

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า จากตัวแทนจำหน่าย บริษัทโตโยต้า อูรุชยา จำกัด 2) ปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้ำ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้ำ และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ของลูกค้ำ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์โตโยต้าโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จากลูกค้ำที่ซื้อและใช้บริการกับตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า อูรุชยา จำกัด จำนวน 374 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test และ LSD. ผลการวิจัยพบว่า

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

2. ปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์จากตัวแทนจำหน่าย บริษัทโตโยต้า อูรุชยา จำกัด ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์รุ่น VIGO ขนาดเครื่องยนต์ 2500 cc สิบอร์นเงิน ประเภทรถกระบะบรรทุกส่วนบุคคล เพื่อเพื่องานและชำระค่าซื้อ โดยเงินผ่อน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้ำโดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้ำจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า อูรุชยา จำกัด ในระดับมากที่สุด และปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของลูกค้ำจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า อูรุชยา จำกัด อยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้ำต่างกัน โดยรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ จากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า อูรุชยา จำกัด ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยด้านราคาและด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน ลูกค้ำที่มีวิธีการชำระค่าซื้อรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน และลูกค้ำที่เลือกประเภทของรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

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.