



Note by EIC

11 มิถุนายน 2013



ผู้ผลิตรถยนต์จีน.. กับถนนการลงทุนในประเทศไทย

การขยายตัวของตลาดรถยนต์ในจีนที่เริ่มชะลอตัว ส่งผลให้ผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีนมุ่งหน้าบุกตลาดประเทศกำลังพัฒนามากขึ้นโดยใช้ข้อได้เปรียบทางด้านราคา อย่างไรก็ตามการบุกตลาดไทยคาดว่าจะไม่ได้มุ่งเน้นแค่ตลาดในประเทศเป็นหลัก แต่เป็นการเข้ามาลงทุนผลิตเพื่อตลาดส่งออกในอาเซียน โดยอาศัยสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีภายใต้ความตกลงการค้าเสรี คาดว่าผู้ผลิตรถยนต์จีนจะพิจารณาใช้ชิ้นส่วนจาก supplier รายเดิมที่มีสาขาในประเทศไทย ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไทยจะได้ประโยชน์ต่อเนื่องจากความต้องการชิ้นส่วนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ตลาดรถยนต์ภายในประเทศจีนที่เริ่มชะลอตัว และถูกรอบล้อมโดยผู้ผลิตรถยนต์แบรนด์ต่างประเทศ พลักดันให้ผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีนออกมาสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาตลาดรถยนต์ในประเทศจีนชะลอตัวโดยโตเฉลี่ยปีละ 3% (CAGR 2010-2012) เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวและมาตรการสนับสนุนทางภาษีที่ทยอยหมดไป และบวกกับตลาดรถยนต์ที่ถูกแบรนด์ต่างชาติครอบครองกว่า 60% ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีนมองหาโอกาสใหม่ๆ ในตลาดต่างประเทศ โดยจากข้อมูลของ China Association of Automobile Manufacturers (CAAM) ปัจจุบันประเทศจีนส่งออกรถยนต์ไปต่างประเทศเป็นจำนวนประมาณ 1 ล้านคันในปี 2012 เพิ่มขึ้นจากปี 2009 ประมาณ 180% ซึ่งกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ผู้ผลิตรถยนต์จีนสนใจเป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีการขยายตัวของตลาดรถยนต์สูง (รูปที่ 1)

สำหรับการเข้ามาในไทยคาดว่าจะไม่ได้มุ่งเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก แต่จะเป็นการบุกเพื่อส่งออกในตลาดอาเซียนที่กำลังเติบโต ด้วยภาษี 0% ภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) การบุกเข้ามาในประเทศไทยของผู้ผลิตรถยนต์จีนครั้งนี้แตกต่างจากการบุกตลาดในประเทศอื่นๆ โดยปกติแล้วผู้ผลิตรถยนต์จีนจะใช้กลยุทธ์การส่งออกรถยนต์ทั้งคัน (CBU import) เพื่อเข้าไปในประเทศกำลังพัฒนาเพื่อทำการลงตลาด และเมื่อตลาดตอบรับและมียอดขายเติบโตได้ดีจึงลงทุนสร้างโรงงานประกอบรถยนต์ โดยนำเข้าชิ้นส่วนสำเร็จมาประกอบ (CKD import) เนื่องจากอัตราภาษีนำเข้าถูกกว่าการส่งออกรถยนต์มาทั้งคัน (รูปที่ 2) แต่ในกรณีของไทย ผู้ผลิตรถยนต์จีนเข้ามาสร้างโรงงานประกอบรถยนต์โดยที่ไม่ได้ทำการส่งออกรถยนต์มาก่อน จึงคาดว่าเป้าหมายการเข้ามาสร้างฐานการผลิตในประเทศคงไม่ได้เป็นการเข้ามาเพื่อตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว แต่มีความเป็นไปได้มากที่จะเป็นการสร้างฐานการผลิตเพื่อทำการส่งออกไปยังตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนที่กำลังเติบโต ด้วยการใช้อัตราภาษี 0% ภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) อย่างไรก็ตามผู้ผลิตรถยนต์จีนต้องใช้วัตถุดิบในประเทศ (local content) ขั้นต่ำให้ได้ 40% เพื่อที่จะได้สิทธิในการใช้อัตราภาษี 0% ของ ATIGA ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในประเทศไทยจะได้รับประโยชน์จากความต้องการชิ้นส่วนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น

สำหรับตลาดในประเทศไทย ผู้ผลิตรถยนต์จีนมีแนวโน้มใช้กลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้รถยนต์จีนประสบความสำเร็จในต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศบราซิลซึ่งเป็นประเทศที่รถยนต์จีนค่อนข้างประสบความสำเร็จ รถยนต์จีนมีราคาต่ำกว่าท้องตลาดประมาณ



15-25%¹ โดยในประเทศไทยคาดว่ากลยุทธ์ของผู้ผลิตรถยนต์จีนยังคงเป็นการขายรถยนต์ที่มีราคาต่ำกว่าท้องตลาด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของผู้ผลิตรถยนต์จีนอีกหนึ่งปัจจัยคือการทำ network กับ dealer รถยนต์ท้องถิ่นซึ่งเชี่ยวชาญ ตลาดท้องถิ่นมากกว่าผู้ผลิตรถยนต์จีน ยกตัวอย่างในประเทศบราซิล JAC Motor ผู้ผลิตรถยนต์จีน ได้จับมือกับ SHC Group ซึ่งเป็น dealer รถยนต์แนวหน้าในประเทศบราซิลที่มีประสบการณ์ในตลาดรถยนต์บราซิลอย่างยาวนาน จึงทำให้ JAC Motor ประสบความสำเร็จในประเทศบราซิล

คาดว่า global supplier ในประเทศไทย ที่เดิมเป็น supplier อยู่ในประเทศจีนจะได้ประโยชน์เป็นอันดับแรก อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยมีการพัฒนามายาวนาน จึงทำให้มีความพร้อมในการป้อนชิ้นส่วนรถยนต์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์จีน ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์จีนไม่น่าจะใช้วิธีการส่งออกชิ้นส่วนสำเร็จไปประกอบ (CKD import) อย่างเช่นในประเทศอื่นๆ แต่จะเป็นการใช้ชิ้นส่วนในประเทศร่วมด้วย ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) พบว่ามีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับ Tier 1² ในประเทศไทยอยู่จำนวนไม่น้อยที่เป็น supplier ของผู้ผลิตรถยนต์จีน เช่น Autoliv, Calsonic Kansei และ Delphi เป็นต้น โดยคาดว่าในระยะแรกผู้ผลิตรถยนต์จีนคงจะพิจารณาติดต่อกับ supplier กลุ่มนี้เป็นอันดับแรก เนื่องจากเคยทำธุรกิจร่วมกันมาแล้วในประเทศจีน โดยล่าสุด AAPICO HITECH บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็น supplier ของผู้ผลิตรถยนต์จีนในประเทศจีน ได้มีการพูดคุยกับ SAIC Motor - CP เรื่องการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เพื่อป้อนให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ของ SAIC Motor - CP นอกจากนี้ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) พบว่ามี supplier สัญชาติจีนของผู้ผลิตรถยนต์จีนหลายรายที่ยังไม่ได้เข้ามาในประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะมีความเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เหล่านี้จะตามเข้ามาในไทยในอนาคต

Implication

■ ผู้ผลิตรถยนต์จีนและตัวแทนจำหน่ายควรใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นการสร้าง ความคุ้นเคยและความเชื่อใจให้แก่ผู้บริโภคเป็นอันดับแรก การทำตลาดรถยนต์จีนในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นความท้าทายสำหรับผู้ผลิตรถยนต์จีน เนื่องจากผู้บริโภคยังคงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้าจีน ทั้งในแง่ของคุณภาพสินค้าและการบริการหลังการขาย โดยผู้ผลิตรถยนต์จีนควรให้ความสำคัญกับการรับประกันสินค้า ให้มีความสมเหตุสมผลและสร้างความเชื่อใจให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ในแง่ของการสร้างความเชื่อใจในคุณภาพ ตัวอย่างกลยุทธ์การสร้างควมไว้วางใจทางด้านคุณภาพที่น่าสนใจคือการเข้าร่วมแข่งขัน Dakar Rally ของ Great Wall ซึ่งทำให้รถยนต์รุ่น Haval เป็นที่รู้จักในระดับสากลว่าเป็นรถยนต์ที่มีคุณภาพ เนื่องจากทีมของ Great Wall ทำผลงานได้ดีในการแข่งขัน

■ แม้ว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไทยมีความพร้อมในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์จีน แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะเสียลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่น ในกรณีที่เกิดการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์จีน แม้ว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไทยจะมีความพร้อมในการผลิตชิ้นส่วนให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์จีน แต่เป็นที่ทราบกันว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยถูกครอบครองโดยรถยนต์ญี่ปุ่น ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์ไทยอาจมีความเสี่ยงที่จะเสียลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่น ในกรณีที่ทำการทำธุรกิจกับผู้ผลิตรถยนต์จีน ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไทยควรคำนึงถึงปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวให้รอบคอบก่อนตัดสินใจทำทำธุรกิจกับผู้ผลิตรถยนต์จีน

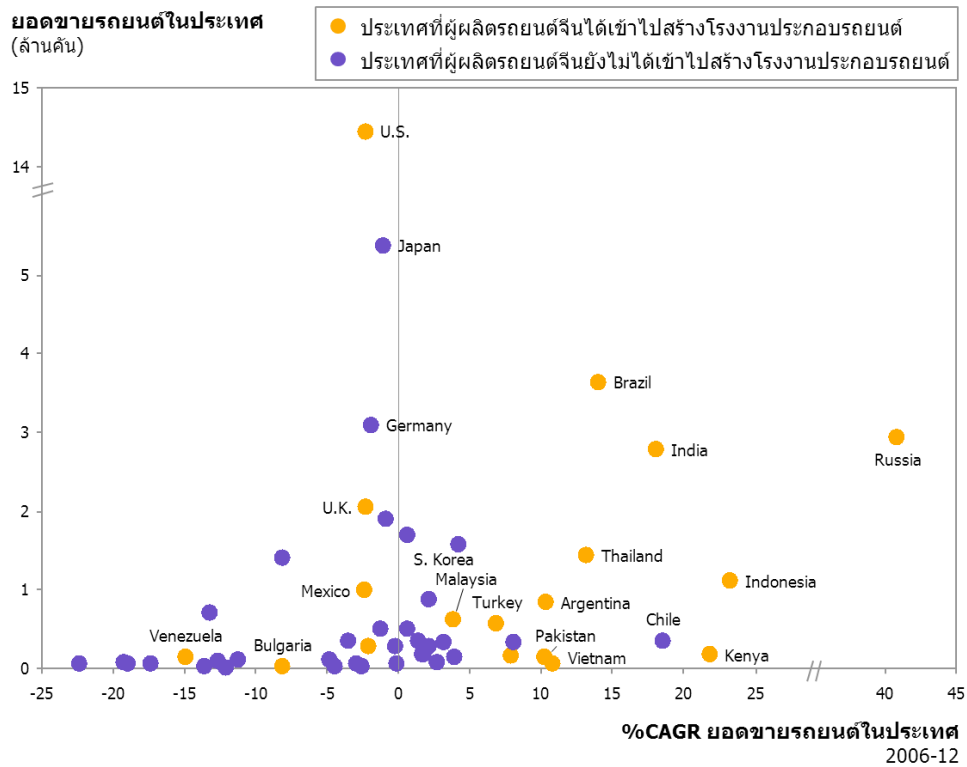
¹ การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) และ FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas)

² Tier 1 = ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์โดยตรง

This information enclosed herewith is intended for discussion purposes only. Although the information provided herein is believed to be reliable, SCB makes no representation as to the accuracy or completeness of such information or otherwise provided by SCB. Prior to acting on any information contained herein or proceeding with a transaction which may arise as a result of this material, the recipients must determine the risks and merits, including legal, tax, and accounting characterizations and consequences, without reliance on SCB. SCB does not provide tax, legal or accounting advice and do not warrant the advice provided by others.

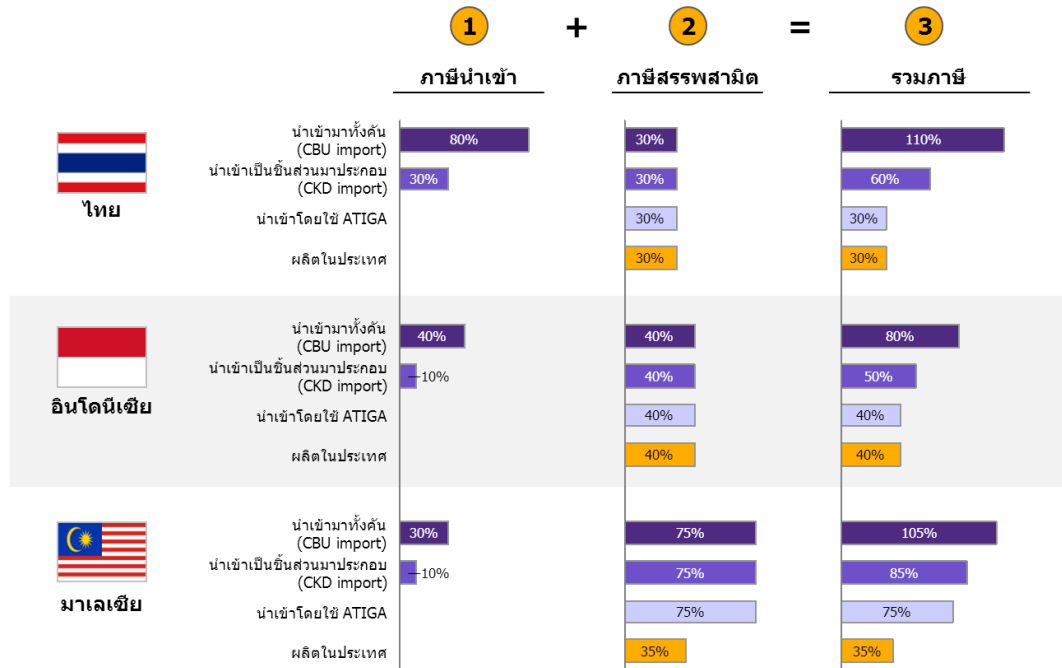


รูปที่ 1: ประเทศเป้าหมายของผู้ผลิตรถยนต์จีนคือประเทศกำลังพัฒนาที่มีการขยายตัวของตลาดรถยนต์สูง



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Bloomberg

รูปที่ 2: การนำเข้ารถยนต์แบบเป็นชิ้นส่วนสำเร็จมาประกอบ (CKD import) ช่วยประหยัดภาษีได้มากกว่าการนำเข้ารถยนต์เป็นคันๆ (CBU import)



หมายเหตุ: อัตราภาษีที่ใช้เป็นอัตราภาษีสำหรับรถยนต์นั่งชนิดความจุกระบอกสูบ 1,500 ซีซี

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมสรรพสามิต, WTO, Malaysian Automotive Association (MAA) และ PwC

โดย : กวีพล พันธุ์เพ็ง (kawee.pol.panpheng@scb.co.th)

SCB Economic Intelligence Center (EIC)