔	๑	๖.๒๔	๒๓๗.๘
๒๕๑๘	๐.๐๖๓	๖	๔.๑๒	๔๔
๒๕๑๙	๐.๑๒๕	๑๑	๒.๗๘	๗๐.๕
๒๕๒๐	๐.๑๖๔	๑๖	๗.๒๓	๑๓๗.๘
๒๕๒๑	๐.๑๔๔	๑๘	๑๐.๘๔	๑๘๕.๖
๒๕๒๒	๐.๔๖๑	๓๔	๗.๘๓	๑๕๘.๘
(มค. - กย.)				
รวม	๓.๐๘๓	๕๑๙	๔๑.๒๓๒	๘๕๕.๕๖

ที่มา: กรมศุลกากร

และอุปการณ์สูงสุดในปี ๒๕๒๑ คือ มีมูลค่า ๑๐.๘๕ ล้านบาท เป็นปริมาณ ๑๘๕.๖ ตันและ  
ในปี ๒๕๒๒ (ม.ค.-ก.ย.) คาดว่าจะสามารถส่งออกได้มากกว่าปี ๒๕๒๑ คือมีปริมาณ  
๑๕๘.๘ ตัน มูลค่า ๗.๘๓ ล้านบาท (รายละเอียดในตารางที่ ๑๐) ปริมาณและมูลค่า  
การส่งออกชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอ เนื่องจาก  
สาเหตุสำคัญคือ จะมีการส่งชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์ไปยังต่างประเทศ ในกรณีที่ผู้  
ผลิตรถจักรยานยนต์ในต่างประเทศเกิดความขาดแคลน ชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์นั้น ๆ  
ในระยะเวลาหนึ่ง ๆ เท่านั้น ซึ่งไม่แน่นอน พร้อมกับเกิดปัญหาทางด้านคุณภาพมาตรฐาน  
และราคาสูง ผู้ผลิตในต่างประเทศจึงมักจะไม่ยอมรับอยู่เสมอ



## ตารางที่ ๑๑

แสดงการเปรียบเทียบระหว่างรายได้และการครอบครองยานยนต์

ประเทศ	รายได้ประชาชาติต่อคน (หน่วย : เหรียญสหรัฐ พ.ศ.๒๕๑๔)	จำนวนคันต่อประชากรพันคน (เฉลี่ย)	
		รถยนต์โดยสาร	รถจักรยานยนต์และสกูตเตอร์
สหรัฐอเมริกา	๔,๒๘๗	๔๓๐	๘๘
เยอรมัน	๒,๔๕๒	๒๒๓	๑๗
ออสเตรเลีย	๒,๖๓๓	๓๑๒	๗๘
ญี่ปุ่น	๑,๖๓๖	๘๔	๘๓
อิตาลี	๑,๔๔๑	๑๕๐	๒๔
ไทย	๔๓๒	๒๐	๑๑
บราซิล	๓๗๖	๒๔	๗
มาเลเซีย	๒๔๔	๒๗	๗
ฟิลิปปินส์	๒๒๔	๘	๕
ไนจีเรีย	๑๓๕	๑	๑
อินโดนีเซีย	๔๘	๒	๑
แทนซาเนีย	๔๔	๒	๒
อินเดีย	๔๓	๑	๑

แหล่งที่มา : The Manufacture of Low-Cost Vehicles in Developing Countries, United Nation Industrial Development Organization, New York, 1978, p.2.

ตารางที่ ๑

ประเทศไทยยังคงมีความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ในประเทศอีกเป็นจำนวนมาก จากตารางที่ ๑๐ รายได้ของประชากรไทย สามารถครอบครองรถจักรยานยนต์ ๑๑ กัจัดอ คนหนึ่งคันคน ในปี ๒๕๑๔ ซึ่งในปีดังกล่าวนี้สถิติรถจักรยานยนต์จดทะเบียนทั่วประเทศมี ประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ คัน ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยต่างก็มีความเห็นว่า จำนวน รถจักรยานยนต์ (Demand Projection) ได้ในอัตราขั้นต่ำ ร้อยละ ๒ ของจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศเป็นอย่างน้อย หรือคือรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยจะต้องมีถึง ๑ ล้านคัน เป็นอย่างน้อย ที่จะ เป็นปริมาณความต้องการที่แท้จริงในอนาคต

การจำหน่ายรถจักรยานยนต์

รถจักรยานยนต์ในประเทศไทยปกติมีอายุการใช้งาน ๕ ปี ในต่างประเทศส่วนใหญ่จะมีอายุการใช้งาน ๓ ปี เนื่องจากผู้ใช้ในประเทศมีการซ่อมบำรุงรักษามากกว่าใน ต่างประเทศ โดยปกติรถจักรยานยนต์ ๑ คัน จะสามารถใช้งานได้ถึง ๕๐-๗๐ กิโลเมตร ต่อน้ำมัน ๑ ลิตร เหมาะสำหรับการใช้งานทั้งในเส้นทางคมนาคมในชนบท และเมืองหลวง โดยเฉพาะการคมนาคมในถนนในชนบท รถโดยสารสาธารณะยังไม่ทั่วถึง ความต้องการ ใช้รถจักรยานยนต์ ซึ่งมีมากกว่าในเมืองหลวง เพราะมีราคาถูกและมีราคาถูกและมีความ เหมาะสมในสภาพการใช้งานเป็นอย่างยิ่ง

ก. ลักษณะการจำหน่าย

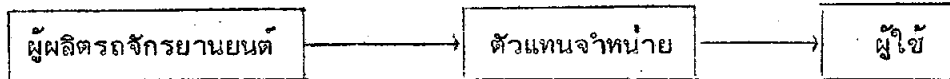
การจำหน่ายรถจักรยานยนต์มีทั้งการซื้อแบบเงินสดและการเช่าซื้อ (เงินผ่อน) ส่วนใหญ่จะเป็นการเช่าซื้อมากที่สุดประมาณ ๗๐-๘๐% ของการซื้อทั้งหมด โดยผู้เช่าซื้อจะ ต้องชำระเงินสดหรือเงินล่วงหน้า (Down Payment) ประมาณ ๒๕-๓๐% ของราคาขาย ส่วนที่เหลือจะเป็นการผ่อนชำระเป็นรายเดือนตามงวด มีระยะเวลาตั้งแต่ ๑๒ เดือน ๑๘ เดือน และ ๒๔ เดือน (ตั้งรายละเอียดในภาคผนวก ก. ตารางที่ ๒ และ ๓) โดยผู้เช่าซื้อจะต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราเฉลี่ย (Effective Rate) ประมาณ ๒๓-๒๔% ต่อปี

ลักษณะช่องทางการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ธรรมดาได้ ๒ ทางคือ

๑. ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จะจำหน่ายรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปให้แก่ตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ปกติจะให้เครดิต ๓ เดือน ตัวแทนจำหน่ายก็จะจำหน่ายให้แก่ผู้ใช้โดยตรง ทั้งแบบเงินสดและเงินผ่อน (ดังแผนภาพที่ ๑)

แผนภาพที่ ๑

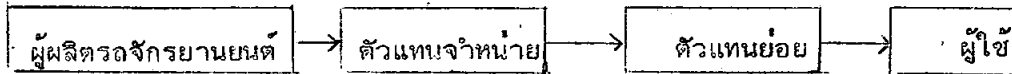
แสดงสู่ทางการจำหน่ายวิธีที่ ๑



๒. ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จะจำหน่ายรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปให้แก่ตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายก็จะจำหน่ายให้แก่ตัวแทนย่อย (Dealer) ผู้ซื้อก็จะซื้อจากตัวแทนย่อยอีกต่อหนึ่ง ทั้งในแบบเงินสดและเงินผ่อน วิธีนี้มักจะใช้ในการจำหน่ายในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ตามปกติผู้ซื้อหรือผู้ใช้ จะเป็นลูกค้าเงินผ่อนถึง ๖๐-๘๐% ของการจำหน่ายทั้งหมด ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์จะเป็นบริษัทในเครือ หรือเป็นบริษัทร่วมลงทุนของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์นั่นเอง การจำหน่ายให้แก่ตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อย มักจะใช้เครดิตผ่านสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ หรือบริษัทเงินทุน ดังนั้น การที่รัฐบาลขอร้องให้ควบคุมการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ หรือบริษัทเงินทุนในการค้าส่งเพื่อการบริโภค (Consumer's Financing) โดยรัฐบาลต้องการควบคุมการค้าส่งนี้ให้เข้มงวดขึ้นจึงทำให้ตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อยต่าง ๆ สามารถกู้ยืมหรือเปิดเครดิตได้น้อยลงกว่าเดิม จึงทำให้เกิดปัญหาคือ ตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อยไม่สามารถใช้เครดิตซื้อรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นมากเท่ากับการเพิ่มการผลิตที่ผู้ผลิตสามารถผลิตได้

## แผนภาพที่ ๒

## แสดงสู่ทางการจำหน่ายวิธีที่ ๒



อีกทั้งในปัจจุบันอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมดังกล่าวมีอัตราสูงขึ้น จะมีผลกระทบต่อราคาจำหน่ายให้สูงขึ้นด้วย การเพิ่มขึ้นของราคาจำหน่ายจะทำให้ผู้ขายมักจะเอาเปรียบผู้ซื้อในการเพิ่มราคาให้สูงขึ้นมากเกินไปเสมอ เนื่องจากยังไม่มีมาตรการจากรัฐบาลในการที่จะให้ความคุ้มครอง และให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ใช้รถจักรยานยนต์อย่างเพียงพอ

ข. ตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์มีดังนี้คือ

๑. บริษัทไทยฮอนด้าแมนูแฟคเจอร์ จำกัด ตัวแทนจำหน่ายได้แก่ บริษัท เอเชียนฮอนด้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
๒. บริษัทไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด ตัวแทนจำหน่ายได้แก่
  - บริษัท เอส. พี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ตัวแทนเขตภาคตะวันออก  
เหนือ)
  - บริษัทโตโยต้าไทยแลนด์ จำกัด (ตัวแทนเขตภาคกลางและภาคเหนือ)
  - บริษัทบ้านซูซูกิ จำกัด (ตัวแทนเขตภาคใต้)
๓. บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด ตัวแทนจำหน่ายได้แก่บริษัทสยามยามาฮ่า จำกัด
๔. บริษัทไทยคาวาซากิ จำกัด ตัวแทนจำหน่ายได้แก่ บริษัทกลอรี่คาวาซากิ  
มอเตอร์ จำกัด

ค. การส่งเสริมการจำหน่าย

การส่งเสริมการจำหน่ายจะจัดทำโดยบริษัทตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนย่อย เป็นส่วนใหญ่ มีวิธีการที่นิยมจัดทำคือ

๑. การโฆษณาผ่านสื่อกลางการโฆษณาต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และนิตยสารต่าง ๆ
๒. การสนับสนุนการจัดการแข่งขันรถจักรยานยนต์ ประเภทต่าง ๆ เช่น การแข่งความเร็ว การแข่งวิบาก การแข่งแรลลี่ โดยจะจัดขึ้นทั่วประเทศ เพื่อจะก่อให้เกิดการชักนำและจูงใจผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ให้มีจำนวนมากขึ้น
๓. การรับประกัน การซ่อม และการให้บริการอะไหล่ให้เป็นพิเศษ ภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น ๖ เดือน ๑๒ เดือน หรือระยะทาง ๒,๐๐๐-๖,๐๐๐ กิโลเมตร ขึ้นอยู่กับว่า ระยะเวลาหรือการใช้งาน จะถึงกำหนดก่อน วิธีนี้จะจัดทำโดยตัวแทนย่อยในต่างจังหวัด เป็นส่วนใหญ่
๔. การออกบริการลูกค้าในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยให้คำแนะนำ ในการซ่อม บำรุง รักษารถจักรยานยนต์อย่างถูกวิธี เนื่องจากผู้ใช้โดยทั่วไปยังไม่เกิด ความรู้ และความเข้าใจอย่างเพียงพอในการ ใช้งานและบำรุงรักษารถจักรยานยนต์ให้เหมาะสมกับการใช้งานอย่างเพียงพอ
๕. การแจกและแถมของขวัญชนิดต่าง ๆ ให้แก่ผู้ซื้อในโอกาสพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งจัดรายการชิงรางวัล และลดราคาจำหน่ายเป็นเงินสดในบางโอกาส

การส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อเป็นการจูงใจ และชักนำให้ประชาชนโดยทั่วไปหันมาสนใจ และซื้อรถจักรยานยนต์ ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ตัวแทนจำหน่าย และตัวแทนย่อย มีความพยายามอย่างมาก ในสภาวะการแข่งขันอย่างมากในระยะปัจจุบัน วิธีการต่าง ๆ ย่อมจะมีทั้งผลดี และผลเสีย ต่อผู้ใช้หรือผู้ซื้อในเวลาเดียวกัน เพราะต้นทุนในการส่งเสริม การจำหน่ายค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในปีที่ขายรถจักรยานยนต์ได้น้อย ต้นทุนเหล่านี้ได้รวม ไปในราคารถจักรยานยนต์ ที่ผู้ซื้อต้องรับภาระนั้นเอง ประกอบกับในบางครั้งการโฆษณา โดยไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือการแข่งขันรถจักรยานยนต์ที่จัดขึ้น เพื่อการค้าก็จะมีผล

เสียดต่อผู้ใช้รถจักรยานยนต์ ที่ไม่มีความรู้และความเข้าใจพอ ซึ่งอาจจะเป็นอันตรายถึงชีวิตและทรัพย์สินได้ ในกรณีเช่นนี้จึงเป็นคุณค่าทางสังคมและคุณธรรมที่ผู้ผลิตต่าง ๆ จะเป็นผู้พิจารณาด้วยเช่นกัน<sup>๑</sup>

---

<sup>๑</sup> กล่อม อิศรพันธุ์, หลักเศรษฐศาสตร์ (เล่ม ๑) สำนักงานวิชาการและวางแผน กระทรวงพัฒนาแห่งชาติ, พ.ศ. ๒๕๑๑ หน้า ๑๘๕.