

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซด์ฮาร์เลย์ เดวิดสัน” เป็นการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ รวมทั้งแรงจูงใจและพฤติกรรมในการซื้อมอเตอร์ไซด์ ฮาร์เลย์ เดวิดสันของผู้บริโภค ตลอดจนช่องทางของการเปิดรับข่าวสารในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ผลของการศึกษาในครั้งนี้ที่น่าที่จะเป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่ตัวแทนจำหน่ายจะได้นำผลสำรวจไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการสื่อสารและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารให้เหมาะสมกับองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษาและพิจารณาถึงข้อมูลในการตัดสินใจซื้อมอเตอร์ไซด์ ฮาร์เลย์ เดวิดสันได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมอเตอร์ไซด์ ฮาร์เลย์ เดวิดสัน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมอเตอร์ไซด์ ฮาร์เลย์ เดวิดสันของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมอเตอร์ไซด์ ฮาร์เลย์ เดวิดสันของผู้บริโภค

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการประกอบการศึกษานี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะและประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม และทฤษฎีการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคมอเตอร์ไซด์ฮาร์เลย์ เดวิดสันเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ยประมาณ 33-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ทั้งหมดมีรายได้ตั้งแต่ 35,000 บาทขึ้นไป

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จะพบว่าปัจจัยทางสังคมและปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มคนใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ทั้งเพื่อนและครอบครัว ส่วนปัจจัยทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยจะพิจารณาจากรูปลักษณ์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ความต้องการสิ่งที่ฟุ่มเฟือยในผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากการใช้จำเป็นหรือปัจจัยสี่ จะถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าทางการตลาดหรือสิ่งเร้าภายนอกเข้ามากระตุ้นในกลองดำของผู้บริโภค โดยจะกลองดำจะเป็นกระบวนการตัดสินใจที่เกิดภายในสมองของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การตอบสนองของผู้บริโภคในเรื่องของการตัดสินใจซื้อในที่สุด

และจากผลการศึกษาด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ในการศึกษาและหาข้อมูล คือสื่อนิตยสารเฉพาะและสื่ออินเทอร์เน็ต แต่สื่อที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจซื้อทั้งหมดคือ สื่อบุคคล ซึ่งเป็นสื่อที่ให้รายละเอียดของมอเตอร์ไซด์ในเรื่องต่างๆได้ดี เช่นราคา ประสิทธิภาพในการขี่และทัศนคติต่างๆ