

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
รถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ  
จังหวัดระยอง

**ผู้เขียน** นายนิกร อินตะกอก

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ  
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้เป็นพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง ที่เป็นผู้บริโภคชั้นสุดท้ายที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่แล้วในช่วงปี 2545-2550 จำนวน 250 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบตารางแสดงควมถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ทำงานในระดับปฏิบัติการ มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และในอนาคตคาดว่าจะใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าเช่นเดิม ขนาดของรถจักรยานยนต์ที่ใช้คือ 125 ซีซี ซื้อมาในราคา 35,001 – 40,000 บาท ใช้เงินค่างครั้งแรก 0 – 10 เปอร์เซ็นต์ โดยวิธีการผ่อนชำระ 24 เดือน โดยซื้อมาจากตัวแทนจำหน่ายเฉพาะยี่ห้อ ครอบครัวของพนักงานส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ไว้ในครอบครอง 2 คัน ซึ่งเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คันปัจจุบันเพราะว่าประหยัดน้ำมัน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์มาจากสื่อโทรทัศน์ รายการส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบมากที่สุดคือการผ่อน โดยมีดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์ และของแถมที่ชื่นชอบมากที่สุดคือการประกันรถหาย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยองที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสองคือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย อันดับสามคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสี่คือ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามอันดับแรกคือ การประหยัดน้ำมัน รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพ และขนาดและรูปร่าง

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามอันดับแรกคือ จำนวนของศูนย์บริการตรวจสอบที่มีมากและตำแหน่งที่ตั้งที่หาได้ง่าย รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และการติดต่อพนักงานได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามอันดับแรกคือ การโฆษณา รองลงมาคือ การให้ของแถม และการผ่อน โดยมีดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์ และ การให้คำแนะนำและความรู้เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ของพนักงานขาย

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามอันดับแรกคือ ราคาของรถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ และ ค่าซ่อมบำรุง

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พนักงานพบในการซื้อรถจักรยานยนต์สามอันดับแรกคือ ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพสินค้าที่สั้นเกินไป รองลงมาคือ ไม่มีบริการหลังการขาย และ เปลี่ยนน้ำมันกว่ายี่ห้ออื่น ๆ

ปัญหาด้านราคาที่พนักงานพบในการซื้อรถจักรยานยนต์สามอันดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์มีราคาแพง รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง และอะไหล่มีราคาแพง

ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่พนักงานพบในการซื้อรถจักรยานยนต์สามอันดับแรกคือ ศูนย์บริการตรวจสอบมีจำนวนน้อย รองลงมาคือ วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของศูนย์บริการ และ ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อพนักงาน และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พนักงานพบในการซื้อรถจักรยานยนต์สามอันดับแรกคือ ไม่มีของแถมที่ต้องการ รองลงมาคือ การที่ไม่มีของแถม หรือการชิงโชค และพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ และพนักงานขายพูดจาไม่ดี

**Independent Study Title** Marketing Mix Factors Affecting Motorcycle Purchasing Decisions of Workers in Rojana Industrial Park, Rayong Province

**Author** Mr. Nicorn Intakok

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

**Abstract**

The purpose of this independent study was to find out the Marketing Mix Factors Affecting Motorcycle Purchasing Decisions of Workers in Rojana Industrial Park, Rayong Province

The study was conducted by analyzing 250 questionnaires which were distributed to Workers in Rojana Industrial Park, Rayong Province, who were end users of motorcycles and bought motorcycles between year 2002 and 2007. Collected data were analyzed by descriptive statistics and presented in the form of frequency tables, percentages and mean values.

The study showed that most respondents were male between 20 and 29 years old, single and educated to the high school or vocational certificate level. Most were operator level workers with incomes between 5,001 and 10,000 baht per month. They were using Honda brand motorcycles, which they plan to use the same brand in the future, and use 125 cc engines. They purchased their motorcycles for between 35,001 and 40,000 baht with zero to ten percent (0-10 %) down payments and 24 month installment plans and bought them from single-brand dealerships. Most of workers' families have 2 motorcycles. Fuel efficiency was the most common factor in deciding to buy their current motorcycle. Each person himself was most influential in making the decision. They generally received their information about their motorcycles from

television. The most popular sale promotions were installment plans of zero percent (0 %), and the most popular premium was theft insurance.

The study showed that on average, the marketing mix factors which most influenced workers' decisions in purchasing motorcycles were, in order, those related to product, followed by the place of distribution, then promotion, and finally price.

The three product factors that on average most influenced workers' decisions in purchasing motorcycles were fuel efficiency, followed by the warranty period, and then size and shape.

The three place factors that on average most influenced workers' decisions in purchasing motorcycles were the number of service centers and their locations followed by the reliability of the motorcycle shops, and then the convenience of contacting the sales person.

The three promotion factors that on average most influenced workers' decisions in purchasing motorcycles were advertising followed by premiums and then zero percent (0 %) interest installment plans and suggestions and knowledge about motorcycles from the sales person.

The three price factors that on average most influenced workers' decisions in purchasing motorcycles were motorcycle price followed by the price of accessories and then maintenance cost.

The study showed that the three most common product problems that the workers faced in buying motorcycles were warranty periods that were too short followed by lack of after sale service and then lower fuel efficiency than other brands.

The three most common pricing problems that the workers faced were motorcycle prices that were too high followed by high interest installment plans and high prices of accessories.

The three most common place problems that the workers faced were the small number of service centers followed by inconvenient operating days and hours of the service center, and finally having no convenient way to contact a sales person and motorcycle shops with operating hours that don't meet the workers' needs.

The three most common promotion problems that the workers faced were unwanted premiums followed by no premiums or raffle entries and then sale persons having no knowledge about motorcycles and discourteous sales persons.