

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมผู้บริโภครในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ในอำเภอเมืองชลบุรี
	จังหวัดชลบุรี
ชื่อนักศึกษา	กิตติศักดิ์ ศรีพัฒนา
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีปร์ จันทร์ทอง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมผู้บริโภครในการเลือกซื้อรถยนต์ และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภครในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ชลบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภครที่มีประสบการณ์ในการซื้อรถยนต์ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน นำไปคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับพฤติกรรมผู้บริโภครในการเลือกซื้อรถยนต์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ ด้านการหาข้อมูล ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ และด้านอิทธิพลทางสังคมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2) ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภครในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ พฤติกรรมของผู้บริโภคร การตัดสินใจเลือกซื้อ อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

Title	Consumer Behavior in Car Purchase Decision in Mueang Chonburi District, Chonburi Province
Name	Kitisak Sreepattana
Advisor	Assistant Professor Dr. Pratin Khanthong
Degree	Master of Business Administration
Year	2025

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of consumer behavior in car purchasing, and 2) compare consumers' car purchase decisions in Mueang Chonburi District, Chonburi Province, classified by personal factors. This study was quantitative research. The population consisted of consumers who had experience in purchasing cars in Mueang Chonburi District, Chonburi Province. The exact number of the population was unknown. The sample size of 400 respondents was calculated using W.G. Cochran's formula. Data were collected using the purposive sampling method, and the research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test.

The research results revealed that 1) the overall level of consumer behavior in car purchasing was at a high level. When considering each aspect from highest to lowest mean scores, all six aspects were at a high level, namely: evaluation of alternatives had the highest mean, followed by perception, information search, purchasing decision process, post purchase behavior, and social influence, which had the lowest mean respectively, 2) the comparison of consumers' car purchase decisions in Mueang Chonburi District, Chonburi Province showed that personal factors such as gender, age, education level, occupation, and monthly income were significantly different at the .05 level of statistical significance.

Keywords: Consumer behavior, Purchase decision, Mueang Chonburi District, Chonburi Province