

วิถีชีวิตของผู้บริโภครถยนต์ใช้แล้วในจังหวัดเชียงใหม่

LIFESTYLES OF USED CAR CONSUMERS IN CHIANGMAI PROVINCE



นายโสภณ ศรีพนมวัน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2541

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

วิถีชีวิตของผู้บริโภครถยนต์ใช้แล้วในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายโสภณ ศรีพนมวัน

ธันวาคม 2541

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร

คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลใช้แล้วของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ (2) กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นในวิถีชีวิตของผู้บริโภครถยนต์ใช้แล้วในจังหวัดเชียงใหม่ (3) จัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้บริโภคส่วนบุคคลใช้แล้วในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภครถยนต์ใช้แล้วที่มีป้ายทะเบียนรถจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 323 คน

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (close-ended questionnaire) นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ด้วยวิธีทดสอบความสัมพันธ์ (chi-square test) ทดสอบความแตกต่าง (ANOVA) และการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สมรสแล้ว ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 5,001 ถึง 10,000 บาท ต่อเดือน ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และมีรถในครอบครอง 1 คัน

กลุ่มวิถีชีวิตของผู้บริโภคสามารถจัดทั้งหมด 9 กลุ่ม คือ กลุ่มชอบความเร็วกลุ่มไฮโซ กลุ่มรักความอิสระ กลุ่มใฝ่หาความรู้ กลุ่มชอบเที่ยว กลุ่มไม่ประมาท กลุ่มติดตามข่าวรถยนต์ กลุ่มพึ่งตนเอง กลุ่มชอบแต่งรถเพื่อความบันเทิง

ความคิดเห็นในกลุ่มวิถีชีวิตพบว่ามี ความแตกต่างในกลุ่มไฮโซเมื่อจำแนกตามประเภทรถ แหล่งผลิตรถ ราคารถยนต์ ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันในกลุ่มชอบความเร็วเมื่อจำแนกตามลักษณะการซื้อรถ แตกต่างกันในกลุ่มติดตามข่าวรถยนต์ เมื่อจำแนกตามประเภทของรถ แตกต่างกันในกลุ่มพึ่งตนเอง เมื่อจำแนกตามลักษณะการซื้อรถแตกต่างกันในกลุ่มชอบเที่ยว เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อรถ

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

LIFESTYLES OF USED CAR CONSUMERS IN CHIANGMAI PROVINCE

By

SOPON SRIPHANOMWON

DECEMBER 1998

Chairman: Professor Yanyong Sitdhichai
Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing, Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were 1) to examine purchasing behavior of used car consumers in Chiangmai province; 2) to investigate activities, interests and opinions in their lifestyles; and 3) to group lifestyles of used car consumers in Chiangmai province. The research samples were 323 used car consumers in Chiangmai province.

The data were collected by means of close-ended questionnaires and analyzed by using the SPSS with the application of the chi-square test, ANOVA and factor analysis.

The results showed that the majority of the respondents were male, married, worked as private firms' employees, had income of 5,001 to 10,000 Baht per month and owned a car.

The respondents were classified into 9 groups according to their lifestyle : the speed preference group, the high class group, the freedom preference group, the search for car news group, the search for knowledge group, the

challenging group, the careful group, the self-reliance group, and the car decoration for entertainment group.

The respondents within the high class group were found to have different opinions in types of cars, car manufacturers, car prices and time spent on making purchasing decisions ; the speed preference group, methods of car purchasing ; the search for car news group, types of car ; the self-reliance group, methods of car purchasing ; and the challenging group, time spent on making purchasing decisions.