รัศมี์ริน ธิติมุทา 2557: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม) สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ภูวาเดช โหราเรือง, D.P.A. 185 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคล ศึกษาลักษณะองค์กร ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อขององค์กรเอกชน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนครองตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก เครื่องมือและตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับฝ่ายการตลาดหรือผู้จัดการของผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุก จำนวน 14 คน และแบบสอบถามสำหรับองค์กรเอกชนผู้ซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนครองตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ในภาคตะวันออก จำนวน 352 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร และลักษณะขององค์กรเอกชนผู้ซื้อรถกระบะด้านประเภทธุรกิจขององค์กรที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่วนใหญ่มีลักษณะการซื้อรถกระบะขององค์กรคือ เป็นการซื้อซ้ำโดยการเปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ (Place, Service) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price) ตามลำดับ

_______________________________ ____________________________ ____ / ____ / ____

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์