

สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีเซ็นเตอร์
เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Decision on Purchasing Used Cars : A Case Study of
P. Center Used Car Business in Talingchan District, Bangkok

วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัย

ธนชล พิรุณसार

Thanachon Phirunsarn

วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Master of Education Thesis in Industrial Technology

Phetchaburi Rajabhat University

2549

658.894 วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เลขหมู่ ๖ 138 ๗

ISBN 974 - 9768 - 66 - 3

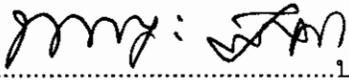
เลขทะเบียน 01633

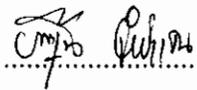
4/...../49

ชื่อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน
กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย นายชนชล พิรุณसार
สาขาวิชา เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การบริหารงานอุตสาหกรรม)

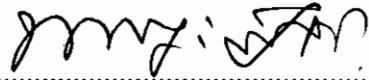
คณะกรรมการที่ปรึกษา

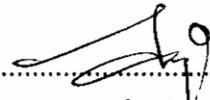
คณะกรรมการสอบ

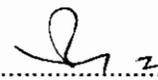

.....ประธานกรรมการ
(ว่าที่ร้อยตรี ดร.ทองเหมาะ จำปาเงิน)

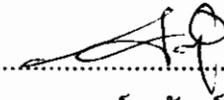

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรามน จำปาเงิน)

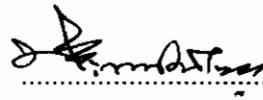

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รจนา รัตการ)


.....กรรมการ
(ว่าที่ร้อยตรี ดร.ทองเหมาะ จำปาเงิน)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายัณห์ จันทร์วิรัช)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รจนา รัตการ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายัณห์ จันทร์วิรัช)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รองศาสตราจารย์ประทีน คล้ายนาค)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุทัย ผ่องศรีศรี)
คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกศักดิ์ บุตรลับ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. บัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบบัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประสบการณ์ในการใช้รถยนต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการซื้อรถยนต์มือสองจากเด็ทท์ขายรถยนต์มือสองจำนวน 40 เด็ทท์ในตลาดรถยนต์มือสอง พีซีเอ็นเตอร์ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 178 คน หลังจากรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วจึงนำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานกับตัวแปรบัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองทางการตลาด โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนและเมื่อพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัย พบว่า

1. บัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน เป็นบัณฑิตในการตัดสินใจซื้อในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบัณฑิตด้านราคา โดยบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ใช้ประโยชน์ได้สะดวกสบายและรถยนต์มีความแข็งแรงคงทน บริษัทผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในธุรกิจรถยนต์ เครื่องยนต์มีสมรรถนะดี บัณฑิตด้านราคา ได้แก่ กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาคุ้มค้ำกับคุณสมบัติของรถยนต์ ราคาสอดคล้องกับราคาในตลาดทั่วไป บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า บุคลากรมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีบริการเสริมสำหรับลูกค้า และบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทผู้ประกอบการไปมาสะดวก โชว์รูม มีพื้นที่กว้างขวางสะดวกแก่การดูสินค้า โชว์รูมมีข้อมูลหรือประวัติของรถยนต์แต่ละคันที่จำหน่าย

2. เมื่อเปรียบเทียบบัณฑิตในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่ทำให้บัณฑิตในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน แต่เพศ อายุและประสบการณ์ในการใช้รถยนต์มือสองของผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่ทำให้บัณฑิตในการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน

Thesis Title : Factors Affecting Decision on Purchasing Used Cars : A Case Study of P. Center Used Car Business in Talingchan District, Bangkok **Researcher** : Mr. Thanachon Phirunsarn
Major : Industrial Technology **Year** : 2006

Abstract

The purposes of this research were to study the factors affecting decision of customers on purchasing used cars from P. Center Used Car Business in Talingchan District, Bangkok and to compare those factors according to customers' gender, age, education, occupation, income and experience in using cars. The samples of the study were 178 customers of P. Center which included 40 sub-centers. The data were collected by using questionnaire and analyzed by t-test, Analysis of Variance, and Scheffé Method.

The research findings were as follows :

1. Factors affecting customers' decision on purchasing used cars were, ordering from high to low level, product factor, marketing promotion factor, place factor, and price factor, but all factors were at high level.
2. The customers with different education levels, occupation, and income made different decision on purchasing used cars. No difference was found in the purchasing decision of customers with different ages and experience in car using.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือ สนับสนุนตลอดจนให้กำลังใจของผู้มีพระคุณหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง และกราบขอบพระคุณคือ คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ทองเหมาะ จำปาเงิน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายัณฑ์ จันทร์วิรัช และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์รจนา รักการ ที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ ตลอดจนให้ความคิดเห็น ให้ความรู้ ข้อเสนอแนะต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดมา เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทรามน จำปาเงิน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ประทีน กล้ายนาค กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือในการวิจัยทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขและเสนอแนะในการจัดทำเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ดร.ชนันนา รอดสุทธิ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข หัวหน้าคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม วิทยาลัยเทคนิคสมุทรสงคราม อาจารย์ยุริรัตน์ กิตติภูมิชัย ศึกษานิเทศก์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 1 พ.ต.ท.ดิษพงษ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา เจ้าของกิจการรถยนต์มือสอง ตลาดรถยนต์เบส 3 และนายไพโรจน์ ชูสังข์ เจ้าของกิจการรถยนต์มือสองตลาดรถยนต์พีเซ็นเตอร์ กรุงเทพมหานคร

ขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดาผู้เป็นกำลังใจสำคัญและให้การสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนๆ และผู้เกี่ยวข้องทุกคนที่มีส่วนสนับสนุนและเป็นกำลังใจจนสำเร็จการศึกษา

ธนชล พิรุณสาร

ธันวาคม 2548

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดรถยนต์.....	18
รถยนต์มือสองและธุรกิจตลาดรถยนต์มือสอง.....	21
ตลาดรถยนต์มือสองพีเอ็มเอช.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4 ผลการวิจัย.....	35
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์ พีเอ็มเอช เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร.....	39

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในตลาดรถยนต์พีเชนเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประสบการณ์ในการใช้ รถยนต์.....	44
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ รถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีเชนเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร.....	63
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	65
สรุปผลการวิจัย.....	65
อภิปรายผล.....	71
ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	78
ผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของ เครื่องมือวิจัย.....	79
ผนวก ข คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	86
ผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	95
ประวัติผู้วิจัย.....	103

สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนจำแนกตามพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ พ.ศ. 2547.....	2
2.1 บทบาทและหน้าที่ของผู้บริโภค.....	13
3.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อเดินท์ขายรถยนต์มือสอง.....	31
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน.....	39
4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์.....	40
4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา.....	41
4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	42
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	43
4.7 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	44
4.8 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	45
4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ.....	46
4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ.....	47
4.11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49

4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
4.14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	51
4.15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	52
4.16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
4.17	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาด รถยนต์พีเชินเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	54
4.18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ.....	55
4.19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ.....	56
4.20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามอาชีพ.....	57
4.21	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....	58
4.22	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาด รถยนต์พีเชินเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้.....	59
4.23	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ด้านราคา จำแนกตามรายได้.....	60
4.24	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยรวม จำแนกตามรายได้.....	61
4.25	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในตลาด รถยนต์พีเชินเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ใน การใช้รถยนต์.....	62
4.26	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ของผู้บริโภค.....	63

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2.1 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
2.2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค.....	11
2.3 แสดงการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	13
2.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow.....	15
2.5 แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย	20