

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า
ชื่อผู้เขียน	กนิษ รัตนนนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูเบศร์ สมุทรจักร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จริญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)
ปีการศึกษา	2549

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อรถยนต์นำเข้า ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า และศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจด้านรถยนต์นำเข้าในการนำไปปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นเจ้าของ หรือครอบครองรถยนต์นำเข้า และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 408 คน คิดเป็นอัตราการตอบแบบสอบถามกลับร้อยละ 97.14 และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเกี่ยวกับการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ใช้วิธีการหาค่า Chi-Square, t-test, f-test และ ANOVA

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า

ผู้ซื้อรถยนต์นำเข้ามีพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้าแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนรถยนต์นำเข้าเมื่อระยะเวลาตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป มีการซื้อรถยนต์นำเข้าสัญชาติญี่ปุ่นมากที่สุด ซื้อรถยนต์นำเข้าเพราะมั่นใจในคุณภาพการผลิต เป็นการตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด และมีการชำระเงิน โดยการจัดไฟแนนซ์มากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นำเข้า พบว่าเพศมีผลต่อมูลเหตุสำคัญในการซื้อรถยนต์นำเข้า ส่วนสถานภาพสมรสและอาชีพมีผลต่อมูลเหตุสำคัญในการซื้อรถยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรถยนต์นำเข้า กับวิธีในการชำระเงินอีกด้วย ส่วนอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความถี่ในการเปลี่ยนรถยนต์นำเข้า มูลเหตุสำคัญในการซื้อรถยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรถยนต์นำเข้า กับวิธีในการชำระเงินอีกด้วย ส่วนระดับการศึกษามีผลต่อสัญชาติของรถยนต์นำเข้าที่ต้องการซื้อ และยังมีผลต่อมูลเหตุสำคัญในการซื้อ

รยนต์นำเข้า กับวิธีในการชำระเงินอีกด้วย ในขณะที่ขนาดครอบครัวมีผลต่อมูลเหตุสำคัญในการซื้อ รยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรยนต์นำเข้า และวิธีในการชำระเงินด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า เพศมี ผลต่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรยนต์นำเข้า และทัศนคติที่มีต่อรยนต์นำเข้า ส่วนสถานภาพ สมรสและอายุมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรยนต์นำเข้า ส่วนระดับการศึกษามีผลต่อการรับรู้ คุณค่าเกี่ยวกับรยนต์นำเข้า และทัศนคติที่มีต่อรยนต์นำเข้า ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อ ความต้องการการได้รับการยกย่อง และยังมีผลต่อการรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับรยนต์นำเข้า กับทัศนคติที่ มีต่อรยนต์นำเข้าอีกด้วย ส่วนอาชีพมีผลต่อความต้องการการได้รับการยกย่อง และความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับรยนต์นำเข้า ในขณะที่ขนาดครอบครัวมีผลต่อความต้องการการได้รับการยกย่อง

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับพฤติกรรมในการซื้อรยนต์นำเข้า พบว่า ระดับความต้องการความมั่นคงปลอดภัยมีผลต่อความถี่ในการเปลี่ยนรยนต์นำเข้า สัญชาติของ รยนต์นำเข้าที่ต้องการซื้อ มูลเหตุสำคัญในการซื้อรยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการ ซื้อรยนต์นำเข้า กับวิธีในการชำระเงินอีกด้วย ส่วนระดับความต้องการด้านสังคมมีผลต่อความถี่ ในการเปลี่ยนรยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรยนต์นำเข้า กับวิธีในการชำระ เงินอีกด้วย ส่วนระดับความต้องการการได้รับการยกย่องจากสังคมมีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ รยนต์นำเข้า ส่วนระดับการรับรู้คุณค่าเกี่ยวกับรยนต์นำเข้ามีผลต่อสัญชาติของรยนต์นำเข้าที่ ต้องการซื้อ และมูลเหตุสำคัญในการซื้อรยนต์นำเข้า ส่วนระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรยนต์ นำเข้ามีผลต่อสัญชาติของรยนต์นำเข้าที่ต้องการซื้อ และยังมีผลต่อมูลเหตุสำคัญในการซื้อรยนต์ นำเข้า กับผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรยนต์นำเข้าอีกด้วย ในขณะที่ระดับทัศนคติที่มีต่อรยนต์นำเข้ามี ผลต่อความถี่ในการเปลี่ยนรยนต์นำเข้า และยังมีผลต่อสัญชาติของรยนต์นำเข้าที่ต้องการซื้อ กับ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อรยนต์นำเข้าด้วย

<b>Thesis Title</b>	<b>The effect of psychological factors on the purchasing of imported cars.</b>
<b>Author</b>	<b>Kanit Rattananont</b>
<b>Thesis Advisor</b>	<b>Asst. Prof. Dr. Bhubate Samutachak</b>
<b>Co-Thesis Advisor</b>	<b>Asst. Prof. Dr. Charunya Parncharoen</b>
<b>Department</b>	<b>Business Administration (International Business)</b>
<b>Academic Year</b>	<b>2006</b>

### **ABSTRACT**

This research aims to examine the demographic characteristics of the imported car users, the psychological factors that effect the behavior of buying imported cars and to study the behavior of buying imported cars. The cutcomes of this study are useful for imported car traders in improving and developing their marketing strategy. A survey was conducted to collect the data from imported car users in Bangkok. A total of 408 Questionnaires were returned (97.14 % Response rate) with 400 usable for this study. The data were analyzed by using frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The chi-square, the t-test, the f-test and the (ANOVA) were also employed to determine the relationship among those factors.

The results of hypothesis' testing are:

The buyers of imported car have the behaviors of buying imported car differently, most of them changed their imported car when their car reached 6 years old or more than 6 years old of usage. The nationality of cars that buyers desire to buy mostly are Japaness imported car, in regard of confidence of the standard of the production mostly the determination of buying the cars is made by the owner of the cars and the payment of buying the car is operated by the methods of financial operation.

The testing of the relationships between the demographic characteristics and the behaviors of buying imported cars found that the respondents who have different gender have different behaviors of buying imported cars, specially on the reason why buying imported cars. The study also found that the respondents who have different marital status have different behaviors of buying imported cars, the influential person of buying imported cars and the method of the payment. The ages and the average of salary have the different results on the frequent of changing imported cars, the important reason of buying imported cars, the most influential person of buying imported cars, and the method of the

payment. Educational level has the different result on the most wanted nationalities of the cars, the important reason of buying imported cars, and the method of the payment. Moreover the size of the families has the different results on the reason of buying imported cars, the most influential person of buying imported cars, and the method of the payment.

The relationships between the demographic characteristics and the psychological factors of buying imported cars are founded. Gender has a different result on only the perception and attitude regarding imported cars. Marital status and age have the different result on the educational background. Besides, income effected has a different on the esteem needs. The perception and attitude is a part of decision to buy cars. An occupation has result of different wanted and to be acceptance and knowledge about imported cars. The level of families has the result on the most wanted imported cars.

The relationship between the psychological factors and behavior of purchasing of imported cars found the people need safety more than types of car. It is found that people want safety more than types of car. The imported cars that most people wanted have a cause from an influential person and the method of the payment. The social needs has different between frequent of changing imported cars. The esteem needs and acknowledgment of imported cars has a different result of types of car. Also the most important reason for imported cars is knowledge and understands about those cars that most people wanted. The important things about imported cars, influential person, and an attitude regarding imported cars have a different result of the types of car that most imported.