

การศึกษาการกลายทางรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างปี พ.ศ. 2520-2526



นายพิพัฒน์ ลิมปิกิริติ

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการกลาย

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2528


ISBN 974-564-760-8

010692

I16995864

A STUDY ON MARKETING FOR AUTOMOBILE TYRES IN BANGKOK METROPOLIS

FROM 1977 - 1983



Mr. Pipat Limpikirati

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1985

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาการกลายทางรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ระหว่างปี พ.ศ. 2520-2526

โดย

นายพิพัฒน์ ลิ้มปิกิริ

ภาควิชา

การกลาย

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ สุรพิชญ์ วัชรประทีป



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาคำหลักสุทรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....*Sudhachin Suthachin*..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประสิทธิ์ มุขนาก)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....*Pracha*..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ปรีชา วอนซอพร)

.....*Sudhachin Suthachin*..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุรพิชญ์ วัชรประทีป)

.....*Sudhachin Suthachin*..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุรชญา วิวัฒน์ชาติ)

.....*Erwin Muller*..... กรรมการ
(นาย เออร์วิน มุลเลอร์)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาการตลาดยางรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ระหว่างปี พ.ศ. 2520 - 2526

ชื่อนิสิต นายพิพัฒน์ ลิ้มปิกริกิ

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป

ภาควิชา การตลาด

ปีการศึกษา 2527



บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยจะเห็นได้จากเป้าหมายประการหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คือการเร่งและขยายการก่อสร้างถนนหนทางเพื่อเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจของชนบทกับเมืองหลวงให้มีความคล่องตัว เมื่อเป็นดังนี้ทำให้เกิดความจำเป็นในการใช้รถยนต์และยานพาหนะอื่น ๆ มากขึ้น สิ่งที่มาตามก็คือความต้องการทางค่านายรถยนต์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของรถยนต์ ดังนั้นในปี พ.ศ. 2506 รัฐบาลโดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทยได้พิจารณาให้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตยางรถยนต์ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อเป็นการทดแทนการนำเข้ายางรถยนต์จากต่างประเทศและต่อมาได้มีการเพิ่มโรงงานมากขึ้น ในปัจจุบันสามารถผลิตเพียงพอต่อความต้องการในประเทศและส่งออกอย่างหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศประมาณ 100 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2526

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ยังมีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการขยายตัวทางการเพาะปลูกยางพารา ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางรถยนต์ อุตสาหกรรมการผลิตยางแผ่นกึ่งสำเร็จรูป เป็นวัตถุดิบให้สีและความเสียวหนาน เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ คือมีส่วนช่วยนำเอาวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาในประเทศ เป็นการเสริมสร้างความรู้และวิชาการต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศเป็นอย่างดี พร้อมกันนั้นยังมีส่วนต่อการส่งเสริมการลงทุน

โดยชักจูงชาวต่างชาติให้เข้ามาร่วมลงทุน สร้างโรงงาน และก่อให้เกิดการว่างงาน
ไทยขึ้นภายในประเทศ

การตลาดของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ มีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย
โดยยอดขายประมาณร้อยละ 80 เป็นของ 3 บริษัทผู้ผลิตชั้นนำ ได้แก่ บริษัทไทยบริจ
สโตน บริษัทยางสยามจำกัด (เดิมคือบริษัทไฟร์สโตน จำกัด) และบริษัทกุกเกียร์
(ประเทศไทย) จำกัด นอกจากนี้ยังประกอบด้วย โรงงานผู้ผลิตรายย่อย และยางรถยนต์
ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

สำหรับวิธีการศึกษาถึงการตลาดของอุตสาหกรรมยางรถยนต์นั้น จะพิจารณา
ถึงการแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป็นเป้าหมายตามประเภทของยางรถยนต์ ซึ่งมีกลุ่ม
ของผู้บริโภคได้แก่ โรงงานประกอบรถยนต์ และกลุ่มผู้ใช้เพื่อทดแทนยางเก่า เช่น ร้าน
ค้าตัวแทนจำหน่าย บริษัทผู้ขายน้ำมัน บริษัทที่มีรถยนต์ไว้ใช้งาน และหน่วยงานรัฐบาล
เพื่อให้ได้รู้ถึงส่วนร่วมของตลาด และกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายของแต่ละบริษัท นอกจากนี้
นี้ได้พิจารณาถึงส่วนผสมทางการตลาดอันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย
และการส่งเสริมการจำหน่าย เพื่อให้ได้ทราบถึงความเหมาะสมของการเลือกใช้กลยุทธ์
ทางการตลาด เป็นแนวทางสำหรับการแข่งขัน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลของการวิจัย ได้จากการสัมภาษณ์ บริษัทผู้ผลิต
ตัวแทนผู้นำเข้า ร้านค้า และกลุ่มตัวแทนผู้ใช้ยางรถยนต์เพื่อทดแทนยางเก่า และออกแบบ
สอบถามผู้ใช้รถยนต์ประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อยางรถยนต์รวมถึงสิ่ง
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แล้วจึงสรุปถึงปัญหาต่าง ๆ พร้อมทั้งแนวทางการแก้ปัญหา
และขอเสนอแนะ

ผู้เขียนหวังว่า วิทยานิพนธ์ชุดนี้จะนำมาซึ่งความรู้ความเข้าใจอันจะเป็นประโยชน์
สำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนี้ไม่มากนัก

the development of the country and involves in promoting investment by foreign entities to the country provide more employment vacancies for the local people.

The industry is considered as an oligopoly market with 80 percent of the market share belongs to the three leading firms, by Goodyear (Thailand) Co., Ltd., Thai Bridgestone Co.,Ltd., Siam Tyre Co.,Ltd.(former Firestone). Imported products and smaller manufacturers share the rest.

Study on marketing consists of market segmentation with respect to types of rubber tyres and groups of buyers such as automobile assembly plants, retail outlets for replacement, government authorities and others. Market shares and target consumer groups of each leading manufacturers are analysed to outline their marketing strategies, especially on marketing mix (product,price,place and promotion)

Processings of information on rubber tyres manufacturers, dealers, automobile assembly manufacturers and group of replacement users, questionnaires and interviews on opinions, factors influencing purchasing decision. Final study are problems and way of solvings. I hope this thesis will be useful for better understanding by entrepreneurs and those who are interested in this industry.



กติกิกรรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุธพันธ์ วิชรประทีป ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจทานแก้ไข วิทยานิพนธ์ ทำให้เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์สุวิธนา วิวัจนชาติ และคุณ เออร์วิน มุลเลอร์ ที่ได้ช่วยแก้ไขท้วงติงความผิดพลาดต่างๆ นับว่าเป็นพระคุณแก่ผู้เขียนอย่างมาก

พิพัฒน์ ลิ้มปิกิริ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
รายการตารางประกอบ.....	ฉ
รายการตารางผลการวิจัย.....	ท
รายการภาพประกอบ.....	ณ

บทที่

1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของ เรื่องที่ทำการศึกษ.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย.....	5
แนวเหตุผล ทฤษฎีที่สำคัญ หรือสมมติฐาน.....	5
ขอบเขตของการศึกษา.....	5
วิธีการและขั้นตอนในการศึกษา.....	5
2 อุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย.....	7
✓ ผู้ผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศ.....	7
✓ ประเภทของยางรถยนต์ที่แต่ละผู้ผลิตสามารถผลิตได้.....	9
✓ กำลังและปริมาณการผลิต.....	12
✓ กระบวนการผลิต.....	16
✓ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	18
✓ ต้นทุนการผลิต.....	22
✓ ปริมาณการนำเข้าและส่งออก.....	25
✓ ความช่วยเหลือของรัฐบาลและการส่งเสริมการส่งออก.....	35

3	การทดลองยางรถยนต์ในเซตกรุงเทพมหานคร.....	37
	ลักษณะและความต้องการของตลาด.....	38
	แนวโน้มการผลิตและความต้องการยางรถยนต์.....	42
	การแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป็นเป้าหมาย.....	44
	ส่วนผสมทางการตลาด.....	79
	สิ่งแวดล้อมทางการตลาด.....	103
4	การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย.....	107
	หมวด ก. ข้อมูลรายละเอียดส่วนตัวของผู้ใช้รถยนต์.....	110
	หมวด ข. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับทัศนคติต่อยางรถยนต์ ของผู้ใช้รถยนต์.....	115
	หมวด ค. พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของผู้ใช้รถยนต์ จาก หมวด ก. และหมวด ข.....	122
	หมวด ง. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่าย การซื้อ และการใช้ยางรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ ตัวแทนจำหน่ายที่นำเข้า โรงงานประกอบรถยนต์ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และกลุ่มตัวแทนผู้ใช้ยาง รถยนต์แทนยางเก่า.....	129
5	สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	134
	สรุป.....	134
	ปัญหาแนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	139
	บรรณานุกรม.....	147
	ภาคผนวก.....	149

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1.1	ปริมาณการนำเข้ารถยนต์และยางรถยนต์ระหว่างปี 2506-2510..	1
1.2	ปริมาณการประกอบรถยนต์และปริมาณการผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยระหว่างปี 2520-2526.....	2
1.3	ปริมาณการส่งออกและมูลค่าของการส่งออกยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ ระหว่างปี 2520-2526.....	3
1.4	ปริมาณการนำเข้าและมูลค่าของยางเข้ามาค้าระหว่างปี 2523-2526.	4
2.1	รายชื่อผู้ผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศ ระหว่างปี 2507-2526..	8
2.2	กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตยางรถยนต์ ระหว่างปี 2525-2526.....	12
2.3	เปรียบเทียบปริมาณการผลิตของโรงงานผู้ผลิตยางรถยนต์ชั้นนำและโรงงานขนาดเล็ก.....	13
2.4	ปริมาณการผลิตยางรถยนต์แยกตามประเภทรถยนต์ ของโรงงานที่ได้รับการส่งเสริม ระหว่างปี 2522-2526.....	14
2.5	สัดส่วนของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คิดเป็นปริมาณการใช้ของปี 2526	20
2.6	สัดส่วนของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คิดเป็นมูลค่าและแหล่งที่มาของปี 2526.....	21
2.7	ปริมาณการใช้และมูลค่าของวัตถุดิบตามแหล่งที่มา ปี 2526.....	22
2.8	สัดส่วนต้นทุนของยางรถยนต์ ระหว่างปี 2521-2526.....	23
2.9	มูลค่าการนำเข้าและส่งออกของยางรถยนต์ ระหว่างปี 2522-2526	26
2.10	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของยางรถยนต์ ระหว่างปี 2522-2526	27
2.11	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของยางรถยนต์ปี 2522-2526	30
2.12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของยางรถยนต์ทุกประเภทปี 2520-2526.....	33
2.13	มูลค่านำเข้าและส่งออกของยางรถยนต์แยกตามประเทศคู่ค้าของปี 2525.....	34

ตารางที่

หน้า

3.1	เปรียบเทียบปริมาณการผลิตและปริมาณการจำหน่ายของบริษัท ผู้ผลิตชั้นนำกับโรงงานขนาดย่อย และบริษัทผู้นำเข้าจากต่าง ประเทศในปี 2526.....	39
3.2	ปริมาณความต้องการยางรถยนต์ในประเทศ ระหว่างปี 2523- 2526.....	41
3.3	แนวโน้มประมาณความต้องการระหว่างปี 2521-2530.....	43
3.4	ปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์แต่ละประเภทปี 2526.....	45
3.5	ปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครปี 2526...	46
3.6	โรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทย พ.ศ. 2525.....	48
3.7	ปริมาณการประกอบรถยนต์ภายในประเทศจาก 15 บริษัท (แยก ตามขนาดรถยนต์).....	49
3.8	ยอดการประกอบรถยนต์ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2526	50
3.9	ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์จำแนกตามชื่อทางการค้าปี 2524-2525.....	51
3.10	สถิติยานพาหนะจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างปี พ.ศ. 2523-2526.....	52
3.11	ปริมาณรถยนต์ประเภทต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526	53
3.12	ประมาณการจำหน่ายของยางรถยนต์นั่งบุคคลทั้งยางธรรมดา และ ยางเรเดียลในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2520.....	55
3.13	ประมาณการจำหน่ายของยางรถยนต์นั่งบุคคลทั้งยางธรรมดา และ ยางเรเดียลในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526.....	56
3.14	ประมาณการจำหน่ายของยางรถยนต์บรรทุกและโดยสารทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2520.....	64
3.15	ประมาณการจำหน่ายของยางรถยนต์บรรทุกและโดยสารทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526.....	65
3.16	ประมาณการจำหน่ายยางรถยนต์ขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2520.....	71

การร่างที่	หน้า
3.17 ปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526.....	72
3.18 สรุปผลการแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป็นเป้าหมายของยางรถยนต์ประเภทต่าง ๆ กับกลุ่มผู้ใช้.....	75
3.19 รุ่นต่าง ๆ และประเภทของยางรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตยางชั้นนำในประเทศ.....	81
3.20 ราคาของยางรถยนต์ประเภทต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิตชั้นนำในประเทศ และผู้นำเข้าโดยย่อ พ.ศ. 2526.....	86
3.21 อัตรากำไรการจำหน่าย โดยแยกเป็นโรงงานประกอบรถยนต์ และกลุ่มผู้ใช้ทดแทนของเก่า ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526.....	94
3.22 จำนวนร้านค้าโดยประมาณของบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526.....	98
3.23 เปรียบเทียบการใช้งบประมาณของยางรถยนต์ทุกยี่ห้อ ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2526.....	99
3.24 งบประมาณในการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์แยกตามสื่อโฆษณาปี พ.ศ. 2526.....	100

รายการตารางผลการวิจัย

ตารางที่		หน้า
4.1	เปรียบเทียบอายุและ เพศของผู้ใช้รถยนต์.....	110
4.2	เปรียบเทียบอาชีพและรายได้ของผู้ใช้รถยนต์.....	111
4.3	ยี่ห้อและจำนวนรถยนต์ที่ใช้.....	112
4.4	ประเภทและยี่ห้อของยางรถยนต์ที่ใช้.....	114
4.5	เหตุผลในการ เปลี่ยนยางรถยนต์.....	115
4.6	ความเข้าใจ เกี่ยวกับยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ.....	116
4.7	เหตุผลที่ใช้ยางรถยนต์ที่นำ เข้าจากต่างประเทศ.....	117
4.8	ความคิดเห็นในการ เปลี่ยนยางรถยนต์.....	118
4.9	เปรียบเทียบความคิดเห็นของยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศกับ ที่นำ เข้าจากต่างประเทศ.....	119
4.10	ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	120
4.11	ลำดับความสำคัญของคุณภาพ ราคา และยี่ห้อของยางรถยนต์ ที่ มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	121
4.12	ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ..	123
4.13	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ใช้รถกับคุณภาพยางรถยนต์ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อ.....	124
4.14	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับยี่ห้อของยางรถยนต์ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ.....	126
4.15	พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ของยางรถยนต์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ.....	128
4.16	เปรียบเทียบปริมาณการจำหน่าย ยางรถยนต์นี้บุคคลชนคดียาง ธรรมดา และยาง เรเดียล.....	129
4.17	อายุการใช้งานของยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ และนำ เข้า จากการสอบถามบริษัทผู้ผลิต ทัวแทนนำ เข้า ร้านค้า และกลุ่ม ทัวแทนผู้ใช้ยางรถยนต์ทดแทนยางเก่า.....	130

ตารางที่		หน้า
4.18	เหตุผลของการเปลี่ยนแปลงรถยนต์ของผู้บริโภค.....	131
4.19	ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	132



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	แผนผังกรรมวิธีการผลิตยางนอกรถยนต์.....	17
3.1	ขั้นตอนการจำหน่ายยางรถยนต์.....	93
3.2	แผนภูมิโครงสร้างการจัดสายงานทางฝ่ายการตลาดของบริษัท ยางสยาม จำกัด.....	95
3.3	แผนภูมิโครงสร้างการจัดสายงานทางฝ่ายการตลาดของบริษัท กุกเคียร์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	96
3.4	แผนภูมิโครงสร้างการจัดสายงานทางฝ่ายการตลาดของบริษัท ไทยบริจด์ส์ โทบ จำกัด.....	97

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย