



ปิยวรรณ คงสม โอบอฐ. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของ

ลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :
ดร.ปรีชา วรรัตน์ไชย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและพฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 316 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าที ค่าเอฟ และค่าไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,000 - 9,999 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองลูกค้าส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง คือ รูปลักษณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย การเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง คือ ร้านค้าทั่วไปที่จำหน่าย ประเภทรถจักรยานยนต์มือสองที่เลือกซื้อคือ ฮอนด้าเวฟ ราคาจักรยานยนต์มือสองที่ซื้อ 30,001 - 40,000 บาท ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์มือสองที่ใช้คือ 125 ซีซี และมีวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถจักรยานยนต์มือสองคือผ่อนชำระเป็นงวดๆ ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านพนักงานให้บริการ มีการตัดสินใจซื้อในระดับมากทุกด้าน

ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และส่วนลูกค้าที่มีหารถจักรยานยนต์มือสองที่ซื้อแตกต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

อายุ และระดับการศึกษาของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของลูกค้าร้านวโรคมอเตอร์ไซค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำ



Piyawan Khongsomod. (2013). **Marketing Factors Affecting Selection in Buying Second-handed**

Motorcycles of Customers at Worachoke Mortorcycles in Phranakhon Si Ayutthaya.

An Independent Study MBA (Business Administration), Phranakhon Si Ayutthaya:

Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor: Dr. Preecha Wararatchai.

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the customers' personal factors and behaviors in selecting to buy the second-handed motorcycles at Worachoke Mortorcycles in Phranakhon Si Ayutthaya; 2) investigate the marketing factors affecting the customers' decision in buying the second-handed motorcycles; 3) compare the factors affecting the customers' decision in buying the second-handed motorcycles in relation to the personal factors; 4) compare the marketing factors affecting the customers' decision in buying the second-handed motorcycles in relation to their behaviors in selecting to buy the second-handed motorcycles; and 5) seek the relationship between the customers' personal factors and their behaviors in selecting to buy the second-handed motorcycles at Worachoke Mortorcycles in Phranakhon Si Ayutthaya. The data were collected from 316 customers buying the second-handed motorcycles at the shop. The instrument was a questionnaire. The statistical analysis was performed in terms of frequency, percentage, t-test, F-test and Qui-square.

The findings revealed that most customers were female, in the ages of 26 – 35, finished high school and vocational certificates, worked as employees in private companies, earned 7,000 – 9,999 baht per month and were single. Regarding their behaviors in selecting to buy the second-handed motorcycles, most of their reasons revealed on modern looks and technology. The target in selecting to buy the second-handed motorcycles was at general shops selling motorcycles. The favorite brand of the second-handed motorcycles was Honda Wave. The prices bought were during 30,001 – 40,000 baht. The size of the favorite motorcycles was 125CC and way in paying for the second-handed motorcycles was on installment plans. In light of the marketing promotion affecting the customers' decision in buying the second-handed motorcycles, high levels of their decision revealed on the products, prices, demonstration channels, marketing promotion, the service procedures, places and physical environment and the officers giving the services.

According to the marketing factors, differences in the customers' careers affected differences in their decision in buying the second-handed motorcycles, and differences in the customers' prices in buying the motorcycles affected differences in their decision in buying the second-handed motorcycles at Worachoke Mortorcycles in Phranakhon Si Ayutthaya.