



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์ของประชาชน  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**FACTORS AFFECTING MOTORCYCLE PURCHASING DECISION  
OF PEOPLE IN AMPHUR MUANG, CHANGWAT CHIANGMAI**

นางสาวสุวิชา ข่วงอรินทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2543

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชน

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวสุวิชา ช่างอรินทร์

พฤษภาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัญชา ไครวิทยาคุณ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภครถจักรยานยนต์ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 16 ตำบล ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ผลการวิจัยมีดังนี้

ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 23 ปี มีสถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-5 คน มีอาชีพเป็น นักเรียน นักศึกษา การศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ เพื่อใช้เดินทางในชีวิตประจำวัน โดยแหล่งข้อมูลในการซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างมาจาก แหล่งครอบครัว เพื่อน

เพื่อนบ้าน และเพื่อนที่ทำงาน เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พิจารณาที่คุณภาพดีเป็นอันดับแรก จำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัวโดยเฉลี่ยแล้วมีครอบครัวละ 1 คัน ครายี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่นิยมซื้อ คือ ทรายนด้า เนื่องจากมีคุณภาพดี ประเภทของรถจักรยานยนต์ที่นิยมซื้อคือ รถครอบครัว สถานที่ที่นิยมซื้อรถจักรยานยนต์ พบว่าซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่ายโดยทั่วไป ลักษณะการซื้อรถจักรยานยนต์นิยมซื้อคันใหม่มากกว่ารถมือสอง ความถี่ในการซื้อรถจักรยานยนต์อยู่ในช่วง 5 ปี ต่อ 1 คัน ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ใช้เวลา 15-30 วัน บุคคลส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ บิดา-มารดา วิธีการชำระเงินส่วนใหญ่นิยมชำระโดยเงินสด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ที่จัดว่ามีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยอื่นๆ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาที่ผู้ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์พบ คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งพบปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจในการได้รับบริการจากร้านตัวแทนจำหน่าย ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนบริการอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการบริการปกติ พบว่าส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่ต้องการ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ซึ่งใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรทดสอบหาความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ พบว่า ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ส่วนตัวแปรระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่ามีความสัมพันธ์

ในการทดสอบสมมติฐานด้านความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อเหตุผลที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในตัวแปรเพศ แต่มีความแตกต่างกันในตัวแปร อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนแหล่งข้อมูลในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่ประชาชนมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกตัวแปร ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานด้านเหตุผลที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ตราที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่า ตัวแปร

เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรรายได้ และ อาชีพ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานด้านความคิดเห็นที่มีต่อประเภทของรถจักรยานยนต์ พบว่า มีความแตกต่างกันใน ตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์ พบว่า มีความแตกต่างกันในทุกตัวแปร

## ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

### FACTORS AFFECTING MOTORCYCLE PURCHASING DECISION OF PEOPLE IN AMPHUR MUANG, CHANGWAT CHIANGMAI

By

SUVICHA KOUNGARIN

NOVEMBER 2000

Chairman: Assistant Professor Bancha Triwittayakhun

Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,  
Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research were to examine 1) personal and external factors affecting motorcycle purchasing decision of people in Amphur Muang, Chiangmai; 2) their motorcycle purchasing behavior; 3) their problems and obstacles concerning motorcycle purchasing. The data was collected by means of questionnaires from 400 multi-stage sampled people over 15 years old in 16 tambons, and analyzed with the use of the SPSS for Windows. The findings were as follows:

Most of the respondents were female, less than 23 years old, single, had 3-5 family members, and were high school or university students. Their highest level of education was a bachelor degree and their income was 5,000-10,000 baht per month.

Their reasons for purchasing motorcycles was for daily life use. Information sources for buying motorcycles were family members, friends, neighbors, and colleagues. Quality was the most important thing to consider when buying motorcycles. Each family has one motorcycle on average. Honda was popularly bought because of its good quality. The motorcycles were bought from general dealers for use in families.

New motorcycles were preferable to second-hand ones. A new one was bought every 5 years. The decision making time was 15-30 days. People most influencing their decision were their parents. Most of them paid for the motorcycles in cash.

The factors affecting motorcycle purchasing decision at a high level were product factor, price factor, channel of distribution and others, but promotion factor affected their decision at a moderate level.

The obstacles faced by motorcycle purchasers at a moderate level were product, price, channel of distribution and promotion problems. Their satisfaction with the dealers services were at a moderate level. They did not need other special services from the dealers.

The hypothesis test revealed that sex, age, marital status did not affect their purchasing decision but education and occupation did.

The hypothesis test on reasons for motorcycle purchasing revealed that sex did not cause differences in reasons but age, marital status, education and occupation did. The respondents were found not to be different in their sources of information for purchasing decision. Sex, age, marital status and education did not cause differences in the make of motorcycle they bought but income and occupation did.

The hypothesis test also revealed that sex, age, marital status and income caused differences in the type of motorcycle to purchase and all factors were found to cause differences in people influencing the respondents' motorcycle purchasing decision.