

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี
จังหวัดสระบุรี



นางจำลักษณ์ ส่องวัฒนา

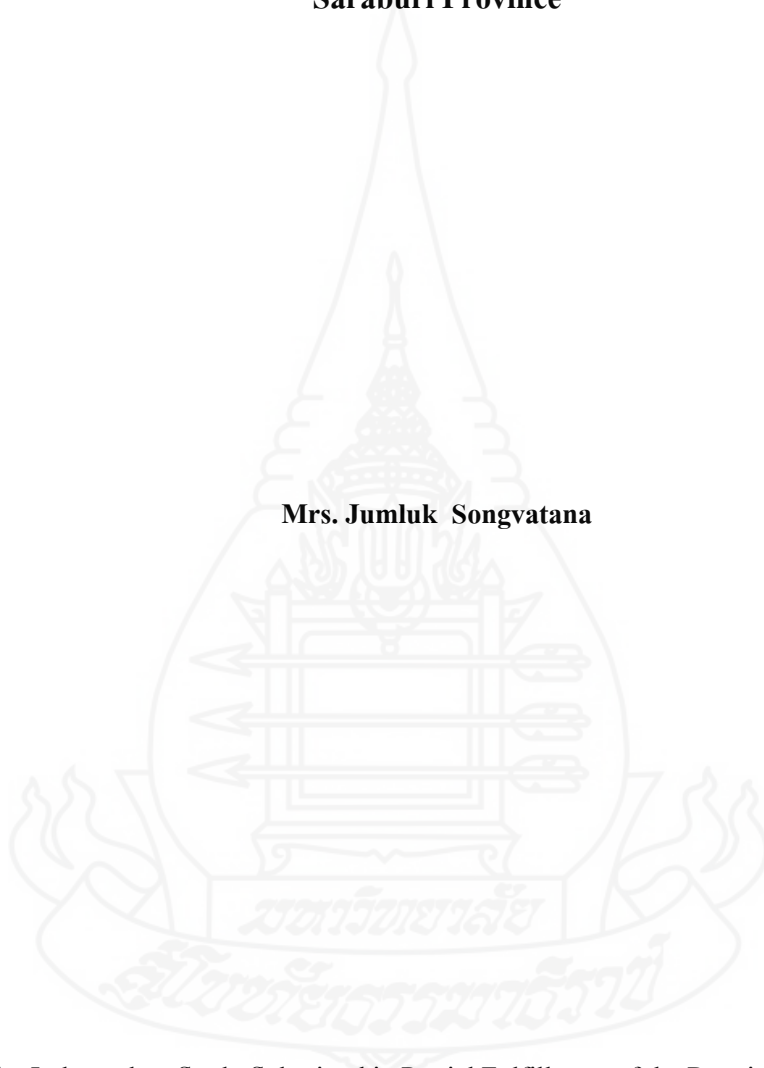
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

Factors Affecting Demand for Motorcycles in Amphoe Mueang Saraburi

Saraburi Province

Mrs. Jumluk Songvatana



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Economics

School of Economics

Sukhothai Thammathirat Open University

2013

ชื่อการศึกษาค้านคว่ำอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี
จังหวัดสระบุรี

ผู้ศึกษา นางจำลักษณ์ ส่งวัฒนา รหัสนักศึกษา 2506001110 ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกคานนท์

ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี และ 2) ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์จักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิล้วนมาจากประชาชนผู้ใช้งานจักรยานยนต์ 3 ประเภท คือ แบบครอบครัว แบบสปอร์ตครอบครัว และแบบสปอร์ตขนาด 100 -125 ซีซี ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่าย ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ และใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วยราคารถจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายย่อยขั้นต่ำของธนาคารพาณิชย์ ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย และราคารถยนต์ ซึ่งรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรส และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ราคารถจักรยานยนต์ที่ซื้อ 50,001 – 60,000 บาท เป็นรถประเภทรถสปอร์ต มีขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี ซื้อรถด้วยเงินผ่อนตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง โดยการไปดูรถที่โชว์รูม วัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ไปซื้อของหรือเดินทางในหมู่บ้านหรือตลาด 2) ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์จักรยานยนต์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี และราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย ในขณะที่ราคารถยนต์มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์จักรยานยนต์ได้ร้อยละ 81.70

คำสำคัญ อุปสงค์ต่อรถจักรยานยนต์ จังหวัดสระบุรี

Independent Study title: Factors Affecting Demand for Motorcycles in Amphoe Mueang Saraburi Saraburi Province

Author: Mrs. Jumluk Songvatana; **ID:** 2506001110; **Degree:** Master of Economics;

Independent Study advisor: Rachadaporn Lertpokanont, Associate professor;

Academic year: 2013

Abstract

The objectives of this study were to explore: 1) the general characteristics of motorcycle consumers in Amphoe Mueang Saraburi; and 2) the factors determining consumers' demand for the motorcycles in Amphoe Mueang Saraburi, Saraburi Province.

Data used in the study comprised primary and secondary data. The primary ones were collected via questionnaire from 400 people who used three types of motorcycle, including family motorcycles, family-sport motorcycles, and 100-125 cc sport motorcycles. Simple statistics consisting of frequency, mean and percentage were employed for the analysis. The secondary data including prices of motorcycle, commercial banks' minimum loan rate (MLR), an average gasoline price, and car price were collected from related agencies, and they were analyzed through multiple regression model.

The results were as follows. 1) Most of consumers were male with aged between 31- 40 years old, graduated in secondary level or Vocational Certificate, an average income per month at 10,001 - 20,000 baht, married status and owned personal business. Most of them bought 100-125 cc sport motorcycles, paid for motorcycles about 50,001 to 60,000 baht, decided to buy by themselves, selected from showroom, and mainly used motorcycles for transporting from place to place in the village, shopping, and to market. 2) Factors affecting demand for motorcycles in the opposite direction, at the significance level of confidence 95 percent, were price of the motorcycle, MLR bank rate, and average gasoline price, while the car price showed relationship in the same direction with the demand. The dependent variables can explain the variation of independent variable at 81.70 percent.

Keywords: Demand for motorcycle, Saraburi province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ได้รับความเมตตาและอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกถานนท์ ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำ แก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนสามารถจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์ ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ในความเมตตาและความปรารถนาดีของท่านอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ พันธวิศิษฏ์ กรรมการสอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ คณาจารย์สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้ให้ความรู้ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องจากสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ จนแล้วเสร็จ

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ และผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ตลอดจนองค์กรที่ผู้ศึกษาปฏิบัติงาน ความผิดพลาดและข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

จำลักษณ์ ส่วงวัฒนา

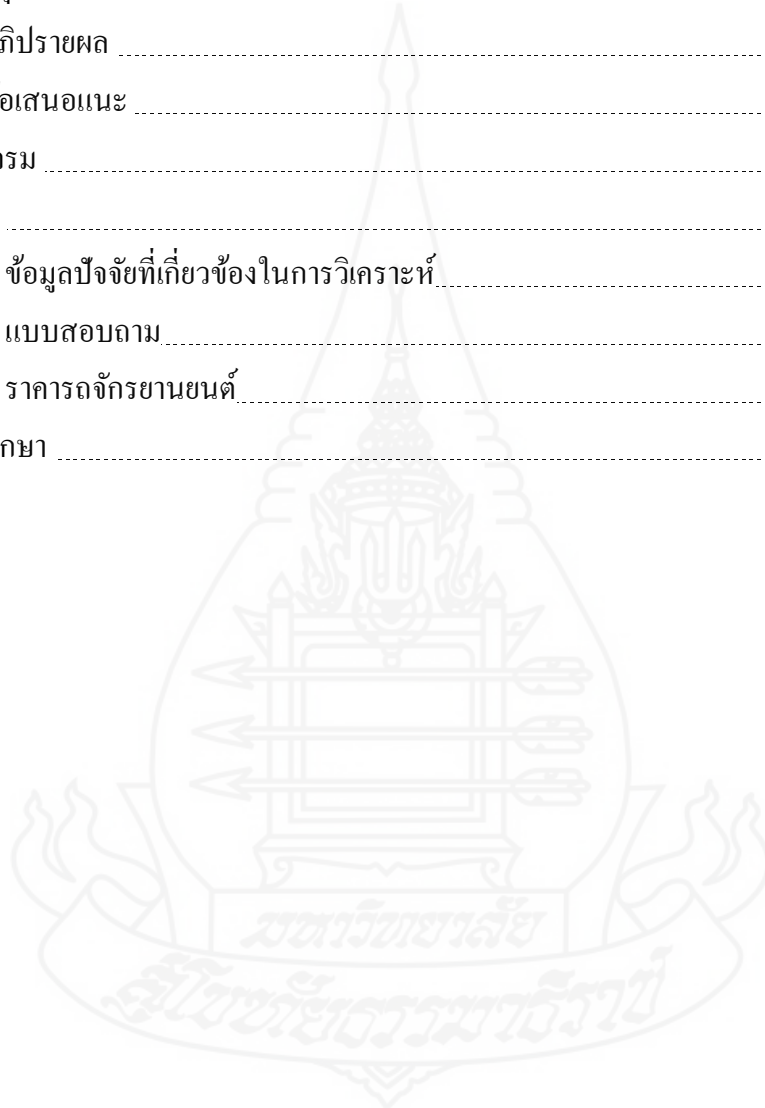
พฤษภาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	18
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
กรอบแนวคิดการศึกษา	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	21
การวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี	26
ส่วนที่ 2 การศึกษาความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ การใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	54
สรุปการวิจัย	54
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	61
ก ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์	62
ข แบบสอบถาม	65
ค รายการจักรยานยนต์	69
ประวัติผู้ศึกษา	74



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ของประเทศไทย ปี 2547 -2556	3
ตารางที่ 1.2 สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ จังหวัดสระบุรี ปี พ.ศ.2547-2556 ...	4
ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	26
ตารางที่ 4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	27
ตารางที่ 4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	28
ตารางที่ 4.4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	29
ตารางที่ 4.5 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	30
ตารางที่ 4.6 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	31
ตารางที่ 4.7 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์	32
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามอายุ	35
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามระดับการศึกษา	36
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามอาชีพ	37
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามสถานภาพ	41
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของราคาารถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ	43
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของประเภทรถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้	44
ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละขนาดของเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ที่ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์	46
ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	47
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงวัตถุประสงค์ในการใช้ รถจักรยานยนต์.....	48
ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี	49

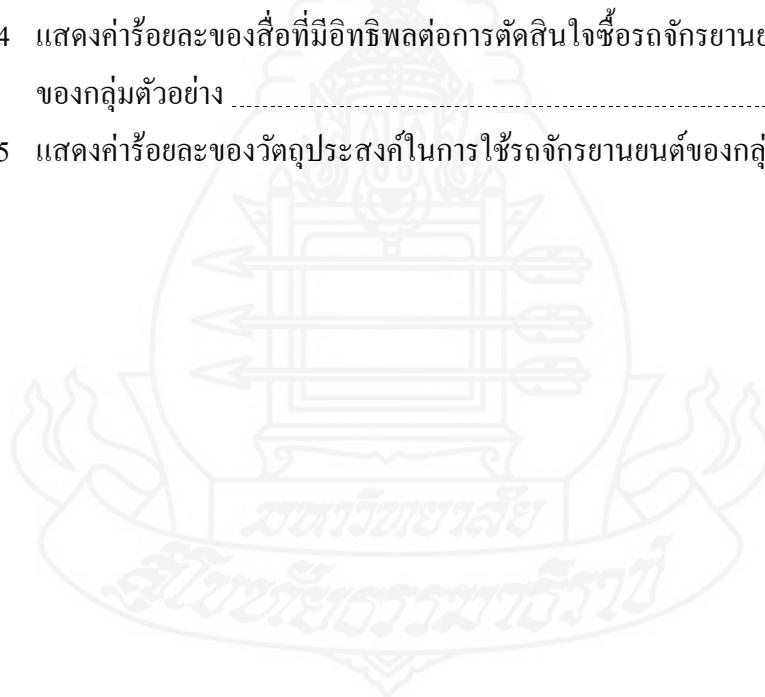


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 เส้นอุปสงค์ต่อราคา	8
ภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์	9
ภาพที่ 2.3 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	9
ภาพที่ 3.1 กรอบแนวการศึกษา	20
ภาพที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	27
ภาพที่ 4.2 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	28
ภาพที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	29
ภาพที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	30
ภาพที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	31
ภาพที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	32
ภาพที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์	32
ภาพที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดจำแนกตามเพศ ..	34
ภาพที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนจำแนกตามเพศ	34
ภาพที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดจำแนกตามอายุ ..	35
ภาพที่ 4.11 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนจำแนกตามอายุ	35
ภาพที่ 4.12 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด จำแนกตามระดับการศึกษา	36
ภาพที่ 4.13 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน จำแนกตามระดับการศึกษา	37
ภาพที่ 4.14 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด จำแนกตามอาชีพ	38
ภาพที่ 4.15 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน จำแนกตามอาชีพ	38
ภาพที่ 4.16 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
ภาพที่ 4.17 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40

สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.18 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด จำแนกตามสถานภาพ	41
ภาพที่ 4.19 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน จำแนกตามสถานภาพ	42
ภาพที่ 4.20 แสดงค่าร้อยละของราคารถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ	43
ภาพที่ 4.21 แสดงค่าร้อยละของประเภทรถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้	44
ภาพที่ 4.22 แสดงค่าร้อยละขนาดของเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้	45
ภาพที่ 4.23 แสดงค่าร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง	46
ภาพที่ 4.24 แสดงค่าร้อยละของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง	47
ภาพที่ 4.25 แสดงค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้รถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	48



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีต ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหารและยารักษาโรค เป็นสิ่งจำเป็นในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์เรา แต่ในปัจจุบันยังมีอีกปัจจัยหนึ่งคือ “รถ” ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของคนไทย ทั้งที่อยู่ในชนบทและในเมืองใหญ่

เส้นทางการคมนาคมในอดีตยังไม่สะดวกทั่วถึง รถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นยานพาหนะที่มีราคาไม่แพงมาก จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมของผู้บริโภค ประกอบกับรถจักรยานยนต์มีคุณสมบัติเป็นยานพาหนะที่มีความคล่องตัวสูง ให้ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ประหยัดน้ำมันมากกว่าการใช้รถยนต์ จึงได้รับความนิยมในหัวเมืองใหญ่และในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

ประเทศไทยเริ่มนำรถจักรยานยนต์มาใช้ครั้งแรกในช่วงปลายสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา โดยการนำเข้าจากต่างประเทศส่วนมากเป็นรถจักรยานยนต์จากยุโรป เช่น รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ บี.เอ็ม.ดับเบิลยู (B.M.W) ยี่ห้อ ฮาเลย์ เดวิดสัน ไทรอัมพ์ (Harley Davison Triumph) และรถสกูตเตอร์ ในระยะต่อมารถจักรยานยนต์จากญี่ปุ่นได้เข้ามาขายตลาดในประเทศไทย ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ในปี 2507 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ประกาศให้ อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ ได้รับส่งเสริมการลงทุนเพื่อการผลิตทดแทนการนำเข้า โดยอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ เป็นอุตสาหกรรมที่กระทรวงอุตสาหกรรมเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาโดยตรงควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมจักรยานยนต์ได้มีการพัฒนาขึ้นเป็นลำดับ จนถึงขั้นการผลิตรถจักรยานยนต์ขึ้นใช้เองภายในประเทศ นโยบายอุตสาหกรรมจักรยานยนต์ฉบับแรก ได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2514 สาระสำคัญของนโยบายฉบับนี้ได้กำหนดให้โรงงานประกอบรถจักรยานยนต์ใช้ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ผลิตภายในประเทศร้อยละ 50 ของมูลค่ารวมของวัสดุส่วนประกอบทั้งหมดภายในกำหนด 2 ปี นับแต่วันออกประกาศ และมีการกำหนดมาตรการควบคุมรถจักรยานยนต์ โดยให้มีการจดทะเบียนจากกองทะเบียนกรมตำรวจ ในการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ให้รับจดทะเบียนเฉพาะแบบที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรมเท่านั้น

การผลิตรถจักรยานยนต์ของไทยมีทิศทาง การเติบโตเช่นเดียวกับการผลิตรถยนต์ โดยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องภายหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจเป็นต้นมา ประเทศที่เคยนำเข้ารถจักรยานยนต์ จากประเทศไทย อาทิ เวียดนาม เริ่มมีโรงงานผลิตรถจักรยานยนต์เป็นของตัวเอง จึงลดการนำเข้า รถจักรยานยนต์สำเร็จรูป (CBU) จากไทย แต่เปลี่ยนเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนจักรยานยนต์ครบชุด สำเร็จรูป (CKD) แทน ทำให้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ของไทย ทรงตัวที่ประมาณ 2.0 ล้านคัน โดยผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการซื้อเพื่อทดแทน รถคันเดิมที่หมดสภาพการใช้งานแล้ว นอกจากนี้ประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ แล้ว ยังเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อีกด้วย ซึ่งมีทิศทาง การเติบโตสอดคล้องกับการผลิตรถยนต์และ รถจักรยานยนต์ โดยในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มากถึง 4 แสน ล้านบาท แบ่งเป็นการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ร้อยละ 68 ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ร้อยละ 6 และยาง สำหรับยานยนต์ร้อยละ 26

การผลิตรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยในอนาคตจะเน้น เรื่อง รถจักรยานยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งในขณะนี้บังคับใช้มาตรฐานการปล่อยมลพิษตามข้อกำหนด EURO3 สำหรับรถจักรยานยนต์ ซึ่งมีความก้าวหน้ามากกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยมีพัฒนาการมากกว่า 50 ปี และเติบโตจนกระทั่ง เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ และมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศด้วย การก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานในประเทศ จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของความต้องการ รถจักรยานยนต์ ทำให้ประเทศไทยเป็นตลาดรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ตลาดหนึ่งในภูมิภาค¹

จังหวัดสระบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทั้งด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และ การท่องเที่ยว มีประชากรประมาณ 641,394 คน จังหวัดนี้มีพื้นที่ใกล้เขตกรุงเทพมหานคร เป็น ที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และมีนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่ง ซึ่งโรงงาน อุตสาหกรรมเหล่านี้มีการจ้างแรงงานจำนวนมาก แรงงานส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่ย้ายถิ่นฐานมาจากที่อื่น เข้ามาประกอบอาชีพในเขตนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ดังกล่าว ทำให้จำนวนประชากรในจังหวัด สระบุรีเพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อการประกอบธุรกิจ อุตสาหกรรม และทำให้การจราจรหนาแน่นคับคั่ง และติดขัด การบริการขนส่งมวลชนสาธารณะที่มีอยู่ไม่เพียงพอกับความ ต้องการและผู้ใช้บริการ ต้องเสียเวลารอคอยบริการขนส่งนาน ประชาชนส่วนใหญ่จึงต้องใช้รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ส่วนตัวแทนการให้บริการจากระบบขนส่งมวลชน เนื่องจากสามารถเดินทางไปถึงจุดหมาย ปลายทางได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน รถจักรยานยนต์เป็นทางเลือก หนึ่งที่ประชาชนเลือกใช้เพราะราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับรถยนต์มีความสะดวกในการเดินทางและ

¹ แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555 – 2559 โดย สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม ธันวาคม 2555 http://www.thaiauto.or.th/2012/th/about-us/download/Master_Plan_Final_2555-2559.pdf

การหาที่จอดรถ ทำให้รถจักรยานยนต์มีบทบาทสำคัญต่อการประกอบอาชีพของผู้ที่อาศัยอยู่ใน
จังหวัดสระบุรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอำเภอเมือง

ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ของประเทศไทย
ปี 2547 -2556

ปี	จังหวัดสระบุรี (คัน)	อัตราการเพิ่ม(ลด) %
2547	13,206,580	-
2548	14,548,503	10.16
2549	15,650,267	7.57
2550	15,961,927	1.99
2551	16,264,404	1.89
2552	16,549,307	1.75
2553	17,156,712	3.67
2554	18,018,066	5.02
2555	19,023,751	5.58
2556	19,853,157	4.36

ที่มา : กลุ่มวิชาการและวางแผน สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์
ของประเทศไทย ปี 2547 ถึงปี 2556 จะเห็นได้ว่าจำนวนรถจักรยานยนต์มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น
เรื่อยๆ กล่าวได้ว่าความนิยมที่มีต่อรถจักรยานยนต์ในสังคมไทยมีสูงขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 1.2 สถิติจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ จังหวัดสระบุรี ในปี 2547-2556

ปี	จังหวัดสระบุรี (คัน)	อัตราการเพิ่ม(ลด) %
2547	23,604	-
2548	23,132	-2.00
2549	21,842	-5.58
2550	17,236	-21.9
2551	18,824	9.21
2552	15,800	-16.06
2553	18,564	17.49
2554	21,003	13.14
2555	22,310	6.22
2556	21,238	-4.81

ที่มา : กลุ่มวิชาการและวางแผน สำนักงานจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนในจังหวัดสระบุรี ตั้งแต่ปี 2549 ถึงปี 2556 จากตัวเลขในตารางจะเห็นว่าในแต่ละปีมีจำนวนเฉลี่ยมากถึงประมาณสองหมื่นคัน แสดงว่าประชาชนที่อาศัยในจังหวัดสระบุรี ให้ความสำคัญกับการใช้รถจักรยานยนต์ในการสัญจรไปมา มาก เนื่องจากรถจักรยานยนต์ราคาถูกว่ารถยนต์และมีความคล่องตัวสูง ประหยัดเวลาในการเดินทางโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการจราจรหนาแน่นคับคั่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองสระบุรีซึ่งมีประชาชนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ และความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์เป็นอย่างไร ซึ่งผลการศึกษานอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่จะกำหนดแนวทางและวางแผนงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในอนาคต และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป และเพื่อให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์นำผลการศึกษาวินิจฉัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการผลิตและการตลาดต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 ศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

2.2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปริมาณอุปสงค์รถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย

3.2 ปริมาณอุปสงค์รถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคารถยนต์

4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ในครั้งนี้จะทำการศึกษาประชาชนผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี โดยทำการศึกษาในช่วงเดือนตุลาคม ถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2556

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 รถจักรยานยนต์ หมายถึง รถที่เดินด้วยกำลังเครื่องยนต์หรือกำลังไฟฟ้าและมีล้อไม่เกินสองล้อ ถ้ามีพ่วงข้างมีล้อเพิ่มอีกไม่เกิน 1 ล้อ

5.2 รูปแบบของรถจักรยานยนต์เฉพาะที่ผลิตในประเทศไทย แบ่งตามรูปลักษณะได้เป็น 3 แบบ คือ

แบบที่ 1 แบบครอบครั้ว

มีขนาด 100 ซี.ซี. มีกระบังลมเพื่อความเหมาะสมในกรณีสภาพสตรีขี่ เป็นรถขนาดเล็กมีปริมาตรในห้องเผาไหม้และแรงม้าต่ำ บริเวณส่วนกลางเว้าเป็นช่องว่าง เพื่อสะดวกในการก้าวขาขึ้นขี่ เป็นรถอเนกประสงค์ที่ใช้งานทั่วไปในครอบครั้ว ไม่ต้องการความเร็วสูงนัก

แบบที่ 2 แบบสปอร์ตครอบครั้ว

มีขนาด 100 – 125 ซี.ซี. บริเวณส่วนกลางเว้าเช่นเดียวกับรถครอบครั้ว เป็นรถที่มีปริมาตรในห้องเผาไหม้และแรงม้าสูงกว่ารถครอบครั้ว ตะเกียบหน้าหรือ โช้กอัพ ไม่มีฝาครอบ มีการจำหน่ายในประเทศไทยเท่านั้น สำหรับในต่างประเทศจะเป็รถประเภทสกูเตอร์ (scooter) มีขนาดเล็ก ขี่ขี่คล่องตัว

แบบที่ 3 แบบสปอร์ต

มีขนาดตั้งแต่ 120 ซี.ซี ขึ้นไป เป็นรถที่มีปริมาตรในห้องเผาไหม้และแรงม้าสูง ถังน้ำมันเบนซินอยู่ด้านนอก โดยเชื่อมต่อกับเบาะนั่ง เหมาะสำหรับผู้ชายขี่ สามารถขี่ได้ด้วยความเร็วสูงและในระยะทางไกล²

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

6.2 ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

6.3 ภาครัฐสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและใช้เป็นข้อมูลในการรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน AEC

6.4 เพื่อให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการผลิตและการตลาด

² สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2556) ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2556 จาก

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าเอกสารงานวิจัย จากเอกสาร บทความทางวิชาการ รวมทั้งข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยสรุป ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี จะอาศัยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

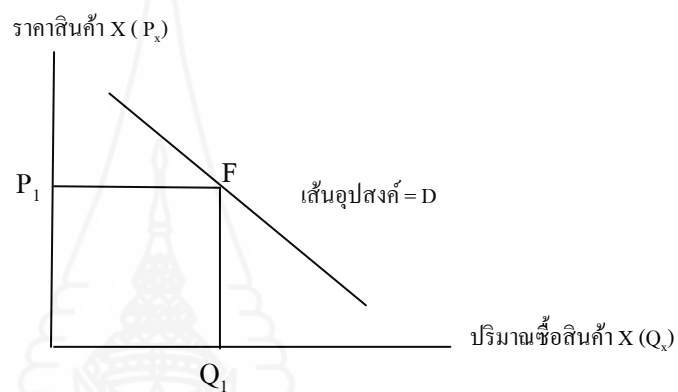
1.1.1 ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ แต่ละระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้น ซึ่งความต้องการซื้อหมายถึงความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (Ability and willingness to pay) ที่จะซื้อสินค้าและบริการ เช่น นาย ก. ต้องการซื้อโทรทัศน์ 1 เครื่อง และนาย ก. มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายสำหรับค่าโทรทัศน์ดังกล่าว ความต้องการของ นาย ก. นี้เป็นสิ่งที่ นาย ก. สามารถทำให้เป็นจริงได้ จึงจะกล่าวได้ว่าเป็นอุปสงค์สัมฤทธิ์ผล (effective demand) ในทางตรงกันข้าม หาก นาย ก. ไม่มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายค่าโทรทัศน์ ความต้องการที่ปราศจากอำนาจซื้อไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เป็นเพียงความต้องการในความหมายทั่วไป³

³ ทักษิณา พูลสวัสดิ์ (2554) “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมของผู้บริโภคแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1.2 กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

โดยทั่วไปเส้นอุปสงค์จะทอดลงจากซ้ายไปขวา หรือมีความชันเป็นลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อราคาลดลงปริมาณความต้องการซื้อจะเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากราคาเพิ่มขึ้นปริมาณความต้องการซื้อจะลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่าการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งชนิดใดโดยอ้อมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกลับกับระดับราคาของสินค้าและหรือบริการชนิดนั้นเสมอ หรือกล่าวได้ว่า “ปริมาณซื้ออ้อมผกผันกับราคา”⁴



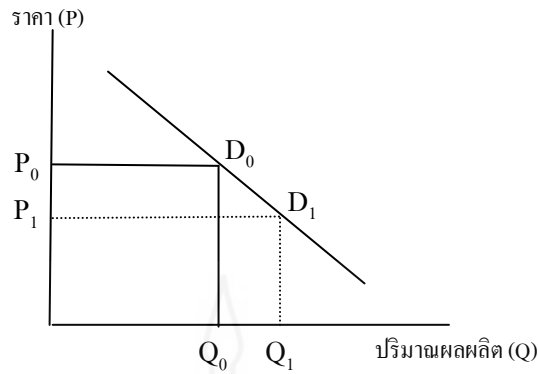
ภาพที่ 2.1 เส้นอุปสงค์ต่อราคา

1.1.3 การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์

อุปสงค์จะเปลี่ยนแปลงไปได้เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไป โดยอาจเปลี่ยนแปลงได้สองแบบคือ การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (change in quantity demanded) และการเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์ (change in demand curve)

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ หมายถึง การที่ตัวแปรอิสระ คือ ราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไปอันมีผลทำให้ปริมาณการซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกฎของอุปสงค์ โดยที่ตัวแปรอื่นๆ สมมติว่าคงที่ การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้าจึงเป็นการย้ายตำแหน่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดิม ดังภาพที่ 2.2

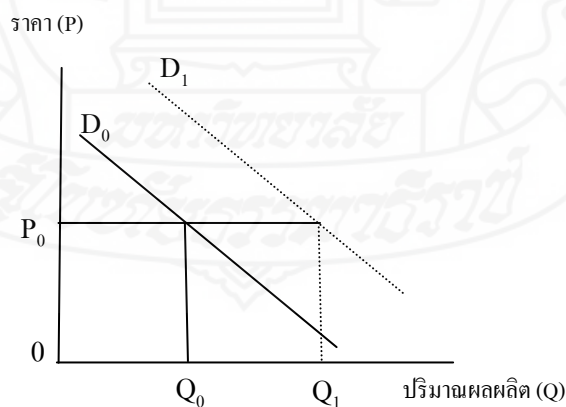
⁴ ทักษิณา พูลสวัสดิ์ (2554) “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เบ็ดเตล็ดคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร”



ภาพที่ 2.2. การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

จากภาพที่ 2.2 สมมติว่าเดิมราคาสินค้าอยู่ ณ ระดับ P_0 ปริมาณการซื้อจะเท่ากับ Q_0 ต่อมาเมื่อราคาสินค้าลดลงมาอยู่ที่ P_1 ปริมาณการซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_1 จะเห็นได้จากการเคลื่อนย้ายจากจุด D_0 ไปจุด D_1 บนเส้นอุปสงค์เส้นเดียวกัน

การเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์ หมายถึงการที่ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ราคาของสินค้านั้น เช่น รายได้ รสนิยม ราคาของสินค้าอื่น เป็นต้น ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง จะมีผลทำให้ปริมาณการซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม เส้นอุปสงค์เคลื่อนที่ไปทั้งเส้น (shift the demand curve) กล่าวคือ ถ้าทำให้ปริมาณการซื้อเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม ในทางตรงกันข้ามถ้าทำให้ปริมาณการซื้อลดลง เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางซ้ายของเส้นเดิม ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

จากภาพที่ 2.3 จะเห็นว่าจากเดิมเส้นอุปสงค์ ถ้าราคาสินค้าอยู่ ณ ระดับ P_0 ปริมาณการซื้อจะเท่ากับ Q_0 ต่อมาเมื่อมีปัจจัยอื่นเกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีผลบวกส่งผลให้การซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น แต่ถ้าปัจจัยอื่นเปลี่ยนแปลงที่มีผลลบ จะส่งผลให้ปริมาณการซื้อสินค้าลดลง ดังนั้น

จึงทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายจาก D_0 ไป D_1 ส่งผลให้ ณ ระดับราคา P_0 จะมีการซื้อสินค้าได้ในปริมาณ Q_1

1.1.4 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ มีหลายปัจจัย ปัจจัยที่สำคัญๆ มีดังนี้

1) ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง (price of relate products)

เมื่อราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น อุปสงค์เพิ่มขึ้นเมื่อสินค้าที่เกี่ยวข้องเป็นสินค้าทดแทนกัน หรืออุปสงค์ลดลงเมื่อสินค้าที่เกี่ยวข้องเป็นสินค้าประกอบกัน

2) รายได้ (Income)

รายได้เป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการของผู้บริโภค เมื่อรายได้มากขึ้นผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้ในปริมาณที่มากขึ้น ตรงกันข้าม เมื่อรายได้ลดลง ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้ในปริมาณที่ลดลง ซึ่งในกรณีนี้จะเป็น สินค้าปกติ (Normal Goods) เท่านั้น และมีสินค้าบางชนิด เมื่อรายได้มากขึ้นผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณที่ลดลงและเมื่อรายได้ลดลง ผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณที่มากขึ้นจะเรียกสินค้านี้ว่า สินค้าด้อย (Inferior Goods) ความเป็นสินค้าปกติหรือสินค้าด้อยจึงขึ้นอยู่กับระดับรายได้ เพราะบุคคลคนเดียวกันอาจมีพฤติกรรมต่อสินค้าชนิดเดิมในลักษณะเป็นสินค้าปกติหรือสินค้าด้อยก็ได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ที่เขามีในขณะนั้น

3) รสนิยมและความชอบ (Taste and Preference)

รสนิยมและความชอบที่กำหนดโดยเชื้อชาติ และพื้นฐานทางวัฒนธรรม เช่น คนเอเชียชอบรับประทานข้าว ส่วนชาวตะวันตกชอบทานขนมปัง ซึ่งรสนิยมและความชอบอาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการรับข้อมูลหรือความเชื่อใหม่ๆ ซึ่งอาจเกิดจากอิทธิพลของการโฆษณา การศึกษาและการเรียนรู้ใหม่ๆ

4) การคาดคะเน (expectation)

การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาของสินค้าในอนาคต จะมีผลต่อปริมาณการซื้อสินค้าในปัจจุบันอาจมีปริมาณการซื้อที่มากขึ้น หรือน้อยลงก็ได้ เช่น ผู้บริโภคคาดว่าราคาน้ำมันเบนซินจะมีราคาสูงขึ้นในอนาคต ผู้บริโภคก็จะเติมน้ำมันให้เต็มถังอยู่ตลอดเวลา

5) ฤดูกาล (Season)

อุปสงค์ของสินค้าและบริการนั้นมักจะปรับเปลี่ยนขึ้นลงตามฤดูกาลในรอบปีด้วย เช่น อุปสงค์ดอกกุหลาบจะสูงขึ้นในช่วงวันวาเลนไทน์

6) มาตรการของรัฐ (government measures)

มาตรการของรัฐมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่การห้ามบริโภค การจำกัดปริมาณ การกำหนดราคา ไปจนถึงการเก็บภาษีหรือให้เงินอุดหนุน¹

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ทบทวนงานวิจัยของผู้ที่ทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ ดังนี้

สัมพันธ์ แซ่อึ้ง (2550) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ของพนักงาน บริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงาน บริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบลอจิสติก (Logistic Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ซื้อรถจักรยานยนต์ราคา 35-40,000 บาท เป็นรถประเภทครอบครัว ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง โดยการไปดูรถที่โชว์รูม โดยให้เหตุผลว่าจำเป็นต้องใช้ขับขี่เพื่อเดินทางไปทำงานและทำธุระอื่นๆ ระยะทางโดยเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 15 กิโลเมตร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 คือ รายได้ต่อเดือน ราคาจักรยานยนต์ และเพศ โดยราคาจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ ถ้าระดับราคาจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย (100 บาท) พนักงานจะซื้อรถจักรยานยนต์ลดลงร้อยละ 0.4 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย (100) พนักงานจะซื้อรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 และเพศชายมีอุปสงค์ต่อการใช้รถจักรยานยนต์เป็น 4.351 เท่าของเพศหญิง ปัญหาจากการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานคือ รถจักรยานยนต์มีราคาสูงและรายได้ต่อเดือนของพนักงานค่อนข้างต่ำทำให้ไม่มีกำลังซื้อ ส่วนอุปสรรคของการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานคือไม่ชำนาญในการขับขี่ และมีความรู้สึกลัวไม่ปลอดภัยในการขับขี่

วิเศษฐ แซ่ว่อง (2551) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้วิธีคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบลอจิสติก (Logistic Multiple Regression) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้มีรถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส.ปวท. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท ซื้อด้วยวิธีเงินผ่อน ซื้อรถจักรยานยนต์ราคา 35,000-40,000 บาท เป็นรถประเภทครอบครัว ชนิดเครื่องยนต์ 4 จังหวะ ขนาดเครื่องยนต์ 101-125 ซีซี ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง โดยสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ระยะทางเฉลี่ยที่ใช้ 15-30 กิโลเมตรต่อวัน วัตถุประสงค์หลักคือใช้เป็นยานพาหนะไปประกอบอาชีพ ช่วงเวลาที่ใช้รถจักรยานยนต์ 18.01-21.00 น. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คือ ราคา รายได้ เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคารถจักรยานยนต์ ถ้าราคารถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย (100) ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์จะลดลงร้อยละ 0.5 ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับรายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย (100 บาท) ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์มีความแตกต่างในระหว่างเพศ โดยเพศชายมีอุปสงค์ต่อการใช้รถจักรยานยนต์เป็น 2.724 เท่าของเพศหญิง ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอายุ เมื่ออายุเพิ่มขึ้นปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ก็จะลดลงร้อยละ 7.9 ปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับการศึกษา เมื่อระดับการศึกษาสูงขึ้นปริมาณความต้องการรถจักรยานยนต์ลดลงร้อยละ 58.7

ปฏิพัทธ์ พันธุ์บรรยงก์กุล (2551) ศึกษาเรื่องการศึกษปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ประเภทออโตเมติก ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ประเภทอโตเมติกของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ประเภทอโตเมติกของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-20 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด และเป็นนักศึกษา ทั้งนี้ส่วนมาก มีระดับรายได้ 6,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ เลือกรถจักรยานยนต์ประเภทอโตเมติกยี่ห้อ Honda ณ ระดับราคา 30,001 – 40,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ ประเภทอโตเมติกในรูปแบบเงินสด โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ บุคคลในครอบครัว/ญาติ และมีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทอโตเมติก คือ ความสะดวกสบาย ปลอดภัยในการเดินทาง อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ประเภทอโตเมติก ทุกๆด้านมีระดับความคิดเห็น “เห็นด้วย” โดยแยกเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการออกแบบ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

อันณา ตั้งไพบุลย์ (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการรถยนต์ของอุตสาหกรรมในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความต้องการรถยนต์ในประเทศ วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ Regression โดยคำนึงถึงผลของความมั่งคั่ง ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดระดับความต้องการรถยนต์ภายในประเทศ โดยใช้ข้อมูลรายปี ระหว่างปี 2514-2550 รวม 37 ปี

ผลจากการศึกษาพบว่า ความต้องการซื้อรถยนต์ทุกประเภทถูกกำหนดจากอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความมั่งคั่งในรูปของมูลค่าเงินฝากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ราคารถยนต์และการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อเป็นปัจจัยที่สำคัญเฉพาะในระยะยาวเท่านั้น ส่วนปัจจัยที่กำหนดความต้องการรถยนต์นั้นส่วนบุคคล พบว่ามีความแตกต่างจากปัจจัยที่กำหนดความต้องการรถยนต์พาณิชย์มาก โดยปัจจัยที่กำหนดความต้องการรถยนต์นั้นส่วนบุคคลถูกกำหนดจากความมั่งคั่งในรูปเงินออม การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ การเข้าถึงแหล่งสินเชื่อและรายได้ สำหรับความต้องการซื้อรถยนต์พาณิชย์จะถูกกำหนดจากโอกาสทางธุรกิจที่วัดจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเข้าถึงแหล่งสินเชื่อและราคาน้ำมัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของรถยนต์ทั้งสองประเภทที่แตกต่างกัน

เอกชัย พันธูลี (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านแรงจูงใจ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต วิธีการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi – Square) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีความสนใจ และคาดว่าจะซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 24-29 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยในระดับน้อย ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยในระดับน้อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับน้อย และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยในระดับน้อยเช่นกัน ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลตอวีโอ ด้านอารมณ์อยู่ในระดับ เห็นด้วยในระดับน้อย และด้านเหตุผล อยู่ในระดับ เห็นด้วยในระดับน้อยเช่นกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ทั้งเพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครทุกด้าน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ดานผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แต่เพียงในด้านตราสินค้า และบริการหลังการขายเท่านั้น ในส่วนด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ แต่สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ เพียงแค่ในด้านการส่งเสริมการขายเท่านั้น ในส่วนของปัจจัยด้านแรงจูงใจ ทั้งด้านอารมณ์และด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครทั้งสองด้าน

ศิริวรรณ เทพทวี (2553) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย มีวิธีศึกษาใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอย

เชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลายรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2533-2551 รวมระยะเวลา 19 ปี

ผลจากการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์ และราคาน้ำมันเบนซิน และอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคารถยนต์นั่งส่วนบุคคล รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล และอัตราเงินเฟ้อ

ธีรญา ปานะถึก (2554) ศึกษาเรื่องลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์รถยนต์พาณิชย์ในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและอุปสงค์ของรถยนต์พาณิชย์ในประเทศไทย มีวิธีศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในรูปแบบสมการ Logarithmic Linear Equation โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประเภทอนุกรมเวลายรายปี เป็นระยะเวลา 14 ปี

ผลจากการศึกษาพบว่าปริมาณอุปสงค์ของรถยนต์พาณิชย์ในประเทศไทย ประกอบด้วยอุปสงค์รถตู้และรถโดยสารขนาดเล็ก(ไม่เกิน 30 ที่นั่ง) , อุปสงค์รถกระบะและอุปสงค์รถบรรทุก มีสัดส่วนต่อโครงสร้าง ร้อยละ 3.38 , 7.73 และ 88.89 ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถตู้และรถโดยสารขนาดเล็ก(ไม่เกิน 30 ที่นั่ง) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำนวนประชากรในประเทศไทย และราคารถยนต์พาณิชย์ ปัจจัยที่มีผลต่อรถกระบะ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และราคา ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถกระบะ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ ปัจจัยที่มีผลต่อรถบรรทุก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถยนต์พาณิชย์รวมทุกประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์

จิราพร พันธุ์บุตร (2554) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในประเทศและจากต่างประเทศ วิธีการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประเภทอนุกรมเวลายรายปี ระหว่างปี 2539-2553

ผลจากการศึกษาพบว่าอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในประเทศ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในประเทศ ได้ร้อยละ 96.41 โดยเรียงลำดับตัวแปรอิสระตามความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ราคาขายปลีกรถจักรยานยนต์ (-4.40) รายได้เฉลี่ย

ต่อบุคคล(1.70) ราคาน้ำมันเบนซิน(-1.15) และอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในประเทศของปีที่ผ่านมา(0.46) ตามลำดับ ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายย่อยลูกค้าชั้นดีและราคาขายปลีกรถยนต์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอุปสงค์รถจักรยานยนต์จากต่างประเทศ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์รถจักรยานยนต์จากต่างประเทศ ได้ร้อยละ 93.51 โดยเรียงลำดับตัวแปรอิสระตามความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศคู่ค้า 43 ประเทศ(2.93) และราคาส่งออกรถจักรยานยนต์(-1.08) ตามลำดับ ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทักษิณา พูลสวัสดิ์ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมของผู้บริโภคแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และไม่ใช้แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้การถดถอยแบบลอจิสติก และไคสแควร์ จากแบบสอบถามโดยสุ่มเลือกตัวอย่างที่มีและไม่มีแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2555

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 80 ผู้ใช้แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ คือ ราคา โดยราคา 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในทิศทางตรงกันข้ามซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนราคาต่ำกว่า 10,000 บาท มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนใหญ่ใช้แท็บเล็ตยี่ห้อ Apple iPad เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของบริษัท ใช้เพื่อความบันเทิง ติดตามข่าวสาร และเพื่อการศึกษา ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ศึกษาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซื้อด้วยเงินสด และซื้อจากศูนย์จำหน่าย ผู้บริโภคเห็นว่าราคาแท็บเล็ตในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ “มาก” ด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ “ปานกลาง”

สรุป

จากแนวคิดและทฤษฎี ได้นำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการศึกษาดำเนินการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ซึ่งกรอบแนวการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีอุปสงค์ มาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของปริมาณรถจักรยานยนต์กับราคารถจักรยานยนต์ และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายได้ รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ ได้แก่ ราคา รายได้ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุและระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมพันธ์ แซ่อึ้ง (2550) , วิเศษฐ แซ่ว่อง (2551) , ปฏิพัทธ์ พันธบุรุษย์กุล (2551) , ศิริวรรณ เทพทวี (2553) , ชिरญา ปานะถิก (2554) , ทักษิณา พูลสวัสดิ์ (2554)

ในการศึกษานี้กำหนดปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ ดังนี้

$$Q = f (P , I , Poil , Pcar)$$

โดยที่

- Q = อุปสงค์ต่อการใช้รถจักรยานยนต์
- P = ราคารถจักรยานยนต์
- I = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์
- Poil = ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย
- Pcar = ราคารถยนต์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี เป็นการศึกษาในเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยได้กำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิด แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ คือ ประชากรที่มีรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สำรวจประชากรที่มีรถจักรยานยนต์ ในสถานที่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายซึ่งมีประชาชนจำนวนมาก ได้แก่ ตลาดสุขุมาลัย วิทยาลัย อาชีวศึกษาสระบุรี วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี ห้างสรรพสินค้าสุขอนันต์ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัด สระบุรี และสำนักงานขนส่งจังหวัดสระบุรี โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย หลังจากนั้นจึง ทำการแจกแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือน ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 จำนวนตัวอย่างที่ทำการศึกษาผู้วิจัยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดจากสูตรของ Yamane⁵

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

⁵ ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2545 : 121 สูตรการกำหนดขนาด Yamane

เมื่อกำหนด $e = 0.05$

จะได้

$$n = \frac{400}{1 + 400(0.05)^2}$$

$$= 395$$

ผลจากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นจำนวน 395 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเลือกออกแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

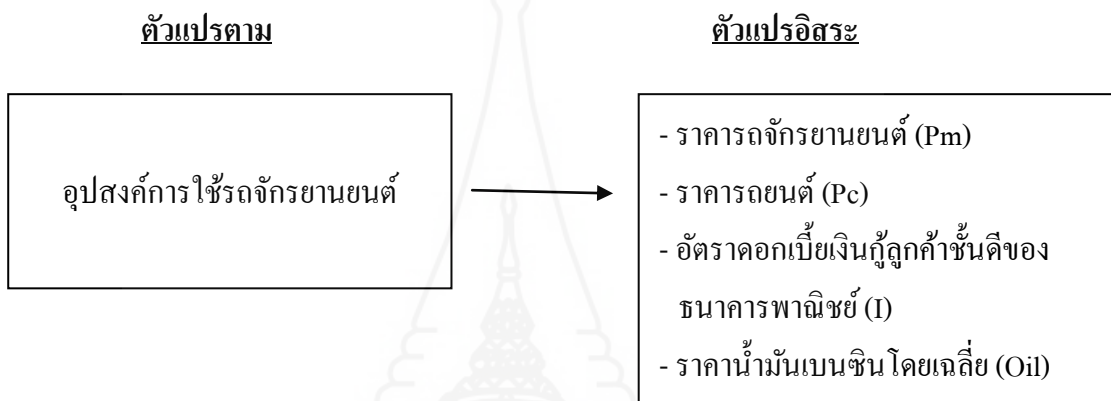
2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่สอบถามกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ซื้อหรือใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง จากแหล่งที่ประชาชนมีจำนวนรถจักรยานยนต์หนาแน่น เช่น ตลาดสุขุมาลัย วิทยาลัยอาชีวศึกษาสระบุรี วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี ห้างสรรพสินค้าสุขอนันต์ปาร์ค สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี และสำนักงานขนส่งจังหวัดสระบุรี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย บทความทางวิชาการ และข้อมูลทางสถิติที่ได้จากหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งจากการสืบค้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา (Secondary time series data) ระหว่างปี 2542 ถึงปี 2556 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ ในจังหวัดสระบุรี รวบรวมจากสำนักงานขนส่งจังหวัดสระบุรี กรมการขนส่งทางบก
2. ราคาจักรยานยนต์ รวบรวมจากสำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
3. ราคารถยนต์ รวบรวมจากสำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ รวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย
5. ราคาน้ำมันเบนซิน โดยเฉลี่ย รวบรวมจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี แบ่งเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสามารถให้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสมมติฐาน เป็นแบบสอบถามลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ วิธีการซื้อ ราคา ประเภทของรถจักรยานยนต์ ผู้ให้คำแนะนำในการซื้อ สื่อที่ใช้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลักษณะการใช้งาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับราคารถจักรยานยนต์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และตัวสินค้าซึ่งก็คือรถจักรยานยนต์ เป็นคำถามสอบถามความคิดเห็นว่าปัจจัยต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงใด โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน
โดยอันตรภาคชั้น	=	(คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวน	
	=	(5-1)/5	
	=	0.8	

เกณฑ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในหัวข้อคำถาม คือ

1.00 – 1.80	คือ มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	คือ มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
2.61 – 3.40	คือ มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
3.41 – 4.20	คือ มีผลต่อการตัดสินใจมาก
4.21 – 5.00	คือ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นการรวบรวมข้อมูล จากการค้นคว้าเอกสารซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ ราคารถจักรยานยนต์ ราคาน้ำมันเบนซิน โดยเฉลี่ย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คำนีราคารถยนต์ โดยใช้แบบจำลองการถดถอยแบบพหุคูณ(Multiple Regression Model) วิเคราะห์ประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS)

5. แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในอำเภอเมืองสระบุรี อยู่ในรูปสมการถดถอยแบบพหุคูณ ดังนี้

$$Q = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \epsilon_i$$

โดยที่ Q = ตัวแปรตาม

X_1 = ตัวแปรอิสระตัวที่ 1

X_2 = ตัวแปรอิสระตัวที่ 2

X_k = ตัวแปรอิสระตัวที่ k

β_1 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression coefficient)

ϵ_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

k = ชนิดของตัวแปรอิสระ

i = ค่าสังเกตที่ i

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดรายละเอียดของตัวแปรในการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ดังนี้

5.1 ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์ต่อการใช้รถจักรยานยนต์ โดยใช้ข้อมูลจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ในจังหวัดสระบุรี ตั้งแต่ปี 2542 ถึงปี 2556 รวม 15 ปี

5.2 ตัวแปรอิสระ ที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ

5.2.1 ราคาจักรยานยนต์ (P)

5.2.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ (I)

5.2.3 ราคาน้ำมันเบนซิน โดยเฉลี่ย (Poil)

5.2.4 ราคารถยนต์ (Pcar)

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบจำลองแสดงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ ดังนี้

$$Q = f (P , I , Poil , Pcar)$$

โดยที่

Q = อุปสงค์ต่อการใช้รถจักรยานยนต์

P = ราคาจักรยานยนต์

I = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์

$Poil$ = ราคาน้ำมันเบนซิน โดยเฉลี่ย

$Pcar$ = ราคารถยนต์

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามประชาชนที่ใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ในส่วนข้อมูลทัศนคติภูมิเก็บรวบรวมจากสำนักงานขนส่งจังหวัดสระบุรี กรมการขนส่งทางบก สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรม งานวิจัย และจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมโดยใช้สถิติอย่างง่าย ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

6.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลทัศนคติภูมิแบบอนุกรมเวลา รายปี มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระ (X) กับตัวแปรตาม (Y) โดยใช้โปรแกรม SPSS ผลที่ได้จะพิจารณาจาก ค่า R^2 F-Statistic, T-Statistic, Durbin Watson และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระแต่ละตัว ดังนี้

6.2.1 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ : (adjusted coefficient of Determination)
 \overline{R}^2 คือค่าที่ใช้ในการอธิบายว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดีเพียงใด และจำลองที่สร้างขึ้นมานั้นมีความเหมาะสมเพียงใด (การใช้ \overline{R}^2 แทนการใช้ R^2 เนื่องจากบางครั้งการเพิ่มตัวแปรเข้าไปในแบบจำลองจะทำให้ค่า R^2 มีค่าสูงทั้งๆ ที่ตัวแปรอิสระนั้นอาจไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สมการถดถอยที่ดีควรจะได้อัตรา \overline{R}^2 สูง โดยมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1) กล่าวคือ ถ้าค่า \overline{R}^2 เข้าใกล้ 1 แสดงว่าสมการถดถอยที่ประมาณได้นั้นสามารถอธิบายการแปรปรวนของตัวแปรตามได้ดี

6.2.2 ค่า F -Statistics คือค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานว่าค่าสัมประสิทธิ์ของชุดตัวแปรอิสระมีค่าเป็นศูนย์พร้อมกันทุกตัวซึ่งเป็นสมมติฐานหลัก (H_0) ดังนั้น หากยอมรับสมมติฐานนี้ แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ แต่ถ้าหากค่าสถิติ F ที่ได้มีค่าสูงจนทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานได้ แสดงว่าสมการถดถอยที่ได้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ ในกรณีที่สมการมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป ใช้วิธีทดสอบโดยการนำค่าสถิติ F ที่คำนวณได้จากแบบจำลองไปเปรียบเทียบกับค่าสถิติ F จากตารางโดยกำหนดระดับนัยสำคัญ และองศาความเป็นอิสระ ถ้า $F_0 > F_{k,n-k-1}$ แสดงว่าค่าที่คำนวณได้อยู่บริเวณวิกฤต จะปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 ซึ่งหมายความว่าค่าสัมประสิทธิ์อย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ถ้า $F_0 < F_{k,n-k-1}$ แสดงว่าค่าที่คำนวณได้อยู่นอกบริเวณวิกฤต หรืออยู่ในบริเวณของการยอมรับสมมติฐานว่าง ต้องยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์ทุกตัวไม่มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ

6.2.3 t -Statistics คือค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของชุดตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการถดถอยนั้น ๆ ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้หรือไม่ วิธีทดสอบคือการนำค่า t -Statistic ที่คำนวณได้จากแบบจำลองไปเปรียบเทียบกับค่า t -Statistic ที่ได้จากตาราง โดยมีองศาความเป็นอิสระ เท่ากับ $n-k-1$ การเปรียบเทียบก็คือดูว่า ค่า t -Statistic ที่ได้จากการคำนวณตกอยู่ในบริเวณวิกฤตซึ่งอยู่ที่บริเวณส่วนปลายทั้งสองข้างของโค้งการแจกแจง t หรือไม่ โดยการศึกษาในครั้งนี้ บริเวณวิกฤตของการทดสอบ t ที่คำนวณได้ตกอยู่ในบริเวณที่มีหรือไม่มีวิกฤต คืออยู่ในช่วง $-t_{0.025}$ และ $t_{0.025}$ จะยอมรับ สมมติฐานว่าง H_0 สรุปได้ว่า ที่ระดับความเชื่อมั่นของการทดสอบ 95 เปอร์เซ็นต์ ตัวแปรอิสระไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ณ ระดับความเชื่อมั่นดังกล่าว แต่ถ้าค่า t ที่คำนวณได้ตกอยู่ในบริเวณวิกฤต จะปฏิเสธสมมติฐานว่าง H_0 นั่นคือการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6.2.4 ค่า Durbin Watson เป็นค่าทางสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบว่าสมการที่สร้างขึ้นนั้นเกิดปัญหา serial correlation หรือ autocorrelation หรือไม่ ซึ่งเป็นลักษณะที่ค่าความคลาดเคลื่อน (disturbance term) เกิดความสัมพันธ์กันในแต่ละกลุ่มของตัวแปรอิสระหรือในแต่ละช่วงเวลา แต่การเกิดปัญหานี้ไม่มีผลกระทบต่อค่าประมาณสัมประสิทธิ์ของปัจจัยนั้นๆ แต่อย่างไร เนื่องจากค่าประมาณสัมประสิทธิ์ยังคงเป็นแบบไม่ลำเอียง (unbiased) ซึ่งสามารถยอมรับได้ โดยมีหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบดังนี้

ถ้าค่า DW เข้าใกล้ 2 แสดงว่าไม่มีปัญหา serial correlation หรือ autocorrelation
ถ้าค่า DW เข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีปัญหา serial correlation หรือ autocorrelation เป็นบวก
ถ้าค่า DW เข้าใกล้ 4 แสดงว่ามีปัญหา serial correlation หรือ autocorrelation เป็นลบ
ค่านัยสำคัญทางสถิติ หาได้จากตาราง t-Statistic และ F-Statistic แล้วนำมาเทียบกับ
ค่าที่หาได้ตามนัยสำคัญต่างๆ หรือหาจากค่า P-value ที่ได้จากการคำนวณ โปรแกรม Computer โดยนัย
สำคัญทางสถิติที่ได้เท่ากับ $(1 - \text{ค่า P-value}) \times 100$



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งการวิเคราะห์ ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

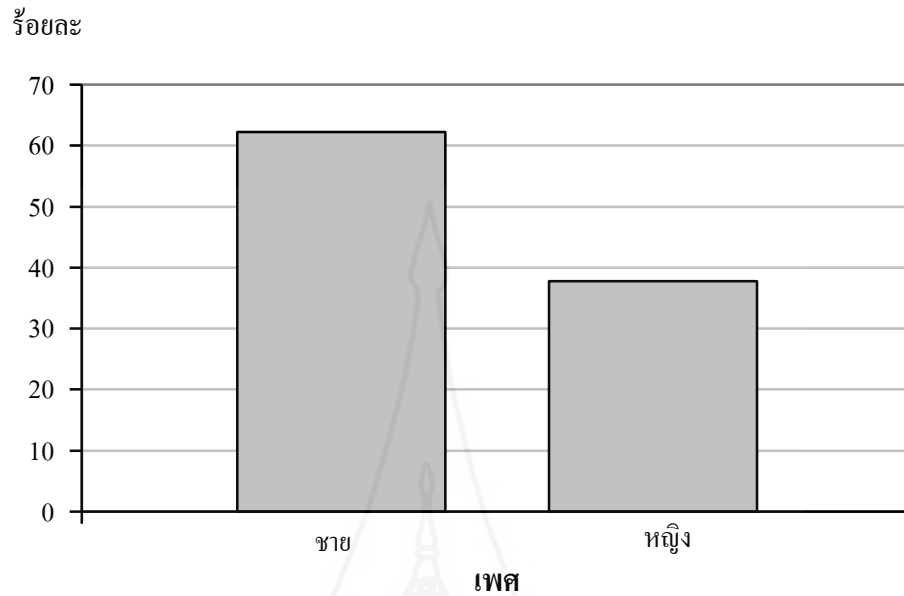
การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้รถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ได้นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างของประชากรในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี จำนวน 400 คน มีลักษณะทั่วไปในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และอาชีพ ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รายละเอียดดังตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	249	62.25
หญิง	151	37.75
รวม	400	100



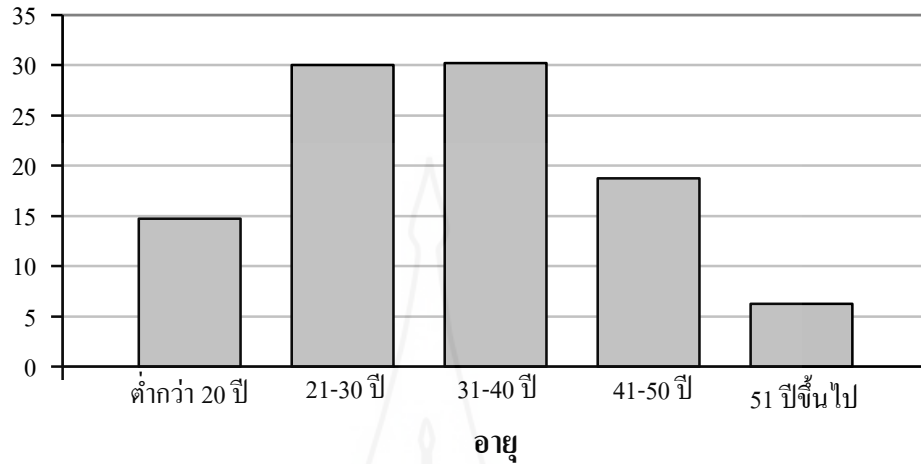
ภาพที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี 41-50 ปี ต่ำกว่า 20 ปี และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30 18.75 14.75 และ 6.25 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	59	14.75
21 – 30 ปี	120	30.00
31 – 40 ปี	121	30.25
41 – 50 ปี	75	18.75
51 ปี ขึ้นไป	25	6.25
รวม	400	100

ร้อยละ

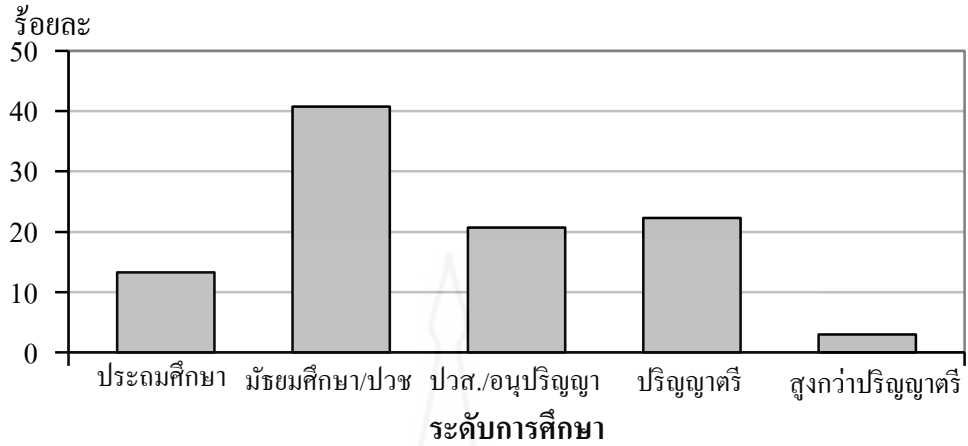


ภาพที่ 4.2 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี ปวส.หรืออนุปริญญา ประถมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.25 20.75 13.25 และ 3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	53	13.25
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	163	40.75
ปวส. หรือ อนุปริญญา	83	20.75
ปริญญาตรี	89	22.25
สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.00
รวม	400	100

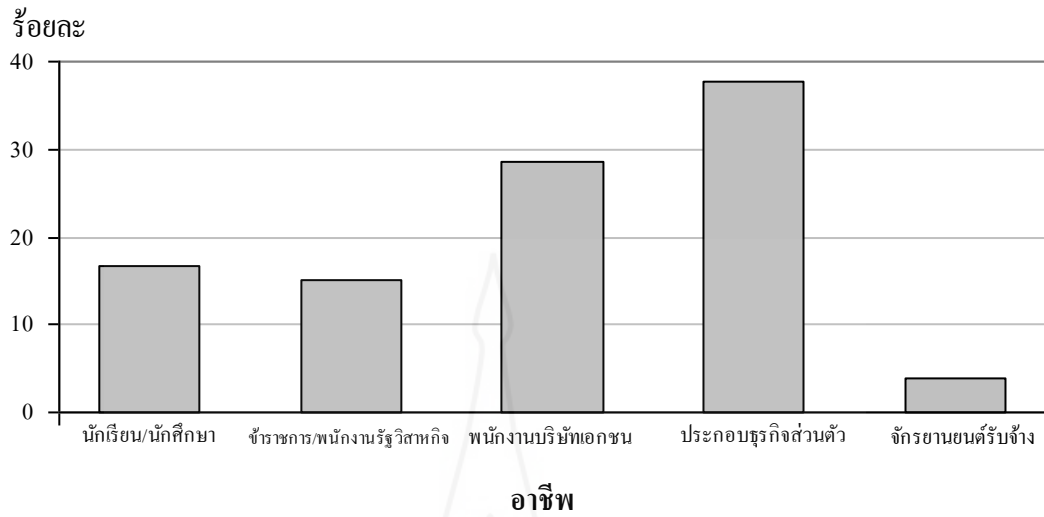


ภาพที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ จักรยานยนต์รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 28.50 16.75 15 และ 4 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	67	16.75
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	114	28.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	143	37.75
จักรยานยนต์รับจ้าง	16	4.00
รวม	400	100

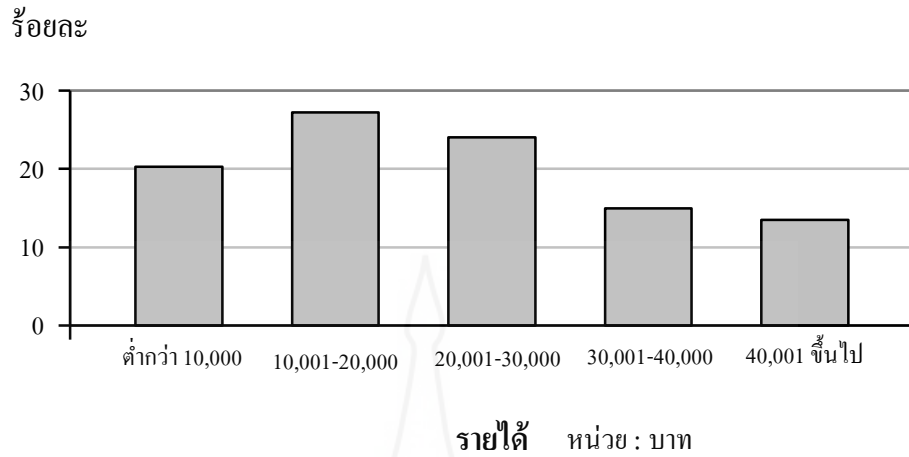


ภาพที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 40,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24 20.25 15 และ 13.50 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	81	20.25
10,001 – 20,000 บาท	109	27.25
20,001 – 30,000 บาท	96	24.00
30,001 – 40,000 บาท	60	15.00
40,001 บาท ขึ้นไป	54	13.50
รวม	400	100

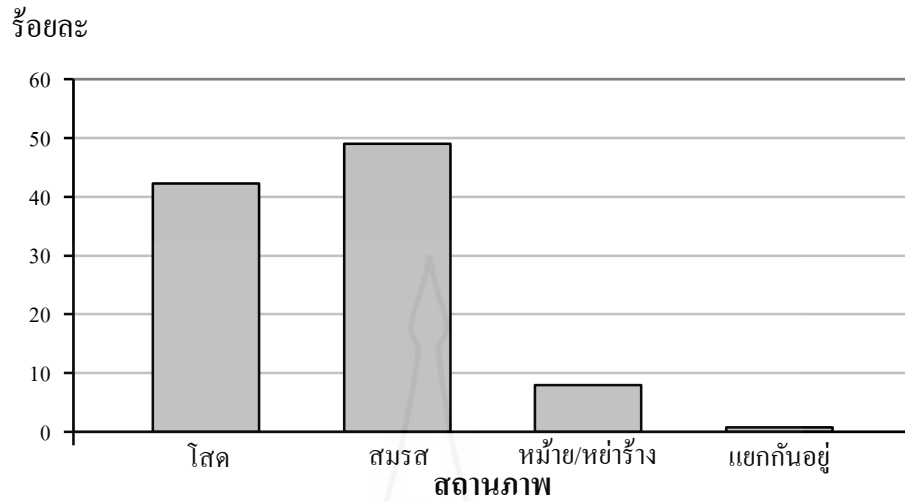


ภาพที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา มีสถานภาพโสด หม้าย/หย่าร้าง และแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 42.25 8 และ 0.75 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	169	42.25
สมรส	196	49.00
หม้าย / หย่าร้าง	32	8.00
แยกกันอยู่	3	0.75
รวม	400	100



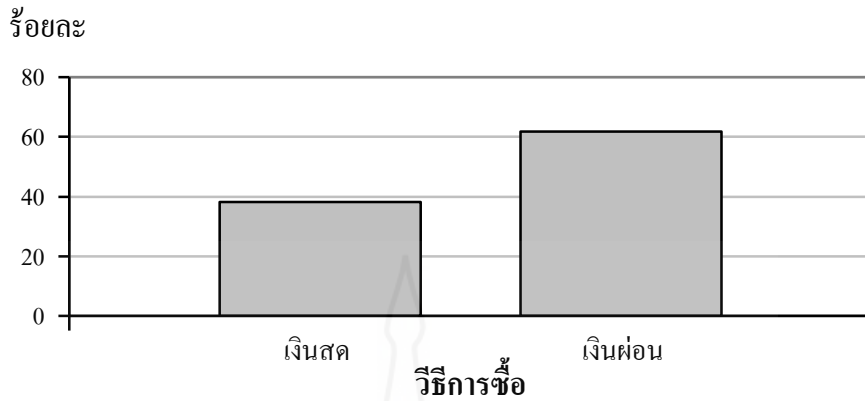
ภาพที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

1.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์

วิธีการซื้อ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน มีจำนวน 247 คิดเป็นร้อยละ 61.75 รายละเอียดดังตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์

วิธีการซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เงินสด	153	38.25
เงินผ่อน	247	61.75
รวม	400	100

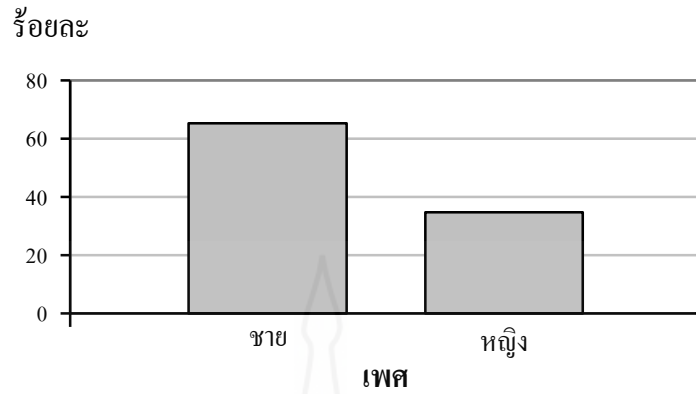


ภาพที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์

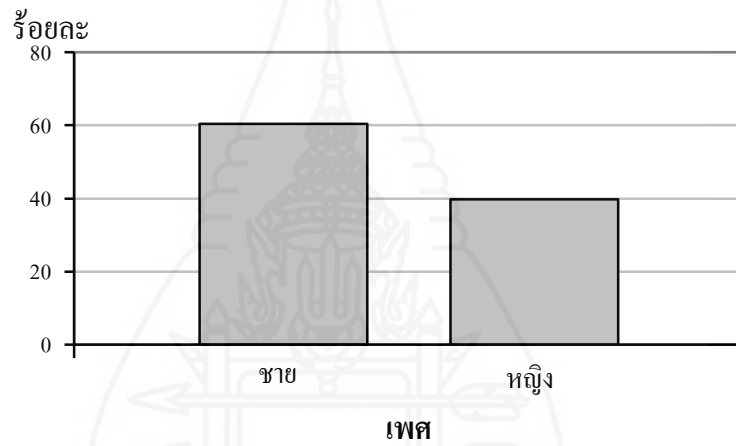
เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 65.36 เพศหญิงจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 34.64 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน มีจำนวน 247 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 60.32 เป็นเพศหญิงจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.68 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.8 ภาพที่ 4.8 และภาพที่ 4.9

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามเพศ

เพศ	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	100	65.36	149	60.32
หญิง	53	34.64	98	39.68
รวม	153	100	247	100



ภาพที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดจำแนกตามเพศ

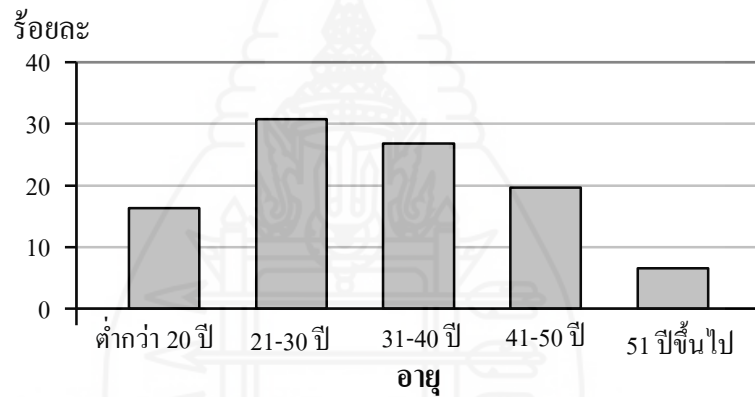


ภาพที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนจำแนกตามเพศ

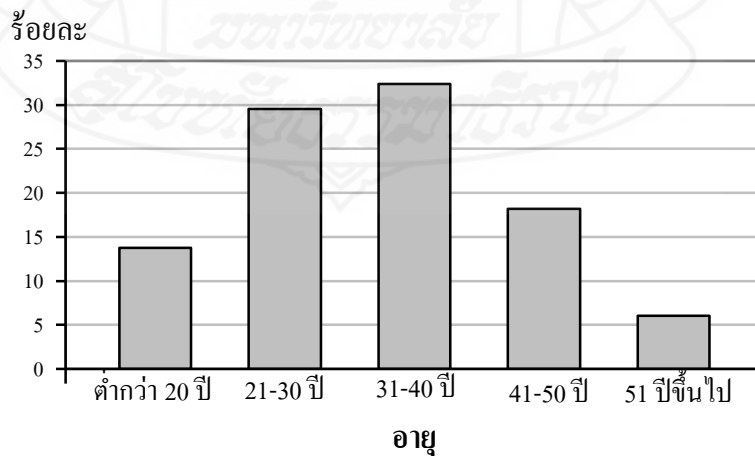
อายุ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.72 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี 41-50 ปี ต่ำกว่า 20 ปี และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.80 19.61 16.34 และ 6.54 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.39 รองลงมามีอายุระหว่าง 21-30 ปี 41-50 ปี ต่ำกว่า 21 ปี และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.55 18.22 13.77 และ 6.07 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.9 ภาพที่ 4.10 และภาพที่ 4.11

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน
จำแนกตามอายุ

อายุ	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	25	16.34	34	13.77
21 – 30 ปี	47	30.72	73	29.55
31 – 40 ปี	41	26.80	80	32.39
41 – 50 ปี	30	19.61	45	18.22
51 ปี ขึ้นไป	10	6.54	15	6.07
รวม	153	100	247	100



ภาพที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดจำแนกตามอายุ

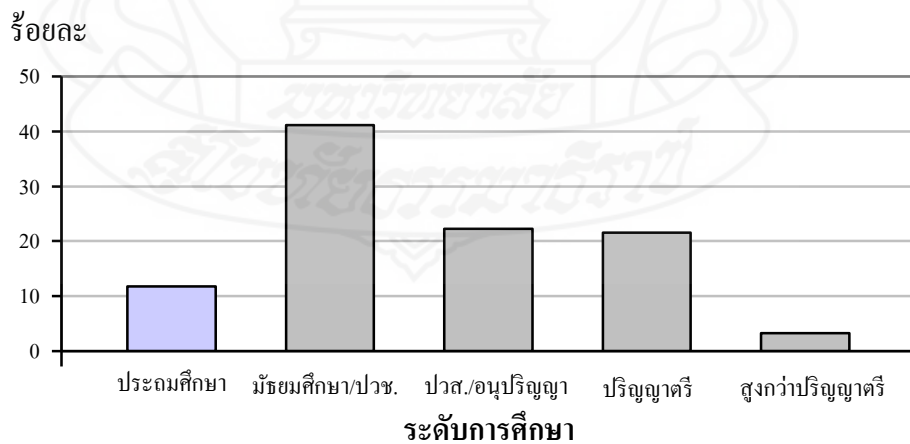


ภาพที่ 4.11 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนจำแนกตามอายุ

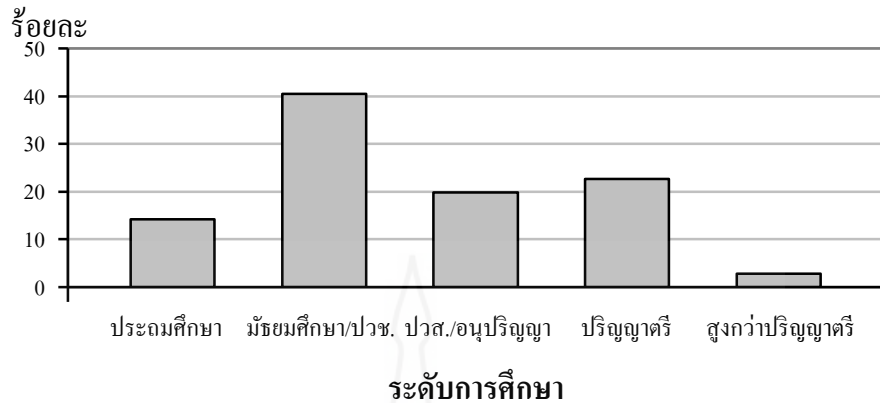
ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมามีระดับการศึกษา ปวส. หรือ อนุปริญญา ปริญญาตรี ประถมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.22 21.57 11.76 และ 3.27 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 40.49 รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปวส. หรือ อนุปริญญา ประถมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.67 19.84 14.17 และ 2.83 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.10 ภาพที่ 4.12 และภาพที่ 4.13

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	18	11.76	35	14.17
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	63	41.18	100	40.49
ปวส. หรือ อนุปริญญา	34	22.22	49	19.84
ปริญญาตรี	33	21.57	56	22.67
สูงกว่าปริญญาตรี	5	3.27	7	2.83
รวม	153	100	247	100



ภาพที่ 4.12 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด
จำแนกตามระดับการศึกษา



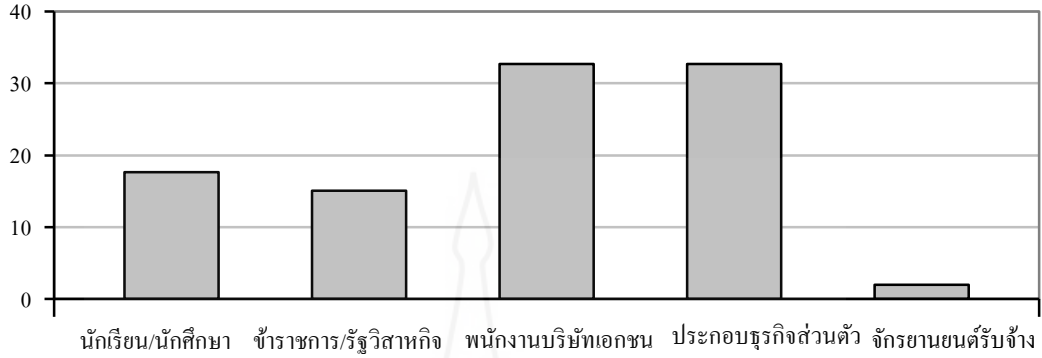
ภาพที่ 4.13 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน
จำแนกตามระดับการศึกษา

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 32.68 รองลงมามีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และจักรยานยนต์รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 17.65 15.03 และ 1.96 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 37.65 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.91 16.19 14.98 และ 5.26 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.11 ภาพที่ 4.14 และภาพที่ 4.15

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	17.65	40	16.19
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	15.03	37	14.98
พนักงานบริษัทเอกชน	50	32.68	64	25.91
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	50	32.68	93	37.65
จักรยานยนต์รับจ้าง	3	1.96	13	5.26
รวม	153	100	247	100

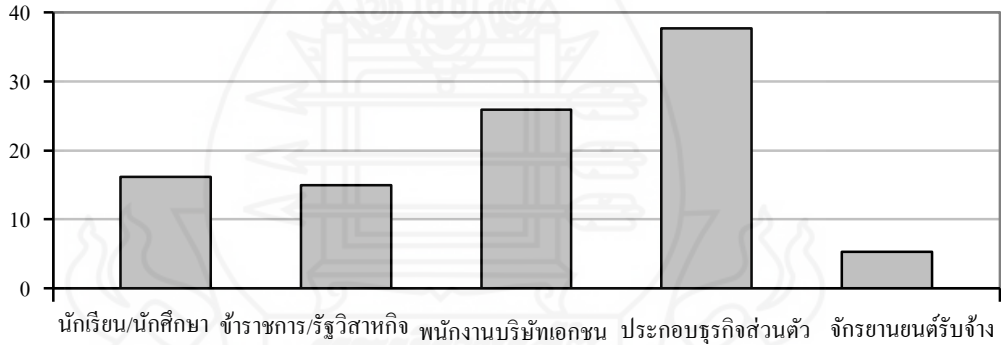
ร้อยละ



อาชีพ

ภาพที่ 4.14 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดจำแนกตามอาชีพ

ร้อยละ



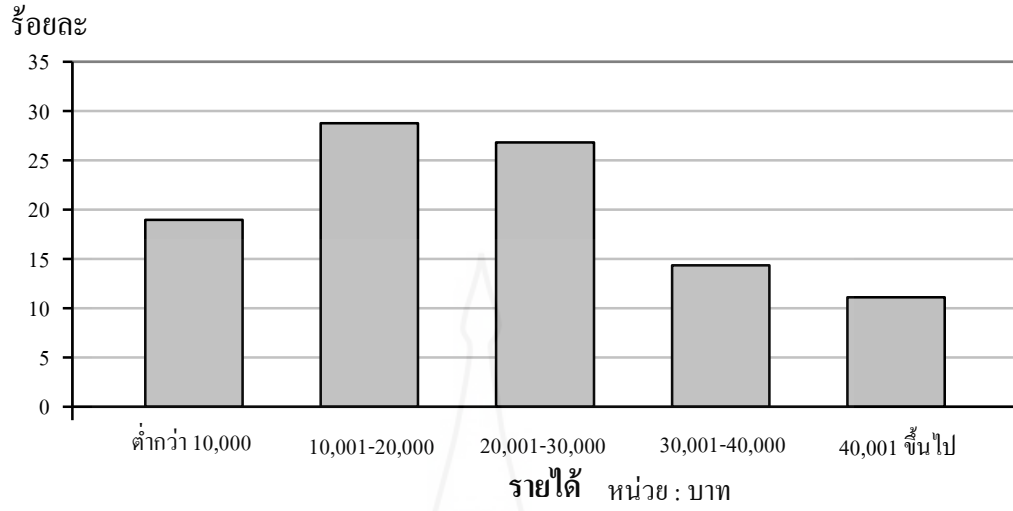
อาชีพ

ภาพที่ 4.15 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนจำแนกตามอาชีพ

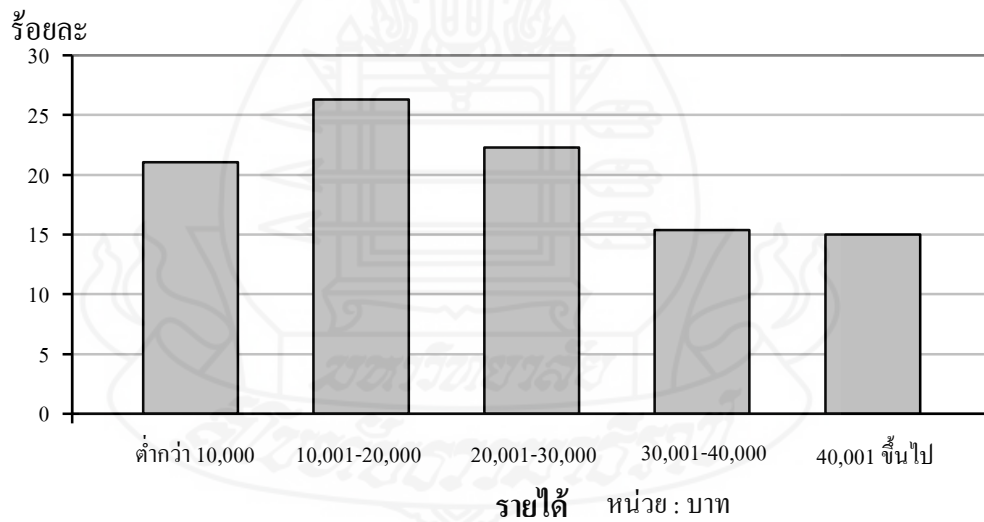
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.76 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท 30,001-40,000 บาท และสูงกว่า 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.80 18.95 14.38 และ 11.11 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.32 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.27 21.05 15.38 และ 14.98 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.12 ภาพที่ 4.16 และภาพที่ 4.17

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	29	18.95	52	21.05
10,001 – 20,000 บาท	44	28.76	65	26.32
20,001 – 30,000 บาท	41	26.80	55	22.27
30,001 – 40,000 บาท	22	14.38	38	15.38
40,001 บาท ขึ้นไป	17	11.11	37	14.98
รวม	153	100	247	100



ภาพที่ 4.16 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

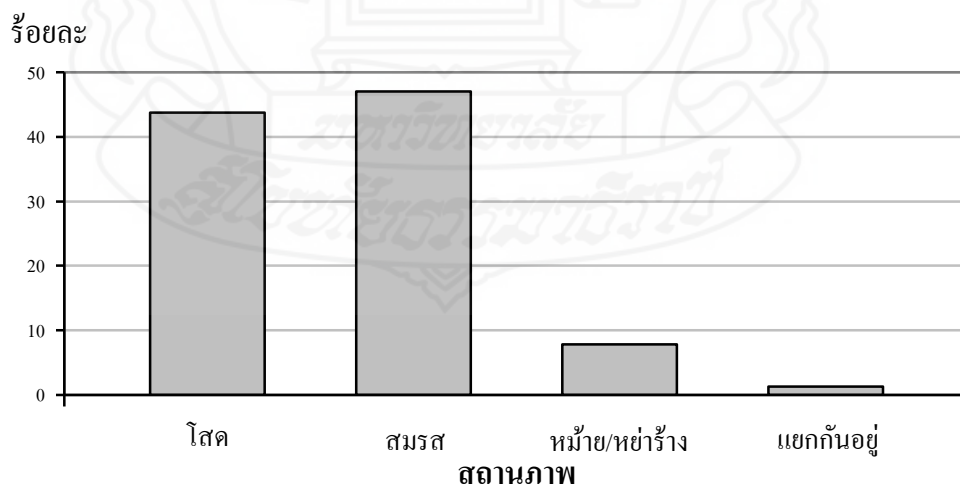


ภาพที่ 4.17 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมามีสถานภาพโสด หม้าย/หย่าร้าง และแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 43.79 7.84 และ 1.31 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมามีสถานภาพโสด หม้าย/หย่าร้าง และแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 41.30 8.10 และ 0.40 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.13 ภาพที่ 4.18 และภาพที่ 4.19

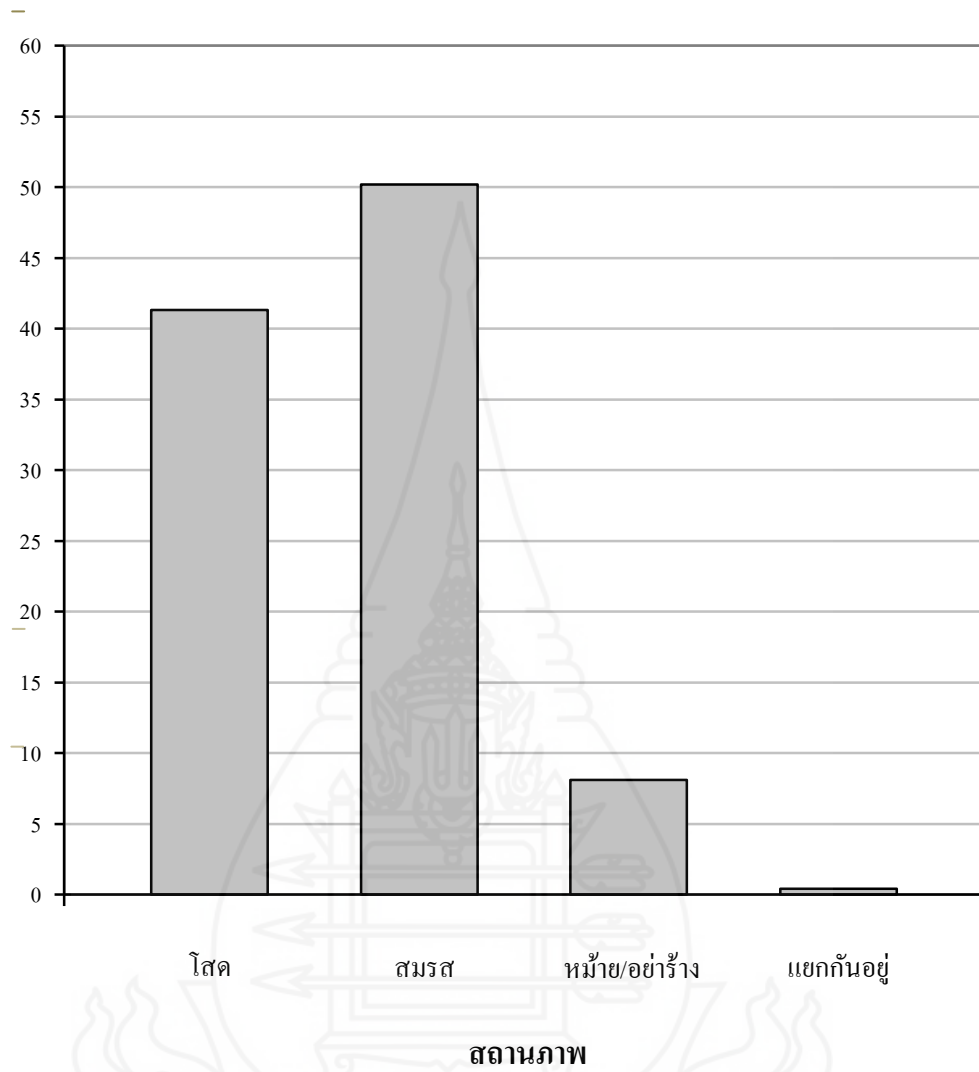
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	เงินสด		เงินผ่อน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	67	43.79	102	41.30
สมรส	72	47.06	124	50.20
หม้าย / หย่าร้าง	12	7.84	20	8.10
แยกกันอยู่	2	1.31	1	0.40
รวม	153	100	247	100



ภาพที่ 4.18 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสด จำแนกตามสถานภาพ

ร้อยละ



ภาพที่ 4.19 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน
จำแนกตามสถานภาพ

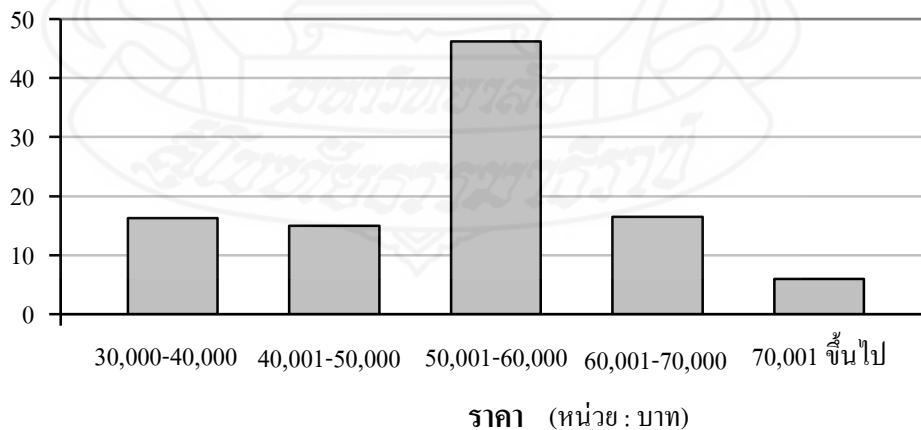
1.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ราคารถจักรยานยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ราคา 50,001 – 60,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมามีราคาระหว่าง 60,001 - 70,000 บาท 30,000 - 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท และ 70,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 66 65 60 และ 24 คิดเป็นร้อยละ 16.50 16.25 15 และ 6 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.14 และภาพที่ 4.20

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงราคารถจักรยานยนต์

ราคารถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
30,000 – 40,000 บาท	65	16.25
40,001 – 50,000 บาท	60	15.00
50,001 – 60,000 บาท	185	46.25
60,001 – 70,000 บาท	66	16.50
70,001 บาท ขึ้นไป	24	6.00
รวม	400	100

ร้อยละ

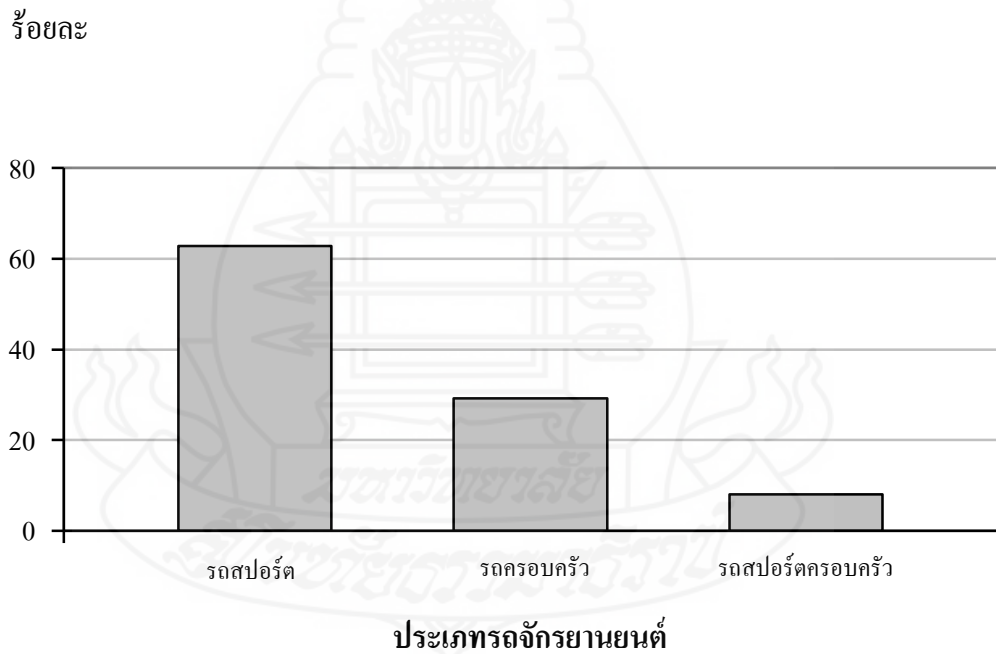


ภาพที่ 4.20 แสดงค่าร้อยละของราคารถจักรยานยนต์

ประเภทรถจักรยานยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้รถจักรยานยนต์ประเภท
รถสปอร์ต คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมาเป็นรถครอบครัว รถสปอร์ตครอบครัว คิดเป็นร้อยละ
29.25 และ 8 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.21

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงประเภทรถจักรยานยนต์

ประเภทรถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รถสปอร์ต	251	62.75
รถครอบครัว	117	29.25
รถสปอร์ตครอบครัว	32	8.00
รวม	400	100

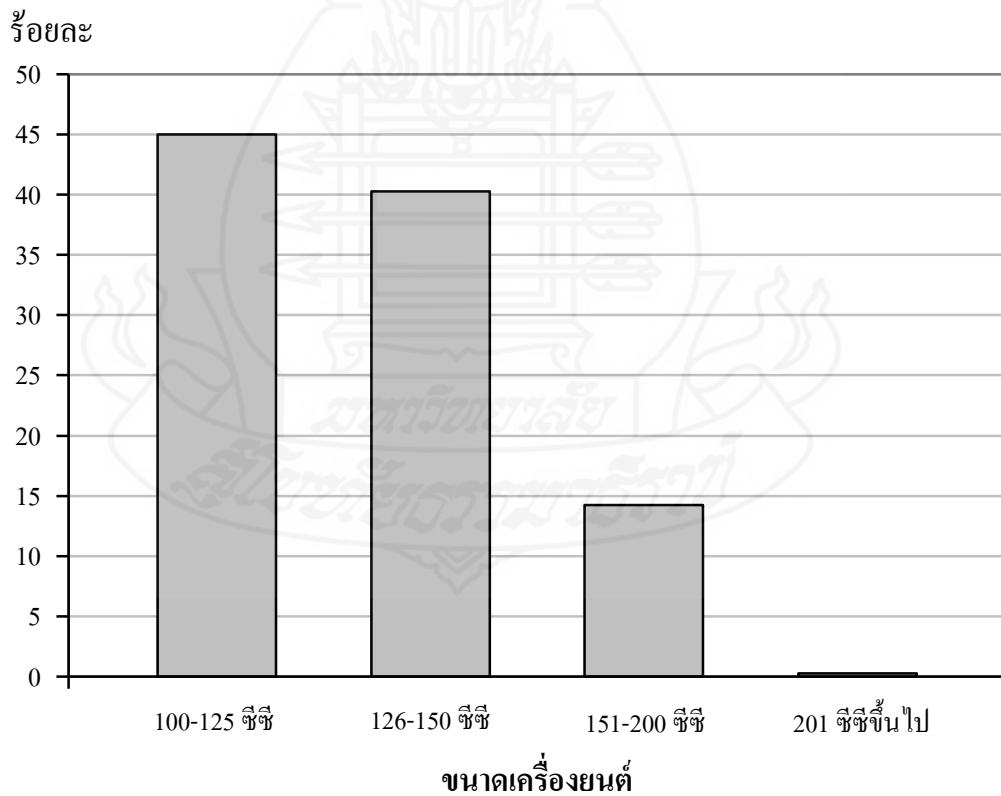


ภาพที่ 4.21 แสดงค่าร้อยละของประเภทรถจักรยานยนต์

ขนาดเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 100 – 125 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาขนาด 126 – 150 ซีซี ขนาด 151 – 200 ซีซี และขนาด 201 ซีซี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.25 14.25 และ 0.25 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.16 และภาพที่ 4.22

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงขนาดเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ที่ใช้

ขนาดเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ขนาด 100 – 125 ซีซี	181	45.00
ขนาด 126 – 150 ซีซี	161	40.25
ขนาด 151 – 200 ซีซี	57	14.25
ขนาด 201 ซีซี ขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100

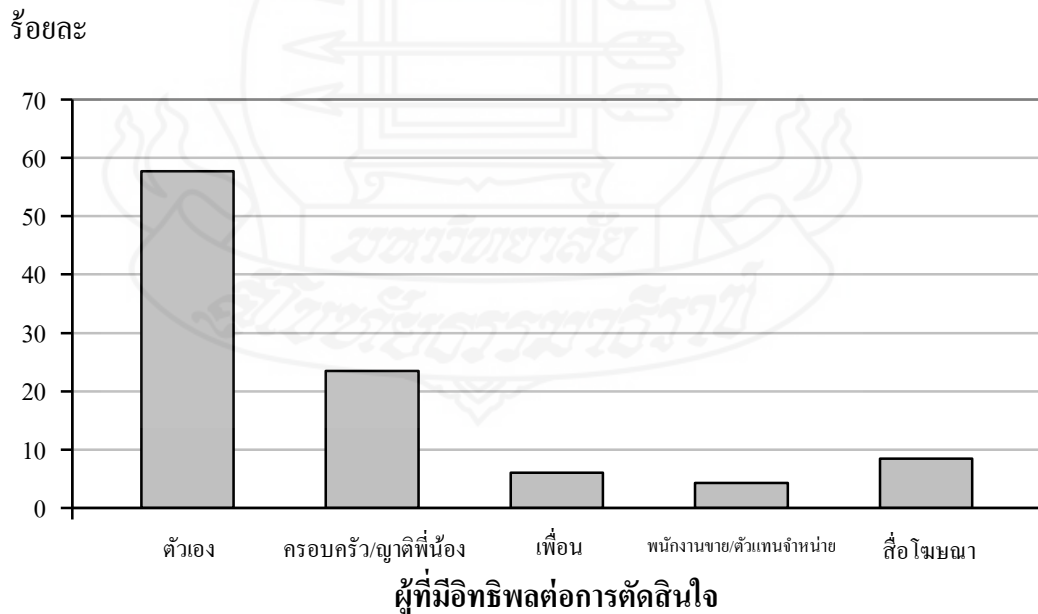


ภาพที่ 4.22 แสดงค่าร้อยละของขนาดเครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาเป็นคนในครอบครัว/ญาติพี่น้อง สื่อโฆษณา เพื่อน และพนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 23.50 8.50 6 และ 4.25 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.23

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	231	57.75
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	94	23.50
เพื่อน	24	6.00
พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย	17	4.25
สื่อโฆษณา	34	8.50
รวม	400	100

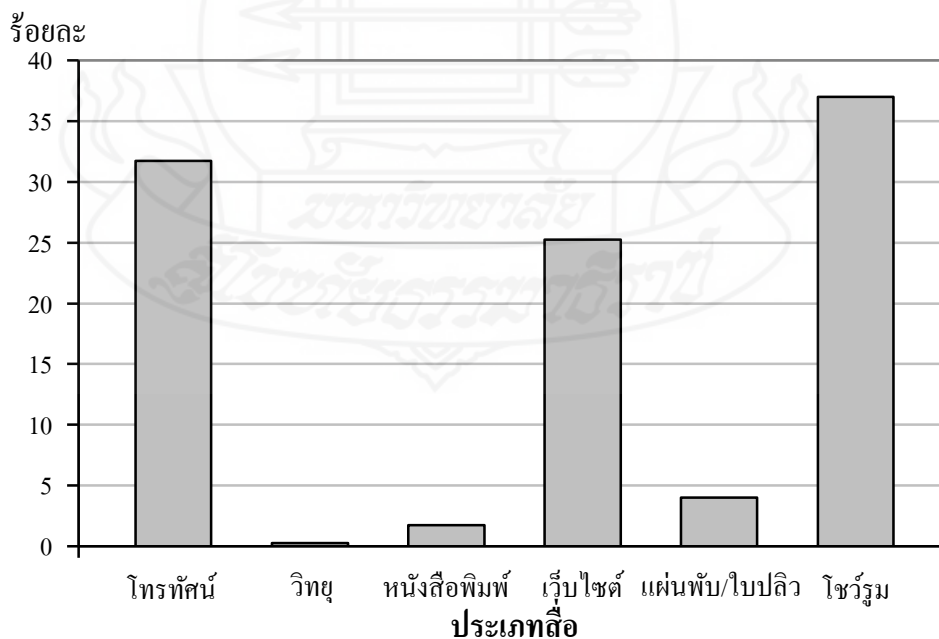


ภาพที่ 4.23 แสดงค่าร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ประเภทสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นโซว์รูมจำหน่ายรถ คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาเป็นสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ แผ่นพับ/โบปปลิว หนังสือพิมพ์ และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 31.75 25.25 4 1.75 และ 0.25 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.24

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ประเภทการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	127	31.75
วิทยุ	1	0.25
หนังสือพิมพ์	7	1.75
เว็บไซต์	101	25.25
แผ่นพับ/โบปปลิว	16	4.00
โซว์รูมจำหน่ายรถ	148	37.00
รวม	400	100

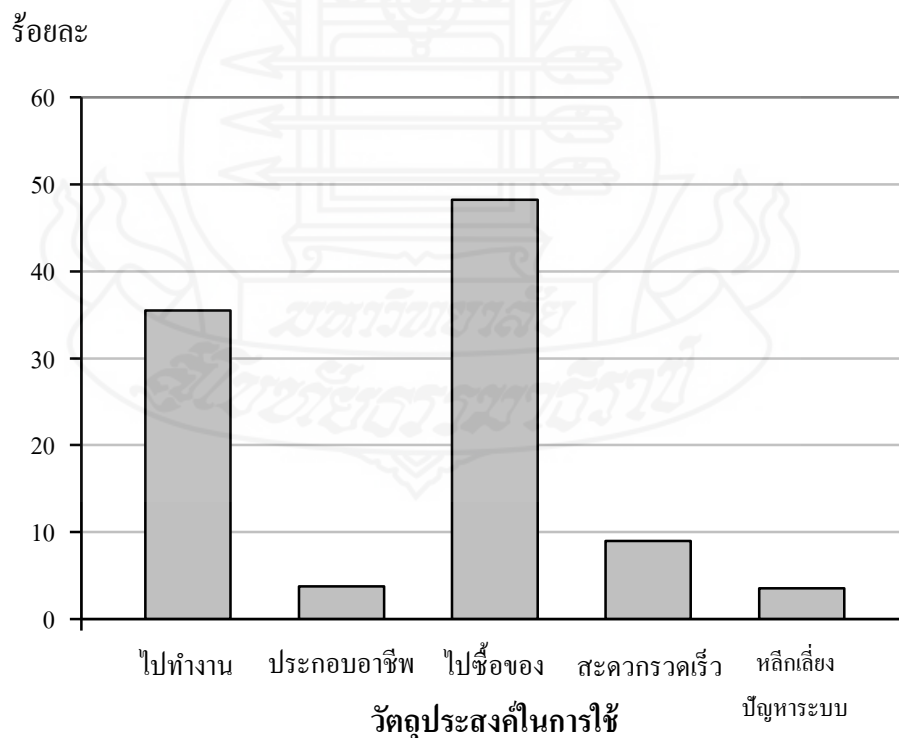


ภาพที่ 4.24 แสดงค่าร้อยละของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการใช้รถจักรยานยนต์ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เพื่อไปซื้อของหรือเดินทางในหมู่บ้านหรือตลาด คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาเป็นการใช้ในการเดินทางไปทำงาน มีความสะดวกรวดเร็ว ใช้เป็นพาหนะในการประกอบอาชีพ และหลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่งมวลชน คิดเป็นร้อยละ 35.50 9 3.75 และ 3.50 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.19 และภาพที่ 4.25

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงวัตถุประสงค์ในการใช้รถจักรยานยนต์

วัตถุประสงค์ในการใช้รถจักรยานยนต์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใช้ในการเดินทางไปทำงาน	142	35.50
ใช้เป็นพาหนะในการประกอบอาชีพ	15	3.75
ใช้เพื่อไปซื้อของหรือเดินทางในหมู่บ้านหรือตลาด	193	48.25
มีความสะดวกรวดเร็ว	36	9.00
หลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่ง	14	3.50
รวม	400	100



ภาพที่ 4.25 แสดงค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้รถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

รถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาได้นำค่าเฉลี่ยมาใช้อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

1.00 – 1.80 คือ มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

1.81 – 2.60 คือ มีผลต่อการตัดสินใจน้อย

2.61 – 3.40 คือ มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

3.41 – 4.20 คือ มีผลต่อการตัดสินใจมาก

4.21 – 5.00 คือ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองสระบุรี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์	ผลต่อการตัดสินใจซื้อ		
	ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ
1. ยี่ห้อ	3.99	0.807	มาก
2. ขนาดและรูปร่าง สี สันสวยงาม	3.84	0.826	มาก
3. สมรรถนะกำลัง (ขนาด) เครื่องยนต์	3.93	0.784	มาก
4. การประหยัดน้ำมัน	4.03	0.979	มาก
5. การรับประกันสินค้า	3.51	0.947	มาก
6. ราคาจักรยานยนต์	3.82	0.881	มาก
7. ราคาอะไหล่และค่าซ่อม หาซื้อได้ง่าย	3.69	0.941	มาก
8. ราคาขายต่อ	3.69	0.934	มาก
9. ศูนย์จำหน่ายและบริการหลังการขาย	3.69	0.970	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.891	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการประหยัดน้ำมัน ยี่ห้อ สมรรถนะกำลัง (ขนาด) เครื่องยนต์ ขนาด และรูปร่าง สีเส้นสวยงาม ราคาจักรยานยนต์ ราคาขายต่อ ศูนย์จำหน่ายและบริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ 4.03 3.99 3.93 3.84 3.82 3.69 3.69 3.69 และ 3.51

ส่วนที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

2.1 ผลการวิเคราะห์ ได้สมการประมาณค่า ดังนี้

$$Q = 86.9696 - 2.1020 P - 2.4361 I - 3.0089 \text{Poil} + 0.0200 \text{Pcar}$$

(2.323) (-2.845)** (-2.150)** (-2.864)** (2.141)**

R-squared = 0.899

Adjusted R-squared = 0.817

F-statistic = 9.919

D.W = 1.379

ผลการศึกษาตามแบบจำลองสรุปได้ว่า

2.1.1 ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.817 แสดงว่า ตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ได้ร้อยละ 81.70 และอีกร้อยละ 18.30 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้กำหนดไว้ในสมการ นับว่าเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรีได้ดีพอสมควร

2.1.2 ค่า Durbin-Watson เป็นค่าที่ทดสอบปัญหาตัวคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กัน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวนตัวแปรอิสระ 4 ตัว (k = 4) ตั้งสมมติฐานหลักว่า ตัวคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กัน และสมมติฐานรองตัวคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กัน ได้ค่าวิกฤติ $d_L = 0.685$ $d_U = 1.977$ นำไปเปรียบเทียบกับค่า D.W. ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 1.379 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ (Autocorrelation)

2.1.3 ค่า F-Statistic มีค่าเท่ากับ 9.919 และจากตารางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่องศาความเป็นอิสระเท่ากับ 4 และ 15 ได้ค่า F-Statistic เท่ากับ 3.0556 ซึ่งค่า F-Statistic ที่

ได้จากแบบจำลองมากกว่าค่า F-Statistic จากตาราง แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว (P, I, Poil, Pcar) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี (Q) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2.1.4 ค่า t-statistic ของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระทุกตัวแปรมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 คือ ราคารถจักรยานยนต์ (มีค่า t-statistic = -2.845) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ (มีค่า t-statistic = -2.150) ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย (มีค่า t-statistic = 2.864) และราคารถยนต์ (มีค่า t-statistic = 2.141) จากตารางค่า t-statistic ที่องศาแห่งความเป็นอิสระเท่ากับ 15 และระดับนัยสำคัญ 0.05 บริเวณวิกฤตคือ $-t_{0.025} = -2.1314$ และ $t_{0.025} = 2.1314$ ค่า t-statistic จากแบบจำลองตกอยู่ในบริเวณวิกฤต นั่นคือ ยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ สรุปได้ ดังนี้

2.2.1 ราคารถจักรยานยนต์ (P)

ราคารถจักรยานยนต์ เป็นปัจจัยที่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาที่ว่าตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจาก หากราคารถจักรยานยนต์สูงขึ้น จะส่งผลให้ความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎแห่ง อุปสงค์ คือ ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการในปริมาณที่มากขึ้น

ราคารถจักรยานยนต์ที่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของสัมพันธ์ แซ่ฮึง (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิเศษฐ แซ่ว่อง (2551) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสอดคล้องกับงานศึกษาของจิราพร พันธุ์บุตร (2554) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย

2.2.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ (I)

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ เป็นปัจจัยที่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

การศึกษาที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจากหากอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นจะส่งผลให้ความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ลดลง ซึ่งปัจจุบันการให้บริการสินเชื่อรถจักรยานยนต์มีข้อเสนอที่ผู้บริโภครับประโยชน์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ประชาชนนิยมเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยวิธีเงินผ่อน สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการซื้อรถจักรยานยนต์ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยวิธีเงินผ่อนถึง ร้อยละ 61.75

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ที่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิราพร พันธุ์บุตร (2554) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย ที่ทำการศึกษาระดับปริญญาโทที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในประเทศ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริวรรณ เทพทวี (2553) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศ ที่ศึกษาปริญญาโทกำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย

2.2.3 ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย (Poil)

ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย เป็นปัจจัยที่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาที่ว่าปริมาณอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรีมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการศึกษาที่พบว่า ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิราพร พันธุ์บุตร (2554) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริวรรณ เทพทวี (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย

2.2.4 ราคารถยนต์ (Pcar)

ราคารถยนต์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรีในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้น้อยจึงมีอำนาจซื้อรถจักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ และถึงแม้ว่าราคารถยนต์จะมีราคาถูกลง ผู้บริโภคก็ยังมีอำนาจซื้อไม่เพียงพอเพราะราคาที่ลดนั้น ก็ยังนับว่าเป็นราคาที่สูงเกินกว่าความสามารถของผู้บริโภคจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิราพร พันธุ์บุตร (2554) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ตั้งแต่ปี 2542 ถึงปี 2556 คือราคาการรถจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ และราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในขณะที่ราคารถยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์รถจักรยานยนต์



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรีของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้รถจักรยานยนต์ ซึ่งทำการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 400 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน 2556 แล้วนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ในส่วนของ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาใช้สถิติอย่างง่าย ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ สำหรับส่วนของ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูมิแบบอนุกรมรายปีของจำนวนรถจักรยานยนต์ ราคาจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย และราคารถยนต์ ระหว่าง ปี 2542 ถึงปี 2556 มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Mutiple Regression Model) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS)

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรส และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน ร้อยละ 61.75 มากกว่าผู้ที่ซื้อด้วยเงินสด ร้อยละ 38.25 โดยผู้ที่ซื้อด้วยเงินสดจะมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว ในขณะที่ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อนมีอายุระหว่าง 31-40 ปี

1.1.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ

พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสระบุรีส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.75 ซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทรถสปอร์ต โดยขนาดเครื่องยนต์

รถจักรยานยนต์ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ ร้อยละ 45 มีขนาด 100-125 ซีซี ราคาจักรยานยนต์ที่ซื้อส่วนใหญ่ร้อยละ 46.75 มีราคาระหว่าง 50,000-60,000 บาท การตัดสินใจเลือกซื้อส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.75 เลือกซื้อด้วยตัวเอง โดยร้อยละ 37.0 ไปดูรถที่โชว์รูมจำหน่ายรถ แล้วทำการตัดสินใจเลือก

1.1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ในระดับมาก เรียงตามลำดับปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านการประหยัดน้ำมัน ด้านยี่ห้อ ด้านสมรรถนะกำลัง(ขนาด)เครื่องยนต์ ด้านขนาดและรูปร่าง สี สันสวยงาม ด้านราคาจักรยานยนต์ ด้านราคาอะไหล่และค่าซ่อม หาซื้อได้ง่าย ด้านราคาขายต่อ ด้านศูนย์จำหน่ายและบริการหลังการขาย ด้านการรับประกันสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ 4.03 3.99 3.93 3.84 3.82 3.69 3.69 3.69 และ 3.51

1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ ปริมาณอุปสงค์รถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคารถจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย และความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีของอุปสงค์

ส่วนราคารถยนต์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณอุปสงค์รถจักรยานยนต์ มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้น้อย จึงมีอำนาจซื้อรถจักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ และถึงแม้ว่าราคารถยนต์จะมีราคาถูกลง ผู้บริโภคก็ยังมีอำนาจซื้อไม่เพียงพอเพราะราคาที่ลดลงนั้น ก็ยังนับว่าเป็นราคาที่สูงสำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีรายได้น้อย

2. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี สามารถอภิปรายผลได้ว่าผู้ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องจากเพศชายมีความชื่นชอบการขับขี่รถจักรยานยนต์และมีความสามารถในการขับขี่ได้ดีกว่าเพศหญิง มีการศึกษาของผู้ใช้รถจักรยานยนต์อยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. และอยู่ในช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงานเก็บเงิน จึงเลือกซื้อรถจักรยานยนต์แทนรถยนต์ เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายประกอบกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท เป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สามารถซื้อรถจักรยานยนต์ได้

2.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดและเงินผ่อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินผ่อน เนื่องจากในปัจจุบันการซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อน มีหลายรูปแบบ เช่น ผ่อนชำระกับบริษัทไฟแนนซ์ ธนาคารพาณิชย์ หรือการเลือกใช้บริการเครดิต แบบผ่อนชำระรายเดือน ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และอาจได้รับของสมนาคุณจากผู้ให้บริการ เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสนใจที่จะใช้ทางเลือกการผ่อนชำระสินค้า มากกว่าการซื้อสินค้าด้วยเงินสด

2.1.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ ราคา 50,001 – 60,000 บาท เนื่องจากราคารถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ มีราคาค่อนข้างสูง แต่ด้วยรูปปลั๊กอินที่ สวยงามถูกใจทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยราคาแพงขึ้น โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทสปอร์ต รถจักรยานยนต์ประเภทสปอร์ต มีรูปปลั๊กอินที่สวยงาม เล็ก กระทัด มีความคล่องตัวสูง ขับขี่ง่ายใช้ได้กับทุกคนในครอบครัว เครื่องยนต์ของรถจักรยานยนต์ที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีขนาด 100-125 ซีซี ทั้งนี้เพราะผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี โดยมากใช้เพื่อไปซื้อของหรือเดินทางในหมู่บ้าน ไปตลาด ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลมาก จึงไม่มีความ จำเป็นที่จะต้องซื้อรถที่มีเครื่องยนต์ขนาดใหญ่ และถ้าผู้ใช้รถจักรยานยนต์เลือกรถจักรยานยนต์ที่มี ขนาดเครื่องยนต์น้อยจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันได้มากกว่าเครื่องยนต์ขนาดใหญ่ ด้วยการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตัวเอง โดย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์จากการไปดูรถที่โชว์รูมจำหน่ายรถ เนื่องจาก ผู้บริโภคได้เห็นรูปปลั๊กอิน ขนาด ของรถจักรยานยนต์จริง จากโชว์รูมซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ซึ่งพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยอุปสงค์ รถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ราคารถจักรยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ลูกค้าชั้นดีของธนาคารพาณิชย์ ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย แสดงว่ารถจักรยานยนต์เป็นสินค้า ปกติ เนื่องจากราคารถจักรยานยนต์ลดลง ประชาชนจะมีความสามารถในการซื้อรถจักรยานยนต์ เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าราคารถจักรยานยนต์เพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการซื้อรถจักรยานยนต์ก็ จะลดลง และราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ยเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันกับรถจักรยานยนต์ ซึ่งใน ปัจจุบันเริ่มมีการคิดค้นพัฒนาเชื้อเพลิงที่ใช้ในการขับเคลื่อนสำหรับรถจักรยานยนต์ เพิ่มขึ้น เช่น น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ แก๊ส LPG พลังงานไฟฟ้า เป็นต้น อุปสงค์รถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์ใน ทิศทางเดียวกันกับราคารถยนต์ แสดงว่ารถยนต์เป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันกับรถจักรยานยนต์

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในครั้งนี้

3.1.1 จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี ใช้ข้อมูลภาคตัดขวางซึ่งเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาสั้น เมื่อระยะเวลาผ่านไป ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไป ตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาด้านอื่น เช่น อัตราเงินเฟ้อ ผลิตภัณฑ์มวลรวม ที่อาจมีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยด้านนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องดังกล่าวเพิ่มในสมการจะช่วยให้การศึกษามีความสมบูรณ์มากขึ้น

3.1.2 จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี พบว่าราคาจักรยานยนต์ มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ ดังนั้น หากหน่วยธุรกิจหรือนักลงทุนสามารถกำหนดราคาจักรยานยนต์ให้มีราคาลดลง เช่น มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งถ้าพัฒนาให้ต้นทุนลดลงจะส่งผลต่อการกำหนดราคาจักรยานยนต์ให้ถูกลงด้วย โดยราคาจะมีผลกระทบต่อปริมาณการขายรถจักรยานยนต์ในประเทศได้มากขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรอิสระให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อัตราเงินเฟ้อ ผลิตภัณฑ์มวลรวม โดยปัจจัยต่างๆ ที่นำมาใช้ศึกษาเพิ่มเติมจะช่วยให้การศึกษามีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ในภาพรวมทั้งประเทศ เพื่อภาครัฐและภาคเอกชนจะได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ ต่อไป

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก (2556) “จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ ปี พ.ศ. 2542-2556” ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2556 จาก http://apps.dlt.go.th/statistic_web/statistic.html
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2556) “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายย่อยลูกค้าชั้นดี ปี พ.ศ. 2542-2556” ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2557 จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=409&lagnage=th>
- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (2556) “ราคาน้ำมันเบนซิน โดยเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2542-2556” ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2557 จาก <http://www.pttplc.com/TH/Media-Center/Oil-Price/pages/Bangkok-Oil-Price.aspx?s=1&y=2013>
- สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า (2556) “ราคาจักรยานยนต์ ราคารถยนต์ ปี พ.ศ. 2542-2556” ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.price.moc.go.th/content1.aspx?cid=19>
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (2556) “การผลิตรถจักรยานยนต์” ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=24&chap=5&page=chap5.htm>
- สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม (2555) “แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555 – 2559” ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2557 จาก http://www.thaiauto.or.th/2012/th/about-us/download/Master_Plan_Final_2555-2559.pdf
- กรมการปกครอง (2556) “จำนวนประชากรในจังหวัดสระบุรี” ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2556 จาก http://stat.dopa.go.th/stat/y_statyear.html
- สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหิดล “การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล” ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2556 จาก http://eportfolio.hu.ac.th/research/index.php?option=com_content&task=category§ionid=7&id=137&Itemid=243
- ชัยนต์ ดันดีวิสดากร “อุปสงค์และพฤติกรรมผู้บริโภค” หนังสือทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ขั้นสูง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ยุทธ ไกยวรรณ (2555) “หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์สำหรับการวิจัย” วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

- สุภาพร กฤตยากรนุพงษ์ (2550) “ตัวแบบการวิเคราะห์การถดถอยแบบ OLS และแบบพหุคูณ แบบลำดับในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้คณิตศาสตร์ แบบ Active Learning” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สัมพันธ์ แซ่อึ้ง (2550) “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- วิเชษฐ แซ่ว่อง (2551) “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้รถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- นายปฏิพัทธ์ พันธบุรุษย์ (2551) “การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ประเภทออโตเมติก ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ รายงานวิจัยอิสระ” แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อัญญา ตั้งไพบุลย์ (2552) “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการรถยนต์ของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เอกชัย พันธูลี (2553) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์เซฟโรเลต อวีโอของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ทักษิณา พูลสวัสดิ์ (2554) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และพฤติกรรมของผู้บริโภคแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- จิราพร พันธุ์บุตร (2554) “การวิเคราะห์อุปสงค์รถจักรยานยนต์ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธีรญา ปานะถึก (2554) “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถยนต์พาณิชย์ในประเทศไทย” รายงานวิจัยอิสระ แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาคผนวก ก

ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์



ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาสมการอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี

ปี พ.ศ.	จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ (คัน)	ราคาารถจักรยานยนต์ (บาทต่อคัน)	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี (ร้อยละ)	ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย (บาทต่อลิตร)	ราคาารถยนต์ (บาทต่อคัน)
2542	4431	43555.26	10.43	11.44	400921.11
2543	7816	42559.48	8.89	15.16	438086.69
2544	9596	40955.91	8.2	15.37	472977.63
2545	14096	39550.88	7.71	14.97	575488.31
2546	20614	39080	6.94	15.96	579053.27
2547	23604	40110	6.53	19.7	579979.89
2548	23132	39167	6.34	23.75	585864.85
2549	21842	40386	8.03	27.07	611142.99
2550	17236	41167	7.72	28.54	518289.45
2551	18824	41180	7.67	35.25	515364.18

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาสมการอุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี

ปี พ.ศ	จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ (คัน)	ราคารถจักรยานยนต์ (บาทต่อคัน)	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี (ร้อยละ)	ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย (บาทต่อลิตร)	ราคารถยนต์ (บาทต่อคัน)
2552	15800	40741	6.68	30.85	647140.38
2553	18564	42264	6.64	36.33	667957.34
2554	21003	43107	7.83	39.54	672145.12
2555	22310	43064	8.15	41.66	685359.26
2556	21238	43400	8.19	45.9	701826.47

ที่มา จาก 1. “จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ ปี พ.ศ. 2542-2556” โดย กรมการขนส่งทางบก (2556) ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2556

จาก http://apps.dlt.go.th/statistic_web/statistic.html

2. “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายย่อยลูกค้าชั้นดี ปี พ.ศ. 2542-2556” โดยธนาคารแห่งประเทศไทย (2556) ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2557

จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.agex?reportID=409&lagnage=th>

3. “ราคาน้ำมันเบนซินโดยเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2542-2556” การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (2556) ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2557 จาก

<http://www.pttplc.com/TH/Media-Center/Oil-Price/pages/Bangkok-Oil-Price.aspx?s=1&y=2013>

4. “ราคาจักรยานยนต์ ราคารถยนต์ ปี พ.ศ. 2542-2556” สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า (2556) ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2556, จาก

<http://www.price.moc.go.th/content1.aspx?cid=19>



แบบสอบถาม

การสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หรือตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 21-30 ปี

3. 31-40 ปี

4. 41-50 ปี

5. 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษาหรือปวช.

3. ปวส. หรืออนุปริญญา

4.ปริญญาตรี

5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา

2. ข้าราชการ / พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ

3. พนักงานบริษัทเอกชน

4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. จักรยานยนต์รับจ้าง

6. อื่น ๆ โปรดระบุ

5. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท

2. 5,001-10,000 บาท

3. 10,001 – 15,000 บาท

4. 15,001-20,000 บาท

5. 20,000 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส |
| <input type="checkbox"/> 3. หม้าย/หย่าร้าง | <input type="checkbox"/> 4. แยกกันอยู่ |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อรถจักรยานยนต์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าหัวข้อที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

1. รถจักรยานยนต์ของท่านที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซื้อโดยวิธี

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ซื้อเงินสด | <input type="checkbox"/> 2. ซื้อเงินผ่อน |
|--|--|

2. รถจักรยานยนต์ที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบันซื้อในราคาเท่าใด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 30,000-40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 40,001-50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 50,001-60,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 60,001-70,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. ตั้งแต่ 70,001 บาทขึ้นไป | |

3. รถจักรยานยนต์ของท่านที่ใช้อยู่เป็นรถประเภทใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถสปอร์ต | <input type="checkbox"/> 2. รถครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. รถสปอร์ตครอบครัว | |

4. ขนาดของเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ที่ท่านใช้มีขนาดเท่าใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ขนาด 100-125 ซีซี | <input type="checkbox"/> 2. ขนาด 126-150 ซีซี |
| <input type="checkbox"/> 3. ขนาด 151-200 ซีซี | <input type="checkbox"/> 4. ขนาด 201 ซีซีขึ้นไป |

5. ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของท่านมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> 2. ครอบครัว /ญาติพี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อน | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย |
| <input type="checkbox"/> 5. สื่อโฆษณา | |

6. ท่านตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์จากสื่อโฆษณาชนิดใด

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 2. วิทยู |
| <input type="checkbox"/> 3. หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 4. เว็บไซต์ |
| <input type="checkbox"/> 5. แผ่นพับ/ใบปลิว | <input type="checkbox"/> 6. โฆษณารถ |

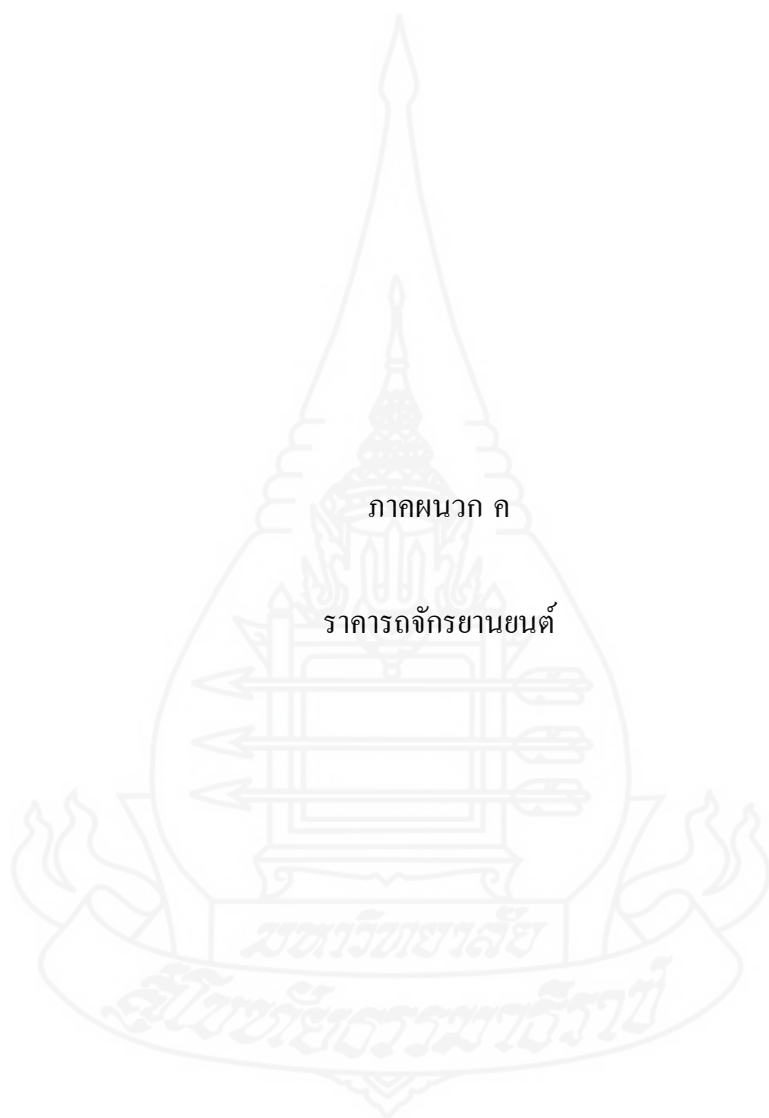
7. วัตถุประสงค์หลักในการใช้รถจักรยานยนต์ของท่าน

1. ใช้ในการเดินทางไปทำงาน 2. ใช้เป็นพาหนะในการประกอบอาชีพ
3. ใช้เพื่อไปซื้อของหรือเดินทางในหมู่บ้านหรือตลาด
4. เพื่อความคล่องตัว และรวดเร็ว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

1. ท่านคิดว่าปัจจัยใดต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของท่านมากที่สุดเพียงใด

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ยี่ห้อ					
2. ขนาดและรูปร่าง สี สันลวดลาย					
3. สมรรถนะกำลัง (ขนาด) เครื่องยนต์					
4. การประหยัดน้ำมัน					
5. การรับประกันสินค้า					
6. ราคาจักรยานยนต์					
7. ราคาอะไหล่และค่าซ่อมไม่แพง หาซื้อได้ง่าย					
8. ราคาขายต่อ					
9. ศูนย์จำหน่ายและบริการหลังการขาย					



ภาคผนวก ค

รายการจักรยานยนต์

มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสกลนคร

ราคาารถจักรยานยนต์ HONDA

รุ่น	แบบวงล้อและเบรก	ราคา
รถครอบครัว		
Dream Super Cub	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทมือ	43,000
Dream 110i	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	39,000
Dream 110i	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทมือ	42,000
Wave 110i Eco	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก	34,500
Wave 110i	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	38,000
Wave 110i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	40,000
Wave 110i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	42,500
Wave 110i AT	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	45,000
Wave 125i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	49,500
Wave 125i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	52,500
รถสปอร์ต		
CBR 150R	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรก, สตาร์ทมือ	82,000
CBR 250R	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรกABS, สตาร์ทมือ	125,000
MSX125	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรก, สตาร์ทมือ	70,000

ราคารถจักรยานยนต์ YAMAHA

รุ่น	แบบวงล้อและเบรก	ราคา
รถครอบครัว		
Spark Nano	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	35,000
Spark Nano	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	37,000
Spark 115i	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	35,500
Spark 115i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	37,500
Spark 115i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	39,500
Spark 135i	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	51,000
Spark 135i	ล้อแม็ก, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	54,000



ราคาารถจักรยานยนต์ SUZUKI

รุ่น	แบบวงล้อและเบรก	ราคา
รถครอบครัว		
Katana	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, คลัตช์มือ	41,500
Katana	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, คลัตช์อัตโนมัติ	41,500
Raider R150	ล้อแม็ก, ดิสก์หน้า-หลัง, สตาร์ทมือ	65,900
Smash 2013	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	35,500
Smash 2013	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	37,500
Smash 2013	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	39,500
Shogun Axelo R	ล้อแม็ก, ดิสก์หน้า-หลัง, สตาร์ทมือ	54,500
Shogun Axelo125	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	45,500
Shogun Axelo125	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	48,500
Shooter115 Fi	ล้อซี่ลวด, ครัมเบรก, สตาร์ทเท้า	35,900
Shooter115 Fi	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทเท้า	37,900
Shooter115 Fi	ล้อซี่ลวด, ดิสก์หน้า, สตาร์ทมือ	39,900
รถสปอร์ต		
VanVan RV125	ล้อซี่ลวด, ดิสก์เบรก, สตาร์ทมือ	99,900

ราคารถจักรยานยนต์ KAWASAKI

รุ่น	แบบวงล้อและเบรก	ราคา
รถสปอร์ต		
KSR110	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรก, สตาร์ทเท้า	65,000
Ninja250R	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรก, สตาร์ทมือ	162,500
Z250	ล้อแม็ก, ดิสก์เบรก, สตาร์ทมือ	151,500



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางจำลองณ์ ส่วงวัฒนา
วัน เดือน ปี	16 สิงหาคม 2515
สถานที่เกิด	อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต(การบัญชี) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช คณะบริหารธุรกิจ 2542
สถานที่ทำงาน	สำนักงานขนส่งจังหวัดสระบุรี จังหวัดสระบุรี
ตำแหน่ง	เจ้าพนักงานขนส่งชำนาญงาน กลุ่มวิชาการขนส่ง

