

141
การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย

นางสาว อรุณรัตน์ จิวางกูร



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2539

ISBN 974-633-556-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17388363

MARKET STRUCTURE OF THAILAND'S WOODEN FURNITURE INDUSTRY



Miss Aroonrat Jivankul

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School

Chulalongkorn University

1996

ISBN 974-633-556-1

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรม
เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย

โดย

นางสาว อรุณรัตน์ จิวางกูร

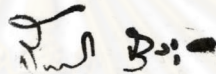
ภาควิชา

เศรษฐศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์

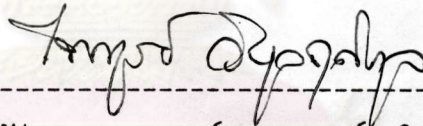
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้มหาวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

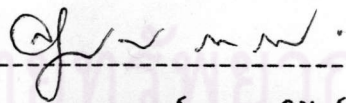
(รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ กุญชรธรรม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



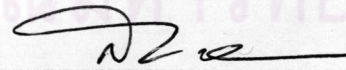
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วิบุลย์ดีกุล)



อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล)



กรรมการ

(อาจารย์ ณรงค์ จิระอุดมรัตน์)



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

อรรถรัตน์ จิวางกูร : การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย
(MARKET STRUCTURE OF THAILAND'S WOODEN FURNITURE INDUSTRY)

อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ , 159 หน้า , ISBN 974-633-556-1

วิทยานิพนธ์นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย โดยแบ่งกลุ่มผู้ผลิตที่ทำการศึกษาคือ 2 กลุ่มตามลักษณะคุณภาพสินค้าที่ทำการผลิต คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่เพิ่มมูลค่า (Premium group) และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภททั่วไป (Standard group) ซึ่งจะศึกษาในส่วน

ของโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมตลาดของกลุ่มผู้ผลิตทั้งสอง ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างตลาดกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่เพิ่มมูลค่า (Premium group) มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic competition) โดยผลิตสินค้าที่แตกต่างกันในด้านรูปแบบ และลวดลาย ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจทางการตลาดของตนเอง และการเข้ามาแข่งขันในตลาดเข้ามาได้ยากเนื่องจากมีอุปสรรคในการกีดกันการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภททั่วไป (Standard group) มีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competition) เนื่องจากมีผู้ผลิตจำนวนมาก ผลิตสินค้าเหมือนกันทดแทนกันได้ และอุปสรรคในการเข้ามาแข่งขันมีน้อยทำให้การเข้า-ออกจากตลาดค่อนข้างเสรี ผู้ผลิตแต่ละรายไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าของตนเองและมักใช้ราคาตลาด เป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาสินค้า

ผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าว สรุปได้ว่า โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย มีลักษณะโครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขัน โดยความเข้มข้นของการแข่งขันขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าที่ทำการผลิต และยังพบว่า การช่วยเหลือของภาครัฐต่ออุตสาหกรรมนี้มีความจำเป็นอย่างมากทั้งทางด้านภาษี การตลาด ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนากิจการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ต่อไปในอนาคต

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา
ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

##C660024 : MAJOR ECONOMICS
KEY WORD: MARKET STRUCTURE / MARKET CONDUCT

AROONRAT JIVANKUL : MARKET STRUCTURE OF THAILAND'S WOODEN FURNITURE
INDUSTRY . THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. SUTHIPHAND CHIRATHIVAT, Ph.D.
159 pp. ISBN 974-633-556-1

The objectives of this study are to understand the overall market structure of Thailand's wooden furniture industry . In this analysis , the producers in the industry can be categorized into two groups according to product quality : the premium group and standard group . The study has especially emphasized the aspects of market structure and market conduct of these two groups .

The result of the study has shown that the market structure of the premium group is close to the kind of monopolistic competition . Because of different product's design and form , this has given market power to the producers in this group . Also , barriers to entry have contributed as major obstacles for new producers to enter into this market . As for the standard group , the market can be characterized as a perfect competition market because of factors related to numerous producers in this market ; homogeneous goods and low barriers to market entry make the producers bear the price takers in this market .

This study may conclude the following : the market structure of Thailand's wooden furniture industry has been a competitive one . The degree of competition is up to the product quality of each producer . Moreover , the study has also shown that government support in this industry is still necessary especially in the areas of tax policy and marketing assistance . Government support is still an important contributing factor to the expansion of the Thailand's wooden furniture in the future .

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์

สาขาวิชา -

ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร. สุธันันท์ จิราธิวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าแนะนำในด้านวิชาการ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยด้วยดีมาโดยตลอด ตลอดจนตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์ขึ้น นอกจากนี้ ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ วิบูลย์ดีกุล ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล และอาจารย์ ณรงค์ จิระอุดมรัตน์ กรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และมีคุณค่ายิ่งต่อการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องยิ่งขึ้น ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้ง และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาทั้งหมดที่ได้รับจากท่านอาจารย์ทั้งสี่มา ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณสรพรภิก ดาวรวงศ์ ผู้จัดการสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย คุณทวีศักดิ์ จันท์เลิศเลขา โรงงาน บริษัท และห้างร้าน เพอร์นิเจอร์ไม้ต่าง ๆ ที่ได้ไปทำการสำรวจข้อมูล สถาปัตยศาสตร์ธุรกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ในกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงการคลัง กระทรวงมหาดไทย และหน่วยราชการต่าง ๆ ที่มีได้เอื้อยามไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้คำปรึกษาในด้านข้อมูล และช่วยเหลือให้ความสะดวกในทุก ๆ ด้าน รวมทั้ง ขอขอบคุณ คุณกัลยาณี ที่ได้ให้คำแนะนำด้านระเบียบการต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์และสำเร็จลงด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติผู้ใหญ่ทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจให้มีความพยายามหมั่นเพียร รวมทั้ง ขอขอบคุณผู้ ๆ น้อง ๆ และเพื่อนทุกคน ที่สนับสนุนผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

อรุณรัตน์ จิวางกูร

มีนาคม 2539

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 คำนำและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ขอบเขตการศึกษา	7
1.4 แหล่งที่มาของข้อมูล	8
1.5 วิธีการศึกษา	9
1.6 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	14
2. ภาพรวมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย	15
2.1 วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย	15
2.2 ลักษณะโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	17
2.2.1 ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต	17
2.2.2 การจ้างงาน	22
2.2.3 โครงสร้างต้นทุนการผลิต	24
2.2.4 กรรมวิธีการผลิต	25
2.2.4.1 ขบวนการผลิต	26
2.3 ตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย	27
2.4 ปัญหาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.5 นโยบายและมาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ไม้	43
2.6 ผลกระทบจากนโยบายและมาตรการของรัฐ	51
3. ทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์	84
3.1 ทฤษฎีการผลิตของหน่วยธุรกิจ	84
3.2 ทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและพฤติกรรมตลาด ...	88
3.3 วรรณกรรมปริทัศน์	97
4. ผลการศึกษา	100
5. สรุปและข้อเสนอแนะ	121
5.1 สรุป	121
5.2 ข้อเสนอแนะ	124
5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงอุตสาหกรรม	124
5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	128
บรรณานุกรม	133
ภาคผนวก	136
ประวัติผู้ทำการศึกษา	148

สารบัญตาราง


ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนการใช้เฟอร์นิเจอร์โดยเฉลี่ยต่อบ้านหนึ่งหลัง ปี 2513-2543	2
1.2	จำนวนการใช้เฟอร์นิเจอร์ต่อบ้านหนึ่งหลังแยกตามกลุ่มรายได้	3
1.3	ตารางการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยรายประเทศสำคัญ	5
1.4	การพยากรณ์ปริมาณการใช้ไม้แปรรูปเพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์	5
2.1	เปรียบเทียบจำนวนโรงงานและคนงานผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปี 2521 และ 2536	53
2.2 ก	การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยรายประเทศสำคัญ พ.ศ.2533-2537 ..	53
2.2 ข	อัตราการขยายตัวการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย พ.ศ.2533-2537 ..	54
2.3 ก	จำนวนโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้และคนงาน	55
2.3 ข	จำนวนโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้และคนงาน	56
2.3 ค	จำนวนสถานประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปี 2533-2536	57
2.4	แสดงจำนวนสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ปี 2533 , 2535 และ 2536	58
2.5	รายชื่อโรงงานขนาดใหญ่ (คนงาน > 200 คน) โรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ปี 2530 - ก.ย. 2537)	59
2.6	รายชื่อและกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ขนาดใหญ่	61
2.7	เปรียบเทียบเนื้อที่ป่าไม้ของประเทศไทยระหว่างปี 2525-2536	62
2.8	ปริมาณไม้ที่ทำออกจากป่า	63
2.9	การใช้ไม้ภายในประเทศ	64
2.10	เปรียบเทียบไม้ท่อนและไม้แปรรูปนำเข้า ระหว่างปี 2521-2537	65
2.11	ไม้นำเข้าแยกรายประเทศ ปี 2533-2537	66
2.12	ไม้นำเข้าแยกรายชนิด พ.ศ.2533-2537	67
2.13	ผลิตภัณฑ์ไม้นำเข้า พ.ศ. 2533-2537	68
2.14	โรงงานแปรรูปไม้และโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากไม้ พ.ศ. 2536	69
2.15	ราคาไม้ในส่วนกลาง กรุงเทพและปริมณฑล พ.ศ. 2533-2537	70
2.16	แสดงจำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ปี 2533-2536 ...	72
2.17	ค่าจ้างเฉลี่ยของแรงงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปี 2537	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
2.18 การส่งออกและนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้แยกรายประเภท (นำเข้า : CIF VALUE / ส่งออก : FOB VALUE)	74
2.19 การส่งออกที่หนึ่งที่มีโครงไม้แบบมีเบาแยกรายประเทศ	76
2.20 การส่งออกที่หนึ่งที่มีโครงไม้แยกรายประเทศ	77
2.21 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงานแยกประเทศ	78
2.22 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ใช้ในครัวแยกประเทศ	79
2.23 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ใช้ในห้องนอนแยกประเทศ	80
2.24 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์อื่นๆแยกรายประเทศ	81
2.25 การปลูกป่ารายปี	82
2.26 จำนวนผู้รับการฝึกและผู้จบการฝึกด้านการพัฒนาฝีมือแรงงานจำแนกตามสาขาอาชีพและเพศ ปี 2537	83
4.1 แสดงทุนจดทะเบียน ขนาดกิจการและสัดส่วนการส่งออกของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม .	102
4.2 แสดงสัดส่วนการส่งออก (EXPORT/OUTPUT) ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	103
4.3 แสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	103
4.4 แสดงการร่วมทุนจากต่างประเทศของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	103
4.5 แสดงยอดขายเฟอร์นิเจอร์ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	104
4.6 แสดงชนิดของเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้ผลิตแต่ละกลุ่มผลิต	105
4.7 แสดงวิธีการในการกำหนดรูปแบบสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	107
4.8 แสดงการกำหนดรูปแบบสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	108
4.9 แสดงแหล่งที่มาของเทคนิคการผลิตสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	108
4.10 โครงสร้างต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	111
4.11 แสดงแหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบไม้ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	111
4.12 แสดงประเภทแรงงานที่จำเป็นในการผลิตของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	112
4.13 แสดงแหล่งแรงงานในประเทศของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	112
4.14 แสดงอัตราค่าจ้างแรงงานแต่ละประเภทของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	113
4.15 แสดงแหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบอื่นๆของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	113
4.16 แสดงช่องทางจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	115
4.17 แสดงวิธีการหาลูกค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
4.18	แสดงลักษณะการกำหนดราคาของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม 116
4.19	แสดงวิธีการกำหนดราคาสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม 116
4.20	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรม 117
4.21	แสดงแนวทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม 118
4.22	แสดงแนวคิดในการขยายตัวของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม 118
5.1	แสดงปัญหาทางด้านแรงงานของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม 131
5.2	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ 132


 ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย