

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247433



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

FACTORS AFFECTING ON THE BRANCH EXPANSION OF MOTORCYCLE
DEALERS IN THE NORTHEAST OF THAILAND

นายสรวิทย์ จันทเขต

วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

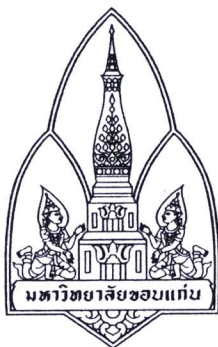
พ.ศ. 2553

b 00 252302

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



247433



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

FACTORS AFFECTING ON THE BRANCH EXPANSION OF MOTORCYCLE
DEALERS IN THE NORTHEAST OF THAILAND



นายสรเรณู จันทเขต

วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2553

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นายสรรเสริญ จันทเขต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

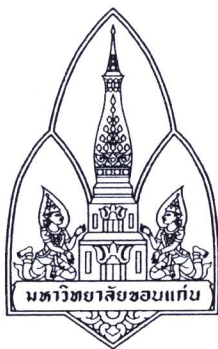
พ.ศ. 2553

**FACTORS AFFECTING ON THE BRANCH EXPANSION OF MOTORCYCLE
DEALERS IN THE NORTHEAST OF THAILAND**

MR. SANSERN CHANTHAKHET

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS
IN BUSINESS ECONOMICS
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY**

2010



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
หลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

ชื่อวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์: นายสรรเสริญ จันทเขต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ช่อ วาญักตร์ ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์อนงค์นุช เทียนทอง กรรมการ
ดร. สุรัชย์ จันทร์จรัส กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์อนงค์นุช เทียนทอง)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. ลำปาง แม่นมดัย)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

.....
(รองศาสตราจารย์มณฑา สามารถ)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

สรรเสริญ จันทเขต. 2553. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รองศาสตราจารย์อรรถกฤษณ์ เทียนทอง

บทคัดย่อ

247433

ผลงานการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างของตลาด โดยใช้ทฤษฎีการกระจุกตัว ของจำนวนตัวแทนจำหน่าย (Dealer) รถยนต์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ เพื่อสร้างโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และวางแผนการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ โดยใช้ปัจจัยที่สำคัญที่สุดมาพิจารณา และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ และการขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ โดยศึกษาเฉพาะเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการศึกษาได้ใช้กลุ่มประชากรทั้งหมด 460 ราย สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Krejcie and morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง 210 ราย และนำมาเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างตัวแบบทางคณิตศาสตร์ และนำมาเขียนโปรแกรมสำเร็จรูป รวมถึงการเสนอแนะกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจจำหน่ายรถยนต์

ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดของธุรกิจดังกล่าวเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการขยายสาขา ได้แก่ มีความต้องการเพิ่มยอดขาย และรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมของตนเองไว้ โดยมีปัจจัยสี่ประการที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือการเลือกทำเลที่ตั้ง จึงสร้างตัวแบบทางคณิตศาสตร์ คือ $MS = (D+MD) + S1+S2+S3+ \dots + Sn$ และได้นำตัวแบบดังกล่าวมาสร้างโปรแกรมสำเร็จรูป พร้อมทั้งพิสูจน์ความถูกต้องของโปรแกรม เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น ผลที่ได้คือ สามารถนำไปใช้คำนวณหาอุปสงค์ของตลาด (Market Demand) และเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของสาขาเหมาะสมมากขึ้น สุดท้ายได้นำผลการวิจัยมาวิเคราะห์แผนกลยุทธ์โดยใช้ TOWS MATRIX เป็นเครื่องมือ ผลที่ได้คือ จากธุรกิจที่มีโครงสร้างตลาดเป็นผู้ขายน้อยราย ทำให้กิจกรรมทางการตลาดไม่เน้นด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา แต่จะเน้นการจัดโปรโมชั่น เพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อบริษัท และช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางในการซื้อสินค้า รวมถึงการขยายสาขา เพื่อเพิ่มยอดขาย และรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด

Sansern Chanthachet. 2010. **Factors Affecting on the Branches Expansion of Motorcycle**

Dealers in Northeast of Thailand. Master of Economics Thesis in Business Economics,
Graduate School, Khon Kaen University.

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Anongnuch Thienthong

ABSTRACT

247433

The objectives of the research on factors influencing branch expansion of motorcycle agents in the northeastern Thailand were to study market structures of motorcycle dealers through the cluster theory and to construct a package program that affected decision making and branch expansion planning to be motorcycle dealers. The most important factors were taken into consideration for policy suggestions in strategy development and branch expansion. The subjects were randomized from 460 populations by Krejcie and Morgan sampling. The data were collected by interviews and questionnaire administrations. The collected data were used to construct a mathematic model and write a package program. The designed program also included business strategies in running motorcycle distribution business.

It was found from the study that the business market was oligopoly. The factor that influenced the branch expansion included requirement to increase sales volume and sustain market share. The most influential factor was location. And, a mathematic model was formed into $MS = (D + MD) + S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$. The constructed model was then used to design a package program. The developed program was tested for validity of the program. This program was subject to compute market demand and be the factors in decision making on branch expansion. The gained results were analyzed using TOWS MATRIX. According to the result, there were fewer oligopolies; thus, marketing activities emphasized neither products nor price but promotions for customers' loyalty creation and increase of distribution channels, branch expansions, sales volume and market share maintenance.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีได้ด้วยความช่วยเหลือ และการให้คำปรึกษาจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่ รองศาสตราจารย์อนงค์นุช เทียนทอง คำแนะนำในทุกขั้นตอนที่ได้ทำการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์การวางแผนการศึกษาทั้งหลักสูตร การออกแบบการวิจัย กระบวนการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตามหลักวิชา การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ได้รับทุนในการศึกษาการวิจัยและการนำเสนอผลงานตลอดจนการเขียนรายงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัย การตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานทุกอย่าง รวมทั้งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สนับสนุนสถานที่การทำงาน ขอขอบคุณคณะกรรมการบริหารเงินอุดหนุน เพื่อสนับสนุนการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษานี้ ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์สุเมธ แก่นมณี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัลปพฤกษ์ ผิวทองงาม คณะวิทยาการจัดการ สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาและการทำงานฉบับนี้ และ ดร.สุรัชย์ จันทร์จรัส คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้ให้คำแนะนำและตรวจสอบความบกพร่องในการทำเค้าโครงวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วง ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทุกท่าน ที่ได้ให้การสั่งสอนรายวิชาที่เป็นพื้นฐานในการศึกษาและทำงานวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณท่านประธานกรรมการ และท่านคณะกรรมการสอบรายงานวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ามาให้คำแนะนำ ในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้รายงานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการทางวิชาการ เจ้าหน้าที่และบุคลากรคณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ขอขอบคุณธนาคารกสิกรไทย ที่เอื้อเฟื้อสถานที่และระบบเพื่อช่วยในการค้นคว้าหาข้อมูล ขอขอบคุณ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทุกท่าน ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการสัมภาษณ์ ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมา

สุดท้ายผลอันจะเป็นประโยชน์ ความดีความงามทั้งปวง ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาวิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบแด่คุณพ่อและคุณแม่ที่เคารพยิ่ง และหากมีข้อบกพร่องด้วยประการใด ๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความขอบคุณยิ่ง

สรเรณีย์ จันทเขต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์	3
3. ขอบเขตและข้อจำกัดการวิจัย	4
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. นิยามคำศัพท์	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
1. ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างตลาด	9
3. แนวความคิดเกี่ยวกับโครงสร้างตลาด	15
4. กรอบแนวคิดการวิจัย	17
5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
4. การวิเคราะห์ข้อมูล	30
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
6. งบประมาณ	31
7. การนำเสนอ วิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสอบถามตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์	33
2. พื้นที่ความหนาแน่นและการกระจุกตัว ของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์	44
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขยายสาขาของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์	45
4. โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และวางแผนการขยายสาขา	46
5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อพัฒนากลยุทธ์และการขยายสาขา	53
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	55
1. สรุป	55
2. ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	64
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการสัมภาษณ์	65
ภาคผนวก ข ตัวอย่างบทสัมภาษณ์	72
ภาคผนวก ค ขั้นตอนการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	77
ภาคผนวก ง ผลการประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป	81
ประวัติผู้เขียน	121

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 อัตราส่วนการเปรียบเทียบการใช้รถจักรยานยนต์ต่อคัน	2
ตารางที่ 2 แสดงการเลือกตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่าง 210 ราย โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามจังหวัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	28
ตารางที่ 3 งบประมาณในการดำเนินงานวิจัย	31
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามการขยายกิจการ ช่วง 5 ปี	33
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามยอดขายเปรียบเทียบกับเป้า	34
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ	34
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามสัดส่วนที่เกิดจากรายได้ของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์	35
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามการคาดการณ์ยอดขายใน 1-3 ปีข้างหน้า	36
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามผลกระทบการขายสาขาของกลุ่มแข่ง	37
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ในธุรกิจรถจักรยานยนต์	37
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามผลกระทบของการขึ้นหรือลดราคาของกลุ่มแข่ง	38
ตารางที่ 12 จำนวนความถี่ในการเลือกปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง	39
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามบริเวณที่จะเปิดสาขาใหม่	40
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามคาดการณ์การเปิดสาขาใหม่	40
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามจุดเด่นของยี่ห้อในด้านของผลิตภัณฑ์	41
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามจุดเด่นของยี่ห้อในด้านของราคา	41
ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามการขายรถจักรยานยนต์ต่อ	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามช่องทางการจำหน่ายรถจักรยานยนต์	42
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามผลที่ได้จากการมีสาขาหลายแห่ง	43
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามการทำโปรโมชันในการจำหน่ายรถจักรยานยนต์	44
ตารางที่ 21 ผลการดำเนินงานของรุ่งเรืองอินเตอร์สว้างแคนดิน	47
ตารางที่ 22 ผลการดำเนินงานของพังโคนเพชรยานยนต์	48
ตารางที่ 23 ผลการดำเนินงานของชาญยนตรกิจ (1993)	48
ตารางที่ 24 ผลการดำเนินงานของพังโคนรุ่งเรืองกิจการ	49
ตารางที่ 25 ผลการดำเนินงานของ ตัวแทนจำหน่าย A (Dealer A)	49
ตารางที่ 26 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขา	50
ตารางที่ 27 ตารางแสดงอายุการใช้งานเฉลี่ยของรถจักรยานยนต์	51
ตารางที่ 28 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด (TOWS MATRIX)	54
ตารางที่ 29 ตารางเปรียบเทียบผลการวิจัยกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	57
ตารางที่ 30 ตารางแสดงผลการประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป	82

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 จำนวนรถที่จดทะเบียนรถจักรยานยนต์สะสมทั่วประเทศ พ.ศ.2547-2551	2
ภาพที่ 2 จำนวนประชากรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3
ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิด	18
ภาพที่ 4 แผนภาพแสดงขั้นตอนการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	52