

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ ใน
เขต อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นายรัฐวิทย์ พงศ์พนมมาศ

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ทวีวรรณ พรหมกันธา

หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : พฤษภาคม 2546

จำนวนหน้า : 54 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการซื้อรถของผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ ประชากรในการศึกษาคือ ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น จำนวน 300 ราย วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,000-7,000 บาท

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคามีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรถในครอบครองจำนวน 1 คัน เป็นรถจักรยานยนต์ใหม่ ยี่ห้อฮอนด้า ระยะเวลาการใช้งานรถ 7 ปีขึ้นไป ซื้อรถด้วยระบบเงินผ่อน ระยะเวลาผ่อน 2 ปี

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญต่อการวางแผนทางการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อการซื้อ โดยผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้า อุปกรณ์อะไหล่ต่างๆ และการจัดกิจกรรมการจัดจำหน่ายรถ รวมถึงการให้บริการตรวจเช็ค

และบำรุงรักษารถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นบริการหลังการขายเพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคและการให้บริการที่มีประทับใจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงกิจกรรม คุณภาพในตัวสินค้าและการบริการ

PAYAP UNIVERSITY