

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้ว 30 ราย จากผู้บริโภคที่มาชำระค่าวงกบกับทางบริษัทไทยพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด(มหาชน) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด(มหาชน) และผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วจากร้านทรัพย์สินเลิศ คาร์เซนเตอร์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า และแบบปลายเปิด โดยทำการเก็บข้อมูลตามที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วและบริษัทเงินทุน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอข้อมูลด้วยตารางประกอบคำบรรยาย และสรุปเป็นความเรียง

#### ผลการศึกษาพบว่า

ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและ ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้ว 3 อันดับแรก ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อันดับที่หนึ่ง คือรถยนต์ใช้แล้วที่มีความความปลอดภัยสูง ในการขับขี่ อันดับที่สอง คือ รถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมันในการเดินทาง และอันดับที่สาม คือ รถยนต์ที่มีการควบคุมการขับได้ง่าย

สำหรับข้อมูลปัญหาและความต้องการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่นั้นพบ 3 อันดับแรก ได้แก่ รถยนต์ใช้แล้วเมื่อขายต่อได้ราคาดี อันดับสอง ไม่เกิดอุบัติเหตุมาก่อน และอันดับสาม ประหยัดน้ำมัน

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และยังได้แนวทางในการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจค้ารถยนต์ใช้แล้วให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

## ABSTRACT

200815

The objective of this independent study was to study factors influencing decision making of consumers on purchasing used cars in Mueang Chiang Mai District. The sample were 30 customers in Mueang Chiang Mai District. The research tool used for collecting data were questionnaire, rating scale and open ended answer. The data were collected by inquiring used car businesses and financial company. The data analysis comprised frequency, percentage, and standard deviation.

The results of the study were as follow.

The product factor, price and place that affected consumers in purchasing decision of used cars in Mueang Chiang Mai District at highest average and the promotion factor at medium average. The top three influential factors were the product factor as follow. The first was high safety used car, the second was oil conservation used car, and the third was easy to control used car.

The top three problems and needs that influencing decision making of consumer on purchasing used cars in Mueang Chiang Mai District were as follow. The first, used car was good price for sale, the second was no accident, and the third was oil conservation.

The study findings important factors that influencing decision making of consumers on purchasing used cars in Mueang Chiang Mai District and guideline marketing development's enterprice used car directing to purpose customers in Mueang Chiang Mai District.