

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแบบไม่เจาะจง กับผู้ที่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนรวม 400 ราย ผลการศึกษาพบว่า มีจำนวนผู้ที่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.75 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดและผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.25 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งผลการศึกษาสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษายปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งจะแสดงถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (หน่วย:บาท) เขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย เขตพื้นที่ที่ทำงาน สถานภาพในครัวเรือน จำนวนบุคคลในครัวเรือน การมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งจะใช้วิธีการศึกษาค้นคว้าการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงความถี่ร้อยละ ซึ่งผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นเพศหญิง 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.11 และเป็นเพศชาย 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.89 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นเพศหญิง 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.26 และเป็นเพศชาย 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.74 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	95	45.89	96	49.74
หญิง	112	54.11	97	50.26
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อายุ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่มิช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี 156 ราย รวมกันคิดเป็นร้อยละ 75.37 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี เช่นเดียวกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย จะเป็นผู้ที่มิช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี 150 ราย รวมกันคิดเป็นร้อยละ 77.72 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจะเป็นผู้ที่มีช่วงอายุวัยกลางคนมากที่สุด ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	ผู้ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0	11	5.70
21-30 ปี	73	35.27	108	55.96
31-40 ปี	83	40.10	42	21.76
41-50 ปี	36	17.39	15	7.77
51-60 ปี	13	6.28	12	6.22
สูงกว่า 60 ปี ขึ้นไป	2	0.96	5	2.59
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพการสมรส

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่มิมีสถานภาพสมรส 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.04 และเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.68 และผู้ที่มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.28 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นผู้ที่มิมีสถานภาพสมรส 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.42 และเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.43 และผู้ที่มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.15 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	ผู้ช้อรยนต์		ไม่ผู้ช้อรยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สมรส	116	56.04	51	26.42
โสด	78	37.68	134	69.43
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	13	6.28	8	4.15
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ช้อรยนต์นั้นส่วนบุคคลเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาขึ้นไปจนถึงระดับปริญญาตรีโดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีกล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.29 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษา ป.ว.ช/ป.ว.ส/อนุปริญญา 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.29 ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีเพียง 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 เท่านั้น ส่วนผู้ที่ไม่ช้อรยนต์นั้น ส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาปริญญาตรี 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.63 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษา ป.ว.ช/ป.ว.ส/อนุปริญญา 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.57 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.48	7	3.63
มัธยมศึกษา	18	8.69	33	17.10
ป.ว.ช/ป.ว.ส/อนุปริญญา	42	20.29	59	30.57
ปริญญาตรี	131	63.29	90	46.63
ปริญญาโท	15	7.25	4	2.07
ปริญญาเอก	0	0	0	0
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 อาชีพ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่มิอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.12 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.29 พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39 ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.95 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพเกษตรกร กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นผู้ที่มิอาชีพเกษตรกร 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.76 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.14 พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.10 ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.58 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เกษตรกร	6	2.90	42	21.76
รับจ้างทั่วไป	13	6.28	35	18.14
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	36	17.39	33	17.10
การพาณิชย์/ค้าขาย	17	8.21	9	4.66
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	52	25.12	19	9.84
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	42	20.29	17	8.81
ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว	33	15.95	32	16.58
อื่นๆ	8	3.86	6	3.11
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.6 ระดับรายได้

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.08 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.67 ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้

ช่วงระดับรายได้ (บาท/เดือน)	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
10,001-20,000	143	69.08	175	90.67
มากกว่า 20,001	64	30.92	18	9.33
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.7 เขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้มีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.57 และเป็นผู้ที่มีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยอยู่นอกเขตอำเภอเมือง 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะมีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยอยู่นอกเขตอำเภอเมือง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นผู้มีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยนอกเขตอำเภอเมือง 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.55 และเป็นผู้ที่มีเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.45 ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย

เขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อยู่ในเขตอำเภอเมือง	144	69.57	80	41.45
อยู่นอกเขตอำเภอเมือง	63	30.43	113	58.55
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.8 เขตพื้นที่ที่ทำงาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีเขตพื้นที่ที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้มีเขตพื้นที่ที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.08 และเป็นผู้ที่มีเขตพื้นที่ที่ทำงานอยู่นอกเขตอำเภอเมือง 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.92 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะมีเขตพื้นที่ที่ทำงานอยู่นอกเขตอำเภอเมือง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นผู้มีเขตพื้นที่ที่ทำงานนอกเขตอำเภอเมือง 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.88 และเป็นผู้ที่มีเขตพื้นที่ที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.12 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเขตพื้นที่ที่ทำงาน

เขตพื้นที่ที่ทำงาน	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อยู่ในเขตอำเภอเมือง	143	69.08	62	32.12
อยู่นอกเขตอำเภอเมือง	64	30.92	131	67.88
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.9 สถานภาพในครัวเรือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในครัวเรือน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นสมาชิกในครัวเรือน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.57 และเป็นหัวหน้าครัวเรือน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในครัวเรือนเช่นเดียวกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย เป็นสมาชิกในครัวเรือน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.53 และเป็นหัวหน้าครัวเรือน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.47 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกสถานภาพในครัวเรือน

สถานภาพในครัวเรือน	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
หัวหน้าครัวเรือน	63	30.43	26	13.47
สมาชิกในครัวเรือน	144	69.57	167	86.53
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.10 จำนวนบุคคลในครัวเรือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 3 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย จำนวนบุคคลในครัวเรือน 3 คน จำนวน 68 ราย คิดเป็น ร้อยละ 32.85 รองลงมาคือจำนวนบุคคลในครัวเรือน 4 คน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.12 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 4 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 193 ราย จำนวนบุคคลในครัวเรือน 4 คน จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือจำนวนบุคคลในครัวเรือน 5 คนจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.87 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุคคลในครัวเรือน

จำนวนบุคคลในครัวเรือน	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คน	4	1.94	2	1.04
2 คน	24	11.59	16	8.29
3 คน	68	32.85	47	24.35
4 คน	52	25.12	55	28.50
5 คน	40	19.32	48	24.87
ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป	19	9.18	25	12.95
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.11 การมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ (เฉพาะบ้าน ที่ดิน ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะไม่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย เป็นผู้ที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.57 และเป็นผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.43 ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จะมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.32 และเป็นผู้ที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.68 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์

การมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์	34	16.43	128	66.32
ไม่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์	173	83.57	65	33.68
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อรถยนต์ ได้แก่ จำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ในครัวเรือน ลักษณะการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ท่านใช้ใน ปัจจุบัน บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ วิธีการชำระเงิน เงื่อนไขการชำระเงิน เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงความถี่ร้อยละ ซึ่งผลของการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.2.1 จำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ในครัวเรือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนใหญ่จะมีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้อยู่ 1 คัน มากที่สุด กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 207 ราย จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ 1 คัน จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.39 รองลงมาคือมีจำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ 2 คัน จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.02 ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ในครัวเรือน

จำนวนรถยนต์	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
0 คัน	0	0	193	100
1 คัน	125	60.39	0	0
2 คัน	58	28.02	0	0
3 คัน	21	10.14	0	0
4 คัน	3	1.45	0	0
รวม	207	100	193	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.2 ลักษณะการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ทํานใช้ในปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนรถโดยการขายคันเก่าและซื้อคันใหม่จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาเป็นการซื้อรถยนต์คันแรกจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.02 และเป็นรถยนต์ที่ซื้อมาเพิ่ม โดยไม่ได้ขายคันเก่า จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.15 ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ท่านใช้ใน ปัจจุบัน

ลักษณะการซื้อรถยนต์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เป็นการซื้อรถยนต์คันแรก	58	28.02
เป็นการเปลี่ยนรถ โดยการขายคันเก่าและซื้อคันใหม่	99	47.83
เป็นรถยนต์ที่ซื้อมาเพิ่ม โดยไม่ได้ขายคันเก่า	50	24.15
รวม	207	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.3 บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลด้วยตัวเองมากที่สุดจำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.46 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.35 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	150	72.46
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	127	61.35
เพื่อน	28	13.53
พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย	6	2.90
สื่อโฆษณา	23	11.11

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.4 วิธีการชำระเงิน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่ใช้วิธีชำระเงินแบบเงินผ่อนจำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.38 รองลงมาใช้วิธีการชำระเงินแบบเงินสด จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.62 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เงินสด	82	39.62
เงินผ่อน	125	60.38
รวม	207	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.5 เงื่อนไขการชำระเงิน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลแบบเงินผ่อนทั้งหมดจำนวน 125 ราย ส่วนใหญ่พอใจกับเงื่อนไขการชำระเงินแบบอื่นๆ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาพอใจกับเงื่อนไขการชำระเงินผ่อนแบบคาวน้มาก ผ่อนน้อย ไม่มีดอกเบี้ยจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.80 เงื่อนไขการชำระเงินแบบอื่นๆ เช่น คาวน้มัน้อย ผ่อนนาน ไม่มีดอกเบี้ย ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเงื่อนไขการชำระเงิน

เงื่อนไขการชำระเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
คาวน้มัน้อย ผ่อนนาน ดอกเบี้ยสูง	7	5.60
คาวน้มัน 50% ผ่อนไม่นาน ดอกเบี้ยต่ำ	24	19.20
คาวน้มันมาก ผ่อนน้อย ไม่มีดอกเบี้ย	46	36.80
อื่นๆ	48	38.40
รวม	125	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.6 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ซื้อรถยนต์และความคิดเห็นของผู้ไม่ซื้อรถยนต์ว่าให้ความสำคัญกับเหตุผลใดมากที่สุด

ผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 207 ราย พบว่าผู้ซื้อรถยนต์ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านของรูปลักษณะของรถและสมรรถนะของเครื่องยนต์เท่ากันคือ จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.36 รองลงมาคือ การประหยัด เช่น การประหยัดน้ำมัน จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.91 ยี่ห้อรถยนต์ จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.95 ระบบความปลอดภัย จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.87 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

ผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 193 ราย พบว่าผู้ไม่ซื้อรถยนต์ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านของการประหยัด เช่น การประหยัดน้ำมัน จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.16 รองลงมาคือยี่ห้อของรถยนต์และจำนวนสาขาที่ให้บริการเท่ากันคือ จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.64 และทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการและสมรรถนะของเครื่องยนต์เท่ากันคือ จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.02 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ซื้อรถยนต์และความคิดเห็นของผู้ไม่ซื้อรถยนต์ว่าให้ความสำคัญกับเหตุผลใดมากที่สุด

เหตุผล	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์		รวม
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	
1) ยี่ห้อรถยนต์ เช่น ชื่อเสียงหรือยี่ห้อรถ ชื่อเสียง ของร้านและตัวแทนจำหน่าย	151	72.95	63	32.64	214
2) พนักงานขายแนะนำข้อมูลและความช่วยเหลือ ในด้านต่างๆตลอดจนการเอาใจใส่ที่ดีที่มีต่อ ลูกค้าพนักงานให้การต้อนรับดี น่าประทับใจ สุภาพและเป็นมิตร	82	39.61	42	21.76	124
3) จำนวนสาขาที่ให้บริการ	42	20.29	63	32.64	105
4) เป็นรถที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ	73	35.27	50	25.91	123
5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์	72	34.78	51	26.42	123
6) การบริการหลังการขาย ความรวดเร็วในการ ให้บริการ ความเหมาะสมของค่าแรงในการ ซ่อมมีการติดตามผลการซ่อม	71	34.30	31	16.06	102
7) ราคาของรถเหมาะสมเมื่อเทียบกับสมรรถนะ ราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่ากับประโยชน์ใช้ สอย	84	40.58	27	13.99	111
8) อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีเครื่องปรับอากาศ มีเครื่องกรองอากาศ มีเครื่องเสียงคุณภาพดี ไฟฟ้าภายในห้องโดยสารให้แสงสว่างเพียงพอ	76	36.71	50	25.91	126
9) มีเงื่อนไขการขายที่น่าสนใจ เช่น เงินดาวน์ต่ำ มี ส่วนลดเงินสด	65	31.40	55	28.50	120
10) ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ	54	26.09	56	29.02	110

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

เหตุผล	ซื้อรถยนต์		ไม่ซื้อรถยนต์		รวม
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	
11) การได้รับสิทธิพิเศษ เช่น แคมประกันภัย หรือ พรบ.รถยนต์ แคมการบริการหลังการขาย แคมอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ แคมสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับรถยนต์	44	21.26	55	28.50	99
12) ระบบความปลอดภัย เช่น ระบบเบรก เข็มขัดนิรภัย ความแข็งแรงทนทานของตัวถังรถ ระบบล็อกปลอดภัย ระบบไฟฟ้า ไฟเลี้ยว ไฟเบรกได้มาตรฐาน	126	60.87	18	9.33	144
13) รูปลักษณ์ของรถ เช่น รูปทรงสวยงาม สี สันสวยงาม ความสะดวกสบายภายในห้องโดยสาร ความสวยงามของวัสดุตกแต่งภายในรถ รุ่น แบบสีของรถมีให้เลือกหลากหลาย ความแข็งแรงทนทานของตัวถังรถ	156	75.36	44	22.80	200
14) รถที่มีประสิทธิภาพโดยดูจากสมรรถนะของเครื่องยนต์ เช่น อัตราเร่งหรือความแข็งแรงของเครื่องยนต์ ระบบการทำงานของเครื่องยนต์ การเกาะถนนของเครื่องยนต์	156	75.36	56	29.02	212
15) การประหยัด เช่น ประหยัดน้ำมัน ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถ	153	73.91	64	33.16	217

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั้นส่วนบุคคลสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.7 ข้อเสนอพิเศษที่ได้รับ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่ได้รับข้อเสนอพิเศษคือมีประกันภัยฟรี 1 ปี จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.62 รองลงมาได้รับข้อเสนอพิเศษคือมีการตรวจเช็ครถฟรี 1 ปี จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.69 ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอพิเศษที่ได้รับ

ข้อเสนอ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีประกันภัยฟรี 1 ปี	111	53.62
แจกของแถมเช่น ทองคำ เสื้อ หมวก	34	16.43
แถมอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	81	39.13
มีการตรวจเช็ครถฟรี 1 ปี	107	51.69
มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ	44	21.26

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ข้อเสนอพิเศษที่ได้รับสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.8 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ที่ผู้ซื้อได้รับ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจากสื่อโฆษณาจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.59 รองลงมาจาก เพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงาน จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.28 จากงานแสดงเกี่ยวกับรถยนต์ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.40 ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ที่ผู้ซื้อได้รับ

แหล่งข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวแทนจำหน่ายใน จ. เชียงใหม่	52	25.12
สื่อโฆษณา	113	54.59
งานแสดงเกี่ยวกับรถยนต์	65	31.40
เพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงาน	102	49.28

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ที่ผู้ซื้อได้รับสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.9 ประเภทของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจากโทรทัศน์ จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.92 รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.28 จากวารสาร/นิตยสาร จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.58 ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ประเภทของสื่อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โทรทัศน์	153	73.92
วิทยุ	75	36.23
หนังสือพิมพ์	102	49.28
ใบปลิว	44	21.26
ป้ายโฆษณา	79	38.16
วารสาร/นิตยสาร	84	40.58

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ประเภทของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.10 ยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 207 ราย ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้า จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.38 รองลงมายี่ห้อฮอนด้า จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.19 และยี่ห้อมิตซูบิชิ จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.71 และยี่ห้อนิสสัน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.46 ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ยี่ห้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อู่ชู	8	3.86
โตโยต้า	96	46.38
ฟอร์ด	18	8.70
มิตซูบิชิ	47	22.71
นิสสัน	32	15.46
มาสด้า	31	14.98
วอลโว่	3	1.45
บีเอ็มดับเบิลยู	9	4.35
เบนซ์	1	0.48
ฮอนด้า	48	23.19
อื่นๆ	23	11.11

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา ได้ค่า Log likelihood function เท่ากับ -185.6106 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -277.0138 ค่า Chi-squared เท่ากับ 182.8064 ค่า Mc Fadden $R^2 = 0.3299$ และค่าความถูกต้องของการทำนาย เท่ากับ 78.25% และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 คือ ยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (X_7) สถานภาพการสมรส (X_3) ระดับรายได้

(X_6) ระดับการศึกษา (X_4) และอาชีพ (X_5) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.10 คือ เทคโนโลยีใหม่ๆ (X_{10}) ดังตารางที่ 4.22 และตารางที่ 4.23

ยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (X_7) กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ายี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ายี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.4407 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างคิดว่ายี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น 44.07%

สถานภาพการสมรส (X_3) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสจะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.3615 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 36.15%

ระดับรายได้ (X_2) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาทจะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้สูงกว่า 20,001 บาท และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.3261 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้ที่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 32.61% เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาทจะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและส่วนใหญ่จะมีอาชีพที่มีรายได้ที่แน่นอนเช่น อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว และส่วนใหญ่ใช้วิธีชำระเงินแบบเงินผ่อนมากกว่าเงินสด รวมถึงปัจจุบันบริษัทรถยนต์ต่างๆ มีการส่งเสริมการขายโดย ชำระเงินแบบเงินผ่อนโดยไม่มีดอกเบี้ย ซึ่งมีผลจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาทหันมาซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากขึ้น

ราคาของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (X_{13}) กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาของรถยนต์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.3168 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น 31.68%

ระดับการศึกษา (X_4) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปจะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับ จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.2466 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 24.66%

อาชีพ (X_5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว (อาชีพที่มีรายได้แน่นอน) จะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตร รับจ้างทั่วไป การพาณิชย์/ค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว (อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน) และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับจากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.2007 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างประจำ/ลูกจ้างชั่วคราว โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 20.07%

เทคโนโลยีใหม่ๆ (X_{10}) กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าเทคโนโลยีใหม่ๆของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ และเมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการยอมรับ จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.1268 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น 12.68%

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate

ตัวแปร (Variable)	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความคาดเคลื่อน (Standard Error)	ค่านัยสำคัญ ทางสถิติ (t-ratio)	ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ (Significant)
Constant	-3.4281	0.5676	-6.039	0.0000
X ₁	-0.1030	0.2669	-0.386	0.6995
X ₂	0.2215	0.4069	0.545	0.5861
X ₃	1.4522	0.3131	4.638 ^{***}	0.0000
X ₄	0.9907	0.2818	3.514 ^{***}	0.0004
X ₅	0.8063	0.2725	2.959 ^{***}	0.0031
X ₆	1.3103	0.4965	2.639 ^{***}	0.0083
X ₇	1.7703	0.2755	6.424 ^{***}	0.0000
X ₈	-0.3546	0.4151	-0.854	0.3930
X ₉	-0.3190	0.3091	-1.032	0.3021
X ₁₀	0.5096	0.2999	1.699 ^{**}	0.0894
X ₁₁	0.1630	0.2998	0.544	0.5866
X ₁₂	0.3271	0.3142	1.041	0.2979
X ₁₃	1.2728	0.3031	4.198 ^{***}	0.0000
X ₁₄	0.2677	0.2966	0.903	0.3668
X ₁₅	0.1341	0.2858	0.470	0.6387
X ₁₆	-0.0302	0.2895	-0.104	0.9169
X ₁₇	-0.1561	0.3144	-0.497	0.6195

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

Log likelihood function -185.6106

Restricted log likelihood -277.0138

Chi-squared 182.8064

Mc Fadden R² 0.3299

Accuracy of prediction 78.25%

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect

ตัวแปร (Variable)	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความคาดเคลื่อน (Standard Error)	ค่านัยสำคัญ ทางสถิติ (t-ratio)	ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ (Significant)
Constant	-0.8534	0.1432	-5.956	0.0000
X ₁	-0.0256	0.0664	-0.386	0.6995
X ₂	0.0551	0.1013	0.544	0.5862
X ₃	0.3615	0.0778	4.642 ^{***}	0.0000
X ₄	0.2466	0.0701	3.516 ^{***}	0.0004
X ₅	0.2007	0.0679	2.955 ^{***}	0.0031
X ₆	0.3261	0.1234	2.642 ^{***}	0.0082
X ₇	0.4407	0.0687	6.412 ^{***}	0.0000
X ₈	-0.0882	0.1033	-0.854	0.3929
X ₉	-0.0794	0.0769	-1.032	0.3022
X ₁₀	0.1268	0.0746	1.699 ^{**}	0.0894
X ₁₁	0.0405	0.0746	0.544	0.5867
X ₁₂	0.0814	0.0782	1.041	0.2979
X ₁₃	0.3168	0.0753	4.205 ^{***}	0.0000
X ₁₄	0.0666	0.0738	0.903	0.3667
X ₁₅	0.0334	0.0711	0.470	0.6387
X ₁₆	-0.0075	0.0720	-0.104	0.9169
X ₁₇	-0.0388	0.0782	-0.497	0.6195

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10