

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ กระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศิริประภา ไพรินทร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์นภาพร ณ เชียงใหม่	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อรุณยา	กรรมการ
อาจารย์ ดร.นฤนาถ สราภักยานิช	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ คือ การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ การซื้อ การอุปโภคบริโภค การประเมินทางเลือกหลังการซื้อ การจัดการกับสิ่งเหลือใช้

ผู้ซื้ออย่างรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและทำงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวน้อยกว่าสี่คน ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ประเภทเก๋งสองตอน (เก๋งสี่ประตู)

จากกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 7 ขั้นตอน พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อขั้นตอนการประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ และผลการศึกษาของแต่ละขั้นตอนเป็นดังนี้

ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการ พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ต้องการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์เมื่อยางเส้นเก่าหมดอายุการใช้งาน เกิดปัญหา/ชำรุด และไม่สามารถตอบสนองความต้องการอีกต่อไป ตามลำดับ

ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล พบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้ซื้อยางรถยนต์ใช้ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ การสอบถามจากช่างผู้ชำนาญการเกี่ยวกับยางรถยนต์โดยเฉพาะ หรือช่างประจำอู่ซ่อมรถยนต์ จากการสอบถามคนรู้จัก และจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ

ขั้นตอนการประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติในด้านความปลอดภัยในการขับขี่

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่เลือกใช้อย่างยี่ห้อ Michelin โดยเป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง ใช้เวลาตัดสินใจหนึ่งสัปดาห์ ความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยน คือ มากกว่าสองปีต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 5,001 – 20,000 บาท และเป็นการซื้อ/เปลี่ยนพร้อมกันทั้งสี่เส้น

ขั้นตอนการอุปโภคบริโภค พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่ดูแลรักษายางรถยนต์ให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น โดยการตรวจเช็กลมยางเป็นประจำ และเก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่รถ

ขั้นตอนการประเมินทางเลือกหลังซื้อ พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุดต่อคุณสมบัติด้านการยึดเกาะถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่นไถล และปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ยางรถยนต์ที่ต้องการมีราคาแพง

ขั้นตอนการจัดการกับสิ่งเหลือใช้ พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์จัดการกับยางเก่าที่ใช้งานแล้วโดยการทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ

Independent Study Title Consumer Decision Making Process for Passenger Car’s Tires
Mueang, Chiang Mai District.

Author Miss Siraprapa Pirin

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Theerakiti Navaratana na ayudhya

Chairperson

Member

Member

ABSTRACT

The purpose of this Independent Study is to study about the Consumer Decision Making Process for Passenger Car’s Tires in Mueang, Chiang Mai District by using the questionnaires to collect the data from sampling group, totally 300 samples. Analysis methodology by using the Descriptive Statistics. The Statistics that applied in this Independent Study were Frequency, Percentage and Mean

The concept and theory that concerned with this Independent Study is the Buying Decision Making Process for Passenger Car’s tires in Mueang , Chiang Mai District which are Need Recognition or Problem Recognition Stage, Information Searching Stage, Evaluation of Alternatives Stage, Purchasing Processe Stage, Consuming Process Stage, Evaluation after Purchasing Processe Stage and Elimination Stage.

The most car’s tires buyers are men, age between 21-40 years old, married status, held Bachelor and below Bachelor Degrees, government/ government-owned corporation and Private company’s employees occupations, average income is below 30,000 baht a month, have less than 4 family’s members, use the Sedan Car type (4 doors)

According to the 7 Stages of the Buying Decision Making Process, the most significant stage was The Evaluation of Alternatives Stage.

Need Recognition or Problem Recognition Stage, the study found that the buyers wanted to buy or change to the new tires when the used tires were expired, had problems/ were damaged and could not be satisfied to the customer satisfaction anymore.

Information Searching Stage, the study found that the information sources that the buyers considered and had been effected to the buyer's decision making came from the Tires's Professional Technicians or Tires's Technicians at the Auto Services/ Garages, even by asking to the people they knew and the last one was from any kinds of advertisments they had been acknowledged accordingly.

Evaluation of Alternatives Stage, the study found that the significant factor was the safety qualification of the tires they bought when they were driving.

Purchasing Processe Stage, the study found that most of the buyers chose the Michelin Brand and it was thier own making decision ,they used about a week to make the decision before buying, the frequency of buying or changing to the new tires was more than 2 years/ time, spent about 5,001-20,000 THB each time and it was the buying or changing 4 pcs of tires at the same time.

Consuming Process Stage, the study found that the most buyers paid thier attention about how to preserve the tires to use it for longer by checking the tires pressure periodically and kept the spare tires in thier cars.

Evaluation after Purchasing Processe Stage, the study found that the most buyers were satisfied about the efficiencys of the tires such as can be sticked to the road, easy to control when they made a turn and non-slippery.The most important problem they had found was the price is expensive.

Elimination Stage, the study found that the buyers eliminated the used tires by leaving at the Auto Services/ Garages.