

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
คำสำคัญ	ปัจจัยทางการตลาด/ รถจักรยานยนต์
ชื่อนักศึกษา	จิราภรณ์ เพียรทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร.ฉันทลักษณ์ ฮีสวัสดิ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2551

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า 2) ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า และ 3) ศึกษาแนวทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์, พฤติกรรมการใช้และซื้อรถจักรยานยนต์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรตามได้แก่ กระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

การดำเนินการวิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้ใช้หรือมีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยทดสอบความน่าเชื่อถือจากวิธีครอนบัก (Cronbach Alpha Formula) มีความเชื่อถือที่ 0.9732 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจากสถิติเบื้องต้นได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความแตกต่างจากสถิติทดสอบแบบ  $t$  test และ แบบ  $F$  test ทดสอบค่าความสัมพันธ์ใช้สถิติเพียร์สัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS For Windows Version 11.5

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญสูงสุด รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านราคา และ ด้านส่งเสริมการตลาด และมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ระดับมาก โดยด้าน

พฤติกรรมที่มีผลต่อการซื้อที่มีผลสูงสุดรองลงมาการตัดสินใจซื้อ, การประเมินทางเลือก, การค้นหาข้อมูล และการรับรู้ เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออีกรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 2) พฤติกรรมการใช้และซื้ออีกรถจักรยานยนต์ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออีกรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้ออีกรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ