

ค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการซ่อมบำรุง การให้บริการต้อนรับคิของตัวแทนจำหน่าย และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของ การประหยัดน้ำมัน และความแข็งแรงปลอดภัย ในการขับขี่

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ ในระดับมาก ในเรื่องของ ราคาการจกักรยานยนต์ ราคาขายต่อ ราคาซ่อมบำรุง และราคาอะไหล่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของ ส่วนลดเงินสด การรับซื้อรถเก่า ในราคาที่เหมาะสม และการบริการแนะนำของพนักงานขาย

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 Lorkani 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 collection was by using the questionnaires. There were 300 respondents who had planned to buy the motorcycles within 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.

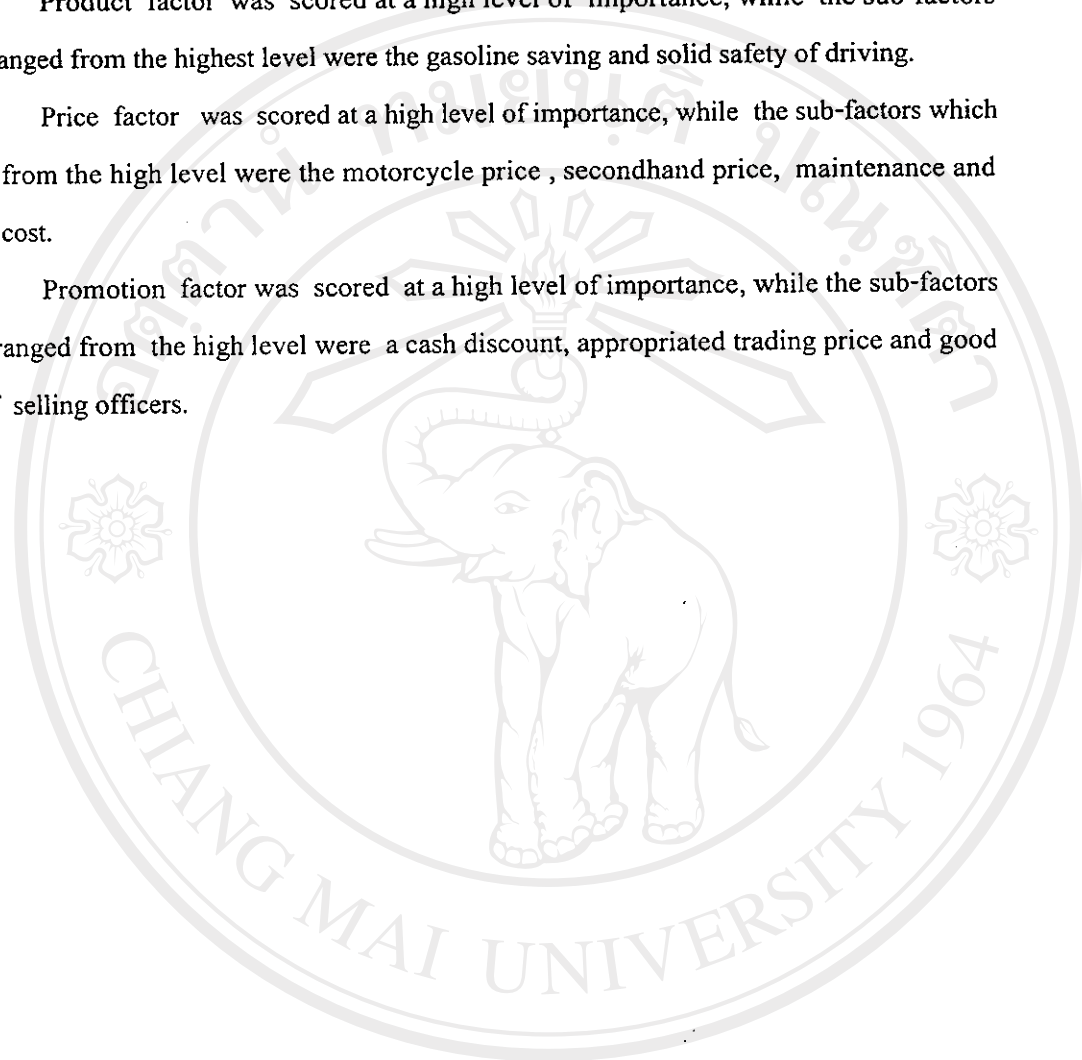
For the marketing mix factors which affected the consumer decision of motorcycle in Bangkok, the respondents scored at the high level of importance, which arranged from highest score to the lowest as follows: place, product, price, and promotion, respectively.

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.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved