ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ในประเทศไทย

นางสาว กุลธิดา เดชโยธิน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-318-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17388156

FACTORS AFFECTING PRICE DETERMINATION OF AUTOMOBILES IN THAILAND

Miss Kunthida Dechyothin

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-636-318-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ในประเทศไทย

โดย นางสาวกุลธิดา เดชโยธิน

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ วรัญญา ภัทรสุข

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชุติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ วรัญญา ภัทรสุข)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. พิษเณศ เจษฎาฉัตร)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

กุลธิดา เดชโยธิน : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ในประเทศไทย (FACTORS AFFECTING PRICE DETERMINATION OF AUTOMOBILES IN THAILAND) อ. ที่ปรึกษา : รศ. วรัญญา ภัทรสุข, 140 หน้า. ISBN 974-636-318-2

จุดมุ่งหมายของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้คือ เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด การกำหนดราคา ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำนดราคารถยนต์ในประเทศไทย โดยศึกษาจากบริษัทที่เป็นทั้งผู้ผลิต/ประกอบ ผู้จำหน่าย และผู้นำเข้ารถยนต์จำนวน 3 บริษัท การศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัททั้ง 3 รายตามประเด็นดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งผู้บริโภคสินค้ารถยนต์จำนวน 333 ราย

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมรถยนต์ในปัจจุบันเป็นการประกอบรถยนต์มากกว่าการผลิตรถยนต์ ไม่มีความร่วมมือกันระหว่างบริษัทรถยนต์ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และด้านอื่น ๆ แต่มีการควบคุมคุณภาพรถยนต์ตามนโยบายของบริษัท มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่งขัน ส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ร้อยละ 90 เป็นของรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายต่างก็มีนโยบายเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเอาไว้

ตลาดสำหรับรถยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทจะมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน คู่แข่งขันที่สำคัญจะเป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ภายในประเทศด้วยกัน และมีอัตราการแข่งขันค่อนข้างสูง ตลาดรถยนต์ระดับล่างจะมีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ แต่ตลาดรถยนต์ระดับสูงจะมีลักษณะของผู้นำราคา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์มีทั้งปัจจัยด้านการผลิตและปัจจัยด้านการตลาด โดยปัจจัยด้านการผลิตได้แก่ ลักษณะการผลิต ต้นทุนการผลิตและการจัดการด้านต้นทุน ส่วนปัจจัยด้านการตลาดได้แก่ ลักษณะและสภาวการณ์ของตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภค

ในแง่ของปัจจัยด้านการผลิต ราคารถยนต์ในประเทศไทยจะถูกกำหนดโดยการบวกเพิ่มจากต้นทุนการผลิตและอัตราการแข่งขันในตลาดรถยนต์ในขณะนั้น ต้นทุนการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยประกอบด้วยโครงสร้างต้นทุน 5 รายการ คือ วัตถุดิบ ค่าแรงทางตรงหรือค่าแรงงานในการประกอบ ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าภาษีอากร ซึ่งผู้ประกอบการจะกำหนดราคาโดยมีกำไรจากส่วนต่างระหว่างต้นทุนรวมและราคา ณ โรงงานอุตสาหกรรม และส่วนต่างระหว่างราคาตัวแทนจำหน่ายกับผู้บริโภค ซึ่งมีอัตราแตกต่างกันตามขั้นตอนการตลาดของแต่ละบริษัท

ในแง่ของปัจจัยด้านการตลาด ผลการศึกษาพบว่า สภาวการณ์ของตลาดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ได้แก่ ช่วงเวลาที่รถยนต์ใหม่ออกสู่ตลาด ราคาของรถยนต์มือสอง พฤติกรรมของผู้บริโภค บริการหลังการขาย ส่วนการตัดราคาของคู่แข่งขัน การนำเข้ารถยนต์ และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ในประเทศไทย

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา 2539 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม -

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

C860168 : MAJOR ECONOMICS
KEY WORD: FACTORS / AFFECTING / PRICE DETERMINATION / AUTOMOBILES / THAILAND
KUNTHIDA DECHYOTHIN : FACTORS AFFECTING PRICE DETERMINATION OF AUTOMOBILES IN THAILAND.
THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. WARANYA PATARASUK, 140 pp. ISBN 974-636-318-2

The purpose of the thesis is to study market structure , price determination, and factors affecting price determination of automobiles in Thailand. The study is done by taking into account of both manufacturer, distributors and importers of automobiles totally 3 firms. Information for the study was based mainly on interviews will managerial staff of each company and this consumers of 333 in total.

It was found that automobile industry is in the assembly stage rather than fully production stage. There is no cooperation between companies in production, marketing, and others. Quality control depends on each company 's policy. There are also R&D for product differentiation. 90 % of automobile market share is from Japanese firms

The most important automobile market in Thailand is local and the target group has been specified clearly. The important competitor is local automobile companies with high competition. The characteristics of the low automobile market is nearly perffect competition whereas the high group is price leader.

It was found that factors affecting price determination of automobiles are production factors and market factors. Production factors include characteristic of production, cost of production and cost management while market factors include charactoristics of market, market conditions and customer behavior.

In terms of production factors, we found that price of automobiles in Thailand is determined by a mark-up method from cost of production and competitive rate of the market in that time. Cost of production includes raw materials, wages, production expenditure, sale and sevice cost and tax. Entrepreneurs set up price from the difference between total cost and factory price, dealer price and consumer price which depend on individaully stage of marketing.

On the market factors, it was found that market conditions effecting price determination of automobiles are period of product launching, price of second hand car, consumer behavior, and after sale service while price dumping, car importing and dealer do not affect the price.

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา 2539 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม –

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ วรัญญา ภัทรสุข อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา ทั้งด้านวิชาการและข้อมูล ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง รวมทั้งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ที่ให้ความกรุณารับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล และอาจารย์ ดร. พิษเณศ เจษฎาฉัตร ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ทุกหน่วยงานที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งผู้บริหารของบริษัทผู้ประกอบการรถยนต์ทั้ง 3 ราย ขอขอบคุณ คุณวงศกร ตั้งคำ คุณมานะ เลิศสกุลบรรลือ คุณกันยา ประวิทย์ธนา คุณชลดา ไฉยเวทย์ศิริกุล คุณกนกวรรณ บุษบกแก้ว คุณภาคภูมิ จิรชวาลา พี่ ๆ เพื่อน ๆ รุ่น C8 ทุก ๆ คน และผู้ที่มิได้เอ่ยชื่อ ณ ที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล การให้คำแนะนำ คำปรึกษา และเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

ในโอกาสนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณต่อ คุณแม่, คุณยาย, คุณน้า, พี่ชายและน้องสาวของข้าพเจ้า ที่สนับสนุนทุนการศึกษาและเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้

ท้ายนี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องใด ๆ ก็ตาม ข้าพเจ้าขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ. โอกาสนี้ด้วย

กุลธิดา เดชโยธิน

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		จ
กิตติกรรมประกาศ		ฉ
สารบัญ		ช
สารบัญตาราง		ญ
สารบัญรูป		ฏ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ปัญหาและความสำคัญ	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
	1.3 ขอบเขตในการศึกษา	7
	1.4 วิธีการศึกษา	8
	1.4.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์	8
	1.4.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
	1.6 โครงสร้างของวิทยานิพนธ์	13
บทที่ 2	วรรณกรรมปริทัศน์	15
	2.1 โครงสร้างของอุตสาหกรรม	15
	2.2 การแข่งขันด้านราคาของรถยนต์	20
	2.3 ผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล	21
	2.4 งานศึกษาอื่น ๆ	26
บทที่ 3	อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย	29
	3.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมรถยนต์	29
	3.2 ลักษณะและสภาวะทั่วไปของอุตสาหกรรมรถยนต์ในปัจจุบัน	36

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.2.1 การผลิตรถยนต์ 36

3.2.1.1 วัตถุดิบ 37

3.2.1.2 กรรมวิธีการผลิต 39

3.2.1.3 โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์ 39

3.2.2 การตลาด 41

3.2.2.1 ตลาดในประเทศ 41

3.2.2.2 วิธีการจำหน่าย 45

3.2.2.3 ตลาดต่างประเทศ 45

3.3 นโยบายและการสนับสนุนของรัฐบาล 48

3.3.1 นโยบายส่งเสริมการลงทุน 48

3.3.2 นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตและการประกอบรถยนต์ 51

3.3.3 นโยบายด้านภาษีอากรและการนำเข้า 56

3.3.4 นโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการส่งออก 60

3.3.5 นโยบายประสานความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียน 61

3.3.6 มาตรการลงทุนที่เกี่ยวกับการค้า 62

3.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์ 62

บทที่ 4 โครงสร้างตลาด การกำหนดราคา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ 65

4.1 โครงสร้างตลาดรถยนต์ 65

4.2 การกำหนดราคารถยนต์ 68

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ 76

4.3.1 ปัจจัยด้านการผลิต 76

4.3.1.1 ลักษณะการผลิต 76

4.3.1.2 ต้นทุนการผลิต 83

4.3.1.3 การจัดการต้นทุน 86

4.3.2 ปัจจัยด้านการตลาด 89

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.3.2.1 ลักษณะของตลาด 89

4.3.2.2 สภาวการณ์ของตลาด 91

4.3.2.3 พฤติกรรมของผู้บริโภค 96

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ 110

5.1 สรุปผลการศึกษา 110

5.2 ข้อจำกัดของการศึกษา 113

5.3 ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย 113

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ 114

รายการอ้างอิง 115

ภาคผนวก ก 118

ภาคผนวก ข 126

ภาคผนวก ค 134

ประวัติผู้เขียน 140

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1.1 กำลังการผลิตของบริษัทประกอบรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ปี 2538 3

1.2 ปริมาณการผลิตรถยนต์แยกตามประเภทและขนาดรถยนต์ 4

1.3 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์แยกตามประเภทรถยนต์ 6

3.1 ปริมาณการประกอบรถยนต์ภายในประเทศ 34

3.2 รายการส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ที่ผลิตได้ภายในประเทศ 38

3.3 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ใหม่ภายในประเทศ 42

3.4 ปริมาณการส่งออกของรถยนต์สำเร็จรูป ระหว่างปี 2508-2538 47

3.5 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับตามหลักเกณฑ์ใหม่ 50

3.6 สรุปการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีขาเข้าของรถยนต์ เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2534 59

3.7 สรุปการเปลี่ยนแปลงภาษีขาเข้าของรถยนต์ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2534 59

4.1 ส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ทุกประเภทในประเทศไทย 66

4.2 ส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย 67

4.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทตัวอย่าง 71

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคารถยนต์ 75

4.5 การวิจัยและพัฒนาและการควบคุมคุณภาพรถยนต์ 81

4.6 ลักษณะของตลาดรถยนต์ 90

4.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคารถยนต์ 98

4.8 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค 100

4.9 การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค 101

4.10 การเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค 103

4.11 การเลือกซื้อรถยนต์ตัวอย่าง 3 ยี่ห้อ 105

4.12 การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ขนาด 2000-2200 ซีซี ของผู้บริโภค เมื่อคำนึงถึงราคารถยนต์ 107

สารบัญรูป

รูปที่ หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ 9

3.1 ขั้นตอนการประกอบรถยนต์ 40

3.2 ช่องทางการจำหน่ายรถยนต์ 45

4.1 ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพขั้นสุดท้าย 82