



เอเชียเคยเป็นตลาดที่สมบูรณ์แบบสำหรับบรรดาผู้ผลิตรถยนต์เนื่องจากเป็นแหล่งรวมของผู้ซื้อที่มีศักยภาพนับล้านคน ผู้ผลิตจากญี่ปุ่น อเมริกา ยุโรป และเกาหลีต่างก็แห่แหนเข้ามาตั้งตลาดแห่งนี้ กระทั่งเมื่อไม่กี่เดือนมาวิกฤติเศรษฐกิจปะทุขึ้น ฟองสบู่ที่เป่าเต็มที่ได้แตกลง ค่าเงินของหลายชาติในเอเชียตกลงอย่างฮวบฮาบ ส่งผลให้ผู้บริโภคทั่วภูมิภาคตระหนี่ถี่เหนียวมากขึ้นกับการจับจ่ายสินค้าชิ้นใหญ่อย่างรถยนต์ในญี่ปุ่นเอง บรรดาดีลเลอร์ต่างแย่งชิงลูกค้า ส่วนในจีน บรรดารถยนต์ไฟต์ค สวาเกนรุ่น "ซานตงน่า" ลดลงกว่า

บวกว่าหน้าบรยกมดที่กลดบ
ปี 2540-2541*



*โดยประมาณ
ที่มา : เอเชียโมบิลิตี้ รีเสิร์ช แอนด์
คอนซัลแตนท์ จำกัด
อินส์ แอน์ดี

วิบากกรรม ตลาดรถเอเชีย



25% ขณะที่ยอดจำหน่ายในไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซียหดหายอย่างน่าใจหาย ช่วงเวลานี้จึงเป็นช่วงที่บริษัทรถยนต์ต่างก็ทบทวนกลยุทธ์เพื่อ "พลิกสถานการณ์ให้เป็นโอกาส" และในช่วงวิกฤติดังกล่าว โอกาสที่ยิ่งใหญ่ที่สุดคงจะเป็นส่วนของการเป็นหุ้นส่วนกัน ทั้งฟอร์ดและจีเอ็มต้องการจะทำงานแบ่งในตลาดเอเชียให้ได้ 10% ภายในทศวรรษหน้า ดังนั้น ทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจคือ การเลือกใครบางคนมาเป็นหุ้นส่วนและใครคนนั้นก็ต้องสามารถผลิตได้ในราคาถูก อย่างเช่นผู้ผลิตเกาหลีที่กำลังได้รับบาดเจ็บ ฟอร์ดกำลังเจรจากับซัมซุงและเกีย ขณะที่จีเอ็มทาบตามแตวนายฮอลัน เพอร์วีตัน ประธานจีเอ็มในเกาหลีกล่าวว่า การพยายามที่จะลุยเดี่ยวเป็นเรื่องที่ไม่เข้าท่า

ด้านผู้ผลิตจากยุโรปเองก็ต้องการปรับกลยุทธ์ใหม่เช่นกัน ยอดจำหน่ายรถยนต์หรูราวในเอเชียลดลง ยอดขายบีเอ็มดับเบิลยูในไทยและอินโดนีเซีย อาจลดลงถึง 75% ดังนั้นบริษัทรถยนต์ยุโรปจึงพยายามควบคุมด้านการตลาดโดยเข้ามามีส่วนกับบรรดาผู้นำเข้าในประเทศนั้นๆ ส่วนผู้ผลิตญี่ปุ่นก็กำลังพิจารณาถึงกลยุทธ์ต่อไป มีการทุ่มงบประมาณนับพัน ๆ ล้านดอลลาร์เพื่อสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์เอเชีย โดย 9 ใน 10 ของรถยนต์โดยสารและรถยนต์บรรทุกที่เห็นในภูมิภาคนี้จะเป็นรถยนต์ที่ผลิตในญี่ปุ่น หรือไม่กี่จากโรงงานของญี่ปุ่นในไทยหรือประเทศอื่นๆ ซึ่งผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่นก็ต้องการให้แนวโน้มเป็นไปแบบนี้

อย่างไรก็ตาม ปัญหายังเกิดขึ้นกัน กล่าวคือ ผู้ผลิตญี่ปุ่นต้องการให้เอสรถยนต์ทุกชิ้นผลิตในไทย ซึ่งจะช่วยให้โรงงานไทยไม่ต้องจ่ายเงินบาทที่กำลังอ่อนตัวบริมาณมากในการซื้อชิ้นส่วนจากญี่ปุ่น มันจะดีกว่าหากผลิตในต้นทุนที่ถูกแล้วส่งไปขายต่างประเทศเพื่อรับเงินสกุลแข็งเข้ามา จะทำให้ได้กำไรมากกว่า ถือเป็นความคิดที่ดีแต่การผลักดันให้โรงงานในเอเชียกลายเป็นผู้ส่งออกรถยนต์ราคาถูกแสนถูกไม่ใช่เรื่องง่าย และต้นทุนในการทำตลาดเอเชียโดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยอดจำหน่ายตกลง

บรรดาผู้ผลิตรถยนต์ต่างชาติในไทยต่างลดกำลังการผลิตลง ปีนี้มิตซูบิชิเดินเครื่องผลิตราว 160,000 คัน ส่วนจีเอ็ม จากที่เคยผลิตโอเปิลปีละ 100,000 คัน จะลดเหลือ 40,000 คันในปีหน้า ทั้งยังสต็อกเงินลงทุนลง 1 ใน 3 เหลือเพียง 500 ล้านดอลลาร์ แม้กำลังซื้อในภูมิภาคจะลดลงแต่บรรดาผู้ผลิตรถยนต์ยังหวังว่าการส่งออกจะช่วยชดเชยได้ แต่ปัญหาก็คือจะส่งออกไปที่ไหน โดยความต้องการส่งออกกระเบจากไทยไปจำหน่ายในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์และส่งรถยนต์โดยสารไปยังศรีลังกาหรือตะวันออกกลาง แต่ตนเองก็มีแผนจะผลิตรถยนต์ในไทยแล้วส่งกลับไปจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นแต่ปัญหาเป็นเรื่องของคุณภาพรถยนต์ที่ยังไม่ถึงมาตรฐาน อีกทั้งความต้องการในตลาดญี่ปุ่นก็ใช้ว่าจะเพิ่มขึ้น

ผู้ผลิตรถยนต์ต่างก็เฝ้ารอปี 2546 เมื่อภาชีอุตสาหกรรมของรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศอาเซียนมีแนวโน้มว่าจะลดลง 5% ซึ่งจะทำให้การส่งออกรถยนต์ในหมู่ชาติอาเซียนด้วยกันเป็นไปอย่างเสรี อย่างไรก็ตาม แม้อุปสรรคจะหมดไป กว่าจะดำเนินการจะบรรเทาใช้เวลานานหลายปี และในสภาพการณ์ทางการค้าเช่นนี้ เป็นเรื่องยากที่จะเจาะตลาดใดตลาดหนึ่ง แม้แต่ตลาดประเทศกำลังพัฒนา แม้ประเทศเอเชียที่ค่าเงินลดลงจะทำให้ต้นทุนถูกลง แต่โรงงานในประเทศเหล่านั้นก็ยังมีขนาดเล็กเกินกว่าจะแข่งกับผู้ผลิตรายใหญ่อ่างสหรัฐ ญี่ปุ่นหรือยุโรป ที่สำคัญไม่ว่าตลาดไหนๆ ผู้ผลิตทั้งรายใหญ่รายย่อยต่างมุ่งไปทิศทางเดียวกันเพื่อหาลูกค้า