

ชื่อเรื่องการค้าคั้นคว่ำแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน

ผู้เขียน นาย ชัยณรงค์ ทราชคำ

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคั้นคว่ำแบบอิสระ รศ. อิศรา ชีระวัฒน์สกุล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดรถยนต์ส่วนบุคคล และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล รวมถึงศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน

การศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยเก็บตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม จากผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยตัวสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สถิติทดสอบแซด (Z-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้โปรแกรม SPSS ช่วยในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ในส่วนของพฤติกรรมการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า โดยซื้อเป็นรถยนต์ใหม่ จากตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดลำพูน ด้วยวิธีการผ่อนชำระ ประเภทรถที่ซื้อเป็นรถกระบะตอนครึ่ง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือครอบครัว สื่อโฆษณาที่ดูมากที่สุดคือโทรทัศน์

ส่วนการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความประหยัดน้ำมัน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.51 รองลงมา คือ ระบบความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 ความทนทานในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 4.32 สมรรถนะการขับขี่ ค่าเฉลี่ย 4.19 และ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่จำแนกตามอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มากที่สุด

Independent Study Title	Factors Influencing on Consumers Decision in Purchasing Personal Cars in Lamphun Province
Author	Mr.Chainarong Syekam
Degree	Master of Science (Industrial Management)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Isra Teerawatsakul

Abstract

The objective of this study aimed to study the general marketing situation and consumers personnel characteristics in purchasing personnel cars including the factors influencing consumers decision for purchasing personnel cars in Lamphun province. Questionnaire and interviewing were used in the study to collect the primary data from consumers in Amphur Muang Lamphun province totally 400 samples. The statistics used in this study were percentage, means, Z-test and Analysis of variance (ANOVA) by using SPSS program.

The resulted indicates that most of samples were male, age between 31-40 years old, graduated in bachelor degree, corporate employees and earning average net income between 10,000-20,000 Baht a month. The majorities of each factor in purchasing behavior resulted as buying new car of Toyota brand from the dealer in Lamphun, the payment made by installments, the most favorite car type is the pickup trucks with cab, the family was the most influence on decision making to buy a car. The most advertisement channel affecting buying decision was television.

As for the priority of factors influencing consumers decision for purchasing personnel cars in Lamphun province, Fuel economy is the first priority with mean value 4.51. Safety system is the second with mean value 4.40. Durability in using, Driving performance and Reliability of dealer came next with mean value 4.32, 4.19 and 4.17 respectively. In addition, from the hypothesis testing with statistical significance at 0.05 level found that, the difference of occupation is the most affects in the personnel cars purchasing behavior.