

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของ
ผู้บริโภคนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวพรรณนุช นาชวา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์นันทนา คำนวน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤษณา รัตนพฤกษ์

รองศาสตราจารย์ อุเทน ปัญโญ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง "บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภคนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็ก และศึกษาปัญหาในการใช้รถยนต์นั่งขนาดเล็ก ของผู้บริโภคนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างได้จากผู้ซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั้งหมด 16 ตำบล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการประมาณค่าร้อยละของประชากร การรายงานผลการศึกษาโดยวิธีบรรยาย ความเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภคไม่ใช่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว แต่เป็นปัจจัยทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยทุกกลุ่ม ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัญหาในการใช้รถยนต์นั่งขนาดเล็กที่ผู้บริโภคประสบมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตัวรถมีความบอบบาง ด้านราคาคือ อะไหล่มีราคาแพง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัทไม่เพียงพอต้องเข้าคิวคอยนาน และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างไม่ต่อเนื่อง

Independent Study Title : Factors Effecting Consumer Purchase Decision
for Mini-Cars in Amphoe Muang, Changwat
Chiang Mai.

Author : Miss Punnuch Nakwa

M.B.A. : Business Administration

Examining Committee :

Lecturer. Nantana Kumnuan Chairman

Assistant Prof. Krisana Ratanapruck Member

Associate Prof. Uthen Panyo Member

Abstract

The objectives of the independent study on "Factors Effecting Consumer Purchase Decision for Mini - Cars in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai." were to study the factors effecting consumer purchase decision for mini - cars and the problems in using mini - cars.

The sample group in this study were one hundred and twenty samples who used mini - cars. They were selected at random within 16 tambons in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

The questionnaire was employed in this study. The data obtained were processed by micro computer, SPSS/PC⁺ program, using frequency, percentage, mean, standard deviation, analysis of variance, and confidence interval for percentage of population.

The study showed that the most important factors effecting consumer purchase decision for mini - cars were not only product itself but also price, place, promotion, and other external stimuli which had the same level of significance. The consumers set the same significance for all factors with a high level significance except for a promotion, which gained a moderate significance.

The most important problem generated from using mini - cars related to product was their delicate bodies, for price was an expensive cost of spare parts, for place was inadequate service center and for promotion was lack of continual information from dealers.