

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี)

นายจिरายุ ตีณวรรณกุล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2553

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี)

นายจิรายุ ตีณวรรณกุล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2553

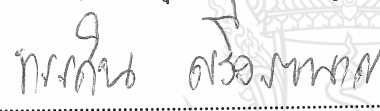
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยูวี)
Factors Affecting Purchasing Choice of Sport Utility
Vehicles (SUV)
โดย นายจิรายุ ตินวรรธนกุล
วิชาเอก ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณณี อินทร์แก้ว

คณะกรรมการ พิจารณางานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว มีมติเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตได้

..... ประธานกรรมการ

(ดร.พีรยุทธ์ พัฒน์ชนญาณนท์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรรศิน ศรีวราพงศ์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณณี อินทร์แก้ว)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุลกุลบุตร)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี)
ชื่อ	นายจิรายุ ติณวรรธนกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณณี อินทร์แก้ว
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำให้ทราบ พฤติกรรมการซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) และการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 41 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 - 60,000 บาท สถานภาพสมรส และการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์เอนกประสงค์ (เอส ยู วี) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องการประหยัดเชื้อเพลิงในการขับขี่มากที่สุด รองลงมาด้านความสวยงามและความทันสมัย ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องระดับราคาของรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) มีบริการเงินผ่อน/ไม่มีดอกเบี้ยและราคาของอะไหล่และอุปกรณ์เสริม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่อง ความคลอบคลุมของสถานที่จำหน่ายและศูนย์บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องมีบริการหลังการขาย ระยะเวลาการรับประกันสินค้า มีพนักงานขายคอยแนะนำสินค้าอย่างละเอียด และการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อ Toyota (Fortuner) ซื้อรถยนต์สปอร์ตเอนกประสงค์ (เอส ยู วี) ในราคา 1,100,001 - 1,200,000 บาท ขนาดของเครื่องยนต์ 3,000 CC เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

มีพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง สถานที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ โซว์รูม ครอบครัวยังมีอิทธิพลให้การตัดสินใจซื้อมากที่สุด ความถี่ในการซื้อ 10 ปีขึ้นไป



Independent Study Title	Factors Affecting Purchasing Choice of Sport Utility Vehicles (SUV)
Name	Mr. Jirayu Tinwattanakul
Advisor	Assistant Professor Supanee Inkeaw
Major	International Business
Academic Year	2010

ABSTRACT

The study on Factors Affecting Purchasing Choice of Sport Utility Vehicles (SUV) was conducted to investigate the consumer purchasing behavior of sport utility vehicles (SUV) and to inspect the significance of marketing mix factors affecting the consumer purchasing choice of sport utility vehicles (SUV). The questionnaires were used to collect the data from the samples consisting 400 consumers of sport utility vehicles (SUV).

The study showed that the majority of the respondents were male, over 41 years old, graduated with Bachelor's degree, were employed by private companies, earned a monthly income of 50,001- 60,000 Baht and were married. The study of the significance of marketing mix factors which affected the purchasing choice of sport utility vehicles (SUV) revealed as follows, according to the product aspect, the consumers placed the most emphasis on fuel saving, and on beautiful and modern cars, according to the price aspect, the consumers placed importance on the price range of sport utility vehicles (SUV), the installment plan/no interest and the price of the parts and accessories, according to the distribution channel aspect, the consumers stressed on diverse locations of distribution and service centers, according to the market promotion aspect, the consumers focused on the after-sales service, guarantee period and details from the salespersons. The study on the consumer purchasing behavior of sport utility vehicles (SUV) demonstrated that most of the respondents bought Toyota (Fortuner), the price range of sport utility vehicles (SUV) was 1,000,001-1,200,000 Bath with 3,000 CC car engine. The purchasing reasons were that the car had sufficient space available for use, the respondents preferred to purchase the cars at showrooms, the families had the most influence on the purchasing decision and purchased every 10 years.