

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมกรเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขต

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวสุปราณี วงศ์กาแก้ว

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

ประธานกรรมการ

รศ.วัชรวิ พฤทธิกันนท์

กรรมการ

รศ.สุวรรรัตน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 2 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจในการใช้บริการเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ กับ ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ รวม 200 ตัวอย่าง ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ดังนี้ ส่วนใหญ่มีวงเงินที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อจำนวน 400,000-499,999 บาท มีระยะเวลางวดชำระเงินจำนวน 61-72 เดือน อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคารที่ร้อยละ 3.00-3.99 บาทต่อปี ขนาดรถยนต์ของรถยนต์ที่ทำการเข้าซื้อที่ 1,500-2,000 ซีซี วงเงินผ่อนชำระต่องวดเมื่อเทียบกับรายได้ที่ 16-20 % วิธีการจ่ายชำระค่างวดรถยนต์ที่ธนาคารอื่น ๆ ทั่วไป ลักษณะการซื้อรถยนต์ใหม่เป็นการซื้อมาโดยการเปลี่ยนรถยนต์คันเดิม บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าซื้อรถยนต์ใหม่คือตัวเอง และสาเหตุที่เลือกเข้าซื้อรถยนต์ใหม่คือ โอกาสที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาน้อยกว่ารถยนต์มือสอง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจในการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อันดับแรกคือปัจจัยด้านราคา ซึ่งในปัจจัยด้านราคานั้นกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าซื้อ จะให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งในปัจจัยด้านกระบวนการนั้นกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าซื้อ จะให้ความสำคัญกับการอนุมัติง่าย รวดเร็ว ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าซื้อ จะให้ความสำคัญกับการอนุมัติวงเงินกู้ เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customers' Behavior in Hire Purchasing of New Automobiles in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Miss Supranee Wongkakaew

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai Chairperson

Assoc. Prof. Watcharee Prugsiganant Member

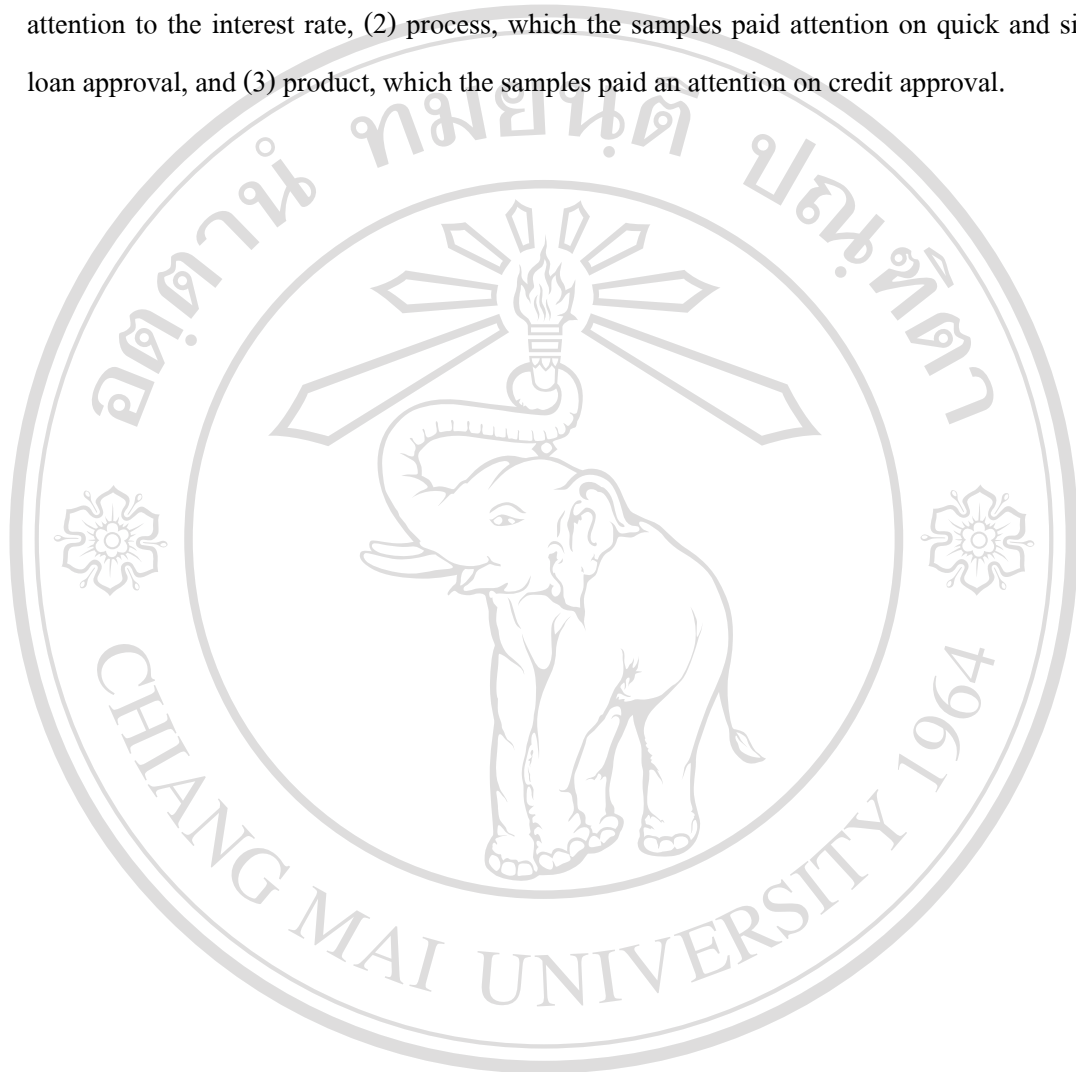
Assoc. Prof. Suwarat Gypmantasiri Member

ABSTRACT

The purposes of this study were (1) to examine customer behavior towards new car leasing in Mueang district, Chiang Mai province, and (2) to investigate factors affecting decision making of the customers to use new car leasing services in Mueang district, Chiang Mai province. Primary data gathered from interviews were used in this study. A set of questionnaires were also used to collect data from 200 samples who were new car leasing customers of Kiatnakin Bank Public Company Limited, Chiang Mai branch. Accidental Sampling was used to select the samples, and for data analysis, the researcher used Descriptive Statistics.

According to the results of behavioral study, the samples' new car leasing behaviors showed that most of them were granted 400,000-499,999 baht loan with 61-72 months of payment period. The bank's interest rate was at 3.00-3.99 per year. The engine size was at 1,500-2,000 cc. The amount of monthly payment compared with the incomes was at 16-20%, and the majority paid at other banks. Most of them leased a new car by selling the old one. The person involved with decision making to lease a new car was the customer him/herself, and the reason why they leased a new car was that the maintenance cost would be lower than a used car.

Factors, arranged by the importance of data analysis, which affected decision making of customers in Mueang district, Chiang Mai province were (1) price, which the samples paid an attention to the interest rate, (2) process, which the samples paid attention on quick and simple loan approval, and (3) product, which the samples paid an attention on credit approval.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved