



ผลกระทบของกลยุทธ์และอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจ
ซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ประเทศไทย



กำพร	สุวรรณฉิม
ศิริกุล	บุญญาถัย
พีรญา	เชตุพงษ์
ณัฐชา	ธำรงโชติ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : ผลกระทบของกลยุทธ์และอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ประเทศไทย

ผู้วิจัย : นายกำพร สุวรรณนิม นางสาวศิริกุล บุญญาลัย
นางพีรญา เขตพงษ์ นางสาวณัฐชา ชำรงโชติ

พ.ศ. : 2557

บทคัดย่อ

สรุป การศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ โดยสาระแล้วความแตกต่างที่แท้จริงก็อิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาด เช่น ราคา ที่จัดจำหน่ายผู้ขายแบตเตอรี่ หรือ ร้านติดตั้งแบตเตอรี่ สินค้าที่ไม่มีความแตกต่างจากที่ติดมาตอนซื้อ การส่งเสริมการตลาด โดยการตรวจสอบจากลูกค้า มุมมองว่าส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ตั้งใจที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์, หาปัจจัยในการผสมตลาดที่มีอิทธิพลความตั้งใจของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ พร้อมการตรวจสอบคุณลักษณะของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเมื่อจำแนกตามผลิตภัณฑ์ราคาสถานที่และโปรโมชั่นและผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์ในกรุงเทพฯ ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทน ดังนั้นการการศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ ในโลกที่มีการติดต่อสัมพันธ์ด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว จะต้องมีการ การศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีความสนใจในการประกอบการธุรกิจแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนในตลาดพื้นที่กรุงเทพฯ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ (คณะบริหารธุรกิจ) ประจำปี พ.ศ. 2557 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งช่วยให้การดำเนินการวิจัยเสร็จอย่างสมบูรณ์ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	1
ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
ทฤษฎีและสมมุติฐาน	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย	5
บทที่ 2	
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6- 11
ความหมายของการตัดสินใจ	12-13
บทที่ 3	
วิธีการดำเนินการวิจัยและสถานที่ทำการทดลอง	14
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ทำการวิจัยทดลองหรือเก็บข้อมูล	15
บทที่ 4	
ผลการวิจัย	16
ผลการวิเคราะห์	17-18
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	19
เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย	20-22

บทที่ 1

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

การวิจัยจะดำเนินการเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณลักษณะในส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละ; ผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่, โปรโมชันและความตั้งใจที่จะไปกรุงเทพฯของผู้บริโภคในการซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้การศึกษานี้พยายามที่จะมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคซื้อชิ้นการตัดสินใจเท่านั้นซึ่งไม่รวมถึงการประเมินผลหลังการซื้อของแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์

การศึกษาไม่ได้เป็นงานวิจัยทั่วประเทศแต่จำกัดอยู่เพียงในเขตกรุงเทพมหานครผู้ตอบแบบสอบถามเป้าหมายในการศึกษานี้จะเป็นผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครพื้นที่ที่ได้ซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ เครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแบบสอบถามด้วยตนเองยา ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะถูกคำนวณโดยใช้วิธีการสุ่มแบบรายสะดวก

คุณสมบัติของสินค้าประกอบด้วยสินค้าที่มีคุณภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชื่อแบรนด์และการรับประกันคุณภาพ ราคาประกอบด้วยราคาที่เหมาะสมในความสัมพันธ์กับคุณภาพและราคาที่เหมาะสมในความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของแบรนด์ การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยของความสะดวกในการค้นหาและสถานที่จัดเก็บ โปรโมชันประกอบด้วยการส่งเสริมการขายและการโฆษณา ทั้งสี่ตัวแปรอิสระหลักที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อทดสอบตัวแปรตามซึ่งเป็นความตั้งใจของผู้บริโภคในการซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้กรอบการวิจัยในการศึกษานี้พยายามที่จะทำให้เป็นกรณีเฉพาะโดยการตัดออกตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

ในการแสวงหาข้อความข้างต้นของปัญหาการวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้:

- 1) การตรวจสอบจากลูกค้า 'มุมมองว่าส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในกรุงเทพฯตั้งใจที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์
- 2) เพื่อหาปัจจัยในการผสมตลาดที่มีอิทธิพลความตั้งใจของผู้บริโภคในกรุงเทพฯที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์
- 3) การตรวจสอบคุณลักษณะของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเมื่อจำแนกตาม - ผลิตภัณฑ์ราคาสถานที่และโปรโมชัน

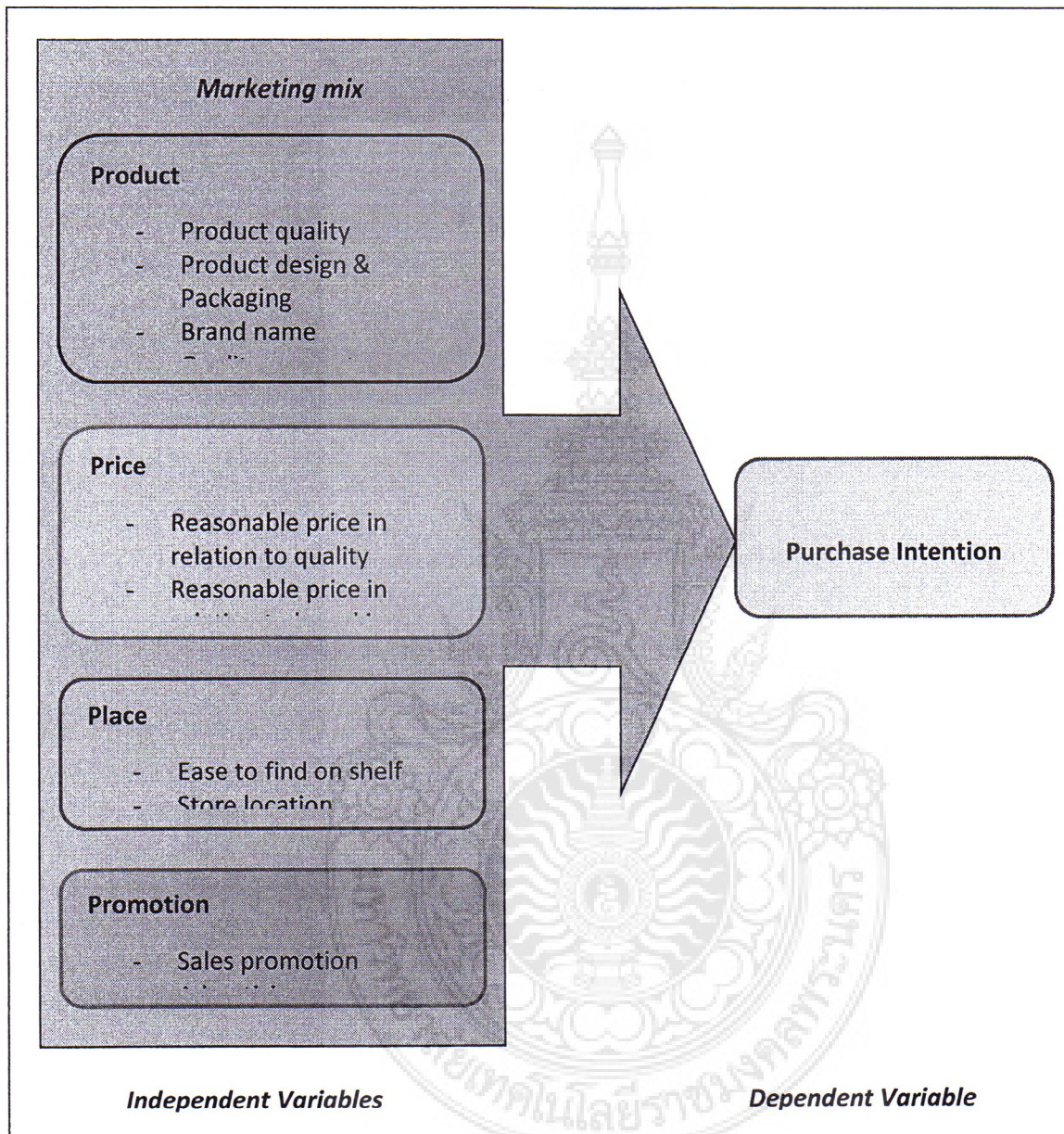
ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยจะดำเนินการเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณลักษณะในส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละ; ผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่, โปรโมชันและความตั้งใจที่จะไปกรุงเทพฯของผู้บริโภคในการซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้การศึกษานี้พยายามที่จะมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคซื้อชิ้นการตัดสินใจเท่านั้นซึ่งไม่รวมถึงการประเมินผลหลังการซื้อของแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์กรอบที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะของผู้บริโภคในการซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ ในกรอบดังแสดงในรูปที่มีสองตัวแปรที่เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตามตัวแปรอิสระหลักของการวิจัยนี้คือส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติ 4Ps กรอบการวิจัยในการศึกษานี้พยายามที่จะทำให้เป็นกรณีเฉพาะโดยการตัดออกตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้อง

การศึกษาไม่ได้เป็นงานวิจัยทั่วประเทศ แต่ จำกัด อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครผู้ตอบแบบสอบถามเป้าหมายในการศึกษานี้จะเป็นผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครพื้นที่ที่ได้ซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ เครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแบบสอบถามด้วยตนเองยา ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะถูกคำนวณโดยใช้วิธีการสุ่มแบบรายสะดวก



ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



This framework is developed from Kotler's buyer behavior model (2000).

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์
2. เพื่อเป็นแนวทางในการทำตลาดของบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์
3. เพื่อทราบแนวทางในการให้ความรู้ในเรื่องกลยุทธ์ทางธุรกิจ
4. กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีเหมาะกับบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์

แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

1. เสนอรายงานการวิจัยแก่บริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์
2. เสนอรายงานการวิจัยแก่มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ให้ทราบและนำไปพิจารณาทบทวนกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีเหมาะกับบริษัทผลิตแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์
3. นำเสนอผลงานวิจัยในเวทีการประชุมระดับชาติหรือประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ต่าง



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพระดับคุณภาพในอุตสาหกรรม จากที่งานโครงการวิจัยรถยนต์มีมาก แต่ยังมีจำนวนน้อยในส่วนของตลาดรถมอเตอร์ไซค์ โดยเฉพาะงานวิจัยของแบตเตอรี่ และส่วนมากจะเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับแบตเตอรี่ของมอเตอร์ไซค์เอง ซึ่งจะเป็นงานวิจัยทางด้านวิศวกรรมและยังขาดแคลนงานวิจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับตลาดรถมอเตอร์ไซค์และมีจำนวนจำกัดในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้มอเตอร์ไซค์เป็นจำนวนมาก จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่เริ่มมาตั้งแต่อดีตประเภทกิจกรรมครอบครัว ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างกันตั้งแต่รุ่นอดีตหรือรุ่นต่อไป จนถึงปัจจุบันซึ่งเป็นการพึ่งพาอาศัยกัน ไม่ว่าในงานด้านธุรกิจ ครอบครัว สังคมหรือทางด้านส่วนตัว บางครอบครัวมีการสร้างความสัมพันธ์กันจนถึงกระทั่งแต่งงานในรุ่นลูก ซึ่งสามารถขยายธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าต่อไป โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัวในเครือข่ายไทยจีน ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัวเป็นสิ่งที่ยังรับการสำรวจในตลาดประเทศไทยอย่างน้อย นักวิจัยจึงให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในธุรกิจครอบครัว เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจในอนาคตและแก้ปัญหาความสัมพันธ์ซึ่งผลกระทบกับธุรกิจระหว่างธุรกิจครอบครัว โดยเฉพาะธุรกิจที่เริ่มต้นตั้งแต่อดีตและกำลังจะถูกส่งมอบต่อให้ทายาทรุ่นปัจจุบัน ดังนั้นหัวข้อวิจัยนี้จะเป็นการสำรวจความสัมพันธ์ว่างธุรกิจกับธุรกิจในตลาดแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์เพื่อจะนำไปสร้างแนวทางในการพัฒนาและ โครงสร้างความสัมพันธ์ของธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย

จากที่งานโครงการวิจัยรถยนต์มีมาก แต่ยังมีจำนวนน้อยในส่วนของตลาดรถมอเตอร์ไซค์ โดยเฉพาะงานวิจัยของแบตเตอรี่ และส่วนมากจะเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแบตเตอรี่ของมอเตอร์ไซค์เอง ซึ่งจะเป็นงานวิจัยทางด้านวิศวกรรมและยังขาดแคลนงานวิจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับตลาดรถมอเตอร์ไซค์และมีจำนวนจำกัดในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้มอเตอร์ไซค์เป็นจำนวนมาก (สำนักข่าว RYT9, 2556) บริษัท เอ.พี.ฮอนด้า จำกัด กล่าวว่ารถจักรยานยนต์ ฮอนด้า ได้รับการ โหวตให้เป็นผลิตภัณฑ์เป็นแบรนด์ที่น่าเชื่อถือสูง โดยรถจักรยานยนต์ฮอนด้าได้รับการโหวตคะแนนจากผู้บริโภคสูงสุดในทุกๆ ด้าน สะท้อนถึงการยอมรับอย่างสูงที่สุดของผู้บริโภค พร้อมทั้ง นายธีระพัฒน์ จิระพงศ์ กรรมการบริหารฝ่ายขาย บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด กล่าวถึงภาพรวมของตลาดรถจักรยานยนต์ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2556 พบว่ามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น

โดยเดือนมีนาคม 2556 มียอดจดทะเบียนทั้งสิ้น 192,120 คัน เติบโตเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาสูงสุด 113% แบ่งเป็น เอ.พี. ฮอนด้า 134,681 คัน ยามาฮ่า 44,927 คัน ซูซูกิ 7,177 คัน คาวาซากิ 2,844 คัน 112% มียอดจดทะเบียนรวมทั้ง 520,991 คัน แบ่งเป็น เอ.พี. ฮอนด้า 370,048 คัน ยามาฮ่า 120,045 คัน ซูซูกิ 17,514 คัน คาวาซากิ 7,336 คัน(ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ 2556 อ้างโดยสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย) ทั้งนี้รวมยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ไตรมาสแรกปี 2556 มีทั้งสิ้น 549,067 คัน แบ่งเป็นรถแบบครบครัน 263,923 คัน อัตราส่วน 48%, รถเอ.ที. 251,151 คัน อัตราส่วน 46%, รถแบบสปอร์ต 17,868 คัน ส่วนแบ่งตลาด 3% และรถแบบอื่นๆรวมกันอีก 16,125 คัน อัตราส่วน 3% (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

ทั้งนี้จำนวนรถจักรยานยนต์ทั่วโลกในปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 350 ล้านคันและคาดว่าจะเพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 500 ล้านคันภายในปี 2558 (ที่มา: บทวิเคราะห์ Kline Lubricants for Motorcycles, Scooters, and Mopeds: Global Market Analysis and Opportunities 2013 อ้างโดย manager.co.th) จึงทำให้บริษัทน้ำมันหล่อลื่นเชลล์น้ำมันเครื่องระดับพรีเมียมสำหรับรถจักรยานยนต์ จึงเห็นได้จากข้อมูลข้างต้นว่าแม้แต่บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการขายสินค้าที่เกี่ยวกับมอเตอร์ไซค์จึงเตรียมความพร้อมสู่การตลาดเชิงรุกในตลาดผู้บริโภค(Consumer market) และตลาดธุรกิจ(Business Market) จึงทำให้เห็นว่าตลาดรถจักรยานยนต์เป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่เริ่มมาตั้งแต่อดีตประเภทธุรกิจครอบครัว(Family Business) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันมาตั้งแต่รุ่นอดีต จนถึงปัจจุบันซึ่งเป็นการทำธุรกิจพึ่งพาอาศัยกัน(Mutual benefit) ไม่ว่าจะในงานด้านธุรกิจ ครอบครัว สังคมหรือทางด้านส่วนตัว บางครอบครัวมีการสร้างความสัมพันธ์กันจนถึงกระทั่งแต่งงานในรุ่นลูก ซึ่งสามารถขยายธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าต่อไป โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัว ในเชื้อสายไทยจีน (Skinner, 1957 อ้างโดยนฤมล, 2006)

ในตลาดธุรกิจ(Business Market) Hutt และ Speh(2012) กล่าวว่าผู้ผลิตอุปกรณ์ดั้งเดิม(Original Equipment Manufacturer: OEM) เป็นคำที่หมายถึง ตลาดที่ผู้ประกอบการจะผลิตสินค้าตามคำสั่งของผู้ซื้อและอีกในหนึ่งเน้นการทำตลาดกับรถหรือรถจักรยานยนต์ ในทางกลับกันผู้ผลิตอุปกรณ์ทดแทน (Replacement Equipment Manufacture: REM) ที่ผลิตเพื่อทดแทน อะไหล่ เป็นตลาดที่ผลิตสินค้าและอุปกรณ์เพื่อทดแทนสินค้าและอุปกรณ์ที่ชำรุดและเสียหายการบำรุงรักษาของรถหรือรถจักรยานยนต์ หลังการขายเดิม บริษัท ยัวซ่าแบตเตอรี่ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (2555) แจ้งในรายงานการประชุมประจำปี 2555 ว่า สำหรับแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ในตลาดรถใหม่ (OEM) บริษัท มีการจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้ารายหนึ่งทั้งในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 90.88 จากยอดขายแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์สำหรับตลาดรถใหม่ทั้งหมด การนำเข้าแบตเตอรี่จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้ในปี 2554 ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาก่อตั้งโรงงานและเริ่มผลิตและจำหน่ายแบตเตอรี่รถยนต์ในช่วงต้นปี 2555 และ

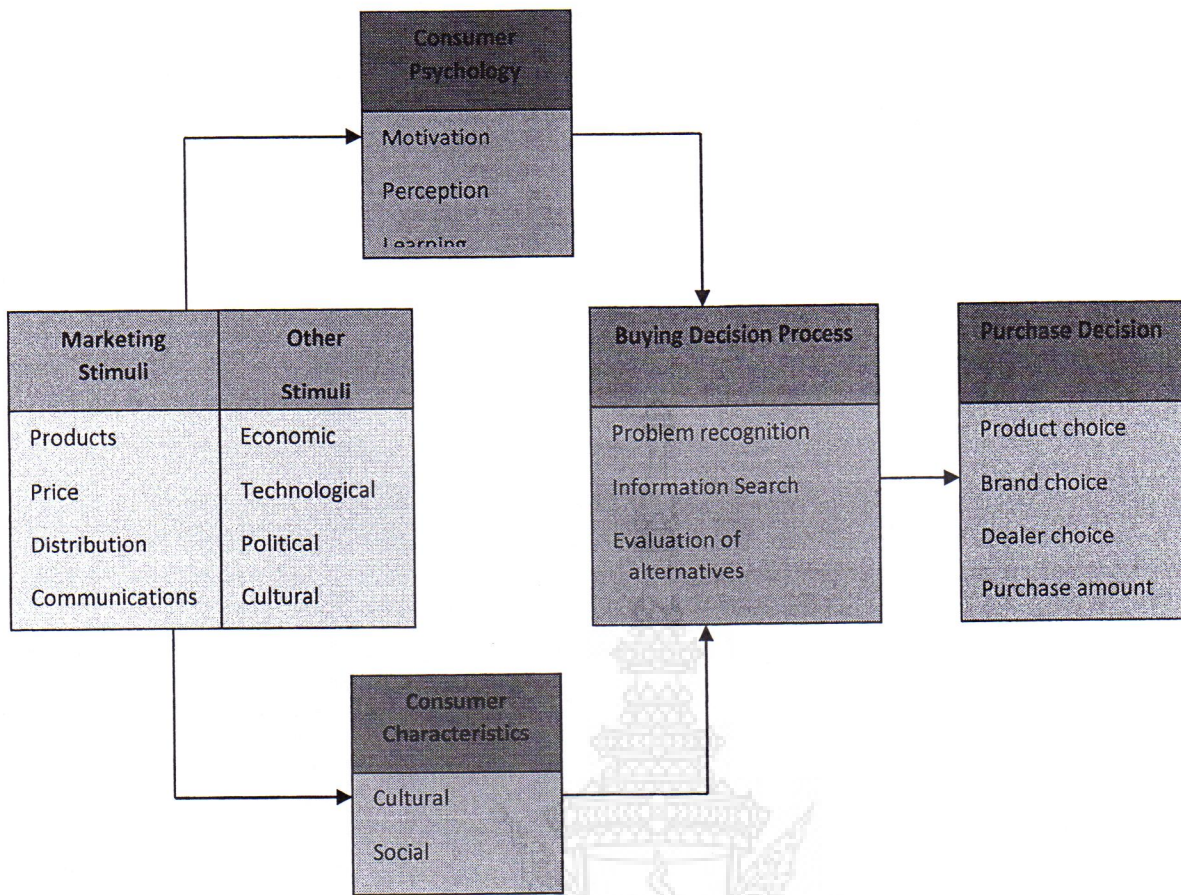
มีผู้ประกอบการนำเข้าแบตเตอรี่จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศด้วยเช่นเดียวกับการแยกส่วนตลาดจะแบ่งเป็นOEM (ตลาดรถใหม่) และ REM (ตลาดทดแทนภายในประเทศ)

ซึ่งจะเห็นจากข้อมูลได้ว่าการขยายตัวของบริษัทแบตเตอรี่ของมอเตอร์ไซค์มีการขยายตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าจึงมีความจำเป็นในตลาดธุรกิจ(Business to Business:B2B) จากทฤษฎี การตลาดเชิงสัมพันธ์ (Relationship Marketing) คือ การสร้างความเหนียวแน่นของลูกค้า ช่องทางการตลาด และคู่ค้าในองค์กรธุรกิจสามารถบรรลุสู่เป้าหมายเป้าหมายทางการตลาด (Kotler และ Keller,2011) ซึ่งความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคู่ค้าในตลาดแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์จึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นกลไกในการอยู่รอดของธุรกิจ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัวเป็นสิ่งที่ยังไม่ได้รับการสำรวจในตลาดประเทศไทยอย่างแพร่หลาย นักวิจัยจึงให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในธุรกิจครอบครัว เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจในอนาคตและแก้ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจครอบครัว โดยเฉพาะธุรกิจ ที่เริ่มต้นตั้งแต่อดีตและกำลังจะถูกส่งมอบต่อให้ทายาทรุ่นปัจจุบัน ดังนั้นหัวข้อวิจัยนี้จะเป็นการสำรวจความสัมพันธ์ว่างธุรกิจกับธุรกิจในตลาดแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์เพื่อจะนำไปสร้างโมเดลและโครงสร้างความสัมพันธ์ของธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย

รูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค

การพยายามเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นรูปแบบการกระตุ้นการตอบสนอง กระตุ้นตลาดและสภาพแวดล้อมภายในและนอกป้อนสติของผู้บริโภค กระบวนการทางจิตวิทยาที่มีลักษณะรวมของผู้บริโภค บางอย่างที่จะส่งผลให้เกิดกระบวนการการตัดสินใจและการตัดสินใจซื้อ งานของตลาดคือการทำ ความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตสำนึกของผู้บริโภคระหว่างการมาถึงของสิ่งเร้าภายนอกและการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ดีที่สุด สี่กระบวนการทางจิตวิทยาที่สำคัญ - แรงจูงใจการรับรู้การเรียนรู้และ หน่วยความจำ - พื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองผู้บริโภคที่จะกระตุ้นตลาดต่างๆ (Kotler และเคลเลอร์, 2006)



ผู้บริโภคยังจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าจากสามชุดของตัวแปร ชุดที่ 1 คือจิตวิทยาของผู้บริโภคหรือสภาพโดยทั่วไปของจิตใจที่มีต่อวัตถุ ชุดจิตวิทยาของผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาเชิงบวกหรือเชิงลบต่อแบรนด์ชุดที่ 2 ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นลักษณะส่วนบุคคล: ประชากรวิถีชีวิตและบุคลิกภาพ ที่ 3 คือปัจจัยสภาพแวดล้อมซึ่งรวมถึงอิทธิพลกว้างเช่น สิ่งแวดล้อม สิ่งรอบตัวและสังคมชั้นสูงของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลหันหน้าเข้าหากันเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเช่นครอบครัวและกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้สามชุดตัวแปรที่มีปัจจัยการผลิตในกระบวนการตัดสินใจที่จะกำหนดอะไรที่ไหนเมื่อใดและทำไมผู้บริโภคซื้อ



Philip Kotler and Kevin Lane Keller. (2006). Marketing Management. (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall. P.19.

โซโลมอนและ Suart (2000) ระบุว่าวิธีการทางการตลาดที่เรียกว่าส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ด้วยกันเพื่อสร้างการตอบสนองที่ต้องการในชุดของผู้ซื้อที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เครื่องมือเหล่านี้รวมผลิตภัณฑ์ของตัวเองตั้งราคาของสินค้า, สถานที่ที่มันสามารถใช้ได้และกิจกรรมที่แนะนำให้บริการ

ฮอว์กินและ Coney (2001) ระบุว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นผลิตภัณฑ์, ราคา, การสื่อสารการแจกแจงและการให้บริการไปยังตลาดที่เรามุ่งหวัง มันคือการรวมขององค์ประกอบเหล่านี้ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าพึงพอใจ

Kotler และเคลเลอร์ (2006) ระบุว่าส่วนประสมทางการตลาดคือเครื่องมือทางการตลาด บริษัท จะใช้เพื่อติดตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ในตลาดเป้าหมาย มันสามารถแบ่งออกเป็นสี่กลุ่มกว้างซึ่งเป็นที่รู้จักในฐานะ "สี่ Ps" การตลาดผลิตภัณฑ์ราคาสถานที่และโปรโมชัน

ความหมายของการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

ความสำคัญของการตัดสินใจ

วราพจน์ บุษราคัมวดี(2550) กล่าวว่า “การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการแสวงหา ทางเลือกที่มีอยู่จากทางเลือกต่างๆ และสามารถเลือกทางเลือกที่เป็นไปได้ โดยทั่วไปการตัดสินใจ เป็นบทบาทหน้าที่ที่บ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติซึ่งผู้บริหารที่การ ตัดสินใจนั้นจะต้องมีหลักการและเหตุผล มีเจตคติและวิจาร์ญาณที่ดี นอกจากนี้การตัดสินใจยังเป็นวิธีที่สามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายองค์กร”

สำหรับการตัดสินใจมีความสำคัญดังนี้

1. มีทางเลือกหลากหลาย การตัดสินใจเพื่อการทำแต่ละทางเลือกอาจจะอยู่ในรูปของ วิธีในการปฏิบัติงาน เทคนิค หรือขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งการที่มีทางเลือกหลายทาง เน้นอ้างอิงจากตัวของผู้บริหารเพื่อการตัดสินใจนั้นอาจจะผิดพลาดขึ้น ได้ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องมีเครื่องมือหรือเกณฑ์ที่มีความเหมาะสมในด้านต่างๆเข้ามาช่วยผู้บริหารเพื่อทำการตัดสินใจ

2. การที่มีข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวนมาก ถ้านำข้อมูลพินิจส่วนตัวมาใช้ในการตัดสินใจ บ่อยครั้งแล้วโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด และขาดการไตร่ตรองจึงอาจเกิดขึ้นตามมาได้ ด้วยเนื่องจากผู้ตัดสินใจไม่สามารถนำข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดนั้นมาพิจารณาได้ครบถ้วนสมบูรณ์นั่นเอง

3. เพื่อลดความขัดแย้งเนื่องจากพื้นฐานความรู้ รวมทั้งความคิดของแต่ละบุคคล ที่มีความแตกต่างกันดังนั้นในการตัดสินใจถ้าหากผู้บริหารไม่อาศัยหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่ เหมือนกันมาทำการตัดสินใจแล้วอาจจะทำการตัดสินใจแตกต่างกันออกไปจนทำให้คนในองค์กรเกิด ความขัดแย้งขึ้น ได้

4. เพื่อลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจของผู้บริหารที่ปราศจากข้อตกลงการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือที่มีความถูกแม่นยำและเหมาะสมเข้ามาช่วยโอกาสของการตัดสินใจที่ผิดพลาดนั้นจะสามารถบริหารความเสี่ยง

หากที่มีการตัดสินใจที่ดีเปรียบเสมือนคนที่มีความคิดที่ดี ซึ่งจะช่วยให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตการงาน ชีวิตส่วนตัวและชีวิตทางสังคมได้ ในตรงนี้การตัดสินใจที่ดีก็ จะต้องมีการหลักการและเหตุผลที่ดีและเหมาะสมด้วยจึงจะทำให้้องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในภาคปฏิบัติงาน

ดังนั้น การตัดสินใจจึงต้องแสวงหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาอยู่ตลอดเวลาเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานและการกำหนดแนวทางใหม่ๆเพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ประเภทของการตัดสินใจ

กฤษณี ไชยนันตา(2539) “การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การในขณะที่การตัดสินใจจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเพื่อการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม เป็นต้น ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องมีบทบาทและหน้าที่ในการตัดสินใจ”

โดยกลุ่มเป็นการตัดสินใจที่มีความสลับซับซ้อนที่ไม่สามารถตัดสินใจโดยคนๆ เดียวได้จึงต้อง อาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่จำเต็มที่จะต้องมีการตัดสินใจโดยกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

ในการแบ่งประเภทของการตัดสินใจสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การตัดสินใจแบบ โครงสร้าง (Structure) เป็นการตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้าเป็น การตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำ จึงเกณฑ์ในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาอยู่แล้วโดยวิธีการในการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้เช่นการเลือกวิธีการในการลงทุนที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุดเพื่อการดำเนินงานของบริษัท การตัดสินใจแบบ โครงสร้างนี้จึงมักใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ตัวอย่างของการตัดสินใจได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับสินค้าคงคลัง การวิเคราะห์การลงทุนระบบจากผลประกอบการ เป็นต้น
- 2.การตัดสินใจแบบไม่เป็น โครงสร้าง (Unstructured) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่มี รูปแบบไม่ชัดเจน หรือมีความซับซ้อน จึง ไม่มีแนวทางในการแก้ปัญหาแน่นอนเป็นปัญหาที่ไม่มี การระบุวิธีแก้ไว้อย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไรบ้างการตัดสินใจกับปัญหาลักษณะนี้จะไม่มีเครื่องมือ
3. การตัดสินใจเบึ่ง โครงสร้าง (Semi structure) เป็นการตัดสินใจแบบผสมระหว่าง โครงสร้างและไม่เป็น โครงสร้าง ปัญหาเบึ่ง โครงสร้างนี้จะใช้วิธีแก้ปัญหาแบบมาตรฐานและการพิจารณาโดยมนุษย์ร่วมเข้าไว้ด้วยกันคือมีลักษณะเป็นกึ่ง โครงสร้างแต่มีความซับซ้อนมากขึ้น ขั้นตอนจึงไม่ชัดเจนว่าจะมีขั้นตอนอย่างไร ปัญหาบางส่วนเขียนเป็นแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ได้ แต่ปัญหาบางส่วนไม่สามารถเขียนออกมาในรูปแบบของแบบจำลองได้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง

ประเภทการวิจัย

งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

-การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview -IDI)

การค้นคว้าข้อมูลอ้างอิง (Desk Research) และ การรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary search)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์และผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนในกรุงเทพฯ

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection) ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

สัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal interview) ผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์และผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนในกรุงเทพฯ ใช้เวลาประมาณ 45 นาที มีการ

ขออนุญาตจดบันทึกภาคสนาม (Field note) และบันทึกเทป ซึ่งจะทำการสัมภาษณ์แบบลึกจนกระทั่ง

ข้อมูลอิ่มตัว

ตัวอย่างประเด็นสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ
2. ความรู้เรื่องการแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ ปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ
3. การศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ
4. ประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ศึกษาแนวคิดเฉพาะกลุ่มที่สนใจ
- ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย
- การสัมภาษณ์เจาะลึก
- การบันทึกประวัติชีวิตบุคคลรายงานผล โดยอ้างอิงคำพูดหรือเรื่องราวจริงจากกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- ความเชื่อถือได้ (Credibility) ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงและมีความรู้ความเข้าใจในความหมายต่างๆ และข้อมูล
- การพึ่งพากับเกณฑ์อื่นๆ (Dependability) การสังเกตสิ่งเดียวกัน โดยนักวิจัยหลายคนหลายโอกาส -ว่าสอดคล้องกันเพียงใด
- การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) ความคิดและทฤษฎีที่สร้างขึ้นจากสถานการณ์หนึ่งๆ สามารถจะนำไปใช้กับสถานการณ์อื่นเพียงใด

การวิเคราะห์ข้อมูล

- วิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้อามาทำการวิเคราะห์ห้ออกให้เห็นเป็นส่วนๆ
- การวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ให้เห็นว่าจากผลมาจากเหตุ
- วิเคราะห์เชิงตรรกะเป็นหลักอาจมีการวิเคราะห์เชิงปริมาณช่วยเล็กน้อย (content analysis)
- การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้อามาจากแหล่งต่างๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่
- การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลต่างคนกันว่าได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร
- การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (theory triangulation) จะเน้นการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้อามาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่

สถานที่ทำการวิจัยทดลองหรือเก็บข้อมูล

กรุงเทพ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ ศึกษาและการศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดของผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนในกรุงเทพฯ

โดยผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ลำดับขั้นการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับของผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์ในกรุงเทพฯ และผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทน จะใช้ในการรับรู้ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ความคิดเห็น และอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ
2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ
3. ชุดที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่

มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. อิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้

ขับขี่ในกรุงเทพฯ

3. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนให้กับผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 (แบบสอบถามเกี่ยวกับของนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่มีต่อการเตรียมความพร้อมความพอใจทางวัฒนธรรมและการปรับตัวต่อวัฒนธรรมและการกลมกลืนข้ามวัฒนธรรมที่มหาวิทยาลัยคู่สัญญาในต่างประเทศ จะใช้ในการรับรู้ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้) และชุดที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในปัจจุบันที่มีอิทธิพลและการเตรียมความพร้อมต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพฯ ได้ผลออกมาดังต่อไปนี้

จากการแจกแบบสอบถามชุดที่ 1-2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศึกษาแนวทางความคิดเห็นของผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์ในกรุงเทพฯ ไปยังผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 ราย เมื่อได้แจกแบบสอบถามแล้วปรากฏว่า จำแนกเพศ อายุ อาชีพ และการเป็นอยู่ การใช้ (Participant, Sex, Age, Years of using Motor cycle, Residence, Factors influencing, consumers' purchasing intention)

Participant	Sex	Age	Years of using	Residence	Factors influencing	consumers' purchasing intention
P1	M	40	22	BKK	Price	Personal
P2	M	2	4	BKK	Place	Personal
P3	M	21	3	BKK	Place	Personal
P4	M	20	4	BKK	Place	Business
P5	M	22	3	BKK	Promotion	Business
P6	M	23	3	BKK	Product	Business
P7	M	22	4	BKK	Product	Business
P8	M	20	3	BKK	Price	Personal
P9	M	21	3	BKK	Place	Personal
P10	M	22	3	BKK	Place	Business

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ถูกสรุปผลออกมาเป็นกลุ่ม(common theme)ดังนี้

1. ราคา

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสำรวจมาได้ผลตอบว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการที่ผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนใช้ในการตัดสินใจและมีมุมมองว่าตัวราคาจะเป็นสิ่งที่จูงใจก่อนปัจจัยอื่นๆ นอกจากนี้การที่ผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์ในกรุงเทพเอามาตัดสินใจเนื่องจากผู้ขับขี่ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนได้นำสินค้าดังกล่าวไปประกอบอาชีพ

2. ที่จัดจำหน่ายผู้ขายแบตเตอรี่ หรือ ร้านติดตั้งแบตเตอรี่

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสำรวจมาได้ผลตอบว่าที่จัดจำหน่ายมีอิทธิพลในการได้รับข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจซื้อเนื่องจากผู้จัดจำหน่ายได้มีการให้ข้อมูลการขายสินค้าและการส่งเสริมการขายออกมาในรูปแบบต่างๆเพื่อเป็นการผลักดันการขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. สินค้าที่ไม่มีความแตกต่างจากที่คิดมาตอนซื้อ

จากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้ไม่ได้มองความแตกต่างระหว่างสินค้าที่คิดมากับรถมอเตอร์ไซด์ ผู้ใช้มองว่ามีการให้กำลังไฟในลักษณะเท่ากันและไม่เห็นความแตกต่างในระดับอื่นเพียงแต่ต้องการให้มีกำลังไฟในการใช้งานรถมอเตอร์ไซด์ของตนเพียงเท่านั้น

4. การส่งเสริมการตลาด

ราคาเท่านั้นที่ทำให้การตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์ทดแทนของผู้ขับขี่ในกรุงเทพในการซื้อขายแบตเตอรี่มอเตอร์ไซด์

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป การศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มือถือทดแทนของผู้จับขี้ในกรุงเทพฯ โดยสาระแล้วความแตกต่างที่แท้จริงก็อิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาด เช่น ราคา ที่จัดจำหน่ายผู้ขายแบตเตอรี่ หรือ ร้านติดตั้งแบตเตอรี่ สินค้าที่ไม่มีความแตกต่างจากที่คิดมาตอนซื้อ การส่งเสริมการตลาด โดยการตรวจสอบจากลูกค้า มุมมองว่าส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ตั้งใจที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์, หาปัจจัยในการผสมตลาดที่มีอิทธิพลความตั้งใจของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ที่จะซื้อแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ พร้อมการตรวจสอบคุณลักษณะของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเมื่อจำแนกตามผลิตภัณฑ์ราคาสถานที่และ โปรโมชันและผู้จับขี้มือถือรีไซเคิลในกรุงเทพฯ ที่ตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มือถือรีไซเคิลทดแทน ดังนั้นการการศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มือถือรีไซเคิลทดแทนของผู้จับขี้ในกรุงเทพฯ ในโลกที่มีการติดต่อสัมพันธ์ด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว จะต้องมีการ การศึกษาอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่มือถือรีไซเคิลทดแทนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีความสนใจในการประกอบการธุรกิจแบตเตอรี่มือถือรีไซเคิลทดแทนในตลาดพื้นที่กรุงเทพฯ



เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

- Anderson, G. (1996). *Fundament of Education Research*. London: Falmer Pr.
- Assael, H. (1993). *Marketing Principle & Strategy*. 2nd ed. Texas: Dryden.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. USA: South-Western College Publishing.
- Chao Hao Huang. (2003). *An analysis of factors in marketing mix influencing the purchase intention of haier electric water heater: a study of Chinese consumers in Beijing urban area*. Master of Business Administration. Assumption University: Thailand.
- Hanna, N. and Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. and Coney, K.A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 8th ed. New Jersey: Irwin McGraw Hill.
- Hawkins, D.I., Roger, J. Best and Kenneth, A. Consy. (1995). *Consumer Behavior*. 6th ed. Chicago IL: Irwin, Inc.
- Howard, John A. (1994). *Buyer Behavior in Marketing Strategy*. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Millennium edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, Lane K. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Lamb, et al. (1996). *Marketing*. 3rd ed. USA: Prentice Hall.
- Olson, Jerry C. and Peter, Paul J. (1996). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 4th ed. Homewood, IL: Irwin Book Team.
- Pelsmacker, Patroc De., Geuens and Bergh Joeri Vanden. (2001). *Marketing Communication*. Ashford Colour.
- Perreault, William D. Jr. and McCarthy, E. Jerome. (1999). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach*. 13th ed. USA: Irwin/McGraw Hill.

Phattharakijwanich, J. (2004). The relationship between attributes of marketing mix with customer's purchasing decision of baby powder. Master of Business Administration. Assumption University: Thailand.

Saetieo, R. (2004). A study about factors related to purchase intention of female consumers for jewelry. Master of Business Administration. Assumption University: Thailand.

Sheth, Jagdish N., Mittal Banwari and Newman, Bruce I. (1999). Consumer Behavior: Consumer Behavior and Beyond. Texas: Dryden.

Skinner, Steven J. (1994). Marketing. 2nd ed. Massachusetts: Houghton Mifflin.

Solomon, Michael R. (2003). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. 6th ed. Pearson: Prentice Hall.

Termworasin, R. (2003). The influence of marketing mix on Thai female's purchase decision of sanitary pad in Bangkok. Master of Business Administration. Assumption University: Thailand.

Zikmund, William G. (1997). Business Research Methods. 5th ed. Fort Worth: Dryden Press.

Zikmund, William G. and Amico, Michael D. (1996). Marketing. New York: John Wiley & Sons.

http://www.thaiauto.or.th/Research/document/Reportauto_mar2002.pdf

http://www.thaiauto.or.th/Records/eng/vehicledomesticwholesale_eng.asp

http://www.thaiauto.or.th/Records/eng/motorcycle_sales_eng.asp

<http://www.ambbangkok.um.dk/NR/rdonlyres/12A0FF0C-04AA-442E-A31B-223EBB6BA0F9/0/SectorOverviewAutomotiveIndustryinThailandJune2006.pdf>

<http://www.industrythailand.com>

<http://www.moit.gov.il/NR/exeres/E3EB1BB2-F985-46CA-BA8D-E1DD01C106E7.htm>

<http://www.dit.go.th>

<http://www.bot.or.th>

<http://www.kompass.com>

http://wrightreports.ecnext.com/coms2/reportdesc_COMPANY_C764ZN000

<http://www.directory.thailand.net>

<http://www.wikipedia.com>

<http://www.yuasathai.com>

<http://www.gsbattery.co.th>

<http://www.fbbattery.com>

<http://www.3kbattery.com>

<http://www.nvbattery.com>

<http://www.hotfrog.in.th/Companies/J-T-M-Sunny-Battery>



คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

1.ซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ศูนย์ฮอนด้า บางพลี

2.ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. 400-500 บาท ของฮอนด้า

3.คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. 300-400 บาท

4.ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง(ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ยี่ห้อเดิมของฮอนด้า ที่เคยใช้ตอนออกจากศูนย์

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์(4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6.ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์สีอะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. สีดำ ขนานที่ใส่กับตัวรถได้

7.ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8.ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น?และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร(วันหรือเดือน)?

ตอบ. เปลี่ยนกับร้านที่ออกรับ ประกัน 1 ปี

9.ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีกี่ยี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. ศูนย์มีอยู่ยี่ห้อเดียว คือ ฮอนด้า

10.ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่คุณ会选择ซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. หาข้อมูลก่อนว่าดีไหม แล้วตัดสินใจอีกครั้ง

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ศูนย์ฮอนด้า

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. 1000 บาท ของฮอนด้า

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. ไม่ควรเกิน 1,000 บาท

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมีหยี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ยี่ห้อเดิมของฮอนด้า ที่เคยใช้ตอนออกจากศูนย์

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์สีอะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. สีดำ เพราะเป็นสีดำอยู่แล้ว

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนเอง

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. เปลี่ยนเอง

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีกี่ยี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. มีฮอนด้าและยามมาฮ้า นึกถึงยามาฮ้า

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่ คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายและการใช้งาน

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

1. ซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. เต่าปูนอะไหล่

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. 300-400 บาท ยี่ห้อ 3K

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. 300 – 400 บาท

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. แล้วแต่ เพราะดูตามราคา

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. ราคาถูก

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้ออะไร บรรจุกฎหมายแบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. แบบไหนก็ได้ เพราะไม่จำเป็นต้องเลือก

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. ร้านใหญ่ ประกัน 5-6 เดือน

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีกี่ยี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. ไม่ได้นึก เพราะช่างจะเปลี่ยนให้เอง ใช้ 3K

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่ คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. มีเพราะของเก่ายังใช้ได้อยู่

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอริไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอริไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอริไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอริไซค์รายได้ต่ำกว่า20,000บาทต่อเดือน

1.ซื้อแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ศูนย์ฮอนด้า

2.ราคาแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์เท่าไร? (โปรดระบุปีที่ซื้อ)

ตอบ. 500 บาท

3.คิดว่าราคาแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. 300 บาท

4.ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อมีชื่อเสียง(ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. มีชื่อเสียง เพราะเคยใช้ราคาถูกไม่มียี่ห้อแล้วมีปัญหา

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์(4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6.ชอบแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์สีอะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. ตอบไม่ได้ เพราะส่วนมาซื้อตรงรุ่น

7.ปกติซื้อแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8.ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น?และร้านนั้นควรมีประกันและเครมแบบเตอรรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร(วันหรือเดือน)?

ตอบ. ศูนย์ซ่อม ประกัน 3-6 เดือน

9.ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอริไซค์มีที่ยี่ห้อมและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. นึกถึง GH

10.ถ้ามีแบบเตอรรี่มอเตอริไซค์ยี่ห้อใหม่คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ต้องดูของเก่าก่อนว่าหมตอายุการใช้งานหรือยัง

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ศูนย์ฮอนด้า

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. 400-500 บาท ของฮอนด้า

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. 400-500 บาท

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ใช้ของฮอนด้าดีอยู่แล้ว

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์สีอะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ได้มีให้เลือกมาก ไม่ได้ชอบสีไหนเป็นพิเศษ

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ศูนย์ฮอนด้า

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. ร้านไม่ใหญ่มาก เพราะเป็นลูกค้าประจำ ประกัน 1 เดือน

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีก๊วยฮ้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. ฮอนด้ายี่ห้อเดียว

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่ คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ เพราะที่ใช้ของฮอนด้าก็ดีอยู่แล้ว

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มือถือโทรศัพท์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมือถือแล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมือถือที่รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมือถือส่งของ กลุ่มผู้ใช้มือถือรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่มือถือโทรศัพท์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ร้านอะไหล่ในซอยวัดช่องหวาย

2. ราคาแบตเตอรี่มือถือโทรศัพท์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. 300-400 บาท

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่มือถือโทรศัพท์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. 200 - 300 บาท

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่มือถือจะเปลี่ยนแบบมีที่หุ้มที่มือถือเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ ตามใจช่าง

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่มือถือ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. เน้นราคาถูก

6. ชอบแบตเตอรี่มือถือสีอะไร บรรจุกฎหมายแบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. สีไหนก็ได้ เนื่องจากแบตเตอรี่ไม่มีใครเห็นอยู่แล้ว

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่มือถือมาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. ร้านเล็กๆ ร้านซ่อมมือถือธรรมดา ประกัน 6 เดือน

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนมือถือมีที่หุ้มที่มือถือและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. ไม่ทราบว่ามีที่หุ้ม นึกถึง 3K ก่อน

10. ถ้ามีแบตเตอรี่มือถือยี่ห้อใหม่คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ เพราะมีราคาแพง

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเตอริมอเตอริไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอริไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอริไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอริไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอริไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

1. ชื่อแบบเตอริมอเตอริไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ไม่ได้ชื่อ ชื่อมอเตอริไซค์มา แบบเตอริมอเตอริไซค์ติดมากับมอเตอริไซค์แล้ว

2. ราคาแบบเตอริมอเตอริไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. ประมาณ 500 บาท ยี่ห้อไม่แน่ใจ เพราะเปลี่ยนแบบเตอริมอเตอริไซค์ที่ศูนย์ฮอนด้าตลอด

3. คิดว่าราคาแบบเตอริมอเตอริไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. ก็ประมาณ 500 ไม่เกินนี้ก็พอดีแล้ว

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบบเตอริมอเตอริไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่เคยเปลี่ยนแบบเตอริมอเตอริไซค์เอง ให้ศูนย์บริการเปลี่ยนให้ตลอด

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบบเตอริมอเตอริไซค์(4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. ราคาต้องมาก่อน หากราคามแพงคุณภาพจะดี หากราคาต่ำ คุณภาพก็จะต่ำ

6. ชอบแบบเตอริมอเตอริไซค์สีอะไร บรรจุกันท์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่จำเป็นต้องเลือกสี เพราะแบบเตอริมอเตอริไซค์จะอยู่ในตัวรถไม่มีใครมองเห็น และไม่สนใจบรรจุกันท์

7. ปกติซื้อแบบเตอริมอเตอริไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบบเตอริมอเตอริไซค์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร(วันหรือเดือน)?

ตอบ. ศูนย์มอเตอริไซค์ที่ซื้อมา สาเหตุคือ ชื่อมอเตอริไซค์มากจากศูนย์นั้น ประกัน 1 เดือน

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอริไซค์มียี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. 1 ยี่ห้อ คือ ฮอนด้า

10. ถ้ามีแบบเตอริมอเตอริไซค์ยี่ห้อใหม่คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ขึ้นอยู่กับศูนย์บริการ

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ร้านมอเตอร์ไซค์แถวๆบ้าน ชื่อร้านบุญชุมมอเตอร์

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. ราคา 830 บาท ฮอนด้า YDZ6

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. ก็ประมาณ 800-1,000 บาท

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง(ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ต้องการเปลี่ยน เพราะรุ่นที่ใช้นั้นดีอยู่แล้ว

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์(4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์สีอะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. สีแดง

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร(วันหรือเดือน)?

ตอบ. ศูนย์มอเตอร์ไซค์ใหญ่ ประกัน 1 ปี

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีที่ยี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. 5-6 ยี่ห้อ นึกถึง ฮอนด้า เป็นยี่ห้อแรก

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ต้องดูที่คุณภาพกับราคาก่อน

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ร้าน TK เรดซิ่งซอป

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. SB แบตเตอรี่ ราคา 430 บาท

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. ก็ประมาณ 300

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ไม่ เพราะจะดูราคาเป็นหลัก

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. ราคาต้องมาก่อน

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้ออะไร บรรจุภัณฑ์แบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. ชอบสีดำเพราะดูเรียบง่าย

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและครีมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. ร้านใหญ่ เพราะมีบริการที่ดี รับประกัน 1 ปี

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีก๊วยห้อยและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. จะนึกถึง SB แบตเตอรี่ก่อน

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่ คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ขึ้นอยู่กับศูนย์บริการ

คำถามประเภทการสัมภาษณ์กลุ่มแบตเตอรี่มอเตอร์ไซค์ประเภททดแทน (เปลี่ยนลูกที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์แล้วไปซื้ออะไร) กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์พร้อมอัดเสียงเป็นเวลา 10 นาที คือ กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้าง กลุ่มผู้ขับรถมอเตอร์ไซค์ส่งของ กลุ่มผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน

1. ชื่อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จากที่ไหน? (โปรดระบุร้านค้า)

ตอบ. ร้านซ่อมมอเตอร์ไซค์ทั่วไป

2. ราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์เท่าไร? (โปรดระบุยี่ห้อ)

ตอบ. GH แบตเตอรี่ ราคา 250 บาท

3. คิดว่าราคาแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ควรจะราคาเท่าไร? (หากกำหนดราคาไม่ได้โปรดระบุช่วง)

ตอบ. ขึ้นอยู่กับยี่ห้อ แต่ราคาก็จะอยู่ที่ประมาณ 200 กว่าๆ

4. ถ้าคิดจะเปลี่ยนแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์จะเปลี่ยนแบบมียี่ห้อที่มีชื่อเสียง (ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์บอกยี่ห้อที่มีชื่อเสียงด้วยครับ) หรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ยี่ห้อที่ติดมากับรถยี่ห้อไหนก็จะใช้ยี่ห้อเดิม

5. คุณใช้หลักเกณฑ์อะไรเลือกซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ (4 P') คุณภาพหรือราคามาก่อน?

ตอบ. คุณภาพต้องมาก่อน

6. ชอบแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้ออะไร บรรจุกฎหมายแบบไหน เพราะอะไร?

ตอบ. สีดำ แต่แล้วแต่ยี่ห้อ

7. ปกติซื้อแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์มาเปลี่ยนเองหรือเปลี่ยนที่ร้าน?

ตอบ. เปลี่ยนที่ร้าน

8. ร้านที่ไปเปลี่ยนเป็นร้านเล็กหรือร้านใหญ่และทำไมไปเปลี่ยนที่ร้านนั้น? และร้านนั้นควรมีประกันและกรมแบตเตอรี่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลาเท่าไร (วันหรือเดือน)?

ตอบ. ร้านประจำ เคยเปลี่ยนประจำก็เปลี่ยนร้านเดิม เป็นร้านขายอะไหล่มอเตอร์ไซค์ทั่วไป

9. ร้านที่ไปเปลี่ยนรถมอเตอร์ไซค์มีกี่ยี่ห้อและรบกวนบอกว่าไปที่ร้านจะนึกถึงยี่ห้อใดก่อน?

ตอบ. แล้วแต่เซลจะเอามาลงให้

10. ถ้ามีแบตเตอรี่รถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อใหม่คุณจะเลือกซื้อหรือไม่เพราะอะไร?

ตอบ. ขึ้นอยู่กับว่ายี่ห้ออะไรติดมากับรถ