

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้เลือกพื้นที่การศึกษาในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อและกำลังจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มือสองจากเต็นท์รถยนต์มือสองในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงเลือกเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการเปิดตารางกรมไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman (1976: 87) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 41.0 มีอายุช่วง 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 39.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 55.0 มีระดับการศึกษาสูงสุดชั้นอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 28.5 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มากที่สุด ร้อยละ 32.0 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ใช้แล้ว 1 คัน ร้อยละ 50.5 โดยมีรูปแบบในการซื้อแบบรถยนต์มือสองมากที่สุด ร้อยละ 68.32 รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าได้รับความสนใจมากที่สุด ร้อยละ 37.0 โดยต้องการรถยนต์ประเภทกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) มากที่สุด ร้อยละ 68.5 และแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์มือสอง คือ เพื่อน /ญาติ /เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด ร้อยละ 81.5 โดยสิ่งที่ได้รับความสนใจเป็นลำดับ ร้อยละ 23.5 และมีความต้องการรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 2,800 cc. มากที่สุด ร้อยละ 48.0

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกมือสอง

### ปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มือสอง มีค่าเฉลี่ยมากและปานกลาง โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.38) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง (ค่าเฉลี่ย 4.59) ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

#### 2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ รถยนต์บรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการคิดค้นเชื้อเพลิงชนิดใหม่ ๆ หรือพลังงานทางเลือก ที่มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน (ค่าเฉลี่ย 3.49)

#### 3. ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ค่าภาษีรถยนต์บรรทุกและพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ค่าประกันภัยรถยนต์บรรทุกเก่า ถูกกว่ารถใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ค่าประกันภัยรถยนต์บรรทุกเก่า ถูกกว่ารถใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.56) สถานะภาพทางการเมืองในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.01)

#### 4. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05) การมีรถยนต์ใช้แสดงถึงความมีหน้ามีตาในสังคม (ค่าเฉลี่ย 2.50)

#### ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มือสอง มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

##### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ ได้แก่ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเหลี่ยมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.51) สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความยากง่ายในการอะไหล่ เพื่อซ่อมแซมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.49) รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.46) ขนาดของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อตรายี่ห้อของรถยนต์: ญี่ปุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) อุปกรณ์ตกแต่งที่มีมากับตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ตามลำดับได้แก่ ชื่อตรายี่ห้อของรถยนต์: ยุโรป (ค่าเฉลี่ย 3.10) ชื่อตรายี่ห้อของรถยนต์: อเมริกา (ค่าเฉลี่ย 2.90)

##### 2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด

(ค่าเฉลี่ย 4.29) เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.15) การกำหนดราคาขายต่ำกว่ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

### 3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ปีใหม่-เก่า (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการเด่นที่ชัด (ค่าเฉลี่ย 3.22) สถานประกอบการมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.09)

### 4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านพนักงานขายหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานขายมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านนิตยสารรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีบริการติดตามไต่ถามและใส่ใจผลการใช้รถที่ซื้อ ไปและให้ข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับรถผ่านโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีรูปรถยนต์ให้ดูทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.24) มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.12) มีอุปกรณ์ตกแต่งเพิ่มเติมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกมือสองของผู้บริโภคในอำเภอ โพนาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

**ปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ**

**1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ**

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ยกเว้นกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยทุกอาชีพส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด และมากที่สุด ยกเว้นอาชีพเกษตรกร ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มียอดยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยผู้ที่ไม่มียอดยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่มยังให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านเดียวกันคือ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

**2.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี**

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รดยนต์ับรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รดยนต์ับรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รดยนต์ับรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านเดียวกัน คือรดยนต์ับรรทุกรุ่น ใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกอาชีพให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน รดยนต์ับรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรดยนต์ับรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรดยนต์ำใช้ และผู้ที่มีรดยนต์ำใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยทุกกลุ่มให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่องรดยนต์ับรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

### 3.ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรดยนต์ับรรทุกและพรบ.รดยนต์ำเก่า ถูกกว่ารดยนต์ำใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรดยนต์ับรรทุกและพรบ.รดยนต์ำเก่า ถูกกว่ารดยนต์ำใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์บรรทุก และพรบ. รถยนต์เก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์บรรทุก และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์บรรทุก และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกรรม ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าประกันภัยรถยนต์บรรทุกเก่า ถูกกว่ารถยนต์ใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์บรรทุก และพรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

#### 4.ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และมาก โดยทุกอาชีพ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มียานยนต์ใช้และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกกลุ่มให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกเหมือนกัน

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกมือสอง จากของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

##### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และเพศหญิงที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ส่วนเพศชายที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป และเพศหญิงที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบช่วงล่างดี



อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเลี้ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเลี้ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ดี เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ชื่อตรายี่ห้อของรถยนต์ญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้มากกว่า 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเลี้ยวชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากผู้ที่มีรถยนต์ใช้ 1 คัน ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดีอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

## 2. ปัจจัยด้านราคา

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมากที่สุด ยกเว้นเพศหญิงที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระ โดยมีดอกเบี้ยต่ำ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่ม และทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.-อนุปริญญา/ปวส. และระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพรับราชการ/ พนง.รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และเกษตรกรรมให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเหมือนกันในด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ใกล้เคียงกับอาชีพพนักงานบริษัท ที่ให้ความสำคัญในด้านเดียวกัน อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพรับจ้างทั่วไป ซึ่งในความสำเร็จต่อย่อยด้าน มีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุทุกกลุ่มและทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยทุกระดับ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยอาชีพพนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ตามปีใหม่-เก่า อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้พบว่า ผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้

และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

#### 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ด้านเพศและอายุพบว่า เพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก ยกเว้นเพศชายที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านเพศและรายได้พบว่า เพศชายและเพศหญิง ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ส่วนเพศชายและเพศหญิงที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านอายุและรายได้พบว่า ผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปีและผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก ส่วนผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปีและผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก ยกเว้นระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

ด้านอาชีพหลักพบว่า ผู้มีอาชีพหลักทุกอาชีพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพพนักงานบริษัท และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากและมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ซึ่งให้ความสำคัญในด้าน มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง อยู่ในระดับมากที่สุด

และมาก ส่วนอาชีพเกษตรกรรม ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อน ซื่ออยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก

ด้านจำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) ที่มีใช้ พบว่าผู้ที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และผู้ที่มีรถยนต์ใช้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ไม่มีรถยนต์ใช้ และกลุ่มที่มีรถยนต์ใช้ 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก แตกต่างจาก กลุ่มที่มีรถยนต์ใช้มากกว่า 1 คัน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน มีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับรถที่จำหน่ายผ่านพนักงานขาย อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

### ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่มีต่อผู้ประกอบการเต็นท์รถ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องรถยนต์ไม่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานมากที่สุด ร้อยละ 72.0 รองลงมา เรื่องคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ร้อยละ 52.5 เรื่องคุณสมบัติไม่ตรงตามที่บอกกล่าว ร้อยละ 41.0 และเรื่องรถยนต์มีให้เลือกน้อยกว่าที่อื่น ร้อยละ 20.5

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา เรื่องราคาแพงกว่าที่อื่นมาก มากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมาเรื่องราคาที่ตั้งไว้สูงกว่าความเป็นจริง ร้อยละ 51.5 ร้อยละ เรื่องราคาเงินค่างานสูงเกินไป ร้อยละ 49.5 และเรื่องไม่คืนเงินมัดจำกรณีกู้เงินไม่ผ่าน ร้อยละ 24.5

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องการเดินทางมาสถานประกอบการหรือเต็นท์รถไม่สะดวก / หายาก มากที่สุด ร้อยละ 74.0 รองลงมาเรื่องป้ายบอกชื่อสถานประกอบการหรือเต็นท์รถไม่ชัดเจน ร้อยละ 61.5 เรื่องข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมีน้อยเกินไป ร้อยละ 14.0 เรื่องข้อมูลในนิตยสารรถยนต์มีน้อยเกินไป ร้อยละ 9.0 และเรื่องไม่มีการโฆษณาผ่านนิตยสารรถยนต์ ร้อยละ 4.0

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องไม่มีบริการตรวจเช็คหลังการขาย ร้อยละ 70.0 รองลงมาเรื่องพนักงานขาย / ผู้ขายพูดจาไม่สุภาพ ดูหมิ่นลูกค้า ร้อยละ 51.0 เรื่องมีการบิดเบือนข้อมูลที่เป็นจริงเช่นรถยนต์ปี 2004 แต่บอกว่าเป็นปี 2005 มากที่สุด ร้อยละ

38.5 เรื่องการจัดแสดงตามงานรถยนต์ ร้อยละ 26.5 เรื่องของแถมมีให้น้อยเกินไป ร้อยละ 23.5 เรื่องสถาบันการเงินมีให้เลือกน้อยเกินไป ร้อยละ 15.0 และเรื่องรูปถ่ายในอินเทอร์เน็ตสวยกว่าตัวจริง ร้อยละ 8.5

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เป็นการมีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ซึ่งหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมการตลาดเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และจากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มือสอง ของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สอดคล้องเป็นบางปัจจัยกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชยเจริญฤทธาก (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาพร้อมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มือสอง ซึ่งปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ นี้ผู้ประกอบการเดินที่รถไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี สามารถวัดได้ตามองค์ประกอบดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวม อยู่ในระดับที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดและมาก ได้แก่ ด้านสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเฉี่ยวชนหนัก) รองลงมาเป็นด้านสมรรถนะในการขับขี่ เช่น

เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี และด้านมีการรับประกันหลังการขาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของ ธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์ พีเซ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย และด้านเครื่องยนต์มีสมรรถนะดี แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้านรถยนต์มีความแข็งแรง คงทน และด้านการใช้ประโยชน์ได้สะดวกสบาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสภาพเดิมของตัวถังรถยนต์ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน อุปกรณ์เสริมที่ติดมากับรถยนต์ (Option) และด้านสีของรถยนต์

### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดและมาก ได้แก่ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ รองลงมาด้านมีระบบเงินค่างวดต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ และด้านมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีเซ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน ราคาคุ้มค่ากับคุณสมบัติของรถยนต์ และด้านราคาสอดคล้องกับราคาในตลาดทั่วไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน เงื่อนไขในการชำระเงินผ่อนได้เป็นระยะเวลานาน แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยของรถยนต์ที่จะซื้อ และด้านราคาน้ำมันที่แพงขึ้นกระทบต่อราคาเครื่องยนต์และรุ่นที่จะซื้อ

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.38) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานประกอบการ อยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก รองลงมาด้านมีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ปีใหม่-เก่า และด้านมีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของ ธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ทำเลที่ตั้งของบริษัทประกอบการ ไปมาสะดวก แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน โชว์รูมมีพื้นที่กว้างขวางสะดวกแก่การดูสินค้า และด้าน โชว์รูมมีข้อมูลหรือประวัติของรถยนต์แต่ละคันที่จำหน่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ทำเลที่ตั้งของศูนย์รถยนต์มือสองหรือเดินที่รถสะดวกต่อการติดต่อแต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน มีศูนย์บริการหลังการขายที่ติดต่อสะดวก และด้านการให้คำแนะนำและบริการที่ดีของพนักงานขาย

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี รองลงมาให้บริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยดีราคาให้สูง และมีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการค้นคว้าของธนชล พิรุณสาร (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีซีเอ็นเตอร์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านมีการให้ส่วนลดที่ลูกค้าพึงพอใจ รองลงมาด้านการรับประกันรถยนต์ ซ่อมฟรีเป็นโปรโมชันพิเศษ และด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการค้นคว้าของพรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านบุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รองลงมาด้านบุคลากรแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และด้านบุคลากรให้ข้อมูลที่ดีและชัดเจนแก่ลูกค้า





ตาราง 5.56 (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
1.ทำเลที่ตั้งขายรถยนต์มือสองหรือเต็นท์รถ สะดวกต่อการติดต่อ	1.ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการหรือเต็นท์รถไปมาสะดวก	1.สถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก
2.มีศูนย์บริการหลังการขายที่ติดต่อสะดวก	2.โชว์รูมมีพื้นที่กว้างขวาง สะดวกแก่การดูสินค้า	2.มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ ปีใหม่-เก่า
3.พนักงานขายให้ข้อมูลและบริการที่ดี	3.โชว์รูมมีข้อมูลหรือประวัติของรถยนต์แต่ละคันที่มีจำหน่าย	3.มีหลายสาขาตามเส้นทางคมนาคมหลัก ๆ ทำให้สะดวก
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>
1.มีการให้ส่วนลดราคาที่ถูกค้ำพึงพอใจ	1.บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	1.พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อเป็นอย่างดี
2.การรับประกันรถยนต์ ซ่อมฟรีเป็น โปร โมชันพิเศษ	2.บุคลากรแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	2.มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง
3.การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	3.บุคลากรให้ข้อมูลที่ดีและชัดเจนแก่ลูกค้า	3.มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กู้ยืมซื้อรถเป็นเงินผ่อน

จากตาราง 5.56 พบว่าผลการวิจัยของผู้ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีความสอดคล้องเป็นบางด้านกับการศึกษาของ พรชัย พาณิชย์เจริญลาภ (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ในปี เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านสภาพเดิมของตัวถังรถยนต์ ด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งขายรถยนต์มือสองหรือเต็นท์รถ สะดวกต่อการติดต่อ แต่ในด้านการส่งเสริมการตลาดไม่พบว่ามี ความสอดคล้องกัน

และเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ธนชล พิรุณสาร (2549) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในตลาดรถยนต์พีเชินเตอร์ พบว่ามีความสอดคล้องกันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านเครื่องยนต์มีสมรรถนะดี ด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของสถาน

ประกอบการหรือเดินที่รถ ไปมาสะดวก แต่ในด้านการส่งเสริมการตลาดไม่พบว่ามีความสอดคล้องกัน

## ข้อค้นพบ

### ด้านเศรษฐกิจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงทุกช่วงอายุ และทุกกลุ่มระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุก ๆ กลุ่มอายุ ทุกช่วงรายได้ และทุกอาชีพ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน รายได้ลดน้อยลง แต่ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองด้านราคาน้ำมัน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้บริโภคจึงพิจารณาถึงเรื่อง ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นลำดับแรก

### ด้านเทคโนโลยี

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุก ๆ กลุ่ม ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ด้านรถยนต์บรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก เนื่องจากความผันผวนของราคาเชื้อเพลิง และมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น เพื่อต้องการลดค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้บริโภคสนใจและต้องการรถยนต์บรรทุกรุ่นใหม่ ๆ ที่มีพัฒนาเทคโนโลยีให้มีความประหยัดน้ำมันมากขึ้นกว่าเดิม เป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

### ด้านกฎหมายและการเมือง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ย่อยด้าน ค่าภาษีรถยนต์บรรทุกและ พรบ.รถเก่า ถูกกว่ารถใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เนื่องจากค่าภาษีรถยนต์ เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต้องจ่ายทุก ๆ ปี เพราะถูกบังคับโดยกฎหมาย แต่การประกันภัยรถยนต์จะทำหรือไม่ก็ได้ ฉะนั้นค่าภาษีรถยนต์ จึงเป็นปัจจัยย่อยที่กระทบต่อผู้บริโภคมากที่สุด

### ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในปัจจุบัน ด้านการมีรถยนต์ใช้เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการมีรถยนต์ใช้นั้น สามารถเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เป็นลำดับแรก ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวม อยู่ในระดับมาก

ตาราง 5.57 ปัจจัยย่อยในด้านต่าง ๆ 10 อันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด  
ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

เรื่องปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	SD.	แปลผล	ลำดับที่
1.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์	ด้านราคา	4.53	0.57	มากที่สุด	1
2.สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเลียวนหนัก)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.51	0.57	มากที่สุด	2
3.พนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์แต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อเป็นอย่างดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.50	0.59	มากที่สุด	3
4.สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี	ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.63	มาก	4
5.มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.43	0.70	มาก	5
6.มีระบบเงินดาวน์ต่ำ ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ	ด้านราคา	4.42	0.67	มาก	6
7.มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.43	0.63	มาก	7
8.มีการรับประกันหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.72	มาก	8
9.มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	ด้านราคา	4.29	0.73	มาก	9
10.มีบริการให้ลูกค้าทดลองขับก่อนซื้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.25	0.78	มาก	10

จากตาราง 5.57 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยในเรื่องสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเลียวนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) เป็นลำดับที่ 2 และให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยในเรื่อง สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) เป็นลำดับที่ 4 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ต้องการซื้อรถยนต์มือสอง มักจะคำนึงถึงเรื่องสภาพเดิมของตัวถังเป็นอย่างมาก เพราะรถยนต์ที่เคยประสบอุบัติเหตุหรือเลียวนหนักนั้น ถึงจะมีการซ่อมแซมให้สภาพภายนอกเหมือนเดิมแล้ว แต่สมรรถนะในการขับขี่จะไม่เหมือนเดิม ซึ่งจะมีผลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการขับขี่รถยนต์ และปัจจัยย่อยเรื่องมีการรับประกันหลังการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) เป็นลำดับที่ 8 เนื่องจากผู้บริโภคไม่ค่อยมีความเชื่อมั่นในการซื้อรถยนต์มือสอง เพราะรถยนต์มือสองส่วนใหญ่ เป็นรถที่ผ่านการใช้งานมานาน สภาพของรถยนต์ และอะไหล่ต่าง ๆ มีการเสื่อมโทรมลง ทำให้ผู้บริโภคเองต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม

ต่าง ๆ หลังการซื้อ ซึ่งถ้ามีการรับประกันหลังการขาย จะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค และยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น

2. ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงให้ความสนใจในรถยนต์บรรทุกยี่ห้อโตโยต้า รongลงมา คือยี่ห้ออิชูซู มากที่สุด เนื่องจากอะไหล่ที่ใช้ซ่อมแซมภายหลังหาได้ง่าย ประกอบกับทัศนคติที่ว่าเป็นรถยนต์ที่มีความทนทาน และประหยัดน้ำมันมากที่สุด ส่วนใหญ่ยังคงให้ความสนใจรถยนต์ประเภทกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) มากที่สุด เพราะวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่นอกจากใช้ในการบรรทุก ขนของแล้ว ยังสามารถนั่งได้หลายคนมากกว่ากระบะตอนเดียว

3. ด้านแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเดินที่รถยนต์ที่เข้าถึง หรือผู้บริโภครับรู้ได้มากที่สุด คือ การรับรู้จาก เพื่อน ญาติ หรือเพื่อนร่วมงาน รองลงมาเป็นการโฆษณาทางวิทยุ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคตามต่างจังหวัดส่วนใหญ่มีการบอกต่อ (mouse to mouse) และสื่อที่เข้าถึง คือ วิทยุ

4. ขนาดเครื่องของรถยนต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ เครื่องยนต์ขนาด 2,800 cc. ซึ่งไม่ใช่เครื่องยนต์ขนาดต่ำสุด ที่ประหยัดน้ำมันอีกต่อไป อาจเป็นเพราะสไตล์ของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความเร็ว หรือต้องการความเร็ว เพื่อแข่งขันกับเวลาก็เป็นไปได้ จึงทำให้เครื่องยนต์ขนาด 2,800 cc. เป็นที่ต้องการมากที่สุด

5. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องรถยนต์ไม่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มากที่สุด แสดงให้เห็นว่ารถยนต์มือสองของผู้ประกอบการเดินที่นั้น อาจมีการจอดนานจนทำให้มีอะไหล่บางอย่างชำรุด หรือยังไม่ได้ผ่านการซ่อมบำรุงก่อนนำมาจอดขาย

### ด้านราคา

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อบัญชีย่อยใน ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) เป็นลำดับแรก เพราะถึงแม้ว่ารุ่นและปีของรถยนต์ จะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ แต่สิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงในการเลือกซื้อก็คือ สภาพหรือคุณภาพของรถยนต์จะต้องเหมาะสมกับราคาหรือเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายไป ถึงแม้ว่าจะเป็นรุ่นและปีเก่ากว่าแต่มีสภาพดีกว่า อาจมีราคาที่แพงมากกว่ารุ่นและปีใหม่กว่า ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญในเรื่องมีระบบเงินค่างวด ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) เป็นลำดับที่ 6 และเรื่องการมีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงิน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) เป็นลำดับที่ 9

2. กลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไปเป็นกลุ่มเดียว ที่ให้ความสำคัญในบัญชีย่อย มีระบบเงินค่างวด ให้ผ่อนชำระโดยมีดอกเบี้ยต่ำ มากกว่า ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ อยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก

3. ปัญหาด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องราคาแพงกว่าที่อื่นมาก มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความรู้ทางด้านราคามากขึ้น และมีการค้นหาข้อมูลทางด้านราคา หรือแหล่งรถยนต์ที่มีราคาถูก จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อได้

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ได้ติด 10 อันดับของปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามก็ยังให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยในเรื่องสถานประกอบการอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ดียังคงมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการ สถานประกอบการที่มีทำเลที่ดีกว่า เห็นได้ชัดอยู่ใกล้ชุมชน และสามารถหาได้ง่ายหรือเดินทางมาได้สะดวก ย่อมได้เปรียบกว่าสถานประกอบการที่หาได้ยาก ตั้งอยู่ในซอยหรือห่างไกลชุมชน ทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทางมา

2. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องการเดินทางมาสถานประกอบการหรือเดินที่รถไม่สะดวก / หายาก รองลงมาคือ ป้ายบอกชื่อสถานประกอบการหรือเดินที่รถไม่ชัดเจน แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการเดินที่รถอยู่ในทำเลไม่ดี อาจไม่ได้อยู่ใกล้ชุมชน หรือถนนสายหลัก และประกอบกับไม่มีป้ายบอกชื่อสถานประกอบการเดินที่หรือป้ายไม่ชัดเจน ทำให้การเดินทางมาทำได้ยาก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยใน ด้านพนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) เป็นลำดับที่ 3 เนื่องจากในบางครั้งผู้บริโภคที่สนใจรถยนต์มือสองบางรุ่น บางยี่ห้อ ไม่มีความรู้พอในเรื่องรถยนต์รุ่นนั้น จึงต้องอาศัยการสอบถามจากพนักงานขายของเดินที่ ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องมีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) เป็นลำดับที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคต้องการความรวดเร็ว และสะดวกสบายในกรณีที่ต้องซื้อรถเป็นเงินผ่อน เมื่อเดินทางมาซื้อรถก็สามารถติดต่อสถาบันการเงินได้เลย ไม่ต้องเสียเวลาในการหาสถาบันการเงินเอง และต้องเดินทางหลายเที่ยว จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดถึง 5 ปัจจัย

2. เพศชายและหญิง และทุกช่วงอายุที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านพนักงานขายมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรถยนต์ แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก เป็นลำดับแรก

3. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอเรื่องไม่มีบริการตรวจเช็คหลังการขาย แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาจเคยมีประสบการณ์ ในกรณีการซื้อ

รถยนต์มือสองไปแล้ว รถยนต์มีปัญหา แต่ไม่ได้รับการดูแลหรือรับผิดชอบจากสถานประกอบการ  
นั้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการใช้ผลวิจัย

ควรใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และมาก เพื่อกำหนดเป็นจุดขายของ  
กิจการและศึกษาสาเหตุของปัญหาทุกด้าน เพื่อจะได้หาทางแก้ไข จากข้อมูลการศึกษา มี  
ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### ด้านเศรษฐกิจ

1. เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจมีความซบเซา เป็นอย่างมากในปัจจุบัน ทาง  
ผู้ประกอบการควรมีการจัดหาสถาบันการเงินที่ให้กู้ยืมได้ในวงเงินที่สูง (ทำให้ลูกค้าสามารถดาวน์  
น้อยได้หรือไม่มีดาวน์) และมีอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมต่ำ ไว้เป็นตัวช่วยในการกระตุ้นการตัดสินใจ  
ซื้อของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นอย่าง  
มาก ฉะนั้นทางผู้ประกอบการควรมีการหารถยนต์บรรทุกที่เป็นเครื่องยนต์เบนซิลเพื่อสะดวกต่อ  
ลูกค้าในการติดตั้งแก๊ส หรือหารถยนต์ที่มีการติดตั้งแก๊สไว้แล้ว เพื่อตอบสนองแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้

### ด้านเทคโนโลยี

ควรมีการจัดหารถยนต์บรรทุกรุ่นใหม่ ๆ ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี ที่มีการประหยัด  
น้ำมันมากขึ้น เพื่อที่จะเสนอขายและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า

### ด้านผลิตภัณฑ์

1. เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้าน สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเลี้ยวชน  
หนัก) เป็นอย่างมาก ฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีการเลือกสรรเฉพาะรถยนต์ที่มีสภาพค่อนข้างดี ไม่  
มีการเลี้ยวชนหนักมาก่อน

2. ควรมีการรับประกันหลังการขาย ในด้านสำคัญ ๆ เช่น รับประกันสี เครื่องยนต์  
และแชชชี เป็นต้น และกำหนดว่าจะรับประกันนานเท่าไร หลังจากซื้อ 3 เดือน หรือ 6 เดือน เพื่อ  
เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และยังเป็นการช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อย่างดี  
อีกด้วย

3. ควรมีการจัดการรถยนต์บรรทุกยี่ห้อที่เป็นที่นิยม และตรงกับทัศนคติของผู้บริโภค ว่าเป็นรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมัน เช่น ยี่ห้อ โตโยต้า และยี่ห้อ อีซูซุ มากกว่ายี่ห้ออื่น ๆ

4. เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับสมรรถนะในการขับขี่ดี เช่น เครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี ผู้ประกอบการควรมีการจัดการซ่อมบำรุงรถยนต์มือสองที่นำมาจำหน่ายให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานตามที่ผู้บริโภคต้องการ

#### **ด้านราคา**

เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น มีการค้นหา ตรวจสอบราคาเครื่องยนต์และเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ ฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีการตรวจสอบราคาตลาด หรือราคาทั่วไปตามสถานประกอบการอื่น ๆ และตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ และควรมีการลดราคาให้เมื่อลูกค้าซื้อเป็นเงินสด

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

1. สถานประกอบการควรหาทำเลที่มีผู้คนผ่านไปมามาก ใกล้ชุมชน หรือถนนสายหลัก สามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวก ถ้าอยู่ในซอยควรมีป้ายบอกชื่อสถานประกอบการให้ชัดเจน

2. ควรมีการสร้างเครือข่าย เพื่อติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการในเขตพื้นที่รถยนต์ หรือพื้นที่อื่น ๆ ในด้านการแลกเปลี่ยนรถยนต์หรือการฝากขายรถยนต์ ซึ่งบางครั้งผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่อาจมีความต้องการรถยนต์ในแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อแตกต่างกัน

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

1. ควรมีการอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ จุดเด่น จุดด้อยในรถยนต์แต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อที่ขาย เพื่อเป็นการช่วยในการเสนอขาย และยังสามารถช่วยตอบข้อซักถามที่ลูกค้าต้องการรู้เกี่ยวกับรถยนต์ที่สนใจ

2. ควรมีการบริการติดต่อสถาบันการเงินไว้หลายสถาบัน เพื่อรองรับลูกค้าและเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าด้วย

3. ควรมีการติดตามลูกค้าหลังการขาย รับประกันการซ่อมในกรณีรถยนต์มีปัญหา

#### **ข้อจำกัดของการศึกษา**

ข้อจำกัดของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ไม่ได้แยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มที่จะซื้อกับกลุ่มที่เคยซื้อไปแล้ว ทำให้ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ ไม่ใช่การตัดสินใจจริง ๆ ของกลุ่ม

และปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างกลุ่ม เนื่องจากแบบสอบถามไม่ได้สร้างตัวแปรย่อยให้ละเอียดเพียงพอ