

บทคัดย่อ

จากการที่รถยนต์เปรียบเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน การหาซื้อรถยนต์เข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน จึงนับว่าเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่ผู้คนทุกกลุ่มทุกวัยต่างคำนึงถึง ประกอบกับการที่ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ ไม่สามารถรองรับความต้องการของประชากรได้อย่างครอบคลุม จึงเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ต้องการมีรถยนต์ส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่ตนเอง งานวิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อรถยนต์ทั้งประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง และความแตกต่างของปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อระหว่างผู้ซื้อรถยนต์ 2 ประเภทนี้ ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจ โดยการสอบถามจากผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดไม่เกิน 7 คน แบ่งเป็นผู้ที่ซื้อรถยนต์ประเภทมือหนึ่ง 200 ชุด และผู้ที่ซื้อรถยนต์มือสอง 200 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาประมวลผลเชิงปริมาณเพื่อทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อรถยนต์ และความแตกต่างของปัจจัยและพฤติกรรมระหว่างผู้ซื้อรถยนต์ 2 ประเภทนี้ และวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์ โดยใช้แบบจำลองโลจิต

ผลการศึกษาพบว่า เพศชายจะซื้อรถยนต์มือสองมากกว่าเพศหญิง และหากอายุของผู้ซื้อรถยนต์เพิ่มมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะเลือกซื้อรถยนต์มือสองจะเพิ่มมากขึ้น ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 60 จะซื้อรถยนต์มือสอง รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและฮอนด้าเป็น 2 ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อรถยนต์ทั้ง 2 ประเภท กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์มือหนึ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้รถยนต์ที่มีขนาดต่ำกว่า 1,600 ซีซี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์มือสองส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใหญ่กว่าคือขนาด 1,600-1,800 ซีซี และมีระดับอุปกรณ์มาตรฐานที่ติดตั้งมาพร้อมรถยนต์ในระดับมาตรฐาน (รุ่นรองท็อป) จนถึงรุ่นพิเศษ (รุ่นท็อป) โดยมีระดับราคาไม่เกิน 500,000 บาท ผู้ที่ซื้อรถยนต์มือหนึ่งจะอาศัยแหล่งข้อมูลที่มาจากพนักงานขาย ในขณะที่ผู้ที่ซื้อรถยนต์มือสองจะอาศัยคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด และแหล่งข้อมูลจากสื่อเว็บไซต์เกี่ยวกับรถยนต์ เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการประกอบการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง และเมื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง โดยใช้แบบจำลองโลจิตใน

การวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลประเภทรถยนต์มือสอง ได้แก่ อายุ, ระดับอุปกรณ์ในรุ่นมาตรฐาน (รองท็อป), ระดับอุปกรณ์ในรุ่นพิเศษ (รุ่นท็อป), แหล่งข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิด, แหล่งข้อมูลจากพนักงานขาย, ระดับความรู้เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรถยนต์ และราคาของรถยนต์ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยผ่านการทดสอบ ณ ระดับนัยสำคัญร้อยละ 99 ส่วนปัจจัยด้านอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และแหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์รถยนต์ ผ่านการทดสอบ ณ ระดับนัยสำคัญร้อยละ 95 โดยปัจจัยทั้งหมดให้ความน่าจะเป็นในเชิงบวก ยกเว้นปัจจัยด้านราคาและแหล่งข้อมูลจากพนักงานขาย ที่ให้ความน่าจะเป็นในเชิงลบต่อการซื้อรถยนต์มือสอง

ส่วนเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์มือสองแทนการซื้อรถยนต์มือหนึ่งนั้น คือ การที่กลุ่มตัวอย่างเองหรือบุคคลที่ใกล้ชิดของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในแวดวงของรถยนต์ รวมถึงเหตุผลด้านงบประมาณที่จะซื้อรถยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้เหตุผลว่า งบประมาณที่จะซื้อรถยนต์มือหนึ่งนั้นสามารถนำเงินมาซื้อเป็นรถยนต์มือสอง จะได้ยี่ห้อ/รุ่นที่สูงกว่า หรือประหยัดเงินได้มากกว่าเมื่อนำเงินที่ใช้ซื้อรถยนต์มือหนึ่งมาซื้อรถยนต์มือสองที่เป็นยี่ห้อ/รุ่นเดียวกัน ในทางตรงกันข้าม สำหรับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์มือหนึ่งที่ไม่เลือกซื้อรถยนต์มือสองนั้น คือ การที่กลุ่มตัวอย่างนี้ได้ให้ความสำคัญกับประวัติและข้อมูลต่าง ๆ ของรถยนต์ที่จะซื้อ รวมถึงไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายจุกจิก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้มีความเข้าใจว่ารถยนต์มือสองนั้นอาจพบปัญหาได้มากกว่ารถยนต์มือหนึ่ง รวมถึงการที่กลุ่มตัวอย่างนี้ขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพ หรือมาตรฐานของพนักงานขาย และสถานที่จำหน่ายรถยนต์มือสอง