

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร  
**ผู้วิจัย** นางสาวธิดา มากวงษ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.กานดา ไทพาณิชย์ 2) ดร.ไกร กุฑริการพ  
ปีการศึกษา 2553 จำนวน 105 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสอง

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก คือ ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อรถยนต์ ลักษณะของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง และสาเหตุในการซื้อรถยนต์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านสาเหตุในการซื้อรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 รายการ คือ ต้องการความสะดวกสบาย และด้านผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 รายการ คือ ชื่อเสียงของเต็นท์หรือของบริษัทที่มีผลต่อการซื้อ ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็น ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านลักษณะของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านลักษณะของรถยนต์มือสอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านช่วงเวลาที่ซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

**Independent study title:** Second-Handed Car Purchasing Behavior of Customers, Living in Suan Luang District, Bangkok.

**Researcher:** Miss.Tida Markwong. Degree: Master of Business Administration (General Management), Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Kanda Taipanich  
2) Dr. Kai Rithikumrop. Academic year: 2010. 105 pp. Keyword: second-handed car purchasing behavior

### Abstract

The objectives of this research were to study the second-handed car purchasing behavior of customers living in Suan Luang District, Bangkok, and to compare the behavior of customers classified by personal status. The sample included 302 customers. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The research revealed that the overall second-handed car purchasing behavior was rated at high level. Aspect analysis revealed that three of them were at the highest level—reasons to purchase, when a purchase, and supporters in purchasing was. The comparison of second-handed car purchasing behavior of customers classified by personal status revealed that customers in different personal status had no significant difference in neither overall nor specific behaviors. Item analysis found that customers with different gender, age, level of education, occupation had significantly different behavior at 0.05 in the following four items, namely purchase of a second-handed car when they had their own house, reputation of tents or corporations affecting to the purchase, second-handed cars suited those with little income, and having technician advice with you while purchasing made you feel more confident.

Student's signature .....

Independent study advisors' signature 1. .... 2. ....