

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้รถยนต์เป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ และมีความจำเป็นมากในการดำรงชีวิตประจำวัน การทำงาน และการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นเครื่องอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง เพราะรถยนต์เป็นพาหนะที่ใช้อำนวยความสะดวกและสบายในการเดินทาง การสัญจรไปมาที่จะต้องอาศัยความสะดวกรวดเร็วทำให้ประชาชนโดยทั่วไปต่างแสวงหายานพาหนะเป็นของตนเอง ครอบครัวที่มีรายได้ไม่น้อยก็พยายามเสาะแสวงหาหรือกู้เงินเพื่อซื้อยานพาหนะเป็นของตนเอง หรือกู้เงินเพื่อซื้อยานพาหนะได้ใช้ในครอบครัวทั้งรถเก่าและรถใหม่ เนื่องจากเป็นยานพาหนะที่ใช้ง่าย ประหยัด สะดวก มีความคล่องตัวสูง จึงเป็นที่นิยม และใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งในสังคมเมืองและชนบท ขณะนี้รถยนต์ได้กลายเป็นปัจจัยที่ 5 สำหรับการดำรงชีวิต ประจำวัน ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเพื่อใช้ในกิจกรรมธุรกิจและการเดินทาง ทำให้ปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็วตลอดหลายปีที่ผ่านมา

คนส่วนใหญ่ยึดติดกับความสะดวกสบายกับโลก ที่มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีมากขึ้น รถยนต์จึงเป็นที่นิยมและมีความต้องการไว้ครอบครองมากขึ้น ทั้งกรุงเทพมหานครและตามเมืองใหญ่ๆ ของประเทศ ทำให้บริษัทผู้ประกอบรถยนต์และบริษัทผู้ส่งรถยนต์นำเข้าได้ผลิตและส่งรถยนต์สำเร็จรูปจากต่างประเทศเพื่อสนองความต้องการของประชาชนในที่สุด

จากการที่รัฐบาลมีการปรับภีณำเข้า และใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มดังกล่าวส่งผลทำให้ระดับราคารถยนต์ใหม่โดยรวมลดลงประมาณ 20% และรัฐบาลได้ยอมรับพันธะข้อ 8 ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ในช่วงต้นของปี พ.ศ. 2535 จึงทำให้เงินตราต่างประเทศไหลเข้าภายในประเทศเป็นจำนวนมากจนส่งผลทำให้อัตราดอกเบี้ยภายในประเทศลดลง ดอกเบี้ยสำหรับซื้อรถยนต์ โดยวิธีการผ่อนชำระก็ลดลงมาก กล่าวคือ เดิมคิดในอัตราประมาณร้อยละ 9-11 ต่อปีเงินเหลือเพียงร้อยละ 2.5-5 ต่อปี ปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวซึ่งได้แก่ การลดภีณำเข้ารถยนต์ การใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม และการลดลงของอัตราดอกเบี้ยได้ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อรถยนต์ใหม่ ใน

ราคาถูกลงทั้งเงินสด และเงินผ่อนและสามารถเลือกซื้อ ได้หลายยี่ห้อมากยิ่งขึ้นเพราะการนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป เข้ามาในประเทศมากขึ้น จึงทำให้ยอดขายรถยนต์ใหม่ในปี พ.ศ. 2535-2537 ได้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนในปี พ.ศ. 2537 มียอดขายรถยนต์รวมทั้งประเทศสูงถึง 480,000 คัน เพิ่มจากปี พ.ศ. 2534 ถึง 200,000 คัน ในระยะเวลาเพียง 4 ปี เท่านั้น

ผลจากการที่ระดับราคารถยนต์ใหม่ ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยเงินผ่อนสำหรับรถยนต์ใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้มีกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ แต่เดิมอาจมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะซื้อรถได้ รวมทั้งผู้บริโภคกลุ่มเดิมมีความสามารถซื้อได้อยู่แล้ว และมีความสามารถในการซื้อรถยนต์ได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยทางด้านสังคมอื่นๆ อาทิ เช่น กรุงเทพมหานคร มหานครเชียงใหม่ ขอนแก่น และหาดใหญ่ เป็นต้น ปัญหาการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่ทำงาน ซึ่งมีระยะทางห่างไกลออกไปทุกที เนื่องจากประชาชนหนีความแออัดในเมืองใหญ่ต้องไปอยู่อาศัยในชานเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นส่วนชานเมืองของกรุงเทพมหานคร ปัญหาการสร้างครอบครัวใหม่ของคนหนุ่มสาว หรือคนรุ่นใหม่ตลอดจนเป็นปัญหาความต้องการความสะดวกในการเดินทาง และการดำรงชีวิตที่เพิ่มมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว จึงคาดว่าความต้องการรถยนต์ใหม่ของประชาชน หรือของผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้น และด้วยเหตุที่ประชาชนมีความต้องการรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับทางบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ก็มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยเสริมความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการขับขี่ รวมไปถึงรูปแบบและสีสรรต่างๆ ที่ออกแบบใหม่เหมาะสมกับการใช้งาน จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจของประชาชนรถยนต์จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ประชาชนมีความต้องการเป็นเจ้าของ ถึงแม้ราคาจะสูงแต่ผู้บริโภคยังยินดีที่จะซื้อ จากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวจึงคาดว่าความต้องการ รถยนต์ใหม่ของประชาชนหรือของผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้น

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วทำให้ประชาชนส่งเสริมให้ความต้องการใช้รถยนต์เพิ่มมากขึ้น มีผลทำให้ยอดขายรถยนต์ใหม่เพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่จะมีผลกระทบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทองจังหวัดนนทบุรี และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ในอนาคต และเป็นฐานการพัฒนาการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่กว้างขวางลึกซึ้งต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ของผู้บริโภค ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีผลกระทบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงปัจจัยและการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ภายใต้ขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ด้านประชากร จะศึกษาผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีมีทั้งสิ้น จำนวน 130,076 คน โดยสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้าชมรถยนต์ตามศูนย์บริการขายรถยนต์ใหม่ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 364 ตัวอย่าง

2. ด้านเนื้อหา ครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือขั้นตอนต่างๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

- 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

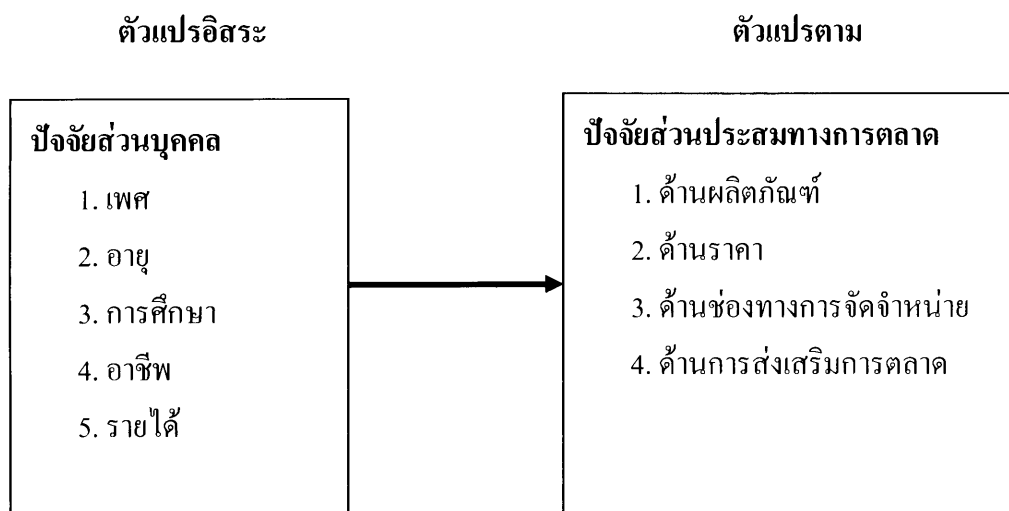
- 2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) หมายถึง ส่วนประสมทางการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ด้านพื้นที่ เลือกเฉพาะศูนย์บริการขายรถยนต์ใหม่ยี่ห้อ โตโยต้า มิสซูบิชิ นิสสัน อิซูซุ ฮอนด้า และเชฟโรเลต จำนวน 8 แห่ง ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

4. ด้านระยะเวลา การเก็บข้อมูลเก็บรวบรวม ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2550 ถึงเดือน พฤษภาคม 2551

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยของผู้บริโภค การตัดสินใจ และประยุกต์จากส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพประกอบ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ปัจจัยส่วนบุคคล** ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้

**เพศ** หมายถึง เพศของบุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง

**อายุ** หมายถึง อายุเต็มปีปฏิทิน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51 ปีขึ้นไป

**ระดับการศึกษา** หมายถึง คุณวุฒิของบุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

**อาชีพ** หมายถึง อาชีพของบุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ

**รายได้** หมายถึง รายได้ของบุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ รายได้ไม่เกิน 20,000 บาท/เดือน รายได้ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท/เดือน รายได้ตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท/เดือน รายได้ตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท/เดือน และรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาท/เดือนขึ้นไป

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ของผู้บริโภคในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี** หมายถึง เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคพิจารณาเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัย 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา ของรถยนต์ที่ออกจำหน่าย 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

**ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ครายี่ห้อรถยนต์ รุ่นของรถยนต์ การออกแบบภายนอก การออกแบบภายใน ขนาดห้องโดยสาร อุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงาม อุปกรณ์อำนวยความสะดวกสบาย อุปกรณ์มาตรฐานด้านความปลอดภัย และขนาดของเครื่องยนต์

**ราคา** หมายถึง ราคาได้มาตรฐาน การวางเงินดาวน์เริ่มต้นที่เหมาะสม อัตราดอกเบี้ยที่ต้องผ่อนชำระเหมาะสม ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้เหมาะสม ราคาซ่อมแซมของตัวรถยนต์มีมาตรฐาน ราคาขายต่อในราคามือสองมีความเหมาะสม และค่าบำรุงรักษาของรถยนต์มีมาตรฐาน

**สถานที่จัดจำหน่ายหรือช่องทางจัดจำหน่าย** หมายถึง สถานที่ตั้งโชว์รูมและศูนย์บริการมีเพียงพอ มีการตกแต่งโชว์รูมสวยงาม มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมที่มีในประเทศไทยเพียงพอ มีสถานที่การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน และมีโชว์รูมในศูนย์การค้า

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง มีการลดราคาขายรถยนต์ มีการแถมประกันภัยชั้นหนึ่ง มีการแถมสิ่งของต่างๆเมื่อจ่ายเป็นเงินสด มีการรับประกันหลังการขาย มีการให้ส่วนลดในการเข้ารับบริการ มีการให้ทดลองขับ มีการให้บริการของพนักงานขายประทับใจ การให้ข้อมูลของพนักงานขายเกี่ยวกับตัวรถยนต์ชัดเจน และมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่  
ในอนาคต
2. เป็นฐานการพัฒนาการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์  
ใหม่กว้างขวางลึกซึ้งต่อไป