

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยภาวะการณ์และเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง และการติดต่อสื่อสารพบปะกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ที่เป็นจุดศูนย์กลางของเศรษฐกิจ และสถานที่ราชการ ทำให้ปฏิเสธไม่ได้ว่ารถยนต์กลายเป็นปัจจัยที่ 5 สำหรับคนยุคปัจจุบัน และจะยังคงเป็นไปอย่างนี้อีกนาน แม้ว่าราคาน้ำมันเชื้อเพลิงจะพุ่งทะยานแบบติดจรวด อีกทั้งยังผันผวน โดย สัญญาน้ำมันดิบตลาดนิวยอร์กปิดพุ่งขึ้นเหนือระดับ 52 ดอลลาร์/บาร์เรล เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2552 เพราะได้รับแรงหนุนจากค่าเงินดอลลาร์ที่อ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับสกุลเงินยูโร หลังจากธนาคารกลางยุโรปลดอัตราดอกเบี้ยน้อยกว่าที่นักวิเคราะห์ส่วนใหญ่คาดการณ์ไว้ นอกจากนี้ ตลาดน้ำมันยังได้รับปัจจัยบวกจากความเชื่อมั่นที่ว่าที่ประชุมสุดยอด G20 จะใช้มาตรการที่มีประสิทธิภาพในการยับยั้งภาวะเศรษฐกิจถดถอย สำนักข่าวเอพีรายงานว่า สัญญาน้ำมันดิบตลาด NYME (New York Mercantile Exchange) ส่งมอบเดือนพฤษภาคม พุ่งขึ้น 4.25 ดอลลาร์ หรือ 8.78% ปิดที่ 52.64 ดอลลาร์/บาร์เรล หลังจากเคลื่อนไหวในช่วง 48.45-52.87 ดอลลาร์ นักลงทุนคาดว่าผู้นำกลุ่ม G20 จะสามารถยับยั้งภาวะเศรษฐกิจถดถอยและกระตุ้นความต้องการพลังงานขึ้นได้ หลังจากแถลงการณ์ของที่ประชุม G20 ระบุว่า ที่ประชุมเห็นพ้องที่จะอัดฉีดเงินทุนให้กับกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เพิ่มอีก 5 แสนล้านดอลลาร์ รวมกับเงินทุนเดิมเป็น 7.5 แสนล้านดอลลาร์ สำหรับช่วยเหลือประเทศที่เผชิญกับมรสุมทางเศรษฐกิจและการเงิน และจะเปิดทางให้ IMF ปล่อยกู้เงินยืมฉุกเฉินให้กับตลาดทุนทั่วโลกในกรณีจำเป็น (ที่มา:สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ) 3 เมษายน 2009)

จากภาวะการณ์ ราคาน้ำมันดังกล่าวทำให้ ผู้บริโภค จับจ่ายใช้สอยน้อยลง ซึ่งมีผลกระทบต่อตลาด อุตสาหกรรมรถยนต์ โดยที่อุปสงค์สำหรับรถยนต์ในตลาดโลกลดลงอย่างมาก สถานการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบันชะลอตัวลงอย่างหนัก การเกิดวิกฤตการณ์อุตสาหกรรมรถยนต์ขึ้น ทำให้รถยนต์ใหม่ป้ายแดงในปัจจุบันอาจกลายเป็นสิ่งเกินเอื้อมสำหรับมนุษย์เงินเดือนยุคนี้ ที่ค่าแรงไม่เพิ่มขึ้น หรือเพิ่มตามไม่ทันค่าครองชีพ ทางออกสำหรับคนต้องการ

มีรถยนต์หนึ่งคัน คือการมองหารถยนต์มือสอง เอามาใช้ใช้งานหรือสำหรับบางคนเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองไม่ได้อยู่ที่เรื่องทุนทรัพย์ แต่มองแล้วทางเลือกนี้มีความคุ้มค่ากว่าการซื้อรถยนต์ใหม่ป้ายแดง เพราะนอกจากค่าตัวของรถยนต์แล้วอาจลงทุนเพิ่มอีกไม่มากในระดับหลักหมื่นในการปรับปรุงสภาพก็พร้อมใช้งานได้ ธุรกิจรถมือ 2 ในเมืองไทย มีการเปลี่ยนมือ เปลี่ยนเจ้าของรถไม่ต่ำกว่า 500,000 - 600,000 คันต่อปี มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจในช่วงนั้น นอกจากปัจจัยเรื่องการเลือกซื้อรถมือสองสักคัน จำเป็นต้องดูถึงความซื่อสัตย์ จรรยาบรรณในอาชีพและการดูแลเอาใจใส่ของผู้ค้ารถ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ช่วยลดความเสี่ยง และทำให้ได้คุณภาพดีเหมาะสมกับราคาที่คาดหมายเอาไว้

ดังนั้นการคาดตลาดรถยนต์มือสองปีนี้โต 10% รับอานิสงส์ราคาน้ำมันแพง โดยเฉพาะรถราคาระหว่าง4-8แสน แห่งซื้อไปติดก๊าศหลังค่ายรถยังไม่รับวอร์รันตีรถใหม่ป้ายแดง จากวิกฤติน้ำมันแพงทำให้รัฐบาลได้ออกมาสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกทั้งเอทานอล ไบโอดีเซล ฯลฯ ขณะที่ผู้บริโภคผู้ใช้รถยนต์จำเป็นต้องหาทางช่วยเหลือตัวเอง เกี่ยวกับการประหยัดรายจ่ายในการบริโภคพลังงาน เป็นชนวนสำคัญที่ผู้บริโภคต้องลดค่าใช้จ่ายในแต่ละวันลง โดยเฉพาะการใช้รถยนต์ด้วยการหาพลังงานทางเลือกไม่ว่าจะเป็น ก๊าศแอลพีจีและเอ็นจีวี และได้ส่งผลดีต่อสถานการณ์ของตลาดรถยนต์มือสอง เนื่องจากลูกค้าจะนิยมเลือกซื้อเพื่อนำไปติดก๊าศในรูปแบบต่างๆ นั่นเอง"รถยนต์มือสองที่ถูกเลือกเพื่อนำไปติดก๊าศมักจะเป็นรถระดับราคากลางๆ ซึ่งเกิดจากการที่ปัจจุบันหากนำรถใหม่ป้ายแดงหรือรถที่ยังไม่พ้นวอร์รันตีไปติดตั้งก๊าศด้วยตนเอง ทางค่ายรถจะถือว่าเป็นการดัดแปลงเครื่องยนต์และส่งผลให้วอร์รันตีซึ่งส่วนใหญ่คือ 3 ปีหรือ 100,000 กิโลเมตรจะสิ้นสุดลงทันที ทำให้รถมือสองเป็นทางเลือกที่ถูกค่าสนใจนำไปติดก๊าศมากที่สุดโดยไม่ต้องลังเลหรือเสียดาย อยากรู้ก็ตามทางเลือกของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง ก็ยังคงให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานและมีนโยบายที่ชัดเจน ด้วยเหตุนี้ทำให้ยอดขายรถยนต์มือสองไม่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมัน โดยในรอบ 5 เดือนแรกของปีนี้มีตัวเลขขยายตัวขึ้นกว่า 10% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึง พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องด้วยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เพื่อนำผลจากการวิจัยนี้ ไปปรับกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย และเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจการแข่งขันในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

## สมมติฐานของการวิจัย

พฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล แตกต่าง  
กัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ คือ ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อรถยนต์มือสองตามเดิ่นที่รถในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร จำนวน 7 เดิ่นที่

- 1) เดิ่นที่ O.A. Car Center ถ. พัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 2) เดิ่นที่ 54 ออโต้เซ็นเตอร์ ซ.พัฒนาการ 29 ถ. พัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 3) เดิ่นที่ Diamond Used Cars 140 ถ.พัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 4) เดิ่นที่ P.M. Car Center ถนนพัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 5) เดิ่นที่ P.Motorsport Used Cars พัฒนาการ14 502/2 สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 6) เดิ่นที่ LK used car ถ. พัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
- 7) เดิ่นที่ ดีเล็ก คาร์ดี 2148 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250

10250

โดยเลือกตัวอย่าง จากประชากร ที่มาซื้อหรือมาสอบถามรถยนต์มือสองทั้ง 7 เดิ่นที่เฉลี่ยต่อเดิ่นประมาณ 1,470 คน

โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 302 คน ได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

## 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

### 2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) แบ่งออกเป็น

สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### 2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งออกเป็น

- What : ลักษณะรถยนต์มือสอง
- When : ช่วงเวลาที่ซื้อ
- Why : สาเหตุในการซื้อรถยนต์
- Where : การหาซื้อรถยนต์มือสอง
- Who : ลักษณะของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง
- Whom : ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อรถยนต์
- How : วิธีการเลือกซื้อรถยนต์

### 2.3 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

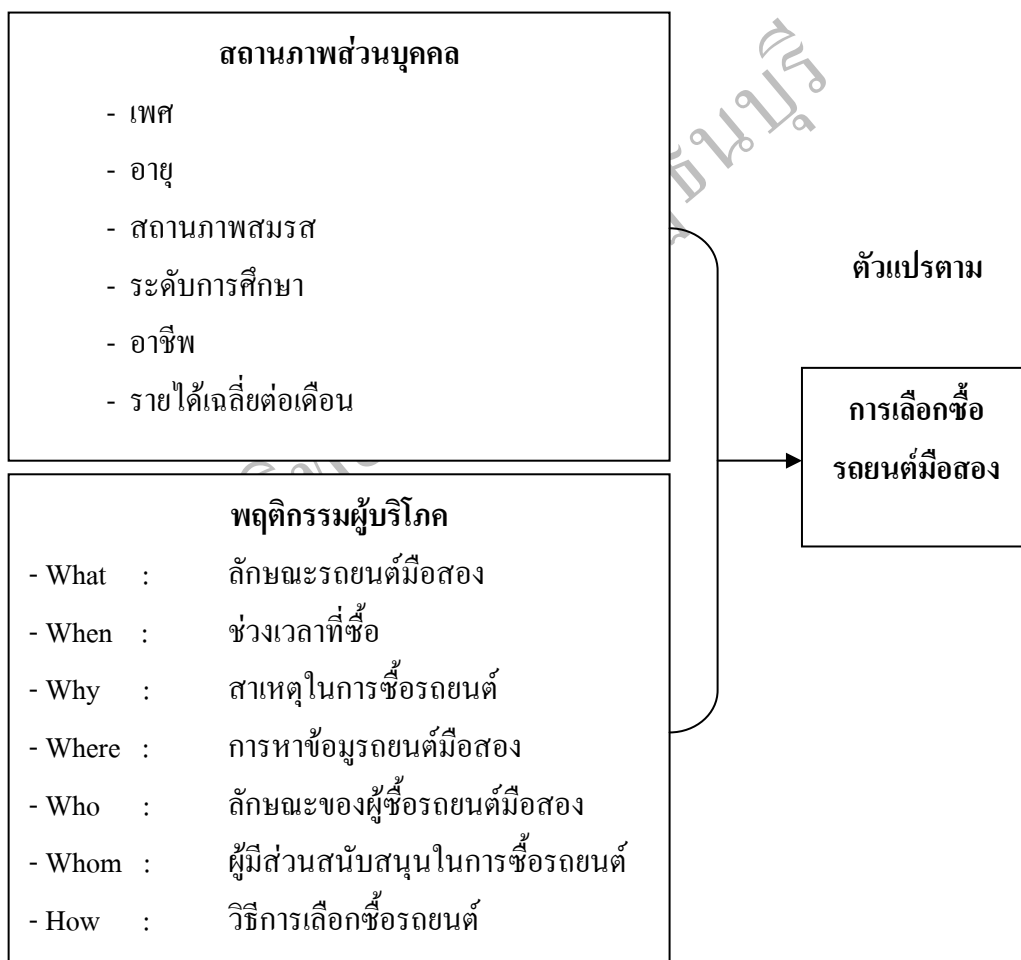
## 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

เดือน ธันวาคม 2552 – มีนาคม 2553

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) 6Ws และ 1H เพื่อให้ได้คำตอบ 7 Os ( Kotler , 2003 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,2546) มา กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้ (using) การประเมินผล (evaluating) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยมีพื้นฐานมาจากทัศนคติของแต่ละคนในการเลือกซื้อ โดยมีระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

รถยนต์มือสอง หมายถึง รถยนต์ที่ผ่านการเปลี่ยนสิทธิการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิการครอบครองระหว่างผู้บริโภค และมีการจำหน่ายขายต่อไป ไม่ว่าจะทอดทิ้งตาม จะเรียกว่า รถมือสอง

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร สำหรับเป็นข้อมูลในการรับซื้อรถที่จะนำมาจำหน่ายต่อไปให้กับลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มในการเลือกซื้อรถได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร ในการวางแผนการตลาด และเป็นแนวทางในการพัฒนาช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดรถยนต์มือสองของผู้ประกอบธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน