

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์

แนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสอง
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวกฤษมา แก้วบุรี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.นิคม นาคอ้าย

รองศาสตราจารย์สงวน ช่างฉัตร

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบสภาพในการดำเนินธุรกิจการค้ารถยนต์มือสองและนำเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก การดำเนินการวิจัยมี 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 87 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบสภาพการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามประสบการณ์และระดับการศึกษาของผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ การทดสอบค่า $t - test$ ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิจัยพบว่า

1. การศึกษาสภาพการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองมีการดำเนินธุรกิจในภาพรวม มีสภาพการค้าอยู่ในระดับมาก
2. การเปรียบเทียบสภาพการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามประสบการณ์และระดับการศึกษาของผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง พบว่าการเปรียบเทียบสภาพการค้ารถยนต์มือสองของผู้ประกอบการจำแนกตามประสบการณ์ทั้ง 2 กลุ่ม การดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการส่งเสริมการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผลการเปรียบเทียบสภาพการค้ารถยนต์มือสองของผู้ประกอบการจำแนกตามระดับการศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม การดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการส่งเสริมการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. การนำเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดของการค้ารถยนต์มือสองเพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและช่วยแก้ไขปัญหาในตลาดที่มีคู่แข่งชั้นสูง ซึ่งการตลาดแบบเก่าจะมีการพัฒนา ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการขาย แต่การตลาดสมัยใหม่จะมุ่งเน้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด 4P's ควบคู่การพัฒนาสินค้า การบริการ การสร้างความพึงพอใจ การบริการหลังการขายและการสร้างทัศนคติที่ดีที่ลูกค้ามีให้กับผู้ประกอบการ และมีความเชื่อมั่นต่อแบรนด์สินค้า ซึ่งแนวทางการพัฒนามีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนักศึกษา
ลายมือชื่อประธานที่ปรึกษา
ลายมือชื่อกรรมการที่ปรึกษา

Title THE PATTERN OF THE DEVELOPMENT MARKET MIX FOR
THE USED CAR IN
AMPHOR MUANG PHITSANULOK

Author Miss. Kusuma Keawburi

Advisor Dr. Nikom NakAi
Associate Professor Sanguan Changchat

The purposes of this research were to study and compare the conditions of the used car business running and to develop the pattern for improving market mix for used cars in Amphor Muang Phitsanulok. The procedures of this study were divided in three stages. Stage 1 was to study the conditions of the used car business running. The subjects of this study were 87 used car dealers in Amphor Muang Phitsanulok. The questionnaire was administered and analyzed by using percentage, mean and standard deviation. Stage 2 was to compare the conditions of the used car business runners classified in terms of experience and level of dealers' education and the data were analyzed by using t - test. Stage 3 was to develop the pattern in improving market mix for the used car business running.

The results revealed that the conditions of the used car business running was comprised of product, pricing, location and sale promotion. As a whole, it indicated that the used car dealers' business running condition was at a high level. The comparison of the condition of used car business runners as a whole revealed that there was no difference. However, when comparing each item, it was found that the sale promotion was significantly different at the level of 0.05. When comparing the level of the dealers' education, there was no difference. However, when considering each item, it was found that the sale promotion was significantly different at the level of 0.05. The development of the pattern for improving market mix for the used car would enable the dealers to benefit from it and to help solve the problems in the high competition case in which the traditional market tends to develop the product, pricing, distribution channel / location and sale promotion, whereas in modern market, they will develop market mix 4P's along with merchandise development, service, satisfaction building, after - sale service, attitude building for the customers and trust building in the brand of the commodity. This pattern can be implemented in business running.

Department Master of Arts
Field of Study Development Strategy
Academic Year 2007

Student Signature... *Kusuma Keawburi*
Advisor' Signature... *Nikom NakAi*
Co - Advisor' Signature... *Sanguan Changchat*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เพราะได้รับความเอาใจใส่ให้คำปรึกษา เป็นอย่างดียิ่งจาก ดร.นิคม นาคอ้าย ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ สงวน ช่างฉัตร กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.อดุลย์ วังศรีคุณ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ และดร.ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ภักดีวงศ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการปรับปรุงแก้ไขตลอดจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์วิราพร พงศ์อาจารย์ ดร.ชนม์ชกรณ์ วรอินทร์ ดร.สุขแก้ว คำสอน ผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือและให้คำแนะนำตรวจและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณวิเศษ วชิราศรีศิริกุล ประธานหอการค้าพิษณุโลก คุณโสภณ วิเศษสรรค์ หัวหน้าสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าพิษณุโลก และคุณยศวัฒน์ รุ่งคนาวุฒิ ที่ปรึกษาตลาดรถพิษณุโลก ที่กรุณาให้เกียรติเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนา

ขอขอบคุณผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองและกลุ่มตัวแทนลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่คอยให้การสนับสนุนการจัดทำวิจัย ในครั้งนี้เป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ขอมอบเป็นกตเวทิตา แด่บิดา มารดา ครูอาจารย์ ผู้มีพระคุณทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุน แก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา และขอน้อมคารวะแด่ผู้เขียนตำราวิชาการที่ได้ศึกษาค้นคว้า และใช้อ้างอิงทุกท่าน

กุสุมา แก้วบุรี