

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อรถปิคอัพมือสอง

ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายอดิศร ภูเป็่งป่น

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษา

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อปิคอัพมือสองในการศึกษานี้ได้มีการรวบรวมข้อมูลจากทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ใช้แบบสอบถามปลายเปิดในการรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรในเขตอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 314 คน ตัวแปรต้นอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ส่วนตัวแปรตาม คือพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อกระบะมือสอง

การศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อปิคอัพมือสอง มีทั้งหมด 3 ส่วนคือ ปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีผู้ซื้อรถปิคอัพมือสองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-35 ปี รองลงมาได้แก่ อายุ 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.3 อายุระหว่าง 24-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.1 และอายุระหว่าง 18-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.9 ซึ่งในปัจจุบันเพศและอายุ ก็ยังมีผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อรถปิคอัพมือสอง ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การได้รับการยอมรับจากสังคม ในขณะที่ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้อยที่สุดคือ การขึ้นขอบพรีเซนต์เตอร์รถยนต์ และผลการศึกษาปัจจัยปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ที่การตัดสินใจเป็นอย่างมากในทางตรงข้ามปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

**Independent Study Title** Consumer's Behavior in Purchasing Second Hand Pick-up Vehicle in Mae Taeng District, Chiang Mai Province

**Author** Mr.Adisorn Phupangpon

**Degree** Master of Economics

**Advisory Committee** Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit Advisor

Asst.Prof.Dr.Pairut Kanjanakaroon Co-advisor

## **ABSTRACT**

This study aimed to identify factors that affect consumer behavior in buying second hand pickup . In this study were gathered from both primary and secondary data. Tip off questionnaires to collect data. Sample of the population in Mae Taeng district . Chiang Mai 314 people independent variables used in the study. Social factors include personal factors. And the marketing mix (4P's), the dependent variable is consumer behavior in Purchasing Second Hand Pick-up Vehicle

The study found that the factors that affect consumer behavior in buying second hand pickup has 3 parts: personal factors and social factors . Factor and the marketing mix (4P's) in the individual factors was found. Are mostly second hand pickup t buyers are male. And a female, aged between 30-35 years , followed by 36 years of age, 44.3 percent aged 24-29 years accounted for 6.1 percent,

and aged between 18-23 years is 2.9 percent, which in the present. Sex and Age It also has a dramatic effect on buying second hand pickup . Social factors influencing What is the most To be accepted by society. While the social factors that influence the purchase is minimal. Favored

Presents Automobile . The study factors in the marketing mix (4P's) decision is very much in the opposite factors promotional influence. Influence the decision-making level.