

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหมวก นิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตลาดกระบัง
นักศึกษา	นายวสันต์ เมทนีดล
รหัสนักศึกษา	52641204
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ อมรศรี ดันพิพัฒน์

บทคัดย่อ

หมวกนิรภัยเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับขี่รถจักรยานยนต์ เพราะสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการสูญเสียต่อผู้ขับขี่ เนื่องจากการสูญเสียที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่เป็นการสูญเสียที่ตัวบุคคลแต่หมายถึงความสูญเสียคนในครอบครัว ซึ่งทางภาครัฐได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง อันจะเห็นได้จากการรณรงค์จากทางภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดอุบัติเหตุขณะขับขี่ต่อประชากรในประเทศ ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตลาดกระบังซึ่งจะเป็นข้อมูลที่จะช่วยสนับสนุนทั้งภาครัฐและธุรกิจอุตสาหกรรมหมวกนิรภัย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน โดยใช้แบบสอบถามจากร้านค้าที่จำหน่ายอะไหล่และอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ 6 แห่ง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 ปี - 35 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด ใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทาง มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ช่วงเวลาในการขับขี่รถจักรยานยนต์ไม่แน่นอน ระยะทางในการขับขี่รถจักรยานยนต์น้อยกว่า 10 กิโลเมตร อัตราเร็วโดยเฉลี่ย 40 - 80 กม.ต่อชั่วโมง ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคหมวกนิรภัย พบว่า เคยมีหมวกนิรภัยมาแล้ว 1 ใบ เหตุผลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อหมวกนิรภัยคือ เพื่อความปลอดภัย นิยมใช้หมวกนิรภัยแบบเต็มใบ ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ 499.4 บาท นิยมหมวกนิรภัยสีดำ เคยสังเกตสัญลักษณ์รับรองมาตรฐาน มอก.369-2539 โดยจะเปลี่ยนหมวกนิรภัยเมื่อมีการชำรุดหรือเสียหาย สามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง ดำรวจและกฎหมายจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สามารถค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อจากเพื่อนและผู้ใกล้ชิดที่ต้องการซื้อหมวกนิรภัยที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์และอะไหล่ ผลการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหมวกนิรภัย พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านราคา ทุกรายการ กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมาก

แสดงว่าการตัดสินใจซื้อหmovกนรภยต้องใ้การพิจารณาหลาย ๆ ด้านในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะผู้บริภคต้องการที่จะได้สินค้คุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้กับปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจซื้อหmovกนรภย ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ เรื่องระดับรายได้เนื่องจากผู้จับจ้รจกักรยานยนต์ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้นจึงควรจะมีเรื่องของราคา โดยอาจจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อหmovก 2 ใบในราคาพิเศษ ซื้อหmovกนรภยแล้วแจกของแถม เป็นต้น นอกจากนี้การศึกษาในเรื่องของการตัดสินใจซื้อหmovกนรภย ทำให้ทราบว่าผู้บริภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพและกฏวินัยจรรยา ดังนั้นจึงควรจัดกิจกรรมสนับสนุนภาครัฐในเรื่องของการรักษาวินัยจรรยา และ ลดการสูญเสียจากการเกิดอุบัติเหตุขณะจับจ้ เพื่อที่จะทำให้ประชาชนให้ความสนใจต่อการสวมใส่หmovกนรภย และจากการศึกษาประเภทหmovกนรภยพบว่าหmovกเต็มใบและสีดำได้รับความนิยม ดังนั้นจึงควรนำหmovกเต็มใบมาจำหน่าย โดยมีการจัดคู่เสนอขายโดยมีหmovกเต็มใบแสดงให้ผู้บริภคสามารถสังเกตได้ง่าย ส่วนในเรื่องส่วนประสมทางการตลาด พบว่าหmovกนรภยที่ได้รับความนิยม โดยผู้บริภคจะให้ความสนใจหmovกนรภยที่มีรูปทรงทันสมัย สวมใส่ได้สะดวกสบาย มีความทนทาน และได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม ดังนั้นทางผู้จำหน่ายควรที่จะเลือกหmovกนรภยที่มีคุณลักษณะดังข้างต้นเพื่อที่จะตรงกับผู้บริภคมากที่สุด