

**ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์
มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี**

จิรพัฒน์ เฉลยวิจิตร

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป**

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสพบุรี เสนอโดย นายจิรพัฒน์ เฉลยวิจิตร เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

..... รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา
(นายตระกูล จันทสุนทร)
วันที่ 23 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ดร. จีราวรรณ สมหวัง)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา เพิ่มศิริ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนิดา ภูแดง)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ดร. เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา เพิ่มศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนิดา ภูแดง
ชื่อนักศึกษา	จิรพัฒน์ เฉลยวิจิตร
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 2) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ซื้อรถยนต์มือสองจำนวน 369 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) กำหนดให้มีความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ทำการเก็บตั้งแต่วันที่ 20 ธันวาคม 2551 - 8 มกราคม 2552 โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8259 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าทดสอบที (t-test) ค่าทดสอบเอฟ (F-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (one - way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ตามลำดับ
2. การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Thesis	The Marketing Factors Affecting People's Decision on Buying Used Cars in Muang District, Lop Buri Province
Thesis Advisors	Asst. Prof. Wanida Phemsiri Asst. Prof. Thanida Phudaeng
Name	Geraphat Chaloeiwichit
Concentration	General Administration
Academic Year	2008

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the marketing factors affecting people's decision on buying used cars in Muang district, Lop Buri, 2) to compare the marketing factors affecting people's decision on buying the used cars, when the sample was classified by gender, age, marriage status, education, career, and monthly income. The sample was 369 people, who lived in Muang district, Lop Buri, drawn by quota sampling with a reliability of 0.95. The data were collected by a set of questionnaires approved by 5 experts, from December 20th, 2008 to January 8th, 2009. Its reliability was 0.8259. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, T-Test, F-Test, one-way ANOVA, and Fisher's Least Significant Difference (LSD).

The results were as follows:

1. overall, factors affecting people's decision on buying used cars in Muang district, Lop Buri were rated at a moderate level. The mean values were ranked in the descending order as follows: product, distribution channel, personnel, price, environment, promotion and procedure.
2. when the sample was classified by gender and age, the factors had a statistically significant difference at the level of 0.05. When the sample was classified by marriage status and monthly income, the factors had a statistically significant difference at the level of 0.001. When the sample was classified by career, the factors had a statistically significant difference at the level of 0.01. Finally, when the sample was classified by education, there was no statistically significant difference.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา ความเอาใจใส่และความช่วยเหลือแนะนำอย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินิตา เพิ่มศิริ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิตา ภูแดง ที่ได้ให้คำปรึกษาและชี้แนวทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อความถูกต้อง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาลินี ศิริโกคาภิรมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลลา ศรีเหนียง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัสสรศรีศิริ อภิยาหอม และผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชนก สวนสีดา ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และให้คำแนะนำเพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ตลอดจนคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณเจ้าของธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้แจกแบบสอบถาม และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนสามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา รวมทั้งขอขอบพระคุณ เจ้าของตำรา เอกสาร งานวิจัยทุกชิ้นที่ได้อ้างอิงไว้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนทุกคนที่ให้กำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

จิรพัฒน์ เฉลยวิจิตร

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรถยนต์.....	11
ประวัติรถยนต์.....	11
ความหมายของรถยนต์.....	13
ประเภทของรถยนต์.....	13
ระบบของรถยนต์.....	16
รูปร่างของรถยนต์.....	16
ความรู้เกี่ยวกับรถยนต์มือสอง.....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	18
ความหมายของการตัดสินใจ.....	18
กระบวนการตัดสินใจ.....	19
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง.....	24
ด้านผลิตภัณฑ์.....	24
ด้านราคา.....	28
ด้านช่องทางการจำหน่าย.....	32
ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	35
ด้านบุคลากร.....	38
ด้านกระบวนการ.....	40
ด้านสภาพแวดล้อม.....	41

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
งานวิจัยภายในประเทศ.....	42
งานวิจัยต่างประเทศ.....	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	47
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	100
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	100
สมมติฐานการวิจัย.....	100
วิธีดำเนินการวิจัย.....	100
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผล.....	112
ข้อเสนอแนะ.....	117
บรรณานุกรม.....	120
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	125
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	133
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ.....	135

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

สารบัญญัตราวาง

		หน้า
ตาราง 1	ยอดขายรถยนต์ใหม่รวมระหว่าง ม.ค.-ก.พ. 2549 และ ม.ค.-ก.พ. 2550...	2
ตาราง 2	จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ซื้อรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.....	55
ตาราง 3	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกาซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.....	57
ตาราง 4	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านผลิตภัณฑ์.....	59
ตาราง 5	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านราคา.....	60
ตาราง 6	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	61
ตาราง 7	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	62
ตาราง 8	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านบุคลากร.....	63
ตาราง 9	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านกระบวนการ.....	64
ตาราง 10	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านสภาพแวดล้อม.....	65
ตาราง 11	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี ด้านภาพรวม.....	66

	หน้า
ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	95
ตาราง 45 การเปรียบเทียบระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	96
ตาราง 46 การเปรียบเทียบระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	97
ตาราง 47 การเปรียบเทียบระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	98
ตาราง 48 การเปรียบเทียบระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในด้านภาพรวม.....	99

สารบัญภาพ

ภาพ 1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	หน้า
		9

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี