

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่

ผู้เขียน นายพันธ์เพชร ฉิมเพชร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพฤษย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคั่วแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวม
ข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังตัดสินใจซื้อหรือซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ
ไปใช้งานแล้วในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้การเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก
ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงในจำนวน
ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน
บริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ใน
ครอบครัวยู่แล้ว 1-2 คัน สำหรับรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ตั้งใจจะซื้อหรือซื้อแล้วมากที่สุด
คือ ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของ
ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่
มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม
การตลาด และด้านราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ใช้ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน มีความสวยงาม และมีการรับประกันสินค้า มีผลในระดับมาก

ด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และราคาค่าซ่อมและค่าบริการของศูนย์บริการ มีผลในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย และสถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ การจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก และมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ มีผลในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี มีผลในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Consumer Buying Decision
Towards Automatic Motorcycles in Mueang Chiang Mai
District

Author Mr. Phunpet Chimpet

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Krisana Ratanapruck Chairperson

Assistant Professor Piyaphan Klunklin Member

ABSTRACT

This independent study is aimed at studying marketing mix factors affecting consumer buying decision towards automatic motorcycles in Mueang Chiang Mai district. The study was carried out by collecting data from questionnaires distributed to 200 people buying the motorcycles in the district. The samples collected had been analyzed according to the method of descriptive statistics to show its frequency distribution, percentage and average.

The outcome of the study indicates that the proportion of the male and female respondents is not different. With most under 30 years old and holding a bachelor degree, they are generally working in private companies with a monthly salary below 10,000 Baht each. Many of their families have already owned a few motorcycles. The top brand of an automatic motorcycle most respondents have bought is the Honda Click.

Every factor is seriously considered, judging from the marketing mix factors leading to the consumers' decision to buy an automatic motorcycle. However, the product factor is the most important factor followed by places, promotions and prices.

Regarding the product, most respondents have decided to buy Honda Click because of the following main reasons: user friendly, easy to ride, sophisticated look and the availability of product warranty.

When asked about the prices, most respondents are satisfied, saying the prices match the quality of the product. Moreover, they get some discounts paying cash. They are also content with the services and maintenance costs.

As regards the places, most respondents say they decide to buy the product due to the fact that there are many dealers available. A variety of colors of the product is also in stock. Moreover, it is easy to go to those dealers and they have provided convenient parking areas for customers.

Asked about the promotions, most respondents suggest the outstanding services of salesmen who have a through knowledge of the commodity and can give helpful and practical advice to clients.