

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ชไมพร สุดดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-439-2

Factors influencing the motorcycles' purchasing of consumers in Bangkok

Chamaiporn Suddee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Business Administration

Department of Business Administration

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2006

ISBN 974-671-439-2

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามเป้าหมายของการศึกษา เนื่องมาจากได้รับคำแนะนำและคำชี้แนะแนวทางจากท่านผู้มีพระคุณหลายท่าน จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่นำมากล่าวถึงในโอกาสต่อไปนี้ บุคคลท่านแรกที่จะกล่าวถึงเป็นผู้มีพระคุณต่อผู้เขียนเป็นอย่างยิ่ง ท่านคอยให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในด้านการเงินจนทำให้ผู้เขียนได้มีโอกาสประสบความสำเร็จตามที่ตั้งใจนั้นก็คือ บิดามารดา ที่ทำให้บรรลุถึงความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยหากปราศจากรองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ ที่ชี้แนะทางผู้เขียนให้ได้เลือกทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดีตลอดมา ท่านได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อคอยให้คำแนะนำปรึกษา คอยชี้แนะแนวทางในการทำให้อุปสรรคต่าง ๆ หมดไปด้วยความเอาใจใส่อย่างดี และยังเป็นผู้ที่มีความสำคัญจนบรรลุถึงความสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ และรองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย คอยให้คำแนะนำปรึกษาในทางสถิติเป็นอย่างดีมาโดยตลอด และบุคคลที่ผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่เป็นผู้ที่ทำให้ผู้เขียนประสบความสำเร็จนั้นก็คือท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า ผู้อำนวยการคณะบริหารธุรกิจ ที่เป็นอาจารย์ที่ได้สอนหลักวิชาการให้กับข้าพเจ้า รวมทั้งให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือในด้านการสนับสนุนด้านการเสนอแนะทางด้านวิชาการ รวมถึงหลักวิชาความรู้ในการทำวิทยานิพนธ์เพื่อให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้เป็นอย่างดีตลอดมา ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่กล่าวมาทั้งสิ้นได้ให้โอกาสให้ผู้เขียนได้บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ที่สุด

ชไมพร สุคติ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	5
2. แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ทฤษฎีทางการตลาด.....	6
2.2 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
2.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2.4 อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์.....	12
2.5 แนวความคิดทางการตลาด.....	20
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 กรอบแนวคิดของการ.....	33
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	35
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3.5 การกำหนดคะแนน.....	36
3.6 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	37
3.7 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
3.9 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	38
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง.....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยซื้อของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
4.3 ส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	45
4.4 ผลการวิเคราะห์การซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
4.5 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	49
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	75
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	75
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	76
5.3 อภิปรายผล.....	77
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	79
5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	80
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	84
ประวัติผู้เขียน.....	90

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คำถาม 6 Ws และ 1H และคำตอบ 7Os เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
2.2 ตารางแสดงยอดขายรถจักรยานยนต์ของเดือนกันยายน พ.ศ. 2548.....	19
2.3 10 อันดับรถจักรยานยนต์ยอดนิยมในปี พ.ศ. 2548 (ม.ค.-ก.ค.).....	20
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	40
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
4.3 ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสนใจ ด้านผลิตภัณฑ์.....	45
4.4 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสนใจด้านราคา.....	46
4.5 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสนใจ การจัดจำหน่าย.....	46
4.6 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสนใจ การส่งเสริมการตลาด.....	47
4.7 ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสนใจ ของการซื้อรถจักรยานยนต์.....	48
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการซื้อรถจักรยานยนต์ ที่ใช้ในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างก่อนซื้อได้เปรียบเทียบกับ ยี่ห้ออื่น ๆ ที่ผู้บริโภคซื้อเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	50
4.10 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรูปแบบรถจักรยานยนต์ที่ ผู้บริโภคซื้อเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	52
4.11 ผลการทดสอบ ความแตกต่างระหว่างระดับราคาจักรยานยนต์ ที่ผู้บริโภคซื้อเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	55
4.12 ผลการทดสอบ ความแตกต่างระหว่างยี่ห้อรถจักรยานยนต์ ที่ผู้บริโภคซื้อเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ผลการทดสอบ ความแตกต่างระหว่างเหตุผลที่ผู้บริโภครู้ กับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	60
4.14 ผลการทดสอบ ความแตกต่างระหว่างความชอบยี่ห้อ รถจักรยานยนต์ที่ผู้บริโภครู้กับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	63
4.15 ผลการทดสอบ ความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์ที่ ผู้บริโภครู้กับคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	66
4.16 ผลการทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปรียบเทียบหรือไม่ได้เปรียบเทียบแตกต่างกัน.....	69
4.17 ทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อรูปแบบรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน.....	70
4.18 ผลการทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อแตกต่างกัน.....	71
4.19 ผลการทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อเหตุผลที่ซื้อแตกต่างกัน.....	73
4.20 ผลการทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อรถจักรยานยนต์ที่ชอบซื้อแตกต่างกัน.....	75
4.21 ผลการทดสอบให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ที่ซื้อแตกต่างกัน.....	74

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ขอดำหนดอัตราจักรยานยนต์ประจำปี 2548 (ม.ค.-ก.ย.)	2
1.2 ขอดำหนดอัตราจักรยานยนต์ 9 เดือนแรกของปี 2548 (แยกตามประเภท).....	3
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	33

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางแสดงยอดขายรถจักรยานยนต์ของเดือนกันยายน พ.ศ. 2548.....	21
2 10 อันดับรถจักรยานยนต์ยอดนิยมในปี พ.ศ. 2548 (ม.ค.-ก.ค.).....	22
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	42
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	42
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	43
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	44
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมตัวท่าน.....	44
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์.....	45
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการซื้อรถจักรยานยนต์ ได้เปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ หรือไม่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	45
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปทรงรถจักรยานยนต์.....	46
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับราคาจักรยานยนต์.....	46
13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์.....	47
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลปัจจัยต่อการซื้อรถจักรยานยนต์.....	47
15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความชอบยี่ห้ออะไรมากที่สุด.....	48
16 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ความสำคัญ ของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์.....	49
17 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ความสำคัญ ของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้าน ราคา.....	50
18 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ ความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	50
19 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ ความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	51
20 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ ความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	52
21 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ ความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	52
22 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	53
23 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการให้ ความสำคัญของการซื้อรถจักรยานยนต์.....	54

51	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาของผู้บริโภคซื้อกับรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	68
52	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้ออะไรที่ผู้บริโภคซื้อกับ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	69
53	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อกับรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	69
54	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างชอบยี่ห้ออะไรมากที่สุดที่ผู้บริโภคซื้อกับรายได้ ส่วนตัวต่อเดือน.....	70
55	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างก่อนซื้อได้เปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆหรือไม่ที่ ผู้บริโภคซื้อกับจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	70
56	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบรถจักรยานยนต์ที่ผู้บริโภคซื้อกับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	71
57	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาของผู้บริโภคซื้อกับจำนวนสมาชิกในครอบครัว..	71
58	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้ออะไรที่ผู้บริโภคซื้อกับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	72
59	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อกับจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	72
60	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างชอบยี่ห้ออะไรมากที่สุดที่ผู้บริโภคซื้อกับจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	73
61	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างชอบยี่ห้ออะไรมากที่สุดที่ผู้บริโภคซื้อกับจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	73
62	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบรถจักรยานยนต์ที่ผู้บริโภคซื้อกับวัตถุประสงค์ ในการซื้อ.....	74
63	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาของผู้บริโภคซื้อกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ.....	74
64	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้ออะไรที่ผู้บริโภคซื้อกับ วัตถุประสงค์ในการซื้อ.....	75
65	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ.....	75
66	แสดงผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างชอบยี่ห้ออะไรมากที่สุดที่ผู้บริโภคซื้อกับวัตถุประสงค์ ในการซื้อ.....	76
67	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อการ เปรียบเทียบก่อนการซื้อรถจักรยานยนต์.....	77
68	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบ รถจักรยานยนต์.....	78
69	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มี ระดับราคาซื้อ.....	79
70	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่จะ ซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้ออะไร.....	80

71	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีเหตุผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์.....	81
72	แสดงผลการทดสอบระดับความสนใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่ชอบยี่ห้อรถจักรยานยนต์.....	83

DRPU

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ประจำปี 2548 (ม.ค.-ก.ย.).....	3
2	ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ 9 เดือนแรกของปี 2548 (แยกตามประเภท).....	4
3	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9

DPU