

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา รถยนต์ถือได้เป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตโดยได้เข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นพาหนะส่วนบุคคลและส่วนรวมในเมืองและกระจายไปยังที่ต่างๆของประเทศ เป็นผลให้ความต้องการซื้อรถยนต์ของประชาชนมีปริมาณสูงขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ระหว่างปี พ.ศ.2530-2534 ที่เศรษฐกิจของไทยมีการขยายตัวอย่างเต็มที่ การผลิตรถยนต์ไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน ทำให้ต้องจองซื้อรถยนต์ล่วงหน้าเป็นเวลาหลายเดือนทำให้เกิดปัญหาการขาดมีราคาสูงขึ้น¹ เป็นผลให้ธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เพราะประชาชนบางส่วนหันมานิยมซื้อรถยนต์ใช้แล้วแทนการซื้อรถยนต์ใหม่ที่มีราคาสูง ทำให้ธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วขยายตัวอย่างรวดเร็วด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นธุรกิจที่สามารถทำกำไรได้อย่างรวดเร็ว แต่ในช่วง พ.ศ. 2535 – 2537 ตลาดรถยนต์ใช้แล้วซบเซาลงอย่างหนักนับตั้งแต่มีการปรับภาษีนำเข้ารถยนต์ขนาดต่ำกว่า 2300 ซีซี และขึ้นส่วนทำให้ราคาการรถยนต์ใหม่ลดต่ำลงมา คนชั้นกลางสามารถหาซื้อได้ไม่ยาก²

หลังจากช่วง พ.ศ.2538 ภาวะตลาดรถยนต์ใช้แล้วดีขึ้นอีกครั้งเนื่องจากการอ่อนตัวลงของค่าเงินบาท ทำให้ราคาการรถยนต์ใหม่สูงขึ้น ประชาชนเริ่มหันมานิยมรถยนต์ใช้แล้วอีกครั้ง เนื่องจากผู้บริโภคใช้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยเฉพาะรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก(ปิกอัพ)มีการแข่งขันกันทางด้านราคามาก³ ซึ่งสอดคล้องกับ วาสนา ปัญญาวงศ์ ที่กล่าวว่า รถยนต์บรรทุกขนาดเล็กมีราคาถูกจึงมีผู้นิยมใช้มาก และแผนปรับโครงสร้างภาษีรถยนต์บรรทุกขนาดเล็กของกรมสรรพสามิตจะทำให้ผู้ซื้อจะหันกลับมาใช้รถยนต์บรรทุกใช้แล้วมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการเพิ่มจำนวนของผู้จำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นและผู้ประกอบการรายย่อยจะไม่สามารถทำกำไรส่วนเกินได้อีกต่อไป⁴

¹ ทวีชัย สุเมธีประสิทธิ์, “การเปลี่ยนแปลงนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์” รายงานเศรษฐกิจธนาคารกรุงไทย จำกัด (2535), หน้า 62-63.

² ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด, “เส้นทางตลาดรถมือสอง” ผู้จัดการรายวัน, 12 ต.ค.2541: หน้า 4

³ เทอดชัย พันระไชย, “ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตเมืองโยธธา”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2539), หน้า 161.

⁴ วาสนา ปัญญาวงศ์, “เชน คัมแบ็กในตลาดรถยนต์มือสอง”. คู่แข่ง, 223(17) ต.ค.2539, หน้า 54-57

การศึกษาของบริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด ยังระบุว่า ตลาดรถยนต์ใช้แล้วขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นสถานะเศรษฐกิจโดยรวมที่มีผลต่อกำลังซื้อของลูกค้า อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราภาษีรถยนต์และชิ้นส่วนนำเข้า รวมทั้งเงื่อนไขการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน⁵

นอกจากปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวกำหนดตลาดแล้วจากงานสำรวจของนิตยสารรถ 2000 ได้ทำการสำรวจราคาอ้างอิงรถยนต์ใช้แล้วว่า ราคารถยนต์ใช้แล้วขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในซึ่งได้แก่ ยี่ห้อ รุ่น อายุและปริมาณใช้งาน สภาพของรถและอุปกรณ์ตกแต่ง⁶ จะเห็นว่าราคาขายรถยนต์ใช้แล้วมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้ว โดยในปัจจุบันการซื้อขายรถยนต์ใช้แล้ว จะอาศัยการตรวจสอบสภาพรถเพื่อกำหนดราคารับซื้อและราคาขายซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องใช้ผู้ชำนาญและสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่าย⁷ การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อราคาขายของรถยนต์บรรทุกใช้แล้ว จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อการศึกษาเพื่อกำหนดราคารับซื้อและราคาขายให้ได้รวดเร็วขึ้นและให้ได้กำไรครอบคลุมค่าดำเนินการ พร้อมทั้งสามารถรักษาสวนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการ

สำหรับจังหวัดพิษณุโลกที่เป็นหนึ่งใน 6 เมืองหลักที่ได้กำหนดไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ให้เป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมระหว่างภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งเป็นศูนย์กลางการซื้อขายผลิตผลทางการเกษตรที่สำคัญ⁸ มีปริมาณการใช้งานรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน เฉพาะที่ได้จดทะเบียนในปี พ.ศ.2541 ถึง 29,829 คัน มากกว่าประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลถึง 2.5 เท่าตัว⁹ เนื่องจากต้องใช้ในการขนส่งผลิตผลทางการเกษตรและอื่นๆ ทั้งยังมีแหล่งจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วเฉพาะที่จดทะเบียนในอำเภอเมืองมากถึง 21 แห่ง นับเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อผู้ขายมาก รายและเป็นตลาดของผู้ซื้อ จึงเป็นจังหวัดที่น่าสนใจทำการศึกษาครั้งนี้ โดยมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดราคาขายของรถยนต์บรรทุกใช้แล้วขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยหวังว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้จำหน่ายรถยนต์ใช้แล้ว และผู้สนใจทั่วไป

⁵ ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด, “เส้นทางตลาดมือสอง” ผู้จัดการรายวัน, 12 ต.ค.2541: หน้า 4

⁶ Info service department, “ราคาอ้างอิงรถมือสอง”, รถ 2000, 11(1), (2542): หน้า 54.

⁷ วรพงษ์ ดิ่งห์เขียวพงษ์, “วิธีขายรถมือสอง”, ผู้จัดการรายวัน, 5-6 ธ.ค.2541: หน้า 13

⁸ สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, “แผนลงทุนจังหวัดพิษณุโลก(ฉบับคัดย่อ)” (2538): หน้า 3

⁹ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลการตลาดจังหวัดพิษณุโลกประจำปี 2541, (2541): หน้า 36

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในต่างๆที่มีผลต่อการกำหนดราคาขายรถยนต์บรรทุกใช้แล้วขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
- 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดราคาขายรถยนต์บรรทุกใช้แล้วขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบปัจจัยภายในต่างๆที่ใช้กำหนดราคาขายรถยนต์บรรทุกใช้แล้วขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. ได้ทราบความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในต่างๆที่มีผลต่อการกำหนดราคาขายของรถยนต์บรรทุกใช้แล้วในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
3. เป็นข้อมูลพื้นฐานการกำหนดราคาขายรถยนต์บรรทุกใช้แล้วขนาดเล็กแก่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์บรรทุกใช้แล้ว และผู้สนใจทั่วไป