

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผล การศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้เลือกพื้นที่การศึกษามบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) มือสองจากผู้ประกอบการเท่านั้น แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงเลือกเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการเปิดตารางกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman (1976: 87) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.0 มีอายุช่วง 30 - 39 ปี มากที่สุด ร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.0 มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นปริญญาตรี ร้อยละ 58.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด ร้อยละ 48.0 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 26.5 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ใช้แล้ว 1 คัน ร้อยละ 58.5 โดยมีรูปแบบในการซื้อแบบรถยนต์ใหม่ป้ายแดงมากที่สุด ร้อยละ 56.3 รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าได้รับความสนใจมากที่สุด ร้อยละ 31.0 โดยสีที่ได้รับความสนใจเป็นสีดำ ร้อยละ 28.5 และมีความต้องการรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 1,800 cc. ร้อยละ 23.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) มือสอง มีค่าเฉลี่ยมาก ทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ ได้แก่ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเฉี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.71) สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.66) มีการรับประกันหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) สีของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความยากง่ายในการหาอะไหล่เพื่อซ่อมแซมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.49) รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.46) ขนาดของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อตราชื่อของรถยนต์ญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) อุปกรณ์ตกแต่งที่มีมากับรถ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ชื่อตราชื่อของรถยนต์ยุโรป (ค่าเฉลี่ย 3.55) ชื่อตราชื่อของรถยนต์อเมริกา (ค่าเฉลี่ย 2.90)

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.26) การกำหนดราคาขายต่ำกว่ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.10) เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.09)

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการตัวแทนรถ (ค่าเฉลี่ย 3.99) สถานที่ประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย

3.95) มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.84) การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ปีใหม่ - เก่า (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานประกอบการมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.62)

4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตราค่าให้สูง (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานขายมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านพนักงานขายหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) บริการติดตามไต่ถามและใส่ใจผลการใช้รถที่ซื้อไปและให้ข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับรถผ่านโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีรูปรถยนต์ให้ดูทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีอุปกรณ์ตกแต่งเพิ่มเติมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านนิตยสารรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ปัจจัยอื่น ๆ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) มือสอง มีค่าเฉลี่ยมาก ทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง (ค่าเฉลี่ย 4.12) ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีการคิดค้นเชื้อเพลิงชนิดใหม่ ๆ หรือพลังงานทางเลือก ที่มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน (ค่าเฉลี่ย 4.01)

3. ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ค่าประกันภัยรถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) สถานะภาพทางการเมืองในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.44) การมีรถยนต์ใช้แสดงถึงความมีหน้ามีตาในสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายอายุ 30-39 ปี และเพศหญิง อายุ 40 ปี ขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญ ในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) มากที่สุด ยกเว้นเพศชายที่มีรายได้

30,001-40,000 บาท และเพศหญิงที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) มากที่สุด ยกเว้นผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีและมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปีและมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และมีรายได้ 30,001-40,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรรวม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ดี เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการรับประกันหลังการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) มากที่สุด ยกเว้นผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีและอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อฮอนด้า ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปที่สนใจยี่ห้อโตโยต้า ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี ที่สนใจกลุ่มรถยนต์ประหยัด (Economic cars) ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการรับประกันหลังการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก และกลุ่มอายุ 30-39 ปี ที่สนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 2 ด้านเท่ากันคือ สีของรถยนต์และรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม ทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและที่สนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเถี่ยวชนหนัก) มากที่สุด ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจเครื่องยนต์ขนาดไม่เกิน 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดเล็ก) และกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่สนใจเครื่องยนต์ขนาด 1,600-1,800 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

2. ปัจจัยด้านราคา

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับระดับ ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับอาชีพอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพเกษตรกรกรรม ซึ่งในความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อรถยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก

เป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ที่สนใจกลุ่มรถยนต์ประหยัด (Economic cars) ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด และกลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่สนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งสองกลุ่ม เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและที่สนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นอันดับแรก

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายอายุ 30-39 ปีและเพศหญิงอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่เพศชายอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ตามปีใหม่-เก่า อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ที่มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศหญิงที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับเพศชายที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมาเท่ากัน อยู่ในระดับมาก แตกต่างจากเพศชายที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทและเพศหญิงที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ตามปีใหม่-เก่า อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่เพศหญิงที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท แต่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลักทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทและกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก

อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไปและกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ตามปีใหม่-เก่า อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทและกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย และด้านมีหลายสาขตามเส้นทางคมนาคมหลัก ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับเป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับการต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีหลายสาขตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากระดับปริญญาตรี ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งให้ความสำคัญในด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีหลายสาขตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวกต่อการเลือกบริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้มากกว่า 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่ผู้ที่มีรถยนต์ใช้ 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจยี่ห้อฮอนด้าและกลุ่มรถยนต์ประหยัด (Economic cars) กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อฮอนด้า ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อโตโยต้า ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการจัด

แสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ปีใหม่-เก่า อยู่ในระดับมากที่สุดสองกลุ่ม เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่สนใจยี่ห้อ โตโยต้า แต่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีหลายสาขา ตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจเครื่องยนต์ทุกขนาดส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบเดินที่รถ อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจเครื่องยนต์ขนาด 2,000 cc. ขึ้นไป (รถยนต์ขนาดใหญ่) ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจเครื่องยนต์ขนาด ไม่เกิน 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดเล็ก) ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ที่มีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายและเพศหญิงที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปีและมีอายุ 40 ปีขึ้นไปที่มีรายได้ทุกช่วงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทและมีรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก และกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทและมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ เช่นเดียวกับกลุ่มอายุ 40ปีขึ้นไปที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในด้านนี้เช่นเดียวกัน อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยดีราคาให้สูง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับ ระดับปริญญาตรี ซึ่งให้ความสำคัญในด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ซึ่งเหมือนกับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษตรกรรม ที่ให้ความสำคัญในด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้อาชีพเกษตรกรยังให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายเรียบร้อย และมีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรกเช่นเดียวกัน ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านพนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อโตโยต้า ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ โดยกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมา อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจกลุ่มรถยนต์ประหยัด (Economic cars) ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่าย: ผ่านพนักงานขายหน้าร้าน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ

รถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจรถยนต์ขนาด 1,600-1,800 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) และรถยนต์ขนาด 2,000 cc. ขึ้นไป (รถยนต์ขนาดใหญ่) ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปสนใจรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดเล็ก) ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 2 ด้านคือ ด้านมีบริการให้ติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อนและด้านมีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยอื่น ๆ

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายและหญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทและเพศหญิงที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่เพศชายที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปทุกช่วงรายได้ยกเว้นรายได้ช่วง 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญมาก โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก แตกต่างจากอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษตรกรกรรม ที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเหมือนกับอาชีพอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ยังให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านเดียวกันคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อรถยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อฮอนด้าและกลุ่มรถยนต์ยุโรป กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปสนใจในทุกยี่ห้อ ยกเว้นกลุ่มรถยนต์ยุโรป ที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและสนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและที่สนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีและสนใจเครื่องยนต์ขนาด 1,600-1,800 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่ให้ความสนใจเครื่องยนต์ขนาดไม่เกิน 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดเล็ก) และเครื่องยนต์ขนาดตั้งแต่ 2,000 cc. ขึ้นไป (รถยนต์ขนาดใหญ่) ซึ่งให้ความสนใจในปัจจุบันด้าน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี แต่ให้ความสนใจเครื่องยนต์ขนาด 1,600-1,800 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน เรื่องรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในด้านเดียวกัน คือรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกกลุ่มให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย เรื่องรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านอายุและยี่ห้อรถยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและที่สนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่สนใจเครื่องยนต์ขนาด 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดเล็ก) ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการคิดค้นเชื้อเพลิงชนิดใหม่ ๆ หรือพลังงานทางเลือก ที่มีราคาถูกกว่าเบนซิน

3. ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายอายุ 30-39 ปี ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ. รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทและ 40,001 บาทขึ้นไป เพศหญิงที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทและ 30,001-40,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทและมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ. รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก และที่กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมา อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปและมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานภาพทางการเมืองในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ซึ่งแตกต่างจากระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพเกษตรกรรวม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานภาพทางการเมืองในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากผู้ที่มีรถยนต์ใช้มากกว่า 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และ พรบ.รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจกลุ่มรถยนต์ประหยัด (Economic cars) และกลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจยี่ห้อฮอนด้า ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่สนใจยี่ห้อโตโยต้าและฮอนด้า ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมาเท่ากัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีที่สนใจเครื่องยนต์ขนาดไม่เกิน 1,500 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจเครื่องยนต์ขนาด 1,600-1,800 cc. (รถยนต์ขนาดกลาง) ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์และพรบ.รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่ทุกกลุ่มอายุที่สนใจเครื่องยนต์ขนาดตั้งแต่ 2,000 cc. ขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมา อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ทุกช่วงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและมีรายได้ทุกช่วง ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกอาชีพ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกกลุ่มให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นลำดับแรกเหมือนกัน อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและยี่ห้อที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นลำดับแรกเหมือนกัน อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและขนาดเครื่องยนต์ที่สนใจพบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและสนใจเครื่องยนต์ทุกขนาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นลำดับแรกเหมือนกัน อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อผู้ประกอบการเดินรถ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและมีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องคุณสมบัติไม่ตรงตามที่บอกกล่าว มากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมาเรื่องคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ร้อยละ 46.0 เรื่องรถยนต์มีให้เลือกน้อยกว่าที่อื่น ร้อยละ 32.0 และเรื่องรถยนต์ไม่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ร้อยละ 24.5

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและมีข้อเสนอแนะด้านราคา เรื่องราคาที่ตั้งไว้สูงกว่าความเป็นจริง มากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมาเรื่องราคาเงินค่าน้ำสูงเกินไป ร้อยละ 32.0 เรื่องราคา

แพงกว่าที่อื่นมาก ร้อยละ 31.0 เรื่องไม่คืนเงินมัดจำกรณีกู้เงินไม่ผ่าน ร้อยละ 25.0 และเรื่องสามารถเปรียบเทียบสภาพรถกับราคาได้ ร้อยละ 0.5

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและมีข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องการเดินทางมาสถานประกอบการหรือเดินที่รถไม่สะดวก / หายาก มากที่สุด ร้อยละ 39.5 รองลงมาเรื่องข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมีน้อยเกินไป ร้อยละ 36.5 เรื่องป้ายบอกชื่อสถานประกอบการหรือเดินที่รถไม่ชัดเจน ร้อยละ 30.0 เรื่องข้อมูลในนิตยสารรถยนต์มีน้อยเกินไป ร้อยละ 22.0 และเรื่องไม่มีการโฆษณาผ่านนิตยสารรถยนต์ ร้อยละ 8.5

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาและมีข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการบิดเบือนข้อมูลที่เป็นจริงเช่นรถยนต์ปี 2004 แต่บอกว่าเป็นปี 2005 มากที่สุด ร้อยละ 46.5 รองลงมาเรื่องไม่มีบริการตรวจเช็คหลังการขาย ร้อยละ 43.0 เรื่องรูปถ่ายในอินเทอร์เน็ตสวยกว่าตัวรถจริง ร้อยละ 30.0 เรื่องพนักงานขาย / ผู้ขายพูดจาไม่สุภาพ ดูหมิ่นลูกค้า ร้อยละ 27.0 เรื่องของแถมมีให้น้อยเกินไป ร้อยละ 25.0 เรื่องสถาบันการเงินมีให้เลือกน้อยเกินไป ร้อยละ 15.0 และเรื่องควรจัดแสดงตามงานรถยนต์ ร้อยละ 0.5

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร เป็นการมีส่วนร่วมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ซึ่งหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมการตลาดเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และจากผลการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) มือสองจากผู้ประกอบการ บนถนนกาญจนาภิเษก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาพร้อมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) มือสอง ซึ่งปัจจัยอื่น ๆ นี้ผู้ประกอบการเดินที่รถไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎหมายและการเมือง

ด้านวัฒนธรรม ซึ่งผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสอง จากผู้ประกอบการ บนถนนกาญจนาภิเษก สามารถวัดได้ตามองค์ประกอบดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) รองลงมาเป็นด้านสมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี และด้านมีการรับประกันหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของ ธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์ พีเชินเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านการใช้ประโยชน์ได้สะดวกสบาย รองลงมาด้านรถยนต์มีความแข็งแรง คงทน และด้านเครื่องยนต์มีสมรรถนะดี

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยมีปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ รองลงมาด้านมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด และด้านมีระบบเงินดาวน์ต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีเชินเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาด้านราคาคู่มีค่ากับคุณสมบัติของรถยนต์ และด้านราคาสอดคล้องกับราคาในตลาดทั่วไป

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเด่นที่รถ รองลงมาด้านสถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก และด้านมีหลายสาขาคตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก ซึ่ง

สอดคล้องกับการค้นคว้าของธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งของบริษัทประกอบการ ไปมาสะดวก รองลงมาด้านโชว์รูมมีพื้นที่กว้างขวางสะดวกแก่การดูสินค้า และด้านโชว์รูมมีข้อมูลหรือประวัติของรถยนต์แต่ละคันที่จำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยมีปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี รองลงมาให้บริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ และมีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยดีราคาให้สูง ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านบุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รองลงมาด้านบุคลากรแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และด้านบุคลากรให้ข้อมูลที่ดีและชัดเจนแก่ลูกค้า

ทั้งนี้จึงได้ทำการเปรียบเทียบผลการศึกษาของผู้ศึกษาในครั้งนี้กับของผู้ศึกษาท่านอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการเต็นท์รถ ในเขตพื้นที่ต่าง ๆ กันดังนี้

ตาราง 52 เปรียบเทียบผลงานวิจัยในอดีตของผู้วิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตพื้นที่ต่างกัน 3 ลำดับแรกของปัจจัยด้านต่าง ๆ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

พรชัย พาณิชย์เจริญลาภ พื้นที่จังหวัดนนทบุรี	ชนชล พิรุณสาร พื้นที่เขตตลิ่งชัน กทม.	ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ พื้นที่ อ.กาญจนภิเษก กทม.
ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านผลิตภัณฑ์
1.อุปกรณ์ตกแต่ง ที่มีมากับรถ เช่นกระจกไฟฟ้า เช่นทรลล๊อค	1.รถยนต์มีความแข็งแรงคงทน ซึ่งเท่ากันกับเรื่องสามารถใช้ประโยชน์ได้สะดวกสบาย	1.สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเฉี่ยวชนหนัก)
2.สีของรถยนต์ (สีธรรมดา หรือสีพิเศษ)	2.ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ	2.สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี
3.สภาพเดิมของตัวถังรถยนต์	3.เครื่องยนต์มีสมรรถนะดี	3.มีการรับประกันหลังการขาย
ด้านราคา	ด้านราคา	ด้านราคา
1.อัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	1.กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	1.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์
2.เงื่อนไขการชำระเงินผ่อนได้เป็นระยะเวลานาน	2.ราคาคู่แข่งกับคุณสมบัติของรถยนต์	2.มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด
3.ราคาน้ำมันที่แพงขึ้นกระทบต่อราคาเครื่องยนต์และรุ่นที่จะซื้อ	3.ราคาสอดคล้องกับราคาในท้องตลาดทั่วไป	3.มีระบบเงินดาวน์ต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ

ตาราง 52 (ต่อ) เปรียบเทียบผลงานวิจัยในอดีตของผู้วิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตพื้นที่ต่างกัน 3 ลำดับแรกของปัจจัยด้านต่าง ๆ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
1.ทำเลที่ตั้งขายรถยนต์มือสองหรือเดินที่รถ สะดวกต่อการติดต่อ	1.ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการหรือเดินที่รถไปมาสะดวก	1.ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ
2.มีศูนย์บริการหลังการขายที่ติดต่อสะดวก	2.โชว์รูมมีพื้นที่กว้างขวาง สะดวกแก่การดูสินค้า	2.สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก
3.พนักงานขายให้ข้อมูลและบริการที่ดี	3.โชว์รูมมีข้อมูลหรือประวัติของรถยนต์แต่ละคันที่จำหน่าย	3.มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการส่งเสริมการตลาด
1.มีการให้ส่วนลดราคาที่ถูกค้ำพึงพอใจ	1.บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	1.พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อเป็นอย่างดี
2.การรับประกันรถยนต์ ซ่อมฟรีเป็นโปรโมชั่นพิเศษ	2.บุคลากรแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	2.มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ
3.การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	3.บุคลากรให้ข้อมูลที่ดีและชัดเจนแก่ลูกค้า	3.มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง

จากตาราง 52 พบว่าผลการวิจัยของผู้ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีความสอดคล้องเป็นบางด้านกับการศึกษาของ พรชัย พาณิชย์เจริญลาภ ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ในปี พ.ศ.2548 เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านสภาพเดิมของตัวถังรถยนต์ ด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการตัดสินใจและการชำระเงินผ่อนได้เป็นระยะเวลานาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งขายรถยนต์มือสองหรือเดินที่รถ สะดวกต่อการติดต่อ แต่ในด้านการส่งเสริมการตลาดไม่พบว่ามี ความสอดคล้องกัน

และเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ธนชล พิรุณสาร ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีเช็นเตอร์ ในปี พ.ศ.2549 พบว่ามีความสอดคล้องกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านเครื่องยนต์มีสมรรถนะดี ด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านกำหนด

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการหรือเดินที่รถ ไปมาสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ให้ข้อมูลที่ดีและชัดเจน

ข้อค้นพบ

ตาราง 53 ปัจจัยย่อยในด้านต่าง ๆ 10 อันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสอง

เรื่องปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล	ลำดับที่
1.สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเกี่ยวข้องกับชนหนัก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.71	0.53	มากที่สุด	1
2.สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	0.55	มากที่สุด	2
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์	ด้านราคา	4.61	0.59	มากที่สุด	3
4.มีการรับประกันหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	0.67	มากที่สุด	4
5.สีของรถยนต์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.50	0.61	มากที่สุด	5
6.ความง่ายในการหาอะไหล่เพื่อซ่อมภายหลัง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.49	0.66	มาก	6
7.พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อเป็นอย่างดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	0.68	มาก	7
8.รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.46	0.66	มาก	8
9.มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.35	0.79	มาก	9
10.มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	ด้านราคา	4.26	0.81	มาก	10

จากตาราง 53 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเถี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก
2. จากการจัดอันดับ 10 ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด พบว่ามีปัจจัยย่อยที่มากจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุดถึง 6 ด้าน ผู้ประกอบการต้องใส่ใจและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงให้ความสนใจในรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และยี่ห้อฮอนด้า มากที่สุด ด้วยรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม ประกอบกับการหาอะไหล่เพื่อซ่อมแซมภายหลัง ยังสามารถทำได้ง่าย แต่ที่น่าสังเกตคือสีของรถยนต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือสีดำ ซึ่งไม่ใช่สีที่เป็นมงคลเช่น สีบรอนซ์เงิน และสีบรอนซ์ทองอีกต่อไป อาจเป็นด้วยสไตล์ของผู้บริโภคที่ต้องการความเก๋ม คูลัน ก็เป็นได้ จึงทำให้รถยนต์สีดำเป็นที่ต้องการมากที่สุด
4. กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่สนใจกลุ่มรถยนต์ยุโรป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสีของรถยนต์และด้านรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม ทันสมัย มากกว่าด้านอื่น ๆ เป็นเพราะยนตรกรรมยุโรป มีการออกแบบรถยนต์สวยงามและมีสีชนิดพิเศษ ๆ ทำให้มีความเงางาม คงทน
5. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องคุณสมบัติไม่ตรงตามที่บอกกล่าว มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการเมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์มือสองที่ให้ความสนใจอยู่ มีคุณลักษณะและคุณสมบัติไม่ตรงกัน

ด้านราคา

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยใน ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) เป็นลำดับที่ 3 เนื่องจากรถยนต์นั่งมือสองผ่านการใช้งานมานาน้อยต่างกัน ทำให้สภาพรถใหม่-เก่าต่างกัน เพราะฉะนั้นรถยนต์มือสองที่มีสภาพสวยพร้อมใช้งานจะมีราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับรถรุ่นเดียวกัน ปีเดียวกัน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญในเรื่องการมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) เป็นลำดับที่ 10
2. กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพเกษตรกรรม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด มากกว่า ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

3. ปัญหาด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องราคาที่ตั้งไว้สูงกว่าความเป็นจริง มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีการค้นหาแหล่งข้อมูล และมีความรู้ด้านราคาปัจจุบันของรถยนต์ที่ให้ความสนใจอยู่ จึงทำการเปรียบเทียบราคาได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก เมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะสถานประกอบการเดินที่รถในแต่ละแห่ง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ตามความคิดของผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ผู้ตอบแบบสอบถามก็ยังคงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากรถยนต์มือสองแต่ละคันมีสภาพต่างกัน หากผู้ประกอบการไม่มีการคัดสรรรถยนต์ที่มีคุณภาพอาจจะทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงได้ ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอันดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

2. เพศชายและหญิงกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปและมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ที่สนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อยกเว้น โตโยต้าและสโนในเครื่องยนต์ทุกขนาด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเดินที่รถ อยู่ในระดับมากและมากที่สุดไม่แตกต่างกัน แสดงถึงความไว้วางใจและมีความเชื่อมั่นในผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง

3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องการเดินทางมาสถานประกอบการหรือเดินที่รถไม่สะดวก / หายาก แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการเดินที่รถไม่อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดี อาจอยู่ในชอกชอยหรือมุมอับทำให้ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยใน ด้านพนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) เป็นลำดับที่ 7 เนื่องจากผู้ประกอบการเดินที่รถมือสองมีรถเวียนเข้า-ออก มากมายหลายรุ่น หลายยี่ห้อ ซึ่งแต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ จะมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จึงต้องอาศัยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการจดจำรายละเอียด ของแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อได้แม่นยำ สามารถให้รายละเอียดและตอบข้อซักถามของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องมีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) เป็นลำดับที่ 9 ซึ่งปัจจัยย่อยเรื่องนี้จะสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้หากมีการได้ทดลองขับก่อนมีการซื้อขายจริง เพื่อเป็นการทดสอบสมรรถนะของรถยนต์ ประกอบกับเป็นการกระตุ้นความอยากได้มาครอบครองของผู้ขับอีกด้วย

2. เพศชายและหญิงทุกกลุ่มอายุ เพศชายและหญิง ทุกกลุ่มรายได้ ยกเว้นรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านพนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่เพศชายและหญิงที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านมีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

3. กลุ่มอายุ 30-39 ปีที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านมีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน ทำให้ผู้ประกอบการต้องจัดหาสถาบันการเงินไว้รองรับลูกค้ากลุ่มนี้หลาย ๆ สถาบันเพื่อเสนอเป็นทางเลือก

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องมีการบิดเบือนข้อมูลที่เป็นจริงเช่นรถยนต์ปี 2004 แต่บอกว่าเป็นปี 2005 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความจงใจปิดบังข้อมูลที่เป็นจริงบางส่วนเพื่อไม่ต้องการให้ผู้บริโภคทราบ อาจเป็นเหตุผลเพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น หรือเพื่อให้สามารถขายรถยนต์ได้

ด้านเศรษฐกิจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก

2. กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไปที่มีความสนใจรถยนต์ทุกยี่ห้อยกเว้นกลุ่มรถยนต์ยุโรป และที่มีความสนใจในเครื่องยนต์ทุกขนาด ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมาก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุก ๆ กลุ่มอายุและรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินมีการปรับตัวผันผวน ทำให้ผู้บริโภคจึงพิจารณาด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

ด้านเทคโนโลยี

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุก ๆ กลุ่ม ให้ความสำคัญในปัจจุบันน้อย ด้านรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เนื่องจากราคาเชื้อเพลิงในปัจจุบันมีความผันผวน และมีแนวโน้มในการปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสนใจรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่มีการคิดค้นระบบเครื่องยนต์ใหม่ ๆ ทำให้มีความประหยัดน้ำมันมากขึ้นกว่าเดิม เป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

ด้านกฎหมายและการเมือง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการประกันภัยรถยนต์เป็นการป้องกันความเสียหายอันอาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ โดยการประกันภัยสามารถคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อชีวิตและทรัพย์สินของเจ้าของรถได้ ค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ใหม่ มีราคาแพงกว่ารถยนต์เก่าอยู่มาก จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องนี้ เป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

ด้านวัฒนธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านการมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการมีรถยนต์เป็นของตนเอง สามารถเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางให้ผู้ครอบครองได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการใช้ผลวิจัย

ควรใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และมาก เพื่อกำหนดเป็นจุดขายของกิจการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทุกข้อ ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม จากข้อมูลการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ประกอบการต้องใส่ใจในเรื่องการคัดสรรรถยนต์ที่มีคุณภาพมาขาย ต้องเป็นรถที่มีสภาพสวย ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก จนทำให้เสียศูนย์ เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอันดับแรก
2. เนื่องจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีความผันผวนเป็นอย่างมากจึงส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งมือสอง ผู้ประกอบการต้องหารรถยนต์ที่ทำการติดตั้งก๊าซ LPG หรือ ก๊าซ NGV เพื่อเสนอเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า
3. เพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคด้วยการรับประกันหลังการขาย เช่นหากเครื่องยนต์ขัดข้องหรือมีปัญหาสามารถเข้ารับบริการตรวจเช็คได้ฟรี โดยกำหนดเป็นอายุการใช้งานหลังจากซื้อ 3 เดือน หรือ 6 เดือน

ด้านราคา

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีช่องทางการตรวจสอบราคารถยนต์ได้หลายช่องทาง เช่น จากอินเทอร์เน็ต จากนิตยสารรถยนต์ ทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อได้ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการไม่ควรตั้งราคาให้สูงเกินไป ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ผู้ประกอบการควรหาช่องทางใหม่ ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เร็ว โดยอาจมีการจัดส่งรูปให้ลูกค้าดูทาง MMS เพื่อเสนอขายรถยนต์

2. ป้ายบอกชื่อร้านต้องมีความโดดเด่น โดยอาจจะใช้สีสันทันทีสะดุดตาเพื่อให้เกิดการ

จดจำ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ประกอบการรถยนต์มือสองควรรวมตัวกันเพื่อจัดแสดงมหกรรมรถยนต์มือสอง เพื่อเสนอทางเลือกใหม่ ๆ ให้ลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงชื่อเสียงของกิจการ

2. ต้องมีการบริการลูกค้าด้วยใจ มีการใส่ใจติดตามไต่ถามถึงความพึงพอใจในรถยนต์ที่ซื้อไป เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

ด้านเศรษฐกิจ

ผู้ประกอบการควรติดต่อบริษัทการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยในการปล่อยสินเชื่อรถยนต์ในอัตราที่ต่ำหลาย ๆ สถาบัน เพื่อนเสนอเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า

ด้านเทคโนโลยี

ผู้ประกอบการต้องทำการพิจารณาคัดสรรรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่มีเครื่องยนต์ชนิดใหม่ ๆ ที่มีการประหยัดน้ำมันมากขึ้น เพื่อที่จะเสนอขายให้กับลูกค้า อีกทั้งยังต้องศึกษาถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการดัดแปลงเครื่องยนต์ที่สามารถทำให้ประหยัดน้ำมันได้มากขึ้น เพื่อเป็นการแนะนำลูกค้า

ด้านกฎหมายและการเมือง

ผู้ประกอบการควรติดต่อบริษัทประกันภัยรถยนต์ที่คิดเบี้ยประกันภัยในอัตราที่ถูกกว่าที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเองเพื่อเสนอเป็นทางเลือกให้ลูกค้า และสามารถเสนอขายรถยนต์มือสองคันที่มีประกันภัยเหลือมาจากเจ้าของเดิมที่ผู้ประกอบการซื้อมา เพื่อลูกค้าจะได้ยืดระยะเวลาในการจ่ายค่าเบี้ยประกันใหม่ออกไปอีกสักระยะเวลาหนึ่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มอาชีพ ถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง จากผู้ประกอบการเดินที่รถ เพื่อจะได้นำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ง่ายขึ้น
2. ควรทำการศึกษาในเขตอื่น ๆ เพื่อดูว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความสอดคล้อง หรือแตกต่างกันเพียงไร เพราะผู้บริโภคในสถานที่ต่างกัน อาจมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved