

การผลิตชิ้นส่วนและการประกอบยานยนต์ไทย ถือได้ว่าเป็นภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งภาครัฐได้ให้การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเกิดการพัฒนาและมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง ผู้บริโภคให้ความสนใจในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการทุกราย มีการกำหนดแผนงานจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดใจและช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

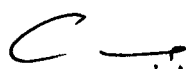
ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยด้านของแถมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,800 ซีซี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,800 ซีซี จดทะเบียนไม่เกิน 6 เดือน จำนวนทั้งสิ้น 440 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และผู้ประกอบการจัดจำหน่ายสินค้าส่งเสริมการขาย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลคือ สมาชิกในครอบครัว สีที่ชอบคือสีดำกับสีบรอนซ์เงิน ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อคือสมรรถนะของรถยนต์และการลดราคา ส่วนใหญ่เห็นว่าของแถมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลาง มูลค่าของแถมผู้จัดจำหน่ายได้บวกมูลค่าบางส่วนไปกับราคารถยนต์ และพอใจต่อวิธีการลดราคาแทนการให้ของแถม ถ้าราคาที่ลดให้ใกล้เคียงหรือเท่ากับของแถมรายการของแถมทราบจากสื่อในงานมอเตอร์โชว์ และมีการตรวจสอบรายการของแถมก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ รายการของแถมได้แก่ ประกันภัยชั้น 1 ต้องการของบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด ฟิล์มติดรถยนต์ยี่ห้อ 3M ซีดีเซนเจอร์ 6 แผ่นยี่ห้อ Sony สปอยเลอร์เป็นของแท้จากบริษัทผู้ผลิตยี่ห้ออื่นๆ

พ่นกันสนิมและเคลือบเงารถยนต์ยี่ห้อ 3M เครื่องมือฉุกเฉิน กรอบป้ายทะเบียน และผ้ายางปูพื้นรถยนต์ ม่านบังแดดไม่ควรมีลวดลาย กรอบป้ายทะเบียนควรมีสีโครเมียมไม่มีลวดลาย น้ำหอมปรับอากาศควรเป็นชนิดน้ำ ผ้ายางปูพื้นควรเป็นแบบเข้ารูปกับพื้นรถยนต์มีความหนา 1 เซนติเมตรเป็นยางสังเคราะห์มีลายตัวหนังสือยี่ห้อรถยนต์ พรหมน้ำรถควรเป็นแบบเข้ารูปขนสั้น ไม่เก็บฝุ่น ปลอกหุ้มเข็มขัดนิรภัยควรมีสีสันและมียี่ห้อรถยนต์ ม่านบังแดดกระจกข้างควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อรถยนต์ พวงกุญแจควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อรถยนต์ หมอนหนุนคอควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อรถยนต์ หมอนพิงหลังควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อของรถยนต์ ถาดเก็บของด้านหลังรถยนต์ควรเป็นแบบเข้ารูปกับพื้นกระโปรงหลังถึงขะควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อรถยนต์ ปลอกหุ้มพวงมาลัยควรเป็นสัญลักษณ์ของยี่ห้อรถยนต์ รวมทั้งต้องการควรมีสัญลักษณ์ของยี่ห้อของรถยนต์มีรูปแบบเป็นทรงกลม และการรับประกันรถยนต์ควรเป็นแบบกำหนดระยะเวลาไม่จำกัดระยะทาง

ส่วนการเปรียบเทียบปัจจัยด้านของแถมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,800 ซีซี พบว่าขึ้นอยู่กับเพศ มีจำนวน 15 รายการ ขึ้นอยู่กับอายุ มีจำนวน 9 รายการ ขึ้นอยู่กับวุฒิการศึกษา มีจำนวน 5 รายการ ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มีจำนวน 18 รายการ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านของแถมกับสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัว พบว่ามีความแตกต่าง และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านของแถมกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านวุฒิการศึกษาโดยภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกัน โดยงานวิจัยครั้งนี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 195 หน้า)



ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Thai car parts production and car assembly industry are considered to be important to the economic system of the country. The government sector has promoted and supported this industry continuously, resulting in its sustainable and continuous development and expansion. Currently, consumers are interested in choosing and buying cars more causing high competition among dealers and entrepreneurs. Sale promotions including discounts, exchange, and giving gifts are planned and launched to attract more customers and to accelerate their decisions.

The purpose of this study was to investigate the factors, especially those related to giving gifts, affecting customers' decision to buy cars with not exceeding 1,800 ml. engines. The subjects of the study were 440 owners of cars which had been registered up to 6 months. Questionnaires and interviews were used to collect the data. Descriptive and referential statistics were used to analyze the data. It was hoped that this study would be beneficial to automobile business and entrepreneurs of gift commodity.

It was found that most respondents of this study were male, aged between 25-35 years, with bachelor's degree and monthly income of 50,000 baht upward. Their family members most influenced their decision to buy cars. Their favorite colors were black and silver. The major factors affecting their decision were the car capacity and discount. Gifts affected their decision at the moderate level as they knew that the dealers had partially added up their price to the cars' already. Therefore, most of them preferred discount to gifts, especially if the amount of the discount was equal or close to that of the gifts. They learned about those gifts from the media in motor show exhibitions. They usually checked the list of gifts before making decision. Gifts offered and preferred included first class car insurance, 3M sunlight filtered film, Sony CD player with 6 CD changer, genuine spoiler produced

by the car company, rust prevention spraying, 3 M car color coating, emergency tools, chromium register plate frames, and synthetic 1-centimeter-thick rubber sheets fitting car floors, sun shades without any patterns, short-fur dashboard carpets, safety belt covers, key rings, pillows, cushions, trays that fit the car trunks, dust bins, steering wheel covers, round umbrella, all of which should contain the car logos. The warranty of the cars should be based on time length rather than on distance run.

The investigation on factors related to gifts that affected the decision to buy cars with not exceeding 1,800 ml engines revealed that 15 gift items depended on sex, 9 on age, 5 on educational background, and 18 on family monthly income. According to the comparison of gift preference of respondents of different sex, age, and average family income, it was found that they had different preference about gifts. However, no difference was found among the respondents with different educational background. The significance level of this study was set at .05.

(Total 195 pages)

*Prasong Pornjindarak*

Chairperson