การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่

A Factor Comparison of Motorcycle Buying Decision between Lowland and Highland People in Chiang Mai.

ชุติรัตน์ เดชารัตน์[1] และ กัญญ์สุดา นิ่มอนุสสรณ์กุล[2]

Chutirat Decharat [1] and Kunsuda Nimanussornkul[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ 3. เพื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเองโดยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีจานวนทั้งหมด 400 คนและทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติ t-test

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ไม่มีรถยนต์ใช้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนมากคือ รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda นิยมใช้เกียร์แบบออโตเมติก สภาพรถมือหนึ่ง ระดับราคาที่สนใจ 30,001-40,000 บาท ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ญาติ ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์เพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ ส่วนระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมากที่สุดคือระดับที่มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 เมื่อพิจารณาเรียงลำดับปัจจัยแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบสูงส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ไม่มีรถยนต์ใช้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda โดยใช้เกียร์แบบธรรมดา สภาพรถมือหนึ่ง ระดับราคาที่สนใจ 30,001-40,000 บาท ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ญาติ ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์ เพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ ส่วนระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับมากคือระดับที่มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 เมื่อพิจารณาเรียงลำดับปัจจัยแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ คือกระบวนการในการดำเนินการซื้อและกระบวนการในการทำงาน เช่น ขั้นตอนในการผ่อนชำระ ขั้นตอนในการทำสัญญา มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การเปรียบเทียบปัจจัย การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์

ABSTRACT

A study of a factor comparison of motorcycle buying decision between lowland and highland people in Chiang Mai considers 1) decision-making behavior of lowland and highland people in Chiang Mai in buying motorcycle 2) factors influence motorcycle buying decision of lowland and highland people in Chiang Mai, and 3) a factor comparison of motorcycle buying decision between lowland and highland people in Chiang Mai. Population scope and research tools conducted in the study are Chiang Mai population and a questionnaire for a sample of 400 respondents. And statistics used in analyzing results consists of frequency, percentage, mean, and t-test.

The study findings indicate that for the lowland respondents, most of them are women between the ages of 36 and 45 with a bachelor's degree. A private employee is mostly deployed by them. Their income range is in 15,001-20,000 baht. Most of them are living without car. And their main vehicle is a motorcycle. The brand which attracts them the most is Honda with a brand new condition. The automatic motorcycles are their preference. The motorcycle price preferred by them ranges from 30,001 to 40,000 baht. Most of this type of respondents preferred an installment. In term of a person who largely influence their decision making is their relatives. And their main reason for buying a motorcycle is for the convenience of living. However, most of the lowland respondents have never experienced motorcycle theft. The overall factor influences their decision making in high lever but the single factor that mostly influences motorcycle buying decision making of the lowlands is a factor of channel of distribution.

In case of the highland respondents, the findings indicate that most of these respondents are men between the ages of 36 to 45 with a bachelor's degree. Their income is less than 10,000 baht a month. Most of them are living without car. And their main vehicle is a motorcycle. The brand which attracts them the most is Honda with a brand new condition. The manual motorcycles are their preference. The motorcycle price preferred by them ranges from 30,001 to 40,000 baht. Most of this type of respondents preferred an installment. In term of a person who largely influence their decision making is their relatives. And their main reason for buying a motorcycle is for the convenience of living. Most of the

highland respondents have never experienced motorcycle theft. However, the overall factor influences their decision making in high lever but the single factor that mostly influences motorcycle buying decision making of the highlands is a factor of process.

Finally the findings in a factor comparison of motorcycle buying decision between lowland and highland people in Chiang Mai reveal that the product factor makes a difference in the decision making process but another factors make no statistically significant difference.

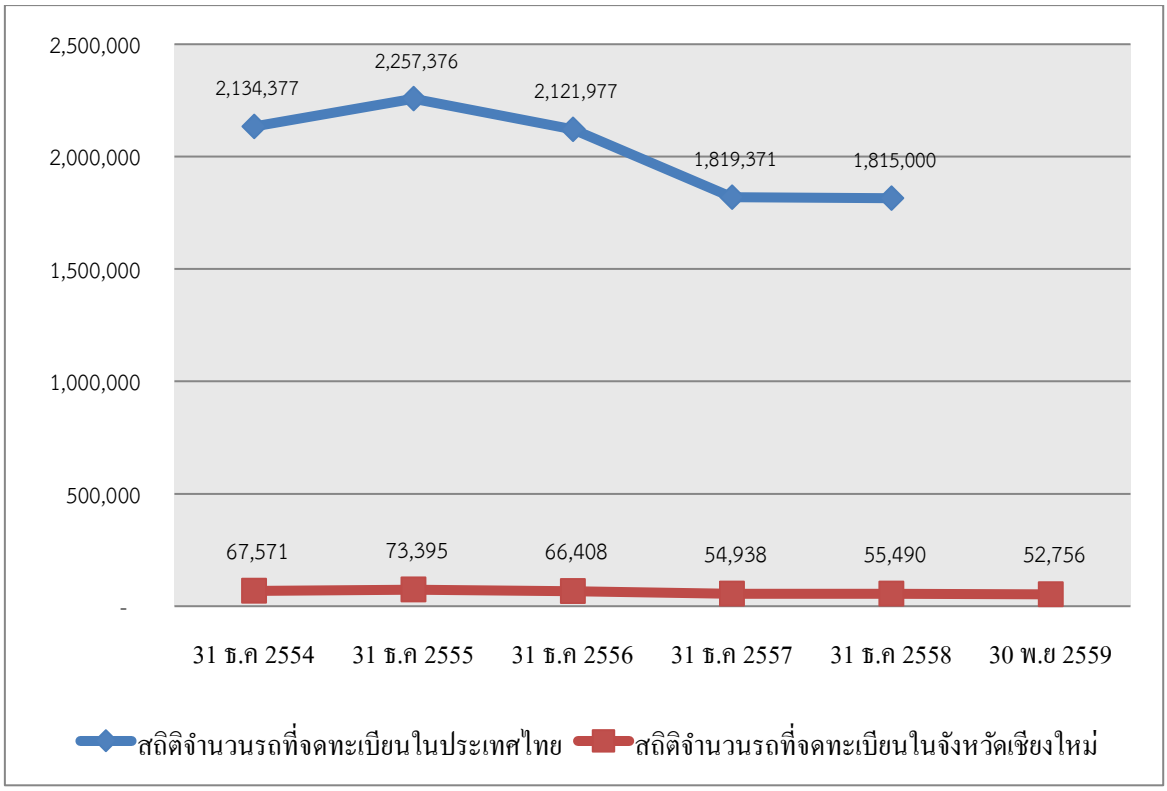
Key word: A Factor Comparison, Buying Decision, Motorcycle

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันรถจักรยานยนต์ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิต เนื่องจากเป็นยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การติดต่อค้าขาย การคมนาคมขนส่ง และใช้ในการประกอบธุรกิจต่างๆ นอกจากนี้รถจักรยานยนต์ถือว่าเป็นยานพาหนะที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางมากกว่ายานพาหนะประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะการเดินทางในเมือง รวมถึงบนพื้นที่ราบสูง เนื่องจากรถจักรยานยนต์มีขนาดเล็ก มีความคล่องตัวสูง สามารถเดินทางได้ทุกสภาพพื้นผิวถนน นอกจากนี้ รถจักรยานยนต์มีอัตราการสิ้นเปลืองของพลังงานน้อยกว่า ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อเชื้อเพลิงน้อยกว่ายานพาหนะประเภทอื่นๆ และมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาไม่แพงมาก

สิ่งที่ทำให้รถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างมากนั้น เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์และโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศเอื้ออำนวยต่อตลาดรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะทางด้านภูมิศาสตร์ของประเทศมีพื้นที่ราบเป็นส่วนใหญ่ แต่เส้นทางคมนาคมยังพัฒนาไม่ทั่วถึง รถจักรยานยนต์จึงกลายเป็นพาหนะที่สะดวกที่สุด นอกจากนี้ในเขตเมือง เช่น กรุงเทพฯ หรือจังหวัดใหญ่ๆ ซึ่งการจราจรติดขัด ประชาชนจำนวนมากนิยมใช้รถจักรยานยนต์เพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2558)

จากปริมาณการซื้อรถจักรยานยนต์ในประเทศ โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากสถิติจำนวนรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกทั้งประเทศเปรียบเทียบกับสถิติการจดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ 31 ธันวาคม 2554 - 30 พฤศจิกายน 2559 พบว่า ตั้งแต่ปี 2556 ถึง 2558 ที่ผ่านมามีปริมาณการซื้อขายในตลาดลดลง ซึ่งแนวโน้มการซื้อที่เริ่มลดลงนั้นเนื่องจากปัญหารายได้ของเกษตรกรที่ลดลงส่งผลมาจากภัยแล้งอีกทั้งยังมีปัญหาทางการเมืองและปัญหาเศรษฐกิจในตลาดโลก แต่หลังจากที่รัฐบาลไทยมีมาตรการอัดฉีดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2558 นั้น ทำให้เศรษฐกิจในช่วงต้นปี 2559 เริ่มดีขึ้น ตลาดรถจักรยานยนต์ในช่วงต้นปี 2559 ผู้บริโภคมีความสามารถในการซื้อดีขึ้น รวมทั้ง บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจึงทำให้ปริมาณการซื้อรถจักรยานยนต์ในประเทศเริ่มดีขึ้น (กรมการขนส่งทางบก, 2559)



ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (2559)

ภาพที่ 1 สถิติจำนวนรถจักรยายนต์ที่จดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก

ซึ่งทำให้จังหวัดใหญ่ที่มีเศรษฐกิจทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และการท่องเที่ยวที่คอยช่วยส่งเสริมให้ประชากรในจังหวัดมีรายได้มากขึ้น ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์มีการขยายตัวตามเศรษฐกิจ รวมถึงจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ โดยวัดจากจำนวนประชากรและขนาดพื้นที่ของจังหวัด จึงมีผู้ใช้รถจักรยานยนต์เป็นจำนวนมากเพราะรถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางสะดวกและรวดเร็วมากกว่าการเดินทางด้วยรถยนต์อีกทั้งเป็นเมืองที่มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 25.4 องศาเซลเซียส จึงเหมาะแก่การทางเดินด้วยรถจักรยานยนต์

พื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยพื้นที่ราบ และพื้นที่ราบสูงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการเดินทางในพื้นที่ราบสูงมีความลำบาก ดังนั้น ยานพาหนะส่วนใหญ่ที่นิยมนำมาใช้ในการเดินทางได้แก่ รถจักรยานยนต์ เนื่องจากมีความคล่องตัว เหมาะสำหรับเดินทางบนที่ราบสูง แคบ ชัน และหนทางมีความลำบากเนื่องจากพื้นที่ราบสูงมีลักษณะเป็นภูเขาสลับซับซ้อนทำให้การเดินทางของประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ราบสูงค่อนข้างมีความลำบาก การเดินทางส่วนใหญ่นิยมใช้รถจักรยานยนต์ ซึ่งการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงนิยมใช้รถจักรยานยนต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับราคาตลาดของสินค้าหรือบริการ หากผู้ประกอบการทราบปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อย่อมทำให้เกิดการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้ ส่วนการเดินทางของประชาชนในพื้นที่ราบพบว่ามีการจราจรติดขัด การเดินทางส่วนใหญ่จึงยังคงต้องอาศัยรถจักรยานยนต์เพื่อลดเวลาในการเดินทาง ทั้งนี้ การเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในสองพื้นที่ย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัย

หลายประการ เช่น สภาพพื้นที่ เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น

โดยสรุปแล้วตลาดรถจักรยานยนต์จะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอยู่ และจากสภาพการจราจรในปัจจุบันจะเป็นตัวกระตุ้นให้ความต้องการรถจักรยานยนต์เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยผู้อยู่ในฐานะที่มีความสามารถจะซื้อรถจักรยานยนต์ได้แต่ยังไม่ถึงขั้นซื้อรถยนต์ โดยจะหันมาซื้อรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นแม้ว่าความเสี่ยงในการขับขี่จะสูง แต่ยังคงให้ความสะดวกมากกว่าการใช้บริการขนส่งมวลชนของรัฐซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บริษัทผลิตรถจักรยานยนต์ต่างๆ พยายามที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทั้งในด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมากขึ้น มีความสะดวกสบายในการขับขี่มากขึ้น มีความประหยัดในเรื่องของพลังงาน มีระบบความปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสภาพของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มในการใช้รถจักรยานยนต์สูง เนื่องจากเหมาะสมกับสภาพการจราจรและสภาพพื้นที่การเดินทางที่แตกต่าง ย่อมมีแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบและเข้าใจพฤติกรรม ความต้องการของผู้ใช้อันนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Production) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการ (Process) บุคลากร (People) ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ซึ่งประกอบด้วย ยี่ห้อขอรถจักรยานยนต์ที่สนใจระดับราคาของรถจักรยานยนต์รูปแบบในการชำระเงิน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและ เหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ ขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างแบ่งเป็นพื้นที่ราบสูง อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน พื้นที่ราบ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติ t-test ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงใน จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามของพื้นที่ราบ จำนวน 200 คน ข้อมูลทั่วไป พบว่าส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีรถยนต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 54.50 นอกจากนี้พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนมากคือ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 53.00

การศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ พบว่า ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีความนิยมในการใช้เกียร์แบบออโตเมติก คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีความนิยมซื้อมือหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 94.50 ระดับราคาที่สนใจ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.50 ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 88.00 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 43.00 ผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบยังได้ให้เหตุผลในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ เพราะมีความสะดวกสบาย ปลอดภัยในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 51.00 และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 96.00

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์	**พื้นที่ราบ (N = 200)**	
	ค่าเฉลี่ย	**แปลผล**
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.51	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านราคา	4.66	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.80	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.66	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.71	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.70	มากที่สุด
- ปัจจัยด้านบุคลากร	4.71	มากที่สุด
รวม	**4.67**	**มากที่สุด**

การศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคนั้นต้องการให้มีศูนย์บริการที่อยู่ในทำเลที่สะดวก เดินทางง่าย มีรถขนส่งสาธารณะผ่าน มีจำนวนสาขาของศูนย์บริการที่หลากหลาย สามารถติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง เช่น ทางอีเมล์ ทางข้อความออนไลน์ และทางโทรศัพท์ เป็นต้น

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของพื้นที่ราบสูง จำนวน 200 คน ผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบสูงส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 57.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีรถยนต์ใช้ คิดเป็นร้อยละ 54.00 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 81.50

การศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง พบว่า ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda คิดเป็นร้อยละ 68.00 โดยนิยมใช้เกียร์แบบธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 93.50 มีความนิยมซื้อรถมือหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 98.50 ระดับราคาที่สนใจ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.00 ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 75.00 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์เพราะมีความสะดวกสบาย ปลอดภัยในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 43.00 และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 99.50

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์	**พื้นที่ราบสูง (N = 200)**	
	ค่าเฉลี่ย	**แปลผล**
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.22	มาก
- ปัจจัยด้านราคา	4.14	มาก
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	มาก
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.07	มาก
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	มาก
- ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.30	มาก
- ปัจจัยด้านบุคลากร	4.22	มาก
รวม	**4.19**	**มาก**

การศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคต้องการให้มีขั้นตอนในการทำสัญญาที่มีความ

ชัดเจน มีรายละเอียดการผ่อนชำระรายเดือนที่ระบุจำนวนเงินที่ชัดเจน รวมถึงมีการดำเนินการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น การจัดเตรียมเอกสารแสดงรายได้ เอกสารแสดงตัวตน เป็นต้น

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	พื้นที่ราบ		พื้นที่ราบสูง		ค่า t-test	Sig
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.51	มากที่สุด	4.22	มาก	3.723	.001*
- ปัจจัยด้านราคา	4.66	มากที่สุด	4.14	มาก	3.114	.002*
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.80	มากที่สุด	4.13	มาก	1.753	.269
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.66	มากที่สุด	4.07	มาก	3.235	.006*
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.71	มากที่สุด	4.23	มาก	1.880	.130
- ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.70	มากที่สุด	4.30	มาก	.819	.238
- ปัจจัยด้านบุคลากร	4.71	มากที่สุด	4.22	มาก	.348	.711

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยสามารถอธิบายความแตกต่างกันของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูง ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน โดยมีอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงต่ำ เบาะนั่งมีความกว้างและมีพื้นที่ใต้เบาะนั่งเก็บของได้ และมีการบำรุงรักษาง่าย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง ด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน โดยมีระบบความปลอดภัยที่ดี มีอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงต่ำ เบาะนั่งมีความกว้างและมีพื้นที่ใต้เบาะนั่งเก็บของได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ ด้านราคา มีความแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาต่ำ เช่น การเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง มีการให้บริการหรือข้อเสนอด้านสินเชื่อ นอกจากนี้ยังหาอะไหล่ได้ง่ายและราคาถูก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูง ด้านราคา มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถจักรยานยนต์ที่เลือก สามารถหาอะไหล่ได้ง่ายและราคาถูก และมีการให้บริการหรือข้อเสนอด้านสินเชื่อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบ ด้านส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกัน ได้รับการบริการหลังการขายที่ดี มีข้อเสนอพิเศษ ลด แลก แจก แถมที่น่าสนใจ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและชัดเจน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชน

พื้นที่ราบสูง ด้านส่งเสริมการตลาด ได้รับการบริการหลังการขายที่ดี มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและชัดเจน และมีข้อเสนอพิเศษ ลด แลก แจก แถมที่น่าสนใจ

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มี ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการกรอกแบบสอบถาม ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 400 คน และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติ t-test สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ประชาชนในพื้นที่ราบที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ไม่มีรถยนต์ใช้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนมากคือ รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda นิยมใช้เกียร์แบบออโตเมติก สภาพรถมือหนึ่ง ระดับราคาที่ซื้อ 30,001-40,000 บาท ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ญาติ ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์ เพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบนั้นคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากศูนย์บริการที่อยู่ในทำเลที่สะดวก มีจำนวนของสาขาของศูนย์บริการที่หลากหลาย

จากการศึกษา พบว่า ประชาชนในพื้นที่ราบสูงที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ไม่มีรถยนต์ใช้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อของรถจักรยานยนต์ที่สนใจ คือ ยี่ห้อ Honda โดยใช้เกียร์แบบธรรมดา สภาพรถมือหนึ่ง ระดับราคาที่ซื้อ 30,001-40,000 บาท ส่วนมากจะนิยมผ่อนชำระ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ญาติ ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์ เพราะมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกขโมยรถจักรยานยนต์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามพื้นที่ราบสูงนั้นคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งมีระดับความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากขั้นตอนในการทำสัญญาต้องมีความชัดเจน รายละเอียดในการผ่อนชำระต้องชัดเจน และถูกต้อง

ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบและพื้นที่ราบสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ด้านราคาและด้านส่งเสริมการขาย มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยมีจำนวนสาขาของศูนย์บริการที่หลากหลาย รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และเวลาปิด-เปิดมีความสอดคล้องกับการเข้าใช้บริการของผู้บริโภคหรืออาจจะมีการขยายเวลาเพื่อรองรับผู้บริโภคบางกลุ่มให้สามารถเข้าใช้บริการได้

สำหรับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนพื้นที่ราบสูงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก ซึ่งหมายความว่าในการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในพื้นที่ราบสูงควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการทำสัญญาและการผ่อนชำระที่มีความชัดเจน ถูกต้อง การดำเนินการซื้อไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน และมีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องและมีแบบแผน ซึ่งใช้กระบวนการเดียวกันกับประชาชนพื้นที่ราบ แต่ที่ประชาชนพื้นที่ราบสูงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุด เนื่องจากศูนย์บริการการจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือมีน้อย ประชาชนพื้นที่ราบสูงจึงให้ความสำคัญกับร้านค้าที่มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

กัญญารัตน์ ยามะโน และคณะ. (2555). *พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน*. สาขาบริหารและการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กรมการขนส่งทางบก. (2559). *สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก.* สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2559, จาก http://www.dlt.go.th/th/index.php?option=com_wrapper&view=wrapp er&ltemid=66

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2558, 15 มกราคม). *คาดตลาดรถจักรยานยนต์ปีนี้ "กระเตื้อง".* สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2559, จาก http://www.bangkokbiz news.com/mobile/view/news/628799

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุลธร ทองหุ้ม. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

กฤตินี ณัฏฐวุฒิสิทธิ์. (2554). *การตลาดมุมกว้าง.* กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ Bizbook

พิมพ์สิริ มณีผ่อง. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง จำหน่ายตรงที่ผลิตในประเทศไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาทนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พิชิต ฤทธิ์. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.* พิมพลักษณ์, กรุงเทพฯ: เฮ้าส์ ออฟ เคอร์มีสท์

วรีรัตน์ สิทธิ. (2555). *การสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* วารสารการประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2547). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาด:ยุคใหม่.*กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด.* กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท๊อป จำกัด.

สรชัย พิศาลบุตร. (2557). *สถิติเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: บริษัท วิทยพัฒน์ จำกัด

สิรภพ บุษบง. (2554). *พฤติกรรมการซื้อรถกระบะโตโยต้าไฮลักซ์ วีโก้ ของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล.*สารนิพนธ์ บธ. ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.