

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ชื่อหัวเรื่อง : พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถจักรยาน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวศุภรา สิ้นไชยกุล รหัส : 9033 99 38
อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิญญา ศกุนตนาคลภ
ปีการศึกษา : 2540

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถจักรยาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยาน และปัญหาในการเลือกซื้อรถจักรยานของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดผู้บริโภค จะได้ทำการจัดเตรียมเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสม และสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ในการศึกษารุ่นนี้ ได้สุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) ซึ่งเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามรวมจำนวน 240 ชุด ซึ่งเลือกใช้จริงเพียง 200 ชุด กันเสียไว้ 40 ชุด โดยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้บริโภคทั้งผู้ที่ซื้อและ/หรือผู้ใช้รถจักรยานที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเท่านั้น และได้ใช้ไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ในการประมวลผลข้อมูล

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายมีจำนวนค่อนข้างใกล้เคียงกัน เพศหญิงจะมีมากกว่าเพศชายเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาในระดับมัธยมปลาย ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4-6 คน และมีจำนวนรถจักรยานในครอบครัวยังน้อย 1 คัน

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถจักรยาน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง นิยมเลือกซื้อรถจักรยานเสือภูเขาแบบไม่มีเกียร์มากที่สุด และ ส่วนใหญ่มักจะไปซื้อจักรยานที่ร้าน ตั้งไฮเก้ เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยาน เป็นเรื่องของการได้รับ ส่วนลด จุดประสงค์ที่ซื้อรถจักรยานเพื่อซื้อให้แก่คนในครอบครัวมากที่สุด และมักจะ ไม่เจาะจง เลือกซื้อครายี่ห้อ สำหรับครายี่ห้อที่เจาะจงเลือกซื้อมากที่สุด คือ เฟสตัน ส่วนใหญ่นิยมซื้อรถ สีดำ ส่วนขนาดของรถจักรยาน ส่วนใหญ่จะเป็นขนาด 24 นิ้ว

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อรถจักรยาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเรื่องความแข็งแรง ทนทานมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา จะพิจารณา เรื่องส่วนลดมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากร้านค้าที่มี ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จะเห็นได้ว่าการให้ข้อมูลโดยพนักงาน ขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด ส่วนปัจจัยภายนอกอื่นๆ เป็นเรื่อง ของการช่วยเหลือคณพิช และผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยหลักโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการเลือกซื้อรถจักรยาน พบว่า ปัญหาด้าน ตัวผลิตภัณฑ์ ที่พบในการเลือกซื้อรถจักรยาน มักจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับเบรคไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาด้านราคาเป็นปัญหาเกี่ยวกับการปรับราคาสูงขึ้นบ่อยครั้ง ปัญหาด้านช่องทางการจัด จำหน่ายเป็นปัญหาเกี่ยวกับการที่ร้านค้าไม่มีการรับประกันและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การที่ร้านค้าไม่มีการโฆษณาทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบถึงจำนวนร้านค้าที่มีอยู่

การศึกษครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรจะมีการพิจารณาราคาของรถ จักรยานและอะไหล่ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ร้านค้าควรจะมีการทำสัญลักษณ์ ที่มองเห็นได้เด่นชัด เช่น ทำป้ายขนาดใหญ่หน้าร้านค้า เป็นต้น ร้านค้าจำหน่าย ผู้ประกอบการ ควรทำการตรวจเช็ครถจักรยานก่อนจำหน่าย และควรจะมีการให้บริการตรวจซ่อมรถจักรยานที่ ชำรุดคัวย