

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ เพศ อายุ อำเภอที่อาศัย สถานภาพสมรส การทำงานของกลุ่มสมรส อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน งานอดิเรก ยานพาหนะของสมาชิกในครอบครัว กำลังเครื่องยนต์ของรถที่ใช้ สิ่งจูงใจพิเศษในการซื้อ
2. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย
  - 2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
  - 2.2 ปัจจัยด้านราคา
  - 2.3 ปัจจัยด้านสถานที่
  - 2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
  - 2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจําแนกตามอาชีพ
  - 2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจําแนกตามรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน
  - 2.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจําแนกตามงานอดิเรก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย
  - 3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อรถยนต์คันใหม่
  - 3.2 ตัวแทนที่ซื้อรถยนต์
  - 3.3 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ
  - 3.4 การซื้อรถยนต์
  - 3.5 ความถี่ในการซื้อรถยนต์
  - 3.6 วัตถุประสงค์ในการใช้งาน

- 3.7 ลักษณะการใช้งาน
- 3.8 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์
- 3.9 การเปรียบเทียบกับรถยนต์ยี่ห้ออื่น
- 3.10 การทดลองขับรถก่อนตัดสินใจ
- 3.11 ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ
- 3.12 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกรถยนต์กระบะคันนี้
- 3.13 บุคคลที่ตัดสินใจเลือกรถยนต์กระบะคันนี้
- 3.14 บุคคลที่ตัดสินใจซื้อ
- 3.15 บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
- 3.16 วิธีการชำระเงินในการซื้อ
- 3.17 แหล่งเงินทุนในการซื้อ
- 3.18 ช่วงเวลาที่มีจะไปศูนย์บริการ
- 3.19 การนำรถเข้ารับบริการ เวลาที่คาดหวังในการเข้ารับบริการ
- 3.20 การซื้อรถยนต์ครั้งต่อไป
- 3.21 การซื้อจากตัวแทนจำหน่ายครั้งต่อไป
- 3.22 บริการที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุง

ตารางที่ 54 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮิซุซึในจังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อาชีพ			
	พจน.เอกชน:43 คน ประหยัดน้ำมัน(4.79)	พจน.รัฐวิสาหกิจ:14 คน ประหยัดน้ำมัน(4.64)	ข้าราชการ:54 คน ประหยัดน้ำมัน(4.52)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว:167 คน ประหยัดน้ำมัน(4.56)
ราคา	ราคาสวมชุดสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.79)	ราคาสวมชุดสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(4.00)	ราคาสวมชุดสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.63)	ราคาสวมชุดสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.72)
สถานที่	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.86)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง(3.86)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.93)	อยู่ใกล้แหล่งชุมชน(3.72) มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.72)
การส่งเสริมการตลาด	ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.84)	มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(4.29)	มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.85)	มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.82)

ตารางที่ 55 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ซูในจังหวัดเชียงราย จำนวนตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
ผลิตภัณฑ์	ประหยัดน้ำมัน (4.52)	ประหยัดน้ำมัน (4.61)	ประหยัดน้ำมัน (4.57)	ประหยัดน้ำมัน (4.65)
ราคา	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.72)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.72)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.69)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.82)
สถานที่	สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย (3.72)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (3.87)	อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (3.72)	อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (3.76)
การส่งเสริมการตลาด	ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง (3.72)	มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม (3.84)	มีอะไหล่และศูนย์บริการศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง (3.93)	ช่างเทคนิคมีความชำนาญ (3.83) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม (3.83)

ตารางที่ 56 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อซูซูกิในจังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตามงานอดิเรก

ปัจจัยส่วนประสม	งานอดิเรก			
	ท่องเที่ยว : 66 คน	สังสรรค์ : 99 คน	อ่านหนังสือ : 65 คน	เล่นกีฬา : 48 คน
ทางการตลาด	ประหยัคน้ำมัน (4.58)	ประหยัคน้ำมัน (4.62)	ประหยัคน้ำมัน (4.55)	ประหยัคน้ำมัน (4.63)
ราคา	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.68)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.73)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.74)	ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.77)
สถานที่	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.76) สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย (3.76)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.78)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.75) อยู่ใกล้แหล่งชุมชน (3.75)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.90)
การส่งเสริมการตลาด	ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.86)	มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.83)	ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.94)	ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.90) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.90)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงราย

พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 36-40 ปี อาศัยอยู่เขตอำเภอเมือง มีสถานภาพสมรสแล้ว โดยคู่สมรสทำงานประจำ นอกจากนี้ผู้ซื้อส่วนใหญ่ยังมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีงานอดิเรกคือการสังสรรค์กับเพื่อน มีสมาชิกคนอื่นๆในบ้านที่มียานพาหนะ โดยยานพาหนะที่มีเป็นรถยนต์กระบะยี่ห้อนิสสัน ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูที่มีกำลังเครื่องยนต์ 2,500-3,000 ซีซี โดยได้รับสิ่งดึงดูดใจเป็นพิเศษจากการโฆษณา

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงราย

พบว่าผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงราย จัดอันดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชู โดยเรียงอันดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชู มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชู มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชู มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูใน  
จังหวัดเชียงรายจำแนกตามอาชีพ

พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อทุกอาชีพมีค่าเฉลี่ยรวมแตกต่างกัน โดยพนักงานองค์กร  
เอกชน ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ  
การตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับ  
มาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการ  
ได้อย่างถูกต้อง

พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่การประหยัด  
น้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย  
อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน  
ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ในด้านการส่งเสริม  
การตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่  
ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

ข้าราชการ ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน  
ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับมากโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสิ่ง  
อำนวยความสะดวกครบครัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดย  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ มีอะไหล่และ  
ศูนย์บริการพร้อม และศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง

ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัด

น้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

**ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามรายได้**

พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น



ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม และ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลดที่เหมาะสม ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และสถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ ช่างเทคนิคมีความชำนาญ มีอะไหล่และ ศูนย์บริการพร้อม

ส่วนที่ 2.3 ข้อมูลแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮิซุซุในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามงานอดิเรก

พบว่าผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ในด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่



### ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงราย

พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อรถยนต์คันใหม่คือรถยนต์รุ่นใหม่ มีเทคโนโลยีใหม่นำมาจับจี้มากกว่าเดิม โดยซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูจากบริษัทอิชูซูสงวนไทย จำกัด เหตุผลคือสถานที่ตั้งหาง่าย สะดวกสบาย นอกจากนี้มีลักษณะการซื้อโดยการเปลี่ยนรถขายคันเก่าและซื้อคันใหม่ ผู้ซื้อเป็นผู้ที่ซื้อรถยนต์มากกว่า 1 ครั้ง มีการซื้อรถยนต์ทุก 5-6 ปี ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวนั่งไปด้วย ผู้ซื้อทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูจากเพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงาน ในการซื้อจะพิจารณาควบคู่หรือเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่น คือยี่ห้อโตโยต้า โดยได้ทดลองขับรถที่ตัวแทนจำหน่าย ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อคือเป็นรถที่ประหยัดน้ำมัน โดยเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เป็นเพื่อน/ผู้ร่วมงาน การชำระเงินส่วนใหญ่เป็นเงินสด โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัว เช่น จากการออม จากรายได้ประจำในการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไปใช้บริการบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ในช่วงเวลา 8.00-17.00 ของวันจันทร์ถึงวันเสาร์ โดยเลือกที่จะเข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อเหตุผลคือ เพราะมีอะไหล่ของแท้ โดยนำรถเข้ารับการตรวจเช็คที่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายทุก 3-4 เดือน โดยคาดหวังเวลาเฉลี่ยในการเข้ารับบริการแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในครั้งต่อไป เหตุผลคือ เพราะประหยัดน้ำมัน โดยในการซื้อครั้งต่อไปจะซื้อจากตัวแทนจำหน่ายเดิม เหตุผลคือได้รับการบริการที่ดี ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าบริการที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุงคือการส่งมอบสินค้า

#### อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงราย ได้ใช้ทฤษฎี การตลาด และ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

#### ทฤษฎีการตลาด

จากทฤษฎีการตลาด ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ว่า ธุรกิจที่ขายสินค้าจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าว มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงราย ทุกปัจจัยโดยพบว่าปัจจัยต่างๆเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากโดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นอันดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านสถานที่ อันดับสามคือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ ราคาเครื่องยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากในทุกปัจจัย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์, นสพ. พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม ช่างเทคนิคมีความชำนาญ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่ละรายเหมาะสม พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า

### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

จากแนวคิดของ Philip Kotler ได้กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จากการศึกษาดังนี้ พบว่า มีสิ่งกระตุ้นเป็น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) พบว่า เพื่อนและผู้ร่วมงาน และการทดลองขับรถที่ตัวแทนจำหน่าย

สำหรับสิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) ได้แก่ การคาดว่างานจะมีรายได้เพิ่มขึ้น และสิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) ได้แก่ การผลิตรถยนต์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ นำข้างหน้ามากกว่าเดิม

ถ้อยคำ เป็นความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-40 ปี อาศัยอยู่เขตอำเภอเมือง มีสถานภาพสมรสแล้ว โดยคู่สมรสทำงานประจำ นอกจากนี้ผู้ซื้อส่วนใหญ่ยังมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีงานอดิเรกคือ การสังสรรค์กับเพื่อน

สำหรับกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) พบว่า มีการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ซู่ในจังหวัดเชียงราย โดยการขายคันเก่าและซื้อคันใหม่ ส่วนผู้ซื้อที่ซื้อรถยนต์มากกว่า 1 ครั้ง มีการซื้อรถยนต์ทุก 5-6 ปี ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์ โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ซู่จากเพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงาน ในการซื้อพิจารณาควบคู่หรือเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่น คือยี่ห้อโตโยต้า โดยได้ทดลองขับรถที่ตัวแทนจำหน่าย ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไปใช้บริการบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในช่วงเวลา 8.00-17.00 ของวันจันทร์ถึงวันเสาร์ โดยนำรถเข้ารับการตรวจเช็คที่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายทุก 3-4 เดือน

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) เป็นการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ส่วนใหญ่จะมีการเลือกซื้อรถยนต์กระบะ

- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อรถยนต์กระบะ ยี่ห้อ อีซูซุ
- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ส่วนใหญ่เลือกซื้อจากบริษัทอีซูซุ สวอน ไทย จำกัด
- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Choice) ส่วนใหญ่จะเลือกวัน และ เวลา ในการซื้อเป็น เวลา 8.00-17.00 น วันจันทร์-วันเสาร์
- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่ราคา สูง ส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อ จึงมักจะเป็นการซื้อครั้งละ 1 คัน นอกจากกรณีผู้ซื้อเป็น นิติบุคคลที่ต้องการซื้อรถยนต์ไปใช้ในกิจการ จะซื้อครั้งละหลายๆคัน

#### ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

จากแนวคิดของ Stanton and Futrell ได้กล่าวว่า ผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม รวมทั้งปัจจัยภายในซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ดังนี้

- (1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรม ของบุคคล เช่น กลุ่มอาชีพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อในแต่ละอาชีพ มีความต้องการและพฤติกรรมต่างกัน ผู้ซื้อที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานหน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน ส่วนผู้ซื้อที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายระดับมาก เป็นต้น
- (2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมี อิทธิพล ต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น การดำรงชีวิต ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่มี งานอดิเรกอ่านหนังสือจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมากกว่า ผู้ที่มี งานอดิเรกเล่นกีฬา
- (3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยของบุคคลในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น รายได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในเรื่องเกี่ยวกับเงินผ่อน เช่น เงินคาวน์ ระยะเวลาเงินผ่อน อัตราดอกเบี้ยเงินผ่อนในระดับน้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 40,000 บาท

## ข้อค้นพบ

จากการจำแนกผู้ซื้อตามอาชีพ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อทุกอาชีพ ในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน ในขณะที่ระดับรองลงมาผู้ซื้อซึ่งมีอาชีพต่างกันจะให้ความสำคัญในปัจจัยที่แตกต่างกันคือ อาชีพพนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาขายต่อดี อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความปลอดภัยสูง ข้าราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปลักษณ์สวยงาม และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมาซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากันคือ รูปลักษณ์สวยงามและราคาขายต่อดี

จากการจำแนกผู้ซื้อตามรายได้ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อที่มีรายได้ทุกระดับในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน โดยผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่าเท่ากับ 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน และมีอุปกรณ์/อุปกรณ์เสริมครบครัน ในขณะที่ระดับรองลงมาผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกันจะให้ความสำคัญในปัจจัยที่แตกต่างกันคือ ผู้ซื้อที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปลักษณ์สวยงาม ผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปลักษณ์สวยงาม ผู้ซื้อที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความปลอดภัยสูง ผู้ซื้อที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาแรกขายต่อดี ผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่าเท่ากับ 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับรองลงมา ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน ได้แก่ มีความปลอดภัยสูง การทรงตัวในขณะที่ขับขี่ด้วยความเร็วสูงดี และรูปลักษณ์สวยงาม

## ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัด เชียงราย สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์ ในการวางแผนดำเนินงานและผู้สนใจทั่วไปดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อให้ความสำคัญในปัจจัย การประหยัดน้ำมัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าในด้านการประหยัดน้ำมัน

ด้านราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น และผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยการผ่อน เงินคาวนั อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาในการผ่อน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรตั้งราคา ไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก และควรใช้วิธีการคาวนัต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ระยะเวลาในการผ่อน เพื่อเป็นการกระตุ้นลูกค้าเป็นครั้งคราว

ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในด้านสถานที่ ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ ได้แก่ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีห้องพักรถลูกค้าที่สะดวกสบาย มีน้ำชาหรือกาแฟบริการลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ พนักงานขาย พนักงานศูนย์บริการ ช่างเทคนิค อะไหล่และ ศูนย์บริการ ซึ่งทุกปัจจัยเกี่ยวกับการบริการหลังการขายทั้งสิ้น ในขณะที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสาร การทำตลาดกิจกรรม ของแถม การมีบัตรส่วนลด การให้เครดิต การจัดฟรีคอนเสิร์ต การจัดงานขอบคุณลูกค้า การเช็ครถฟรี ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการบริการหลังการขาย ได้แก่ การลงโฆษณาควรเพิ่มความถี่ในการโฆษณา หรือโฆษณาในสื่อต่างๆ ให้หลากหลาย ในด้านพนักงานขายมีการอบรมในด้านการบริการลูกค้าและด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้า ในด้านพนักงานศูนย์บริการ ช่างเทคนิค อะไหล่และศูนย์บริการมีการอบรมด้านเทคนิค และการซ่อมอย่างสม่ำเสมอ ด้านการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสารมีการให้ข้อมูลในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ในด้านการทำตลาดกิจกรรม มีการจัดการอบรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ให้กับลูกค้าที่สนใจ ของแถม การมีบัตรส่วนลด การให้เครดิต การจัดฟรีคอนเสิร์ต การจัดงานขอบคุณลูกค้า การเช็ครถฟรี มีการจัดรายการต่างๆเหล่านี้ให้ลูกค้าเป็นครั้งคราว