

52602349: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / พฤติกรรม / รถยนต์มือสอง

ผู้ตีพิมพ์: พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์. 116 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งผลกระทบข้างเคียงทางด้านการประชากรศาสตร์กับความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง และศึกษาการส่งผลกระทบข้างเคียงทางด้านการตลาดกับความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตจังหวัดนครปฐมที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง ทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 8,000 - 15,999 บาท 2) ด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์มือสอง ในภาพรวมพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 3) ด้านความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคพบว่า ประเภทของรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุดคือ รถยนต์ปีเก่า 1 คัน รองลงมาคือ รถยนต์นั่ง รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่น ๆ และรถยนต์ PPV ด้านอายุของรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากที่สุดคือ รถยนต์อายุ 2 ปี รองลงมาคือ รถยนต์อายุน้อยกว่า 1 ปี ด้านวิธีการชำระเงินที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุดคือ การผ่อนชำระ รองลงมาคือ การจ่ายเงินสด ด้านวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการซื้อรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ใช้ในการเดินทางในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และใช้เพื่อแสดงถึงฐานะและการได้รับการยอมรับจากสังคม ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองพบว่า อยู่ระหว่าง 1 เดือนถึง 12 เดือน โดยมีค่าเฉลี่ยระยะเวลาที่ใช้อยู่ที่ประมาณ 6 เดือน 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีการส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อรถยนต์มือสองอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

52602349: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS: MARKETING MIX FACTORS , BEHAVIORS , SECOND HAND CAR

THITIPHONG PETHDEE : BEHAVIOR OF CONSUMER WHICH WANT TO BUY A SECOND HAND CARS IN AREA OF AMPHOE MUEANG NAKHONPATHOM. THESIS ADVISOR: KREAGRIT AMPAWAT, D.B.A. 116 pp.

This study were to examine the affect between demographic factors and the demand for used cars and to study into the affect between the marketing mix factors and the need of consumers to buy a used car in Muang District, Nakhonpathom Province. The sample is the population in Nakhonpathom province who need to buy second-hand cars. The population consisted of both 400 males and females who are 18 years old and over. Statistics used in data analysis included descriptive statistics, by finding the frequency, percentage, mean, standard deviation, inferential statistics and Chi - Square (Chi-Square Test) by the statistical significance level was specified to be at 0.05

The results showed that: 1) general characteristics of the sample: It was found that there were more females than males; most of them were between 18-25 years old, undergraduate level, were civil servants, their average monthly income is between 8,000 to 15,999 baht, 2) on opinion towards the marketing mix factor of a second-hand car in overall image, it was found that the consumers' opinion of agreeing at high level, especially the factor on the product with the opinion of agreeing very much, 3) on the need to buy second-hand of the consumers, it were found that: The type of car that most consumers need most are one-ton truck, followed by passenger car, commercial vehicles and other auto PPV cars. The duration of the cars that consumers want to buy the most is 2 years, followed by a car with less duration than one year. Method of payment were most popular among the consumers is by installment, followed by paying by cash. The main objective of wanting to buy a second-hand car of the consumers for making decision to buy is that the consumer wants to use a car to travel in daily life, followed by the use in conducting business, and the use to show the status and to be accepted by the society. The period of time during the decision-making process to buy a second-hand car is between 1 month to 12 months, with the average period of time for about 6 months. 4) It were found from the hypothesis that the personal characteristics of the consumers and factors of marketing mix were associated with the need to buy a second-hand car with statistical significance of 0.05 level.



Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาอาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต และ คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา รวมถึงการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ธเนศ คิตุรงเรือง เป็นผู้ให้คำแนะนำ ให้ข้อคิดเห็นในการทำงานวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งแนะนำการใช้แบบสอบถาม เครื่องมือทางสถิติและให้ความรู้ทางด้านทฤษฎีการวิเคราะห์ทางสถิติสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.กัญทิมา นิลทองคำ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พาลี อนันตชัย เป็นผู้ให้คำแนะนำการใช้แบบสอบถามและช่วยชี้แนะ ปรับปรุงงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ศูนย์จำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ที่ได้ให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาตลอดหลักสูตรการศึกษา

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัว รวมทั้งเพื่อนของผู้วิจัย ที่ให้ความรัก ให้คำแนะนำ เป็นกำลังใจช่วยเหลือเกื้อกูลแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ในที่สุด