ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน

นายพันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ คร.รวี ลงกานี ประธานกรรมการ อาจารย์ สุจรรย์พินธ์ สุวรรณพันธ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีโครงการที่จะซื้อรถจักรยานยนต์ภายใน 3 ปี จำนวน 300 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณา นำเสนอ ในรูปตารางแสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาในระดับไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด

ด้านความต้องการรถจักรยานยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการ รถจักรยานยนต์ ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 101-125 ซี.ซี. ในราคา 30,001-40,000 บาท เงื่อนไขเงินดาวน์ที่ 10% และระยะเวลาการผ่อนชำระ 24 เดือน ยี่ห้อ HONDA และ YAMAHA เป็นยี่ห้อที่ต้องการซื้อมากที่สุด

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำคับ ค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยค้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ค้านผลิตภัณฑ์ ค้านราคา และค้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยค้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระคับมาก โคยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระคับมาก ในเรื่องของ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการซ่อมบำรุง การให้บริการต้อนรับคีของตัวแทนจำหน่าย และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยค้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของ การประหยัดน้ำมัน และความแข็งแกร่งปลอดภัย ในการขับขี่

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ ความสำคัญ ในระดับมาก ในเรื่องของ ราคารถจักรยานยนต์ ราคาขายต่อ ราคาซ่อมบำรุง และราคาอะไหล่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของ ส่วนลดเงินสด การรับซื้อรถเก่า ในราคาที่เหมาะสม และการบริการแนะนำของพนักงานขาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved

Independent Study Title

Factors Affecting Consumers Buying Decision of

Motorcycles in Bangkok

Author

Mr. Phanrit Kullertprasert

Degree

Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Ravi Lonkani

Chairperson

Lecturer Suchanpin Suwanapan

Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors affecting consumers buying decision of motorcycles in Bangkok. The method of data colletion was by using the questionaires. There were 300 respondents who had planned to buy the motorcycles with in 3 years. Collected data were analyzed by descriptive statistics and presented in the form of frequency table, percentage and mean value.

The results of the study showed that most of the respondents were male, ageing between 26-30 years old. Their education were lower than high school. They were mostly the private company employees with income between 50,001-10,000 Baht per month.

Most of the respondents preferred the engine size of 101-125 cc. at the price between 30,001-40,000 Baht, with 10 % down payment and 24 months installment plan, while Honda and Yamaha brand were the most popular brands.

For the marketing mix factors which affected the consumer decision of motorcycle in Bangkok, the respondents scored at the high level of importance, which arranged from highest score to the lowest as follows: place, product, price, and promotion, respectively.

Place factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were the credibility of service center, service quality and the credibility of dealer.

Product factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the highest level were the gasoline saving and solid safety of driving.

Price factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were the motorcycle price, secondhand price, maintenance and sparepart cost.

Promotion factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were a cash discount, appropriated trading price and good advice of selling officers.

