

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินการของตลาดรถยนต์มือสอง เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์ ซึ่งอาศัยข้อมูลที่รวบรวมมานำไปสู่การสรุปผลการศึกษา โดยที่เมื่อสามารถกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาแล้วจะสามารถกำหนดตัวแปรของการศึกษาได้ จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey method) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ นำไปสู่การสรุปผล และนำผลที่ได้ทางสถิติมาทำการอธิบายตีความแล้วสรุปเป็นผลการศึกษามีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ และ ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลมีการจัดเก็บโดยการออกไปสำรวจที่ตั้ง การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้ซื้อรถยนต์มือสอง, ผู้ประกอบการในตลาดสินค้ารถยนต์มือสอง, บริษัทประมูลรถยนต์, บริษัทสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (ลิสซิ่ง), พาณิชย์จังหวัด, ขนส่งจังหวัด เป็นต้น ในลักษณะของข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์หาโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินการของตลาดรถยนต์มือสอง

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลเอกสารทางทะเบียนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, ข้อมูลการจดทะเบียนรถยนต์ จากสำนักงานขนส่งกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม และข้อมูลการขออนุญาตค้าของเก่า จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

1. ประชากร ของการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่

1.1 ด้านอุปสงค์ คือ บุคคลที่ครอบครองรถยนต์มือสอง ที่จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบก ซึ่งมีการจดทะเบียนในเขตพื้นที่ภาคเหนือและบุคคลผู้สนใจซื้อรถยนต์

1.2 ด้านอุปทาน คือ กลุ่มบุคคลหรือนิติบุคคล ที่ประกอบธุรกิจสินค้ารถยนต์มือสอง ในเขตภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก

2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในข้อ 1

2.1 ด้านอุปสงค์ ทำการ สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง ผู้มาใช้บริการหรือผู้สนใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยการสุ่มเลือกตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่างโดยเก็บข้อมูลกระจายตามสถานที่ตั้งของธุรกิจ

2.2 ด้านอุปทาน ทำการสำรวจ สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มือสอง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) สำหรับบุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสอง โดยแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจการค้าออกเป็น 3 กลุ่มคือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยทำการศึกษารอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัดในเขตภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดนครสวรรค์ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลกระจายตามสถานที่ตั้งของธุรกิจในถนนสายต่างๆในเขตอำเภอเมืองแต่ละจังหวัดเป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ ขนาดใหญ่ 12 ราย ขนาดกลาง 18 รายและขนาดเล็ก 30 ราย

ตาราง 8 การกระจายแบบสอบถามแยกตามจังหวัด

| จังหวัด | จำนวนแบบสอบถาม | |
|-----------|-----------------|----------------------|
| | ผู้ซื้อ(Demand) | ผู้ประกอบการ(Supply) |
| เชียงใหม่ | 20 | 25 |
| พิษณุโลก | 20 | 20 |
| นครสวรรค์ | 10 | 15 |
| รวม | 50 | 60 |

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ชนิดของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบผสมทั้งปลายเปิดและปลายปิด ประกอบไปด้วยชุดคำถามโดยแนวทางการสำรวจเพื่อการวิจัย จะมีแนวทางที่ประกอบด้วย

1. จัดทำรายการศึกษาหรือแบบสำรวจข้อมูลผู้รับบริการหรือผู้ซื้อรถยนต์

1.1 ศึกษาและสำรวจทัศนคติ ความต้องการและความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการและกลุ่มลูกค้าที่สนใจซื้อรถยนต์สอง

1.2 ปัจจัยที่กำหนดของการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง

2. จัดทำรายการศึกษาหรือแบบสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจรถยนต์มือสอง

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองและข้อมูลของผู้บริหารกิจการ

2.2 ปัจจัยการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ปริมาณการจำหน่าย โครงสร้างเงินลงทุนที่ใช้โครงสร้างที่มาของรายได้ ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาขาย แหล่งที่มาของสินค้า ความรุนแรงในการแข่งขัน การกีดกันคู่แข่งรายใหม่ การแข่งขันทางด้านราคา และการแข่งขันที่มีไร้ราคา การรวมกลุ่มของธุรกิจ โครงสร้างระบบภาษีของรัฐที่จัดเก็บจากธุรกิจ ผลกระทบจากมาตรการของรัฐ ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน

2.3 การสำรวจ ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์มือสอง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ มีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาโครงสร้าง รูปแบบตามขนาดของการลงทุนของธุรกิจ

1.1 แบ่งกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ออกเป็นกลุ่มขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ ตามมูลค่าทรัพย์สินเบื้องต้นของธุรกิจ โดยกำหนด มูลค่าการลงทุนและ ยอดขาย ดังนี้

ตาราง 9 การแบ่งกลุ่มขนาดของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง

| ขนาดของธุรกิจ | ยอดการขาย/เดือน | มูลค่าการลงทุน/ยอดขาย |
|---------------|-----------------|-----------------------|
| ขนาดใหญ่(A) | มากกว่า 50 คัน | 10.0 ล้านบาทขึ้นไป |
| ขนาดกลาง(B) | 20-50 คัน | 5.0 – 9.9 ล้านบาท |
| ขนาดเล็ก(C) | น้อยกว่า20 คัน | น้อยกว่า 5.0 ล้านบาท |

ที่มา : จากการสำรวจ และสอบถามผู้ประกอบการ

1.2 ศึกษาเก็บข้อมูลพื้นฐานภาพรวม สภาวะการณ์ และความสำคัญของธุรกิจรถยนต์มือสอง ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน

1.3 ศึกษาข้อมูลย้อนหลังของจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่จดทะเบียน และที่จดทะเบียนใหม่ในแต่ละปีจากการขนส่งทางบก เพื่อเป็นข้อมูลอุปสงค์ และศึกษาข้อมูลย้อนหลังของธุรกิจรถยนต์มือสองที่จดทะเบียนและจากการสำรวจ เพื่อเป็นข้อมูลของอุปทาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมได้ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อทำการอธิบาย โดยอาศัยตัวชี้วัดและอัตราส่วนต่างๆ ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่วัดด้วยความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาด พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด โดยในด้านโครงสร้างตลาดจะพิจารณาถึง จำนวนและขนาดของผู้ประกอบการและผู้ซื้อ ความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่และลักษณะความแตกต่างของสินค้าที่จำหน่าย ลักษณะโครงสร้างดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาด พฤติกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันทั้งที่ใช้ราคาและไม่ใช้ราคา การรวมตัว และการโฆษณา ผลการดำเนินงานของตลาดจะเป็นผลสะท้อนจากพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาดอีกทอดหนึ่ง สามารถแยกอธิบายได้ดังนี้

1. การศึกษาโครงสร้างตลาดรถยนต์มือสอง

จะทำการศึกษา จำนวนผู้ประกอบการและลักษณะการกระจายตามขนาด ซึ่งลักษณะการกระจายของขนาดของผู้ประกอบการ จะทำให้เราสามารถทราบถึงอำนาจตลาด (Market power) ของผู้ประกอบการในตลาด การวัดอำนาจทางการตลาดสามารถทำได้โดยวัดระดับของการแข่งขัน ส่วนแบ่งของตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาด การกระจุกตัวของตลาด อุปสรรคของผู้ประกอบการรายใหม่ และความแตกต่างของสินค้า ซึ่งมีเครื่องมือหรือตัวชี้วัดที่สามารถแยกอธิบายได้ดังนี้ คือ

1.1 การวัดการกระจุกตัวของตลาด ศึกษาโดย

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยจะแสดงให้เห็นข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น จำนวนธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจการค้าเกี่ยวกับยานยนต์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธุรกิจรถยนต์มือสอง จากค่าอัตราการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม (Industry Concentration) โดยวัดจากกำลังการผลิต ยอดขาย มูลค่าเพิ่ม สิทธิบัตร ทุนจดทะเบียน กำไรสุทธิ ระดับการจ้างงานและอื่น ๆ เท่าที่รวบรวมได้ เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมตลาดรถยนต์มือสอง ในช่วงปี 2544 - 2548 ดังนี้

1.1.1 การวัดจาก อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio; CR) โดยใช้การคำนวณของอัตราส่วนแบ่งของตลาด (Market Share) ของธุรกิจจำนวนน้อยราย เรียงลำดับจากใหญ่สุดและรองลงมาคิดจากยอดขาย คิดเป็นร้อยละเท่าไรของทั้งหมด นิยมใช้กับรายใหญ่ ๆ จำนวนหนึ่ง มักจะเป็น 4 บริษัท, 8 บริษัท หรือ 15 บริษัท โดยในการศึกษา ครั้งนี้จะวัดขนาดของอัตราส่วนการกระจุกตัว โดยวัดจากยอดขาย, ทุนจดทะเบียน เท่าที่รวบรวมได้ ซึ่งสูตรในการคำนวณดังนี้

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{T}$$

CR = อัตราส่วนการกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจจำนวน n หน่วย

S_i = ยอดขาย/ทุนจดทะเบียน ของหน่วยธุรกิจที่ i

T = ยอดขาย/ทุนจดทะเบียน ทั้งหมดของอุตสาหกรรม

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาอัตราส่วนจะอาศัยข้อกำหนดของ Evely and Little (1960) ถ้ามากกว่าหรือเท่ากับ 67% แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมีการกระจุกตัวสูง การผูกขาดมีระดับสูง ถ้าอยู่ระหว่าง 34%- 66% แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมีการกระจุกตัวปานกลาง ถ้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 33% แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมีการกระจุกตัวต่ำ จะมีการแข่งขันกันมาก

1.1.2 การวัดการกระจุกตัวโดยใช้ดัชนี Herfindahl – Hirschman Index (HHI) เป็นดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมที่หาได้จากยอดรวมมูลค่ายกกำลัง 2 ของส่วนแบ่งตลาดของกิจการทั้งหมดในอุตสาหกรรม ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{S_i}{T} \right)^2$$

S_i = ยอดขาย/ทุนจดทะเบียน ของหน่วยธุรกิจที่ i

T = ยอดขาย/ทุนจดทะเบียน ทั้งหมดของอุตสาหกรรม

n = จำนวนหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรม

การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมด้วยวิธีนี้ ได้คำนึงถึงทุก ๆ หน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรม ทำให้เห็นโครงสร้างและการกระจุกตัวของธุรกิจชัดเจนขึ้น ทำให้เห็นถึงการกระจุกตัวของขนาดของหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรมได้

ค่าดัชนี Herfindahl – Hirschman Index (HHI) ที่ได้จะมีค่าอยู่ระหว่าง 10,000 และ $10,000 / n$ การที่ค่า HHI มีค่าสูงสุดได้ถึง 10,000 แสดงว่าธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นมีเพียง 1 รายที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ทั้งหมด นั่นคือ การเป็นตลาดผูกขาด และหากเป็นตลาดที่มีระดับของการแข่งขันสูงหรือระดับการกระจุกตัวต่ำ บริษัทแต่ละรายในตลาดจะมีสัดส่วนการครองตลาดที่เท่าๆกัน ค่า $HHI = 10,000 / n$ เช่น หากธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นมีจำนวนผู้ประกอบการ 10 ราย โดยที่แต่ละรายมีสัดส่วนการครองตลาดเท่าๆกัน ค่า $HHI = 1,000$ แสดงว่าทั้ง 10 รายที่อยู่ในอุตสาหกรรม จะมีสัดส่วนการครองตลาดกระจายออกไปร้อยละ 10% เป็นต้น ขณะเดียวกันหากเป็นตลาดที่มีระดับการแข่งขันต่ำ หรือระดับการกระจุกตัวสูง เช่น หากธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น ๆ มีผู้ประกอบการเพียง 5 ราย ค่า $HHI = 2,000$ แสดงว่า ทั้ง 5 รายที่อยู่ในอุตสาหกรรม แต่ละบริษัทจะมีสัดส่วนการครองตลาด ร้อยละ 20% เท่า ๆ กัน แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่อยู่ระดับต่ำ เพราะมีเพียง 5 รายเท่านั้นที่ครองส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ดังตาราง 10

ตาราง 10 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ กับ ดัชนีการวัดการกระจุกตัว(HHI)

| N | Market shares (MS)** | $\sum (MS)^2$ |
|----|----------------------|---------------|
| 1 | 100 | 10,000 |
| 2 | 50 | 5,000 |
| 3 | 33.33 | 3,332.67 |
| 4 | 25 | 2,500 |
| 5 | 20 | 2,000 |
| 6 | 16.67 | 1,667.33 |
| 7 | 14.28 | 1,427.43 |
| 8 | 12.50 | 1,250 |
| 9 | 11.11 | 1,110.89 |
| 10 | 10 | 1,000 |

**MS = 100/n

ที่มา : รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น, (2543). หน้า 14

อย่างไรก็ตามการตีความหมายของ Herfindahl – Hirschman Index (HHI) ยังอาจใช้มาตรฐานของ The U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission เป็นบรรทัดฐานในการตีความหมาย ค่า HHI ในระดับต่าง ๆ ได้ ดังนี้

หากค่า HHI ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 1,800 หมายความว่า อุตสาหกรรมนั้น มีการกระจุกตัวสูง หรือมีสภาวะการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ ตัวอย่างสภาวะธุรกิจตามกรณีนี้มีผู้ประกอบการ 5 รายหรือน้อยกว่า โดยแต่ละรายมีสัดส่วนการครองตลาดเท่ากัน

หากค่า HHI ที่คำนวณได้ มีค่าอยู่ระหว่าง 1,000 - 1,800 หมายความว่า อุตสาหกรรมนั้นมีการกระจุกตัวปานกลาง หรือมีสภาวะการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ตัวอย่างสภาวะธุรกิจตามกรณีนี้มีผู้ประกอบการ 6 ราย ถึง 10 ราย โดยแต่ละรายมีสัดส่วนการครองตลาดเท่ากัน

หากค่า HHI ที่คำนวณได้ มีค่าน้อยกว่า 1,000 หมายความว่า อุตสาหกรรมนั้น มีการกระจุกตัวต่ำ หรือมีสภาวะการแข่งขันสูง ตัวอย่างสภาวะธุรกิจตามกรณีนี้มีผู้ประกอบการ มากกว่า 10 ราย โดยแต่ละรายมีสัดส่วนการครองตลาดเท่ากัน

1.2 การศึกษาอุปสรรคของผู้ประกอบการรายใหม่

เพื่อตรวจสอบโครงสร้างของอุตสาหกรรมจากผลการศึกษาระยะจุดตัว ว่ามีลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรมจัดอยู่ในตลาดประเภทใด ซึ่งแต่ละโครงสร้างตลาดย่อมมีลักษณะที่ต่างกันออกไป การเข้ามาแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่จะส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรของผู้ขายในตลาดลดลงหรือไม่ ซึ่งในการศึกษาจะใช้วิธีอธิบายเชิงพรรณนาจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม รวมทั้งชี้ประเด็นที่เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการ

1.3 การศึกษาความแตกต่างของสินค้า

การทำให้สินค้ามีความแตกต่างเป็นปัจจัยที่มีส่วนกำหนดโครงสร้างตลาด ด้วยการปิดกั้นการเข้ามาของผู้ขายรายใหม่ หรือทำให้ผู้ขายรายเดิมบางรายต้องออกจากตลาดไป ซึ่งในการศึกษาจะทำการพิจารณาจากความแตกต่างทางด้านคุณภาพและประโยชน์การใช้งาน คือ พิจารณาจาก อายุของรถยนต์มือสองที่จำหน่าย ช่วงอายุการจดทะเบียนเป็นจำนวนปี ยี่ห้อรถยนต์ เป็นรถยนต์ ญี่ปุ่น หรือยุโรป ประเภทของรถยนต์ เป็นรถยนต์นั่ง หรือรถยนต์บรรทุก

2. การศึกษาพฤติกรรมตลาด

การศึกษาพฤติกรรมตลาดจะใช้วิธีพรรณนา ประกอบกับตารางตัวเลขและแผนภาพ โดยให้ทฤษฎีพฤติกรรมของหน่วยผลผลิตมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาของรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการและราคากลางของตลาด โดยเปรียบเทียบกับราคาขายของรถยนต์ใหม่และราคาประมูลของรถยนต์ในตลาดมีรูปแบบพฤติกรรมกำหนดราคาที่แตกต่างกัน ตลอดจนการกำหนดราคาซื้อขายระหว่างกัน ที่เป็น Transfer pricing เนื่องจากระบบการขายรถยนต์มือสองมีทั้งเป็นการขายเงินสดและขายโดยระบบเช่าซื้อกับสถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งจะกำหนดวงเงินเช่าซื้อของรถยนต์มือสองแต่ละรุ่นตามแต่ละยี่ห้อไว้ และจะกำหนดเงินดาวน์ขั้นต่ำไว้ ฉะนั้นการกำหนดราคาซื้อขายรถยนต์ของผู้ประกอบการแต่ละรายจึงต้องคำนึงถึงวงเงินเช่าซื้อที่สถาบันการเงินประเมินไว้เป็นราคากลาง

2.2 พฤติกรรมการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีใช้ราคา จะพิจารณาจากนโยบายการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนการกำหนดนโยบายด้านการตลาด โดยเฉพาะนโยบายตอบโต้คู่แข่ง เป็นพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการพยายามที่จะเข้าไปมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อและผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่ในตลาดโดยไม่อาศัยการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การรับประกันรถยนต์และบริการภายหลังการขาย การลด แลก แจก แถม การให้บริการที่ครบวงจร (One stop service)

3. การศึกษาผลการดำเนินการของตลาดรถยนต์มือสอง

ผลของการดำเนินงานของตลาดย่อมเป็นผลสะท้อนมาจาก พฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาดอีกทอดหนึ่ง การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจในตลาดจะพิจารณาจากผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งสาเหตุจาก 3 ประการนี้ส่งผลกระทบต่อ ความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ มีอิทธิพลถึงโครงสร้างตลาด จะเห็นได้ว่าโครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาดจะมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน

การวัดผลการดำเนินงานของตลาดรถยนต์มือสอง สามารถวัดได้จากความสามารถในการทำกำไร การพิจารณาความสามารถนี้จะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์คืออัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) เช่น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ

การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจวัดจากผลกำไร ซึ่งแสดงถึงความสามารถของธุรกิจ ประสิทธิภาพ ความสำเร็จ และ แสดงถึงความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคม

3.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่มาจากการดำเนินงานหลักของกิจการเพียงอย่างเดียว สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น(\%)} = \frac{GP * 100}{TR}$$

TR = Total Revenue (รายรับรวมจากการขายสินค้าและบริการ)

GP = Gross Profit (กำไรขั้นต้น)

3.2 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรรวมของกิจการ โดยเป็นกำไรที่เกิดขึ้นจริง สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ(\%)} = \frac{NP * 100}{TR}$$

TR = Total Revenue (รายรับรวมจากการขายสินค้าและบริการ)

NP = Net Profit (กำไรสุทธิหลังหักภาษี)

3.3 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover Ratio) แสดงถึง ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการโดยแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างรายได้จากสินทรัพย์รวมที่มีอยู่ได้มากน้อยเพียงใด สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม(เท่า)} = \frac{TR}{TA}$$

TR = Total Revenue (รายรับรวมจากการขายสินค้าและบริการ)

TA = Total Assets (สินทรัพย์รวม)

3.4 อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment) แสดงถึง ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการโดยแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิจากสินทรัพย์รวมที่มีอยู่ได้มากน้อยเพียงใด สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{อัตราผลตอบแทน (\%)} = \frac{NP * 100}{TA}$$

NP = Net Profit (กำไรสุทธิ)

TA = Total Assets (สินทรัพย์รวม)

