

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในเขต
อำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสุบิน ชมดวง

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคถาวร ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ และ
ปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล
จาก ผู้บริโภคที่เลือกซื้อรถยนต์ใหม่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ตามโชว์รูมรถยนต์และสถาบัน
การเงินที่ให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกซื้อรถยนต์ใหม่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่
ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ เพราะมีความจำเป็นในการทำงาน และเพื่อความสะดวกสบายใน
ชีวิตประจำวัน โดยรถยนต์ที่จะเลือกซื้อ คือ รถเก๋ง/รถนั่งไม่เกิน 7 คน ยี่ห้อโตโยต้า ราคาอยู่ระหว่าง
500,001 – 600,000 บาท สีรถยนต์ที่ให้ความสนใจมากที่สุดคือ สีน้ำเงิน ปัจจัยในการเลือกซื้อ
รถยนต์ใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรูปลักษณะภายนอก และระบบความ
ปลอดภัยของรถยนต์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคา โดยเปรียบเทียบกับคุณภาพของรถ การมี
ส่วนลด และอัตราดอกเบี้ยต่ำ กับทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ที่จอดรถสะดวกและพอเพียง และ
สถานที่สะอาดและเป็นระเบียบ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัด
ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีการให้เครดิตในการซ่อมและ
บำรุงรักษารถฟรี และด้านการบริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีการต้อนรับอย่าง
สุภาพเป็นกันเอง มีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี และให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ตรงเวลา และ
จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคสแควร์ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของ
ผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใหม่

Independent Study Title Consumer Behavior in Purchasing New Cars in
Mueang Chiang Mai District

Author Mr. Subin Somdong

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr. Kanchana Chokthaworn Chairperson

Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Member

ABSTRACT

This study aimed to study the behavior of consumers in Mueang Chiang Mai District when purchasing new cars and the factors that made them decide which one to buy. Data was collected from 400 buyers of new cars at various automobile showrooms, and the financial institutes that granted credit to them. the findings were as follows:

Most of the sample who purchases cars did so due to the need for using them for their work and for convenience in conducting their daily activities. The type of car most of them selected was a Toyota passenger car with 4-7 seats in the price range between 500,001 – 600,000 Baht. The most popular color was dark blue. In terms of the product factors that influenced them to make their choice were appearance or looks, the safety features, the price and comparison with other cars; discounts and lower interest rate, and the easy access of the shops, their cleanliness and adequate parking space. In terms of market promotion, repair credit and free maintenance were listed respectively. In terms of service, customers were impressed with sales assistants' politeness and enthusiasm, being well informed and rendering prompt service. The chi square analysis showed that the customers' age, education and occupation were related to the purchase of a new car.