

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินการ
ของตลาดรถยนต์มือสอง กรณีศึกษา ภาคเหนือ

ผู้วิจัย : นายธรรุสสิทธิ์ ม่วงเนียม

สถานที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.มาษะสิริ เชาวกุล

กรรมการที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชณี मुखแจ้ง

ประเภทสารนิพนธ์ : วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ (1) เพื่อศึกษา โครงสร้างตลาดของตลาดรถยนต์มือสอง (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดรถยนต์มือสอง และ (3) เพื่อศึกษา ผลการดำเนินการของตลาดรถยนต์มือสอง โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผ่านแบบสอบถามจาก ผู้ประกอบการ จำนวน 60 ตัวอย่าง และผู้ซื้อรถยนต์มือสองอีก 50 ตัวอย่าง ในเขต 3 จังหวัดของ ภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ นครสวรรค์และพิษณุโลก

ผลการศึกษา พบว่า โครงสร้างตลาดรถยนต์มือสองในเขตภาคเหนือ ที่วัดด้วยการ กระจุกตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ 4 รายและ 8 ราย (CR4และCR8) ในปี 2548 ของจังหวัด เชียงใหม่เท่ากับ 22.75 และ 33.39 ตามลำดับ ส่วนของนครสวรรค์นั้นเท่ากับ 42.59 และ 57.07 ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดพิษณุโลก เท่ากับ 55.84 และ 69.37 ตามลำดับ แสดงว่าขนาดของ ธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็กและขนาดปานกลาง ในขณะที่ ขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอีก 2 จังหวัดเป็นขนาดปานกลาง ดังนั้นการแข่งขัน ในจังหวัดเชียงใหม่จึงมีมากกว่าอีก 2 จังหวัดที่เหลือ และพบอีกว่า อัตราการกระจุกตัวดังกล่าวของผู้ประกอบการของทั้ง 3 จังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 2545 ถึง 2548 แสดงว่ามีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้ไม่มากนัก สำหรับจังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีการรวมตัวของผู้ประกอบการรายใหญ่ในการประมูลรถยนต์ ทำให้เกิดความได้เปรียบเรื่องต้นทุน ของรถยนต์มือสอง ตัวแปรที่สำคัญอีก 2 ตัวที่กำหนดความสามารถในการกีดกันการเข้ามาแข่งขัน ของผู้ประกอบการรายใหม่คือ ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการรายเดิมและการเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ เงินสด นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ เช่น โตโยต้า เริ่มเข้าสู่ตลาดรถยนต์มือสอง ด้วยการให้การรับประกันคุณภาพรถยนต์มือสอง ทำให้ความแตกต่างของสินค้า เป็นตัวแปรสำคัญ ในการกำหนดโครงสร้างตลาดในอนาคต ในส่วนของผู้ซื้อ พบว่ามีการสืบข้อมูลเพื่อการ เปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ ของรถยนต์มือสองที่จะซื้อ รวมทั้งข้อมูลราคาด้วย ทำให้ความไม่

สมมาตรของข้อมูลลดลงได้บ้างแต่ไม่สมบูรณ์ จากตัวแปรที่กำหนดโครงสร้างตลาด ทำให้พอสรุปได้ว่า โครงสร้างตลาดรถยนต์มือสองมีลักษณะแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมตลาดของผู้ประกอบการในตลาดรถยนต์มือสองในเขตภาคเหนือ พบว่า มีทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและด้านที่ไม่ใช่ราคา โดยการแข่งขันด้านราคาจะสูงในขนาดธุรกิจที่ใกล้เคียงกันเพื่อรักษาส่วนแบ่งของตลาด แต่ในภาพรวมแล้วพบว่าการแข่งขันด้านราคาไม่รุนแรงนัก ส่วนพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคานั้น เน้นที่การส่งเสริมการขายและการบริการที่ครบวงจร เช่น การจัดสินเชื่อและการทำให้สินค้ามีความแตกต่างด้วยการประกันคุณภาพของรถยนต์มือสองให้กับผู้ซื้อ เป็นต้น

สำหรับผลการดำเนินงานของตลาดรถยนต์มือสอง พบว่า อัตราการเติบโตของธุรกิจรถยนต์มือสองถูกกำหนดโดยสภาวะเศรษฐกิจ อัตราผลตอบแทนการลงทุนในระดับสูง ในส่วนนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องนั้น เน้นที่นโยบายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อลดปัญหาที่เกิดจากความไม่สมมาตรของข้อมูล



Title : ANALYSIS OF MARKET STRUCTURE – CONDUCT AND PERFORMANCE OF USED CARS CASE STUDY : NORTHERN REGION

Author : Mr.Taruwasit MOUNGNIEM

Major Adviser : Assoc. Prof.Makasiri Chaowakul

Adviser : Assist. Ratchanee Mukjang

Type of Degree : Master of Economics Degree in Economics (M.Econ)
Naresuan University, 2006

Abstract

Objectives of the study were (1) to study market structure of used cars market, (2) to study the competitive conduct of firms in the used cars market and (3) to study market performance of this market by collecting primary data through questionnaire from 60 firms and 50 consumers in 3 provinces which were Chiangmai, Nakhonsawan and Phitsanulok.

It was found that the market structure of used car in the northern region which measured by concentration ratios of 4 and 8 firms of the year 2005 of Chiangmai province were 22.75 and 33.39, respectively. For Nakhonsawan, they were 42.59 and 57.07, respectively where as for Phitsanulok they were 55.84 and 69.37, respectively. These showed that most of the firms of Chiangmai were small and medium sizes business while most of the firms of the other two provinces were medium sizes business. It was also found that those concentration ratios of all 3 provinces were not much changed between the year 2002 to 2005. This reflected that there was not too many new firms entering into the business. For Phitsanulok, there was conglomerate in used car auction among large firms which caused cost advantage for those large firms. The other two main factors determining barrier to entry were experiences of those existing firms and the being cash business. Moreover, It was also found that the large producer of new car such as Toyota company was beginning to enter into the used car business by using used car guaranty as competitive strategy. This made product differentiation as the

major factor in market structure. In part of buyer, there was increasing in data searching including prices for comparing used car quality before making decision which help reduced the asymptotic in data but still not perfectly. From all data above, it could be concluded that the used car market was Monopolistic Competition market.

The study results of market conduct of used car business of the northern region showed that to compete each other firms used both price and non price behaviors where as price competition was high firms of the same sizes to protect market shares. However, price competition was not too high in general. For non price behavior, sale promotion and package services such as financing facility and making product differentiation by offering quality guaranty were two major factors.

For market performance, it was found that growth rate of this business depended highly on economic circumstance. Rate of return of investment was high. The relating government policy was concentrated at consumer protection to reduce problem caused by asymptotic information.

