

บุญเชิด ศิริยศ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้าจาก  
ตัวแทนจำหน่ายบริษัทโตโยต้า ออยุธยา จำกัด. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).  
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.  
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กิติมา ทามาดี

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถโตโยต้า จากตัวแทนจำหน่าย บริษัทโตโยต้า ออยุธยา จำกัด 2) ปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้า 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้า และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ซื้อและใช้บริการกับตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า ออยุธยา จำกัด จำนวน 374 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test และ LSD. ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน

2. ปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้าจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า ออยุธยา จำกัด ลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์รุ่น VIGO ขนาดเครื่องยนต์ 2500 cc สีบอร์นเงิน ประเภทรถกระบะบรรทุกส่วนบุคคล เชื้อเพลิงดีเซล และชำระค่าซื้อโดยเงินผ่อน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าโดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า ออยุธยา จำกัด ในระดับมากที่สุด และปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า ออยุธยา จำกัด อยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้าต่างกัน โดยรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ จากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า ออยุธยา จำกัด ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยด้านราคาและด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีวิธีการชำระค่าซื้อรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน และลูกค้าที่เลือกประเภทของรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Buncherd Siriyos. (2008). **The Factors Affecting the decision of Customers on Purchasing**

**Toyota Cars from Dealers of Ayutthaya Toyota Company Limited.** A term paper for M.B.A.(General Management). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor: Dr. Kittima Tamalee.

### **ABSTRACT**

The purposes of this research were to 1) study the personal factors of the customers who decided to buy Toyota cars from the dealers of Ayutthaya Toyota Company Limited, 2) to study the selection factors of the customers, 3) to examine the factors affecting the decision of the customers, and 4) to compare the personal factors affecting the decision of the customers and the selection factors . The sample group consisted of 374 customers who bought the cars and used the services of the dealers of Ayutthaya Toyota Company Limited. The instrument was the questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD. The finding revealed as follows :

1. Most customers are male, aged 25 -35 years. Their education background are bachelor degrees or higher. They are businesspeople / merchants. Their monthly incomes are 15,001 – 30,000 baht. They are married. There are 3 – 4 people in their families.

2. Most customers decide to buy personal pickup trucks, blond – silver Toyota VIGO 2500 cc with Diesel engines. They pay for their cars in installments.

3. The factors affecting the purchase decision of the customers at a high level are the products, and prices, the service procedures affect their decision at the highest level, and the distributing channels, marketing promotion and service staff affect their decision at a high level.

4. The customers with various personal factors and selection factors have no different purchase decisions. The different education backgrounds, prices and service staff of the customer affect their purchase decisions differently. The different ways of their payment, distributing channel and service staff affect their purchase decisions differently. The different kinds of cars and distributing channels affect their purchase decisions at a significant level of .05.