

## T158139

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีโครงการที่จะซื้อรถจักรยานยนต์ภายใน 3 ปี จำนวน 300 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปตารางแสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาในระดับไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด

ด้านความต้องการรถจักรยานยนต์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรถจักรยานยนต์ ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 101-125 ซี.ซี. ในราคา 30,001-40,000 บาท เงินผ่อนเริ่มต้นที่ 10 % และระยะเวลาการผ่อนชำระ 24 เดือน ยี่ห้อ HONDA และ YAMAHA เป็นยี่ห้อที่ต้องการซื้อมากที่สุด

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการซ่อมบำรุง การให้บริการต้อนรับคิของตัวแทนจำหน่าย และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของ การประหยัดน้ำมัน และความแข็งแรงปลอดภัยในการขับขี่

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ ในระดับมาก ในเรื่องของ ราคาจักรยานยนต์ ราคาขายต่อ ราคาซ่อมบำรุง และราคาอะไหล่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของ ส่วนลดเงินสด การรับซื้อรถเก่า ในราคาที่เหมาะสม และการบริการแนะนำของพนักงานขาย

**TE 158139**

The purpose of this independent study was to study the factors affecting consumers buying decision of motorcycles in Bangkok. The method of data collection was by using the questionnaires. There were 300 respondents who had planned to buy the motorcycles within 3 years. Collected data were analyzed by descriptive statistics and presented in the form of frequency table, percentage and mean value.

The results of the study showed that most of the respondents were male, ageing between 26-30 years old. Their education were lower than high school. They were mostly the private company employees with income between 50,001-10,000 Baht per month.

Most of the respondents preferred the engine size of 101-125 cc. at the price between 30,001-40,000 Baht, with 10 % down payment and 24 months installment plan, while Honda and Yamaha brand were the most popular brands.

For the marketing mix factors which affected the consumer decision of motorcycle in Bangkok, the respondents scored at the high level of importance, which arranged from highest score to the lowest as follows: place, product, price, and promotion, respectively.

Place factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were the credibility of service center, service quality and the credibility of dealer.

Product factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the highest level were the gasoline saving and solid safety of driving.

Price factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were the motorcycle price, secondhand price, maintenance and sparepart cost.

Promotion factor was scored at a high level of importance, while the sub-factors which arranged from the high level were a cash discount, appropriated trading price and good advice of selling officers.