

ชื่อเรื่องการค้าคั้วแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้รถจักรยานยนต์มือสอง
ของลูกค้าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน นาย เอกศาสตร์ รัตนมณี

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั้วแบบอิสระ

รศ.กัญญา กุณทีกาญจน์	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ
ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้รถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โดยการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) โดยแสดงค่า Marginal effect

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้รถจักรยานยนต์มือสองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 25 ปี มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือสูงกว่า มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีบ้านอยู่นอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร และไม่มีเงินออมต่อเดือน มีรายจ่ายต่อ 10,000 บาท ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพโสด

ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่ค่าบวกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้รถจักรยานยนต์มือสองของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 99 % ($\alpha = 0.01$) ได้แก่ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง เงินออมต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง อายุการใช้งานของรถจักรยานยนต์มือสอง และความปลอดภัยในการใช้รถจักรยานยนต์มือสอง

ส่วนปัจจัยที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ($\alpha = 0.05$) ได้แก่ อายุของกลุ่มตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์
ของร้าน และประเภทของการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง

ส่วนปัจจัยที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ได้แก่ คุณภาพของรถจักรยานยนต์มือสอง ยี่ห้อ ราคา
รถจักรยานยนต์ออกใหม่ ราคาจักรยานยนต์มือสอง การให้บริการของพนักงาน ราคาน้ำมัน
ความสะดวกรวดเร็ว และสถานที่ทำงาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Independent Study Title	Factors Influencing the Customer's Choice of Second-hand Motorcycles in Chiang Mai Municipality	
Author	Mr. Eakasart Rattanamanee	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Kanya Kunthikan	Chairperson
	Assoc. Prof. Dr. Thanes Sriwichailamphan	Member
	Asst. Prof. Dr. Pairut Kanjanakaroon	Member

ABSTRACT

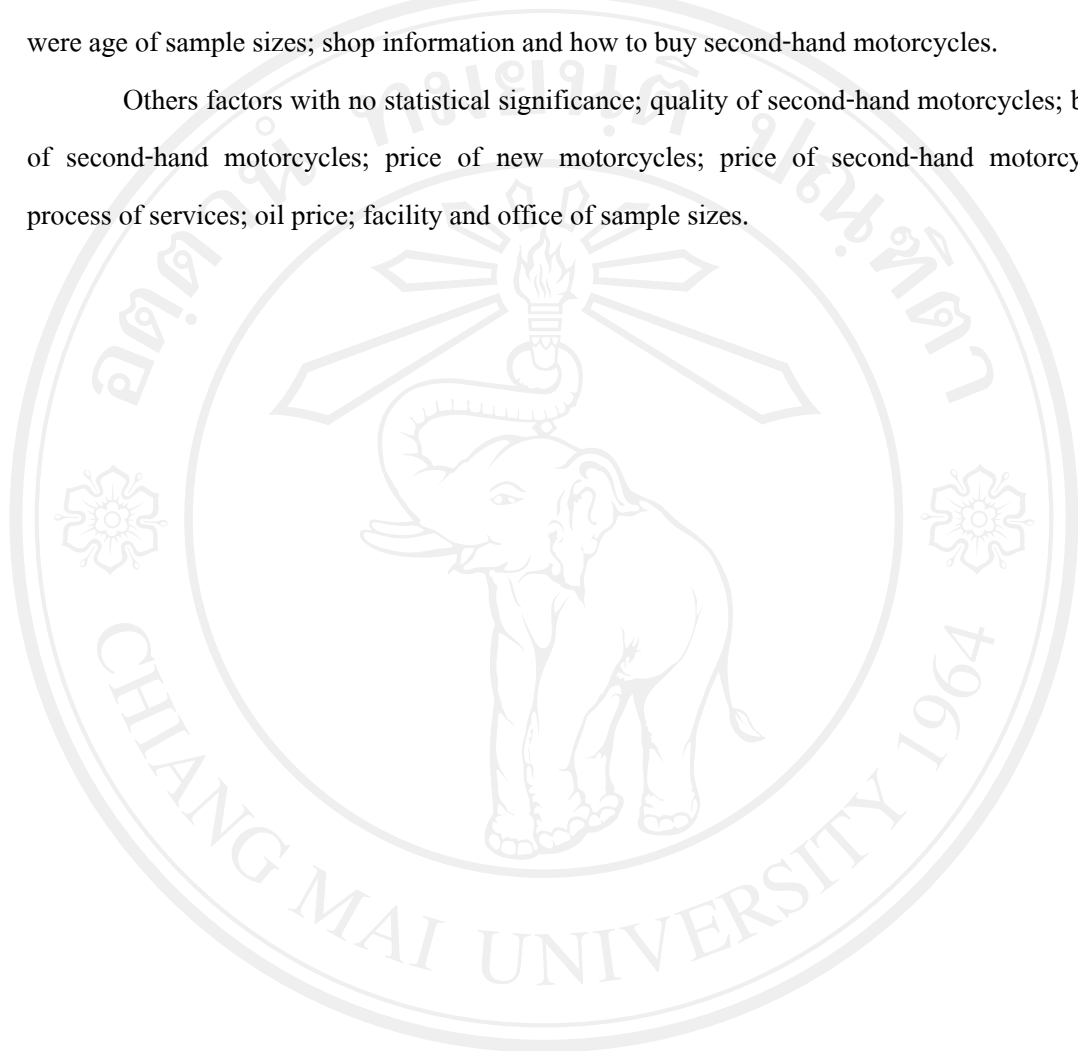
The purposes of this study were to study factors influencing the customer's choice of second-hand motorcycles in Chiang Mai Municipality. The data was collected by questionnaires from 500 people in Chiang Mai Municipality. The data obtained was analyzed by descriptive statistics. This study also employed the logit model with Maximum Likelihood Estimates and Marginal Effects Technique for the analysis.

The results of study by descriptive statistics revealed that almost of sample sizes who used the second-hand motorcycles were men; a majority were more than 25 years old; education level between diploma or higher; month revenue less than 10,000 baht; living of Chiang Mai within muang district province; worked in Chiang Mai province; do not have children, no monthly savings; almost all of sample sizes were single.

The empirical results of the study found that the factors which had a positive effect on the used second-hand motorcycles with a statistical confidence at 99 percent was revenue of sample sizes; savings of sample sizes; longevity of second-hand motorcycles and safety when

using second-hand motorcycles. The factors with the statistical confidence at the 95 percent level were age of sample sizes; shop information and how to buy second-hand motorcycles.

Others factors with no statistical significance; quality of second-hand motorcycles; brand of second-hand motorcycles; price of new motorcycles; price of second-hand motorcycles; process of services; oil price; facility and office of sample sizes.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved