

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานประเภท
เสือภูเขาของผู้ที่ปั่นจักรยานใน
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวปาริชาติ จำเขียน

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. ไพรัช กาญจนการุณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานประเภทเสือภูเขาของผู้ที่ปั่นจักรยานในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อจักรยานประเภทเสือภูเขาและพฤติกรรมตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ใช้จักรยานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ปั่นจักรยานประเภทเสือภูเขาจำนวน 300 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (snowball sampling) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เช่น ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) การจัดอันดับแบบ Likert Scale การทดสอบใช้แบบ independent sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการซื้อจักรยานเสือภูเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจักรยานเสือภูเขาจำนวน 1 คัน ยี่ห้อที่ซื้อมากที่สุดคือ Trek เหตุผลในการซื้อจักรยานเสือภูเขา คือ เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง ระดับราคาในการซื้ออยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ระยะเวลาการใช้งานของจักรยานเสือภูเขาที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ปัจจุบัน อยู่ระหว่าง 1 – 3 ปี

ผลการศึกษาพฤติกรรมการปั่นจักรยานเสือภูเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ช่วงเวลาประจำที่กลุ่มตัวอย่างออกปั่นจักรยาน คือ ตอนเย็น ความถี่ในการปั่นจักรยาน คือ 4 – 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ความถี่ในการปั่นเพื่อการท่องเที่ยว คือ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน ลักษณะการปั่น ส่วนใหญ่จะปั่นเป็นกลุ่มเล็ก น้อยกว่า 20 คน รูปแบบของสถานที่ที่ปั่นไปเป็นประจำ คือ ภูเขา รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวที่ปั่นไปเพื่อการท่องเที่ยว คือ ภูเขา จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยที่ใช้ในการปั่นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ระหว่าง 4 – 8 ชั่วโมง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อจักรยานเสือภูเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสวยงามโดยรวมของสินค้า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ราคาที่จำหน่ายมีความเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ หาสิ่งของที่ต้องการได้ง่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีพนักงานและช่างที่มีความชำนาญงาน

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยากได้ bike lane ที่เป็นเลนเฉพาะสำหรับจักรยานจริง ๆ และ ทางภาครัฐหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำป้ายแนะนำเส้นทางสำหรับปั่นจักรยานเพื่อให้นักท่องเที่ยวรวมถึงคนในจังหวัด ได้ทราบข้อมูลและใช้เส้นทางในการปั่นท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย

Independent Study Title Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision
on Mountain Bike of Riders in Chiang Mai Province

Author Miss Parichat Chamkhian

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Dr. Nisit Panthamit Advisor

Asst. Prof. Dr. Pairut Kanjanakaroon Co-advisor

ABSTRACT

This independent study has the objective to examine factors affecting consumer's purchasing decisions on mountain bikes, behavior, as well as problems, difficulties and suggestions by riders in Chiang Mai province.

The primary data for this study was compiled using questionnaires across 300 samples, as identified through the use of Purposive Sampling and Snowball Sampling. The analysis was made based on descriptive statistics including frequency, percentage and mean. In addition, the Likert Scale, Independent Sample t-test and one-way ANOVA were used.

The study's general information found that most buyers were male, aged between 40 and 49 years old, have completed their undergraduate education or comparable, entrepreneur, and, had incomes more than 25,000 Bath per month.

The study's basis information found that most buyers have one mountain bike, most frequently purchased brand is Trak, health is the main reason for purchasing a mountain bike, most common price level is between 10,001 – 30,000 Baht, and most bikes have been used between one and three years.

The behavioral results of the study showed that most riders will ride in the evening, between 4 and 5 times per week. Travel riders cycle between 2 and 3 times per month, most in small groups of less than 20 persons. Riders always go to the mountains, whether travel or leisure riders and travel for 4 – 8 hours.

The study of each factor affecting purchase found that for product factors the highest purchasing decision is based on beauty of the product, price factor is suitability of price, place factor is finding things easily, and promotion factor is service and expertise of the mechanic.

Problems, difficulties and suggestions included a bike lane and support from the government in posting road signs with bicycle routes for tourists and people in Chiang Mai province to help them ride and travel safety.