

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก ในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศิวลี อินทรวัตร

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทั้งหมด 500 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มีรายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวนรถยนต์ในครอบครัวยุติงทั้งหมด 1-2 คัน และสนใจที่จะซื้อรถยนต์เพิ่ม

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่างบประมาณในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กอยู่ที่ 500,000-600,000 บาท เหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อความสะดวกสบายปลอดภัยในการเดินทาง ยี่ห้อรถยนต์ที่สนใจยี่ห้อมาสด้า สีขาว สาเหตุหลักที่เลือกซื้อมีราคาที่เหมาะสมและสามารถซื้อได้

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ริเริ่มเสนอความคิด ผู้ให้ข้อมูลคำแนะนำ คนที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อ ผู้ตัดสินใจเลือกยี่ห้อรถ ผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่หรือบริษัทตัวแทนจำหน่าย ผู้ติดต่อกับผู้ขายหรือดำเนินการซื้อ ผู้จ่ายเงินซื้อรถ คือตัวเอง

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญทางด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องการออกแบบตกแต่งที่มีความสวยงาม ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาที่มีความเป็นมาตรฐาน ปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่องสถานที่ตั้งโชว์รถอยู่ในทำเลที่สะดวก เดินทางง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องระยะเวลาในการผ่อนชำระที่นาน ปัจจัยด้านบุคลากรในเรื่องความมีมืออาชีพของพนักงานขาย ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการในเรื่องความเหมาะสมของเวลาทำการ ปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพในเรื่องบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ และปัจจัยภายนอกอื่นๆในเรื่องมีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถมอเตอร์ไซด์

| | | |
|---|---|------------|
| Independent Study Title | Factors Influencing Consumers' Decision Purchasing New-subcompact Cars in Chiang Mai Municipality | |
| Author | Ms.Siwalee Intarawat | |
| Degree | Master of Arts (Political Economy) | |
| Independent Study Advisory Committee | Assistant Professor Dr.Nisit Pantamit | Advisor |
| | Associate Professor Seksin Srivatananukulkit | Co-advisor |

ABSTRACT

This study had the objectives of: 1. Studying “Factors Influencing Consumers’ Decision on Purchasing New-subcompact Cars in Chiang Mai Municipality” and 2. Finding out their purposes for buying the new sub-compact cars.

Data analysis was conducted from the primary data collected from a questionnaire distributed to 500 customers who engaged in the purchase. The sample population was selected by accidental random selection. The tools used for analysis were Descriptive Statistics, Percentage, Frequency and Mean.

From the general data concerning the consumers of the sub-compact cars in Chiang Mai Municipality it was found that most of them were female whose age ranged between 26-35 years old, who were single and had the highest level of education at the Bachelor’s degree level. The majority of them were employees of private companies with 3-4 members per family. The sample group had a salary between 10,001 – 20,000 Baht per month and owned 1-2 cars. However, they were interested in buying another car.

The survey on their purposes for buying a sub-compact car in Chiang Mai Municipality involved the price which ranged between 500,000 to 600,000 Baht and the reason for the purchase was for convenience and safety in travelling. The type of car most of them chose was a Mazda, white color, because the price was considered suitable and affordable.

As for the data related to the persons who initiated the idea or provided advice concerning the purchase and the persons who could make the decision on buying, the brand, the car models or the company as well as those who contacted the sales representatives and those who paid

for the cars, the respondents indicated that it was solely they themselves who had the power to make the arrangements for the purchases.

Regarding the data on the factors influencing the consumers' decision or purchasing a new sub-compact car in Chiang Mai Municipality, it appeared that the consumers gave importance to the product factors, particularly the attractive design. As for price, they opted for the standard set price. For location, the showrooms that were located conveniently and were in easy to access areas were popular. Other factors were promotion and marketing, the company that offered long term financing with professional sales personnel and good service as well as suitable office hours were likely to be preferable. The physical factors and the good reputation of the company were also considered whereas the external factors like confidence in the safety provided by the cars over motorcycles were also important factors for the consumers' decisions.