



รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ

เรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ กรณีศึกษานักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพวิทยาลัยเทคนิคโยธธ

นางสาว ดวงเดือน สมหวัง

นางสาว ลัดดา สุวรรณเพชร

การศึกษาปัญหาพิเศษเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาการวิจัยตลาด รหัส 3202-2202

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

ปีการศึกษา 2555

แผนกวิชาการขายและการตลาด วิทยาลัยเทคนิคโยธธ

ชื่อเรื่อง	การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ กรณีศึกษานักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคยโสธร
ผู้ศึกษา	นางสาว ดวงเดือน สมหวัง นางสาว ลัดดา สุวรรณเพชร
ครูที่ปรึกษา	นางสาวมณฑาทิ พูลเกิด
แผนกวิชา	การขายและการตลาด
ประเภทวิชา	บริหารธุรกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ กรณีศึกษานักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคยโสธร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคยโสธร ที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคยโสธร

สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษารายการประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับหนึ่งคือ เรื่อง ชับซึ่งง่าย สะดวกต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2457 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับสองคือ เรื่อง มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2363 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และเรื่อง มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2363 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ รูปแบบมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2289 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และเรื่อง มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2289 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านราคา พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา อันดับหนึ่ง คือ เรื่องมีระบบผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2105 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2099 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ ราคาของค่าอะไหล่รวมทั้งค่าซ่อมบำรุงหลังจากการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2092 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการจัดจำหน่าย พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อันดับหนึ่ง คือ เรื่องสถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2345 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับสองคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2249 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และเรื่อง การจัดเรียงการจัดแสดงรถมีความเป็นระเบียบสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2249 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับที่สาม คือ มีการแยกยี่ห้อและประเภทของรถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดาและเกียร์อัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2224 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับหนึ่ง คือ เรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2321 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับสองคือ การโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่นสะดุดตาดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2296 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับที่สาม คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของรถจักรยานยนต์ในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.2256 / แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

คำนำ

การศึกษาปัญหาพิเศษในครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีพร้อมทั้งได้ผลงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพราะได้รับความกรุณา และช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากคณะครู แผนกวิชาการขายและการตลาด ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยความเอาใจใส่ เป็นอย่างยิ่งมาตลอด ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลรอบข้างที่คอยเป็นแรงผลักดัน และให้กำลังใจ คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เสมอมา

ท้ายสุด ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้

ดวงเดือน สมหวัง

ลัดดา สุวรรณเพชร

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	
	ที่มาและความสำคัญ	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	ตัวแปรในการศึกษา	2
	ขอบเขตและข้อจำกัดในการศึกษา	2
	นิยามศัพท์	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	กรอบแนวคิดในการศึกษา	4
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	5
	แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	7
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	15
	วิวัฒนาการของรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ	17
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
3	วิธีดำเนินการศึกษา	
	ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	22
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
	การสร้างเครื่องมือในการศึกษา	24
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
	การวิเคราะห์ข้อมูล	24
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	28
	ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด	33
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
	สรุปผล	44
	อภิปรายผล	46
	ข้อเสนอแนะ	47
	บรรณานุกรม	49
	ภาคผนวก	50

สารบัญญัตราสาร

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	28
2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแผนกวิชาที่กำลังศึกษา	28
3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้น	29
4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่พักอาศัยในขณะที่ศึกษา	30
5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	30
6	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	31
7	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ	31
8	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ	32
9	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์	33
10	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	35
11	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	37
12	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	38
13	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านราคา	41
15	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	42
16	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	43