

ดวงทอง เวศนารัตน์ : การวิเคราะห์โครงสร้างการตัดสินใจของปัญหาการเลือกซื้อรถยนต์นั่งขนาดกลางของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยการประยุกต์เทคนิคกระบวนการข่ายงานเชิงวิเคราะห์ (AN ANALYSIS OF THE DECISION STRUCTURE OF THE MEDIUM SIZED CAR BUYING SELECTION PROBLEM OF CUSTOMERS IN BANGKOK USING THE ANALYTIC NETWORK PROCESS)

อ.ที่ปรึกษา: รศ. ดร.ชอุเวช ชาญสง่าเวช จำนวนหน้า 228 หน้า ISBN 974-17-4264-9

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งขนาดกลางของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยการประยุกต์เทคนิคกระบวนการข่ายงานเชิงวิเคราะห์ หรือ The Analytic Network Process (ANP) โดยการดำเนินการศึกษาได้ทำการศึกษาวิจัยในตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งขนาดกลางในกรุงเทพมหานครของรถยนต์ที่ผลิตในปี พ.ศ. 2545-2546 เป็นรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ขนาด 1.6-1.8 ลิตร เป็นรถยนต์นั่งสำหรับ 5 คน และขับเคลื่อนสองล้อ ซึ่งทำการศึกษาวิจัยในตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งของโตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน ในรุ่นโตโยต้า โคโรลล่า อัลติส ฮอนด้า ซิตี้ 1.7 นิสสัน ซันนี่ นีโอ และนิสสัน ซันนี่ อัลมิรา เนื่องจากรถยนต์ในรุ่นดังกล่าว เป็นตัวแทนของความนิยมสูงสุดของลูกค้าในแต่ละค่ายรถยนต์

ขั้นแรกของการดำเนินการวิจัย เริ่มด้วยการคัดเลือกหาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งขนาดกลางของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้คัดเลือกจากการออกแบบสอบถามและใช้วิธีสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้ใช้รถหรือเป็นผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อรถ และเป็นผู้นิยมรถยนต์ในรุ่นต่างๆ ซึ่งอยู่ในขอบเขตของงานวิจัย รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านรถยนต์ จากนั้นให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านรถยนต์จัดกลุ่มของเกณฑ์ และตั้งชื่อกลุ่ม เพื่อให้ได้กลุ่มของเกณฑ์ (Clusters) และเกณฑ์ย่อยภายในกลุ่ม (Elements) จากนั้นได้ทำการออกแบบสอบถามครั้งที่ 2 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรถยนต์พิจารณาความหมายของเกณฑ์และการจัดกลุ่มเกณฑ์เพื่อให้ได้เกณฑ์ที่เหมาะสมมากที่สุด จากนั้นได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมของ ANP

ผลการวิเคราะห์และประมวลผล ทำให้ทราบว่า แต่ละปัจจัยมีความสำคัญต่อผู้ซื้อรถยนต์ในกรุงเทพมหานครมากน้อยเพียงใด และนอกจากนั้นปรากฏว่า ผลการวิจัยให้สัดส่วนของคะแนนสำหรับรถยนต์ทั้งสี่รุ่นที่เป็นทางเลือกค่อนข้างใกล้เคียงกับส่วนแบ่งตลาดของปี 2546 และได้ลำดับของคะแนนของแต่ละทางเลือกตรงกับส่วนแบ่งตลาดในปีดังกล่าวด้วย อีกทั้งผลจากการวิจัยยังได้ผลที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นการสาธิตว่า เทคนิคกระบวนการข่ายงานเชิงวิเคราะห์เป็นแนวทางที่สามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างการตัดสินใจของปัญหาการเลือกซื้อรถยนต์นั่งขนาดกลางของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดี สมควร ได้รับการพิจารณาไปปรับปรุงใช้ในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้นต่อไป

4570322121: MAJOR INDUSTRIAL ENGINEERING

KEY WORD: DECISION STRUCTURE/ THE ANALYTIC NETWORK PROCESS/ MEDIUM SIZED CAR

TUANGTHONG WETSANARAT : AN ANALYSIS OF THE DECISION STRUCTURE OF THE MEDIUM SIZED CAR BUYING SELECTION PROBLEM OF CUSTOMERS IN BANGKOK USING THE ANALYTIC NETWORK PROCESS. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.CHUVEJ CHANSA-NGAVEJ, Ph.D., 228 pp. ISBN 974-17-4264-9

The purpose of this research is to study the factors which are important for customers in medium sized car buying selection in Bangkok using the Analytic Network Process. This research is to study the medium sized car market for the cars in 2002-2003 models, engine size 1.6-1.8 liters, having seats for five persons with two-wheel drive. This research is to study car buying selection of Toyota, Honda, Nissan in Toyota Corolla Altis, Honda Civic1.7, Nissan Sunny Neo, Nissan Sunny Almera because of these cars are representatives of the most popular among customers of each car company.

The first method of this research is to select the factors which are important for customers in medium sized car buying selection in Bangkok by interview with using questionnaires. The target groups are the persons who use those cars, the persons who are deciding to buy cars, the persons who admire cars within the scope of this research and the specialists in car industrial market. After that, the specialists in car industrial market group the criteria and create the name of criteria in order to get clusters and elements. Then the specialists in car industrial market consider the meaning of criteria and the criteria grouping in order to get the most suitable criteria, All data are then collected for analysis and evaluation using to the program of the ANP.

The analysis and evaluation of result reveals how important each factor is to car buyer in Bangkok Metropolitan Area. Moreover the score of each alternative is almost equal to the market share in 2003 and the priority of each alternative is similar with the market share in those years also. Moreover the result of this research is similar with the recent research. So this research demonstrates that the Analytic Network Process is an approach which can be applied well in the analysis of the decision structure of the medium sized car selection problem of customers in Bangkok and should be further considered for improvement to use in a wider scale.