

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ
ในจังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้เขียน นางสาวพรศรี ผลพิสัยฐ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าคว่ำแบบอิสระ

อาจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารรัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ
อาจารย์ นันทนา คำนวน กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ
อีซูซุในจังหวัดเชียงราย ที่จดทะเบียนในปี 2543-2544 จำนวน 278 คน และนำข้อมูลมาประมวล
ผล โดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ซึ่งสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในจังหวัดเชียงราย จัดอันดับปัจจัยส่วน
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ มีค่าเฉลี่ยเป็น
อันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลการศึกษาปัจจัยต่างๆในรายละเอียดมีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในจังหวัด
เชียงราย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด
ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงราย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคา รถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัด เชียงรายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงรายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

Independent Study Title Factor Influencing on Buying Decision of Isuzu Pick-up Truck
in Chiang Rai Province

Author Miss Pornsri Phonpisit

M.B.A.

Examining Committee	Lecturer Petcharat Mesomboonpoonsuk	Chairman
	Asst.Prof. Dararatana Boonchaliew	Member
	Lecturer Nantana Kumnuan	Member

ABSTRACT

The objective of this independent study on “ Factor influencing on Buying Decision of Isuzu Pick-up Truck in Chiang Rai Province “ was to study factors influencing on buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province

The data was collected from questionnaires of 278 buyers of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province who registered the pick-up truck during the year of 2543 and 2544 .The data were analyzed by using statistical analysis such as frequency, percentages, average and weighted average. The results of the study were as follow:

The marketing mix factors which influenced the buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province were listed in descending order of the weighted average level as follow : product , place , price and promotion respectively. The details of the study of each factor were :

All product factors that influenced the buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province were averaged according to their importance as high average level. The product factor that was ranked as the highest average but, was rated in the highest average level was economic of oil.

All price factors that influenced the buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province were averaged according to their importance as moderate average level. The price factor that was ranked as the highest average and was rated in the high average level was reasonable price comparing with other brands.

All place factors that affected the buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province were averaged according to their importance as high average level. The place factor that was ranked as the highest average and was rated in the highest average level was having good facilities.

All promotion factors that affected the buying decision of Isuzu pick-up truck in Chiang Rai Province were averaged according to their importance as moderate average level. The promotion factor that was ranked as the highest average and was rated in the highest average level was having enough parts and good service center.