

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจากผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำนวนทั้งหมด 150 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามอาชีพต่างๆ ในสัดส่วนที่เท่ากัน ได้แก่ อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพเจ้าของกิจการ และนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ประกอบด้วย

เพศ

อายุ

อาชีพ

รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนรถยนต์ทั้งหมดของครอบครัว

ยี่ห้อ จำนวนปีที่ซื้อรถมาแล้ว และวิธีการชำระเงิน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ประกอบด้วย

ผู้ริเริ่มเสนอความคิดที่จะซื้อ

ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ

ผู้ตัดสินใจคนสุดท้าย

ผู้ตัดสินใจเลือกยี่ห้อ

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ

ผู้กำหนดวัน เวลาในการซื้อ

ผู้ติดต่อกับผู้ขาย

### ผู้จ่ายเงินซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยภายนอกอื่นๆ
- ปัจจัยทางวัฒนธรรม
- ปัจจัยด้านสังคม
- ปัจจัยส่วนบุคคล
- ปัจจัยทางจิตวิทยา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามอาชีพ ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยภายนอกอื่นๆ
- ปัจจัยทางวัฒนธรรม
- ปัจจัยด้านสังคม
- ปัจจัยส่วนบุคคล
- ปัจจัยทางจิตวิทยา

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ย  
ต่อเดือน ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยทางจิตวิทยา

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ประกอบด้วย

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	111	74.00
หญิง	39	26.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ซื้อ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	36	24.00
30 - 39	56	37.33
40 - 49	43	28.67
50 - 59	13	8.67
60 ปีขึ้นไป	2	1.33
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ซื้อ มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.67 อายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และอายุระหว่าง 50 - 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
5,001 – 10,000	6	4.00
10,001 – 15,000	11	7.33
15,001 – 20,000	14	9.33
20,001 – 25,000	33	22.00
25,001 – 30,000	44	29.34
30,001 – 35,000	24	16.00
สูงกว่า 35,000	18	12.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ซื้อ มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.34 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.00 รายได้ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.00 และรายได้สูงกว่า 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
2 คน	23	15.33
3 คน	53	35.34
4 คน	47	31.33
5 คนขึ้นไป	27	18.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ซื้อ ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.34 รองลงมาได้แก่ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามจำนวนรถยนต์ทั้งหมดของครอบครัว (รวมรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ)

จำนวนรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	40	26.67
2 คัน	85	56.67
3 คัน	21	14.00
4 คันขึ้นไป	4	2.66
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ซื้อ ส่วนใหญ่มีจำนวนรถยนต์ทั้งหมดของครอบครัว 2 คัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาได้แก่ จำนวนรถยนต์ทั้งหมดของครอบครัว 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามยี่ห้อรถ

ยี่ห้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
ฟอร์ด	19	12.66
อีซูซุ	59	39.33
มาสด้า	4	2.67
มิตซูบิชิ	18	12.00
นิสสัน	4	2.67
โตโยต้า	46	30.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ซื้อ ใช้รถยี่ห้ออีซูซุ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมาได้แก่ยี่ห้อโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 30.67 ยี่ห้อฟอร์ด คิดเป็นร้อยละ 12.66 และยี่ห้อมิตซูบิชิ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามจำนวนปีที่ซื้อรถมาแล้ว

จำนวนปีที่ซื้อรถมาแล้ว	จำนวน	ร้อยละ
0 - 1 ปี	2	1.33
1 - 2 ปี	28	18.67
2 - 3 ปี	45	30.00
3 - 4 ปี	24	16.00
4 ปีขึ้นไป	51	34.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ซื้อ ซื้อรถมาใช้แล้ว 4 ปีขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาได้แก่ ซื้อรถมาใช้แล้ว 2 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 ซื้อรถมาใช้แล้ว 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.67 และซื้อรถมาใช้แล้ว 3 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	86	57.33
เงินผ่อน	64	42.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ซื้อ ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 57.33 และชำระเงินโดยเงินผ่อน คิดเป็นร้อยละ 42.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละระหว่างผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ  
จำแนกตามวิธีการชำระเงินกับอาชีพ

อาชีพ	วิธีการชำระเงิน				รวม	
	เงินสด		เงินผ่อน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	31	20.67	19	12.67	50	33.34
เจ้าของกิจการ	34	22.66	16	10.67	50	33.33
ทำงานบริษัทเอกชน	21	14.00	29	19.33	50	33.33
รวม	86	57.33	64	42.67	150	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ซื้อที่ชำระเงินเป็นเงินสด เป็นผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.66 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.67 และผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ซื้อที่ชำระเงินเป็นเงินผ่อน เป็นผู้ที่ทำงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.33 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.67 และผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละระหว่างผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ  
จำแนกตามวิธีการชำระเงินกับรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยรวมของ ครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	วิธีการชำระเงิน				รวม	
	เงินสด		เงินผ่อน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5,001 – 10,000 บาท	3	2.00	3	2.00	6	4.00
10,001 – 15,000 บาท	5	3.33	6	4.00	11	7.33
15,001 – 20,000 บาท	10	6.66	4	2.67	14	9.33
20,001 – 25,000 บาท	17	11.33	16	10.67	33	22.00
25,001 – 30,000 บาท	22	14.67	22	14.67	44	29.34
30,001 – 35,000 บาท	16	10.67	8	5.33	24	16.00
สูงกว่า 35,000 บาท	13	8.67	5	3.33	18	12.00
รวม	86	57.33	64	42.67	150	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ซื้อที่ชำระเงินเป็นเงินสด เป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.67 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.67 และผู้ซื้อที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ ส่วนผู้ซื้อที่ชำระเงินเป็นเงินผ่อน เป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.67 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.67 และผู้ซื้อที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้ริเริ่มเสนอความคิดที่จะซื้อ

ผู้ริเริ่มเสนอความคิดที่จะซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	116	77.34
พ่อแม่	12	8.00
ลูก	8	5.33
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	14	9.33
ญาติ	-	-
เพื่อน	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ริเริ่มเสนอความคิดที่จะซื้อ คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.34 รองลงมาได้แก่ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 9.33 พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 8.00 และลูก คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่รายนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ

ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	76	50.66
พ่อแม่	23	15.33
ลูก	4	2.67
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	25	16.67
ญาติ	5	3.33
เพื่อน	16	10.67
อื่นๆ	1	0.67
รวม	150	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ รวมทั้งหมดทุกคน

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.66 รองลงมาได้แก่ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 16.67 พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 15.33 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ญาติ คิดเป็นร้อยละ 3.33 ลูก คิดเป็นร้อยละ 2.67 และรวมทั้งหมดทุกคน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำนวน  
ตามผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการซื้อ

ผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	97	64.66
พ่อแม่	25	16.67
ลูก	1	0.67
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	27	18.00
ญาติ	-	-
เพื่อน	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.66 รองลงมาได้แก่ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 18.00 พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ ลูก คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ

ผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	111	74.00
พ่อแม่	15	10.00
ลูก	5	3.33
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	19	12.67
ญาติ	-	-
เพื่อน	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตัดสินใจเลือกซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาได้แก่ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 12.67 พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และลูก คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	100	66.66
พ่อแม่	22	14.67
ลูก	1	0.67
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	19	12.67
ญาติ	3	2.00
เพื่อน	5	3.33
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาได้แก่ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 14.67 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 12.67 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ญาติ คิดเป็นร้อยละ 2.00 และลูก คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้กำหนดวัน เวลาในการซื้อ

ผู้กำหนดวัน เวลาในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	100	66.66
พ่อแม่	27	18.00
ลูก	1	0.67
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	21	14.00
ญาติ	-	-
เพื่อน	-	-
อื่นๆ	1	0.67
รวม	150	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ พระภิกษุ

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้กำหนดวัน เวลาในการซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาได้แก่ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 18.00 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 14.00 ลูก คิดเป็นร้อยละ 0.67 และพระภิกษุ คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้ติดต่อกับผู้ขายหรือดำเนินการซื้อ

ผู้ติดต่อกับผู้ขาย	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	104	69.33
พ่อแม่	25	16.67
ลูก	2	1.33
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	16	10.67
ญาติ	2	1.33
เพื่อน	1	0.67
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ติดต่อกับผู้ขายหรือดำเนินการซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.33 รองลงมาได้แก่ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 16.67 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 10.67 ลูก คิดเป็นร้อยละ 1.33 ญาติ คิดเป็นร้อยละ 1.33 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามผู้จ่ายเงินซื้อ

ผู้จ่ายเงินซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	102	68.00
พ่อแม่	34	22.67
ลูก	-	-
พี่น้อง	-	-
คู่สมรส	14	9.33
ญาติ	-	-
เพื่อน	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้จ่ายเงินซื้อ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาได้แก่ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 22.67 และคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อมากที่สุด คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
<b>ส่วนประกอบภายนอกตัวรถ</b>									
ตราชื่อ	-	57	89	4	-	150	3.35	มากที่สุด	11
รูปลักษณ์ของรถ	-	46	100	4	-	150	3.28	มากที่สุด	14
อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ	-	38	104	7	1	150	3.19	มาก	21
						ค่าเฉลี่ย	3.27		
<b>ส่วนประกอบภายในตัวรถ</b>									
ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง	-	46	97	7	-	150	3.26	มาก	16
อุปกรณ์ภายในรถ	-	40	98	12	-	150	3.19	มาก	22
ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์	1	64	81	4	-	149	3.40	มากที่สุด	8
มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ	-	56	89	5	-	150	3.34	มากที่สุด	12
มีเครื่องเสียงติดมากับรถ	1	53	77	15	4	149	3.20	มาก	18
						ค่าเฉลี่ย	3.28		
<b>โครงสร้างและสมรรถนะ</b>									
โครงสร้างแข็งแรง	-	62	87	1	-	150	3.41	มากที่สุด	7
มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่	-	72	75	3	-	150	3.46	มากที่สุด	4
ความแข็งแรงทนทาน และมีอายุการใช้งานนาน	-	66	82	2	-	150	3.43	มากที่สุด	6
ประหยัดน้ำมัน	- 3	80	61	5	1	147	3.50	มากที่สุด	2
ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร	-	40	101	9	-	150	3.21	มาก	17

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ	
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด					
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน					
ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ	-	86	62	2	-	150	3.56	มากที่สุด	1	
ความนุ่มนวลในการขับขี่	-	72	73	4	1	150	3.44	มากที่สุด	5	
เครื่องยนต์ทำงานเงียบ	-	61	83	5	1	150	3.36	มากที่สุด	10	
ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว	-	42	96	11	1	150	3.19	มาก	19	
ความสามารถเร่งความเร็วได้สูง	-	40	99	11	-	150	3.19	มาก	20	
							ค่าเฉลี่ย	3.38		
ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ										
ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย	-	30	112	8	-	150	3.15	มาก	23	
ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถ	-	32	105	12	1	150	3.12	มาก	24	
							ค่าเฉลี่ย	3.14		
การบริการหลังการขาย										
มีการบริการหลังการขาย	-	50	92	5	3	150	3.26	มาก	15	
เงื่อนไขรับประกันที่ดี	-	58	84	8	-	150	3.33	มากที่สุด	13	
ระยะเวลาประกันนาน	-	64	80	6	-	150	3.39	มากที่สุด	9	
อะไหล่หาง่าย	-	74	72	4	-	150	3.47	มากที่สุด	3	
							ค่าเฉลี่ย	3.36		
<b>เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย</b>								<b>3.29</b>		

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ซื้อโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านโครงสร้างและสมรรถนะ ด้านการบริการหลังการขาย และด้านส่วนประกอบภายในตัวรถ ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านส่วนประกอบภายนอกตัวรถ และด้านระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

หากมองปัจจัยในแต่ละด้าน จะพบว่า

1. ด้านโครงสร้างและสมรรถนะ พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดน้ำมัน มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ความนุ่มนวลในการขับขี่ ความแข็งแรงทนทานและมีอายุการใช้งานนาน โครงสร้างแข็งแรง และเครื่องยนต์ทำงานเงียบ ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ความทนทานในการใช้งานบนทางทุกันดาร ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว และความสามารถเร่งความเร็วได้สูง ตามลำดับ

2. ด้านการบริการหลังการขาย พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ อะไหล่หาง่าย ระยะเวลารับประกันนาน เงื่อนไขรับประกันที่ดี และมีการบริการหลังการขาย ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีการบริการหลังการขาย

3. ด้านส่วนประกอบภายในตัวรถ พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ และมีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง มีเครื่องเสียงติดมากับรถ และอุปกรณ์ภายในรถ ตามลำดับ

4. ด้านส่วนประกอบภายนอกตัวรถ พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทรายหือ และรูปลักษณ์ของรถ ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ

5. ด้านระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับคือ ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย และระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ ความประหยัดน้ำมัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 3 ราย ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 1 ราย และ เครื่องเสียงที่ติดมากับรถ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
ราคารถยนต์ถูก	4	46	85	14	1	146	3.21	มาก	3
เงินวางมัดจำในการจองซื้อรถ	8	24	89	19	10	142	2.89	มาก	6
ส่วนลดเงินสด	3	46	84	15	2	147	3.18	มาก	4
ชำระเงินดาวน์ต่ำ	16	27	55	23	29	134	2.60	มาก	9
ให้ผ่อนชำระเงินดาวน์เป็นงวด	17	23	55	26	29	133	2.54	มาก	10
ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวดนาน	16	35	44	26	29	134	2.63	มาก	8
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า	16	35	45	25	29	134	2.64	มาก	7
ราคาอะไหล่ถูก	2	55	84	9	-	148	3.31	มากที่สุด	1
ค่าบริการหลังการขายถูก	2	45	94	9	-	148	3.24	มาก	2
ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี	7	30	87	23	3	143	3.01	มาก	5
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.93		

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ซื้อโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่ถูก
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ค่าบริการหลังการขายถูก ราคารถยนต์ถูก ส่วนลดเงินสด ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี เงินวางมัดจำในการจองซื้อรถ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า ระยะเวลาในการผ่อนชำระค่างวดนาน ชำระเงินดาวน์ต่ำ และให้ผ่อนชำระเงินดาวน์เป็นงวด ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ไม่ได้ผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ การให้ผ่อนชำระเงินดาวน์เป็นงวด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 17 ราย การชำระเงินดาวน์ต่ำ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน

16 ราย และระยะเวลาผ่อนชำระค่ารถนาน อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 16 ราย ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	-	61	88	1	-	150	3.40	มากที่สุด	1
ความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย	8	19	63	48	12	142	2.63	มาก	9
ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก	2	27	102	17	2	148	3.04	มาก	7
ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	2	23	112	11	2	148	3.06	มาก	6
การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	1	25	115	9	-	149	3.11	มาก	4
ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย	-	22	111	17	-	150	3.03	มาก	8
ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	-	30	111	9	-	150	3.14	มาก	2
จำนวนศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	-	29	112	9	-	150	3.13	มาก	3
การให้บริการของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	-	28	106	13	3	150	3.06	มาก	5
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							3.07		

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ซื้อโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ ความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 8 ราย ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 2 ราย และระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
<b>การโฆษณา</b>									
การโฆษณาทางวิทยุ	13	16	52	47	22	137	2.45	น้อย	12
การโฆษณาทางโทรทัศน์	1	41	97	10	1	149	3.19	มาก	3
การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์	7	35	74	23	11	143	2.93	มาก	8
การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา	8	20	69	35	18	142	2.64	มาก	11
						<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.80</b>		
<b>การส่งเสริมการขาย</b>									
มีการลดราคารถยนต์	-	40	103	7	-	150	3.22	มาก	2
รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง	6	27	68	33	16	144	2.74	มาก	9
มีการแจก แคม สินค้าอื่น	4	35	94	14	3	146	3.10	มาก	7
มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี	1	30	110	7	2	149	3.13	มาก	5
มีการทำประกันรถให้ฟรี	1	31	107	8	3	149	3.11	มาก	6
						<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.06</b>		
<b>การขายโดยใช้พนักงานขาย</b>									
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	-	33	103	14	-	150	3.13	มาก	4
						<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.13</b>		
<b>การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์</b>									
การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย	-	41	102	7	-	150	3.23	มาก	1
การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ	1	19	73	49	8	149	2.69	มาก	10
						<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2.96</b>		
<b>เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย</b>							<b>2.96</b>		

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ และด้านการโฆษณา ตามลำดับ

หากมองปัจจัยในแต่ละด้าน จะพบว่า

1. ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย

2. ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีการลดราคารถยนต์ มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี มีการทำประกันรถให้ฟรี มีการแจก แกรมสินค้าอื่น และการรับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง ตามลำดับ

3. ด้านการให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย และการแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ ตามลำดับ

4. ด้านการโฆษณา พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ และการโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อ ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 13 ราย การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 8 ราย และการโฆษณาทางนิตยสาร สิ่งพิมพ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 7 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ	5	17	62	61	5	145	2.62	มาก	3
เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ	5	36	78	28	3	145	3.01	มาก	1
อัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ	5	20	57	63	5	145	2.63	มาก	2
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.75		

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ อัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 13 ราย เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 8 ราย และอัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 7 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ	2	31	74	41	2	148	2.91	มาก	1
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.91		

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางวัฒนธรรมในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ

นอกจากนี้ยังพบว่า ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
ครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	-	43	99	8	-	150	3.23	มาก	1
เพื่อนสนิท เพื่อนบ้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	9	15	43	66	17	141	2.40	น้อย	2
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.82		

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

นอกจากนี้ยังพบว่า เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน จำนวน 9 ราย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
อายุของตัวท่าน	16	23	78	24	9	134	2.86	มาก	3
อาชีพที่ทำ	13	23	79	26	9	137	2.85	มาก	4
รายได้ของครอบครัว	12	26	83	23	6	138	2.93	มาก	1
ระดับการศึกษาของตัวท่าน	16	26	73	27	8	134	2.87	มาก	2
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.88		

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ซื้อโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา อายุ และอาชีพที่ทำ ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ อายุ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 16 ราย ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 16 ราย อาชีพที่ทำ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 13 ราย และรายได้ของครอบครัว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 12 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยา	ระดับความสำคัญ					จำนวนผู้ตอบว่ามีผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	ไม่มีผล	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทำงาน	5	25	49	62	9	145	2.62	มาก	2
มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง	2	42	86	17	3	148	3.13	มาก	1
ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ	30	14	18	53	35	120	2.09	น้อย	4
ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง	24	14	22	55	35	126	2.12	น้อย	3
ต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ	37	10	15	51	37	113	1.98	น้อย	5
เฉลี่ยรวมทุกปัจจัย							2.39		

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ซื้อ โดยเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญ ได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทำงาน ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และ ต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อบางส่วน ได้แก่ ความต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 37 ราย ความต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถ

จับเคลื่อนที่ลื้อ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 30 ราย และความต้องการได้รับการยอมรับ  
ในหมู่เพื่อนฝูง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จำนวน 24 ราย ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
<b>ส่วนประกอบภายนอกตัวรถ</b>						
ตรายี่ห้อ	3.32	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.32	มากที่สุด
รูปลักษณะของรถ	3.26	มาก	3.28	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด
อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ	3.16	มาก	3.16	มาก	3.26	มาก
<b>ส่วนประกอบภายในตัวรถ</b>						
ภายในห้องโดยสารมีความสวยงาม และกว้างขวาง	3.20	มาก	3.24	มาก	3.34	มากที่สุด
อุปกรณ์ภายในรถ	3.16	มาก	3.18	มาก	3.22	มาก
ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์	3.40	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.39	มากที่สุด
มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ	3.32	มากที่สุด	3.36	มากที่สุด	3.34	มากที่สุด
มีเครื่องเสียงติดมากับรถ	3.20	มาก	3.32	มากที่สุด	3.08	มาก
<b>โครงสร้างและสมรรถนะ</b>						
โครงสร้างแข็งแรง	3.46	มากที่สุด	3.40	มากที่สุด	3.36	มากที่สุด
มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่	3.50	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.46	มากที่สุด
ความแข็งแรงทนทาน และมีอายุการใช้งานนาน	3.48	มากที่สุด	3.34	มากที่สุด	3.46	มากที่สุด
ประหยัดน้ำมัน	3.50	มากที่สุด	3.66	มากที่สุด	3.34	มากที่สุด
ความทนทานในการใช้งานบนทาง ทุรกันดาร	3.18	มาก	3.24	มาก	3.20	มาก
ระบบเบรกที่มีประสิทธิภาพ	3.56	มากที่สุด	3.58	มากที่สุด	3.54	มากที่สุด
ความนุ่มนวลในการขับขี่	3.42	มากที่สุด	3.48	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด

เลขหมู่.....  
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๖/๓  
๖๒๙. ๒๒๐๔  
๖/๓๖๒ ๖  
3

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
เครื่องยนตร์ทำงานเงียบ	3.32	มากที่สุด	3.46	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด
ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว	3.22	มาก	3.28	มากที่สุด	3.08	มาก
ความสามารถเร่งความเร็วสูง	3.20	มาก	3.30	มากที่สุด	3.08	มาก
ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย	3.14	มาก	3.14	มาก	3.16	มาก
ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนโดยไม่ต้อง หยุดรถ	3.08	มาก	3.18	มาก	3.10	มาก
การบริการหลังการขาย มีบริการหลังการขาย	3.24	มาก	3.32	มากที่สุด	3.22	มาก
เงื่อนไขรับประกันที่ดี	3.28	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด
ระยะเวลาประกันนาน	3.32	มากที่สุด	3.54	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด
อะไหล่หาง่าย	3.44	มากที่สุด	3.58	มากที่สุด	3.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า

ผู้ซื้อที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือทำงานในรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ ความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ประหยัดน้ำมัน ความแข็งแรงทนทานและมีอายุการใช้งานนาน โครงสร้างแข็งแรง อะไหล่หาง่าย ความนุ่มนวลในการขับขี่ ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ตรีแย้ห้อ มีเครื่องปรับอากาศติดมาที่รถ เครื่องยนตร์ทำงานเงียบ ระยะเวลาประกันนาน และเงื่อนไขรับประกันที่ดี ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รูปลักษณ์ของรถ มีบริการหลังการขาย ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง มีเครื่องเสียงติดมาที่รถ ความสามารถเร่งความเร็วสูง ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร อุปกรณ์ตกแต่ง

ที่มาพร้อมกับรถ อุปกรณ์ภายในรถ ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย และระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน ระบบเบรกที่มีประสิทธิภาพ อะไหล่หาง่าย ระยะเวลารับประกันนาน ความนุ่มนวลในการขับขี่ เครื่องยนต์ทำงานเงียบ ระบายความร้อน ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ เงื่อนไขรับประกันที่ดี โครงสร้างแข็งแรง มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ ความแข็งแรงทนทานและมีอายุการใช้งานนาน มีเครื่องเสียงติดมากับรถ มีบริการหลังการขาย ความสามารถเร่งความเร็วสูง รูปลักษณ์ของรถ และความสามารถในการออกตัวได้เร็ว ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร อุปกรณ์ภายในรถ ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรกที่มีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ความแข็งแรงทนทานและมีอายุการใช้งานนาน ความนุ่มนวลในการขับขี่ ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ อะไหล่หาง่าย โครงสร้างแข็งแรง ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ ประหยัดน้ำมัน ระบายความร้อน รูปลักษณ์ของรถ เครื่องยนต์ทำงานเงียบ เงื่อนไขรับประกันที่ดี และระยะเวลารับประกันนาน ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ อุปกรณ์ภายในรถ มีบริการหลังการขาย ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถ มีเครื่องเสียงติดมากับรถ ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว และความสามารถเร่งความเร็วสูง ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
ราคารถยนต์ถูก	3.19	มาก	3.24	มาก	3.18	มาก
เงินวางมัดจำในการจองซื้อ	2.68	มาก	2.93	มาก	3.06	มาก
ส่วนลดเงินสด	3.22	มาก	3.36	มากที่สุด	2.96	มาก
ชำระเงินสดล่วงหน้า	2.63	มาก	2.39	น้อย	2.74	มาก
ให้ผ่อนชำระเงินสดล่วงหน้าเป็นงวด	2.59	มาก	2.34	น้อย	2.67	มาก
ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวดนาน	2.70	มาก	2.36	น้อย	2.81	มาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่างวด	2.70	มาก	2.39	น้อย	2.81	มาก
ราคาอะไหล่ถูก	3.33	มากที่สุด	3.27	มาก	3.34	มากที่สุด
ค่าบริการหลังการขายถูก	3.24	มาก	3.22	มาก	3.26	มาก
ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี	3.00	มาก	2.94	มาก	3.08	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า

ผู้ซื้อที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือทำงานในรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่ถูก
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ค่าบริการหลังการขายถูก ส่วนลดเงินสด ราคารถยนต์ถูก ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวดนาน อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่างวด เงินวางมัดจำในการจองซื้อ ชำระเงินสดล่วงหน้า และให้ผ่อนชำระเงินสดล่วงหน้าเป็นงวด ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ส่วนลดเงินสด

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ราคาอะไหล่รถ ราคารถยนต์ถูก ค่าบริการหลังการขายถูก ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี และเงินวางมัดจำในการจองซื้อ ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับ น้อย ได้แก่ ชำระเงินค่างวดต่ำ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวดนาน และให้ผ่อนชำระเงินค่างวดเป็นงวด ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่รถ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ค่าบริการหลังการขายถูก ราคารถยนต์ถูก ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ราคาดี เงินวางมัดจำในการจองซื้อ ส่วนลดเงินสด ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวดนาน อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ชำระเงินค่างวดต่ำ และให้ผ่อนชำระเงินค่างวดเป็นงวด ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.38	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.40	มากที่สุด
ความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย	2.72	มาก	2.61	มาก	2.55	มาก
ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก	2.96	มาก	3.06	มาก	3.10	มาก
ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.15	มาก	3.02	มาก	3.00	มาก
การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.10	มาก	3.08	มาก	3.14	มาก
ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.04	มาก	3.04	มาก	3.02	มาก
ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	3.18	มาก	3.12	มาก	3.12	มาก
จำนวนศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	3.14	มาก	3.16	มาก	3.10	มาก
การให้บริการของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท	3.10	มาก	3.12	มาก	2.96	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า

ผู้ซื้อที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือทำงานในรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานในบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
<b>การโฆษณา</b>						
การโฆษณาทางวิทยุ	2.51	น้อย	2.37	น้อย	2.48	น้อย
การโฆษณาทางโทรทัศน์	3.18	มาก	3.30	มากที่สุด	3.10	มาก
การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์	2.92	มาก	3.08	มาก	2.78	มาก
การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา	2.55	มาก	2.69	มาก	2.68	มาก
<b>การส่งเสริมการขาย</b>						
มีการลดราคารถยนต์	3.24	มาก	3.20	มาก	3.22	มาก
รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง	2.82	มาก	2.68	มาก	2.71	มาก
มีการแจก แคม สินค้าอื่น	3.04	มาก	3.17	มาก	3.10	มาก
มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี	3.14	มาก	3.16	มาก	3.08	มาก
มีการทำประกันรถให้ฟรี	3.08	มาก	3.16	มาก	3.10	มาก
<b>การขายโดยการให้พนักงานขาย</b>						
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	3.06	มาก	3.18	มาก	3.14	มาก
<b>การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์</b>						
การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย	3.14	มาก	3.36	มากที่สุด	3.18	มาก
การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ	2.64	มาก	2.74	มาก	2.69	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า

ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีการลดราคารถยนต์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย มีการทำประกันรถให้ฟรี การให้

ข้อมูลโดยพนักงานขาย มีการแจก แคมสินค้าอื่น การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ รับซื้อรถยนต์เก่า โดยให้ราคาสูง การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ และการโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย และการโฆษณาทางโทรทัศน์ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การลดราคารถยนต์ การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย การแจก แคมสินค้าอื่น มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี มีการทำประกันรถให้ฟรี การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา และรับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การลดราคารถยนต์ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีการแจก แคมสินค้าอื่น มีการทำประกันรถให้ฟรี มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ และการโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ	2.65	มาก	2.51	น้อย	2.72	มาก
เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ	3.04	มาก	3.00	มาก	3.00	มาก
อัตรากำไรประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.73	มาก	2.51	น้อย	2.66	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่า

ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ อัตรากำไรประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ อัตรากำไรประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ และอัตรากำไรประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.74	มาก	2.94	มาก	3.04	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อที่ประกอบอาชีพทั้งสามอาชีพ ในระดับสำคัญมาก คือ ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ โดยมีผลต่อผู้ซื้อที่ทำงานในบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ และผู้ที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
ครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.16	มาก	3.30	มากที่สุด	3.24	มาก
เพื่อนสนิท เพื่อนบ้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	2.40	น้อย	2.39	น้อย	2.40	น้อย

จากตารางที่ 34 พบว่า

ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
อายุของตัวท่าน	2.77	มาก	2.98	มาก	2.84	มาก
อาชีพที่ทำ	2.77	มาก	3.00	มาก	2.78	มาก
รายได้ของครอบครัว	2.87	มาก	2.98	มาก	2.96	มาก
ระดับการศึกษาของตัวท่าน	2.80	มาก	3.02	มาก	2.80	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า

ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว รองลงมาคือ ระดับการศึกษา อายุ และอาชีพที่ทำ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ อาชีพที่ทำ รองลงมาคือ อายุ รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษา ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว รองลงมาคือ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่ทำ ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพกับปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยา	อาชีพ					
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แปลผล	เจ้าของกิจการ	แปลผล	ทำงาน บริษัทเอกชน	แปลผล
ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ ทิวทัศน์	2.58	มาก	2.72	มาก	2.55	มาก
มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่า รถเก๋ง	2.94	มาก	3.24	มาก	3.20	มาก
ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรม รถขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.19	น้อย	1.95	น้อย	2.14	น้อย
ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อน ฝูง	2.27	น้อย	1.96	น้อย	2.14	น้อย
ต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถ ขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.00	น้อย	1.95	น้อย	2.00	น้อย

จากตารางที่ 36 พบว่า

ผู้ซื้อที่รับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทิวทัศน์ ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทิวทัศน์ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่ทำงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ธุรกิจันดาร ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ จำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ย  
ต่อเดือน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปดผล	20,001 – 25,000 บาท	แปดผล	25,001 – 30,000 บาท	แปดผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปดผล
<b>ส่วนประกอบภายนอกตัวรถ</b>								
ตราชื่อ	3.32	มากที่สุด	3.21	มาก	3.45	มากที่สุด	3.38	มากที่สุด
รูปลักษณ์ของรถ	3.13	มาก	3.39	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด	3.29	มากที่สุด
อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ	3.13	มาก	3.21	มาก	3.27	มาก	3.14	มาก
<b>ส่วนประกอบภายในตัวรถ</b>								
ภายในห้องโดยสารมีความสวยงาม และกว้างขวาง	3.29	มากที่สุด	3.15	มาก	3.34	มากที่สุด	3.24	มาก
อุปกรณ์ภายในรถ	3.10	มาก	3.18	มาก	3.32	มากที่สุด	3.12	มาก
ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์	3.60	มากที่สุด	3.21	มาก	3.39	มากที่สุด	3.43	มากที่สุด
มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ	3.48	มากที่สุด	3.18	มาก	3.36	มากที่สุด	3.33	มากที่สุด
มีเครื่องเสียงติดมากับรถ	3.26	มาก	3.15	มาก	3.19	มาก	3.21	มาก
<b>โครงสร้างและสมรรถนะ</b>								
โครงสร้างแข็งแรง	3.39	มากที่สุด	3.39	มากที่สุด	3.43	มากที่สุด	3.40	มากที่สุด
มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่	3.45	มากที่สุด	3.39	มากที่สุด	3.50	มากที่สุด	3.48	มากที่สุด
ความแข็งแกร่งทนทาน และมีอายุ การใช้งานนาน	3.42	มากที่สุด	3.33	มากที่สุด	3.54	มากที่สุด	3.38	มากที่สุด
ประหยัดน้ำมัน	3.57	มากที่สุด	3.45	มากที่สุด	3.52	มากที่สุด	3.45	มากที่สุด
ความทนทานในการใช้งานบนทาง ทุรกันดาร	3.23	มาก	3.21	มาก	3.23	มาก	3.17	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ	3.55	มากที่สุด	3.51	มากที่สุด	3.55	มากที่สุด	3.62	มากที่สุด
ความนุ่มนวลในการขับขี่	3.45	มากที่สุด	3.45	มากที่สุด	3.47	มากที่สุด	3.38	มากที่สุด
เครื่องยนต์ทำงานเงียบ	3.35	มากที่สุด	3.45	มากที่สุด	3.34	มากที่สุด	3.31	มากที่สุด
ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว	3.19	มาก	3.30	มากที่สุด	3.23	มาก	3.07	มาก
ความสามารถเร่งความเร็วสูง	3.19	มาก	3.27	มาก	3.25	มาก	3.07	มาก
<b>ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ</b>								
ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย	3.23	มาก	3.09	มาก	3.14	มาก	3.14	มาก
ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้อง หยุดรถ	3.16	มาก	3.12	มาก	3.16	มาก	3.05	มาก
<b>การบริการหลังการขาย</b>								
มีการบริการหลังการขาย	3.35	มากที่สุด	3.36	มากที่สุด	3.25	มาก	3.12	มาก
เงื่อนไขรับประกันที่ดี	3.29	มากที่สุด	3.42	มากที่สุด	3.32	มากที่สุด	3.31	มากที่สุด
ระยะเวลารับประกันนาน	3.35	มากที่สุด	3.45	มากที่สุด	3.39	มากที่สุด	3.36	มากที่สุด
อะไหล่หาง่าย	3.55	มากที่สุด	3.49	มากที่สุด	3.43	มากที่สุด	3.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ประหยัดน้ำมัน ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ อะไหล่หาง่าย มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ความนุ่มนวลในการขับขี่ ความแข็งแกร่งทนทานและมีอายุการใช้งานนาน โครงสร้างแข็งแรง เครื่องยนต์ทำงานเงียบ มีบริการหลังการขาย ระยะเวลารับประกันนาน ตรีซีทีฮือ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง และเงื่อนไขรับประกันที่ดี ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีเครื่องเสียงติดมากับรถ ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว

ความสามารถเร่งความเร็วสูง ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนโดยไม่ต้องหยุดรถ รูปลักษณ์ของรถ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกันรถ และอุปกรณ์ภายในรถ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ อะไหล่หาง่าย ประหยัดน้ำมัน ความนุ่มนวลในการขับขี่ เครื่องยนต์ทำงานเงียบ ระยะเวลารับประกันนาน เงื่อนไขรับประกันที่ดี รูปลักษณ์ของรถ โครงสร้างแข็งแรง มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ มีบริการหลังการขาย ความแข็งแกร่งทนทานและมีอายุการใช้งานนาน ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว และความสามารถเร่งความเร็วสูง ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ทรายี่ห้อ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกันรถ ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร อุปกรณ์ภายในรถ มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง มีเครื่องเสียงติดมากับรถ ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนโดยไม่ต้องหยุดรถ และระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ ความแข็งแกร่งทนทานและมีอายุการใช้งานนาน ประหยัดน้ำมัน มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ความนุ่มนวลในการขับขี่ ทรายี่ห้อ โครงสร้างแข็งแรง อะไหล่หาง่าย ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ระยะเวลารับประกันนาน มีเครื่องปรับอากาศติดมากับรถ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง เครื่องยนต์ทำงานเงียบ อุปกรณ์ภายในรถ เงื่อนไขรับประกันที่ดี และรูปลักษณ์ของรถ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกันรถ ความสามารถเร่งความเร็วสูง มีบริการหลังการขาย ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว มีเครื่องเสียงติดมากับรถ ระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนโดยไม่ต้องหยุดรถ และระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบเบรคที่มีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ ประหยัดน้ำมัน ระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ อะไหล่หาง่าย โครงสร้าง

แข็งแรง ทรายหือ ความแข็งแรงทนทานและมีอายุการใช้งานนาน ความนุ่มนวลในการขับขี่ ระยะเวลารับประกันนาน มีเครื่องปรับอากาศติดมาที่รถ เครื่องยนต์ทำงานเงียบ เงียบใ้รับประกันที่ดี และรูปลักษณ์ของรถ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ภายในห้องโดยสารมีความสวยงามและกว้างขวาง มีเครื่องเสียงติดมาที่รถ ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร อุปกรณ์ตกแต่งที่มาพร้อมกับรถ ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานง่าย อุปกรณ์ภายในรถ มีบริการหลังการขาย ความสามารถในการออกตัวได้เร็ว ความสามารถเร่งความเร็วได้สูง และระบบเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยไม่ต้องหยุดรถ ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ราคารถยนต์ถูก	3.44	มากที่สุด	3.18	มาก	3.11	มาก	3.14	มาก
เงินวางมัดจำในการจองซื้อ	2.85	มาก	2.93	มาก	2.80	มาก	2.97	มาก
ส่วนลดเงินสด	3.26	มาก	3.39	มากที่สุด	2.90	มาก	3.23	มาก
ชำระเงินสดล่วงหน้า	2.88	มาก	2.81	มาก	2.57	มาก	2.21	น้อย
ให้ผ่อนชำระเงินสดเป็นงวด	2.81	มาก	2.81	มาก	2.50	น้อย	2.13	น้อย
ระยะเวลาผ่อนชำระค่างวด	2.77	มาก	2.93	มาก	2.63	มาก	2.27	น้อย
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่างวด	2.81	มาก	2.90	มาก	2.63	มาก	2.29	น้อย
ราคาอะไหล่ถูก	3.33	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด	3.27	มาก	3.34	มากที่สุด
ค่าบริการหลังการขายถูก	3.33	มากที่สุด	3.33	มากที่สุด	3.15	มาก	3.19	มาก
ราคาแลกเปลี่ยนมือสองในตลาดได้ ราคาดี	3.10	มาก	3.24	มาก	2.95	มาก	2.79	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ  
ปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคารถยนต์ถูก ราคาอะไหล่ถูก  
และค่าบริการหลังการขายถูก ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ส่วนลดเงินสด ราคาแลกเปลี่ยนมือสอง  
ในตลาดได้ราคาดี ชำระเงินสดล่วงหน้า เงินวางมัดจำในการจองซื้อ ให้ผ่อนชำระเงินสดเป็นงวด  
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่างวด และระยะเวลาผ่อนชำระค่างวด ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ส่วนลดเงินสด ค่าบริการหลังการขายถูก และราคาอะไหล่ถูก ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ราคาแลกซื้อรถมือสองในตลาดได้ราคาดี ราคารถยนต์ถูก เงินวางมัดจำในการจองซื้อ ระยะเวลาผ่อนชำระค่างานาน อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ชำระเงินค่างานาน และให้ผ่อนชำระเงินค่างานานเป็นงวด ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ราคาอะไหล่ถูก ค่าบริการหลังการขายถูก ราคารถยนต์ถูก ราคาแลกซื้อรถมือสองในตลาดได้ราคาดี ส่วนลดเงินสด เงินวางมัดจำในการจองซื้อ ระยะเวลาผ่อนชำระค่างานาน อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ และชำระเงินค่างานานตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ให้ผ่อนชำระเงินค่างานานเป็นงวด

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่ถูก
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ส่วนลดเงินสด ค่าบริการหลังการขายถูก ราคารถยนต์ถูก เงินวางมัดจำในการจองซื้อ และราคาแลกซื้อรถมือสองในตลาดได้ราคาดี ตามลำดับ
3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ระยะเวลาผ่อนชำระค่างานาน ชำระเงินค่างานาน และให้ผ่อนชำระเงินค่างานานเป็นงวด ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.42	มากที่สุด	3.27	มาก	3.39	มากที่สุด	3.50	มากที่สุด
ความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย	2.87	มาก	2.78	มาก	2.41	น้อย	2.54	มาก
ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก	3.07	มาก	2.97	มาก	3.07	มาก	3.05	มาก
ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.03	มาก	3.18	มาก	3.09	มาก	2.93	มาก
การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.06	มาก	3.21	มาก	3.12	มาก	3.05	มาก
ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย	3.00	มาก	3.15	มาก	3.04	มาก	2.95	มาก
ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท	3.26	มาก	3.24	มาก	3.11	มาก	3.00	มาก
จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท	3.19	มาก	3.27	มาก	3.14	มาก	2.98	มาก
การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท	3.16	มาก	3.18	มาก	3.09	มาก	2.86	มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท จำนวนศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท การให้บริการของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ จำนวนศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ จำนวนศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก และข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนจำหน่ายสะดวก การต้อนรับของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการตรวจซ่อมของบริษัท

จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทนจำหน่าย ระยะเวลาในการส่งมอบรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การให้บริการของศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท และความคุ้นเคยกับบริษัทตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
<b>การโฆษณา</b>								
การโฆษณาทางวิทยุ	2.64	มาก	2.58	มาก	2.32	น้อย	2.31	น้อย
การโฆษณาทางโทรทัศน์	3.07	มาก	3.18	มาก	3.29	มากที่สุด	3.19	มาก
การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์	3.03	มาก	3.09	มาก	2.86	มาก	2.79	มาก
การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา	2.90	มาก	2.65	มาก	2.55	มาก	2.53	มาก
<b>การส่งเสริมการขาย</b>								
มีการลดราคารถยนต์	3.10	มาก	3.42	มากที่สุด	3.20	มาก	3.17	มาก
รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง	2.97	มาก	2.94	มาก	2.83	มาก	2.30	น้อย
มีการแจก แคม สิ้นค้าอื่น	3.06	มาก	3.21	มาก	3.14	มาก	3.00	มาก
มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี	3.19	มาก	3.27	มาก	3.18	มาก	2.90	มาก
มีการทำประกันรถให้ฟรี	3.13	มาก	3.27	มาก	3.18	มาก	2.90	มาก
<b>การขายโดยการให้พนักงานขาย</b>								
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	3.19	มาก	3.21	มาก	3.18	มาก	2.95	มาก
<b>การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์</b>								
การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย	3.26	มาก	3.15	มาก	3.20	มาก	3.28	มากที่สุด
การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ	2.97	มาก	2.64	มาก	2.64	มาก	2.58	มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย มีการทำประกันรถให้ฟรี มีการลดราคารถยนต์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีการแจกแถมสินค้าอื่น การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ รับซื้อรถยนต์เก่าโดย

ให้ราคาสูง การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา และการโฆษณาทางวิทยุ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีการลดราคารถยนต์
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี มีการทำประกันรถให้ฟรี มีการแจก แกรมสินค้าอื่น การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย การโฆษณาทางโทรทัศน์ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ และการโฆษณาทางวิทยุ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาทางโทรทัศน์
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีการลดราคารถยนต์ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี มีการทำประกันรถให้ฟรี การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย มีการแจก แกรมสินค้าอื่น การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ รับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ และการโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ตามลำดับ
3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การแสดงโชว์สินค้า ณ จุดขาย
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีการลดราคารถยนต์ มีการแจก แกรมสินค้าอื่น การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย มีการจดทะเบียนรถให้ฟรี มีการทำประกันรถให้ฟรี การโฆษณาทางนิตยสารสิ่งพิมพ์ การแสดงโชว์สินค้าในห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ และการโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ตามลำดับ
3. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ และรับซื้อรถยนต์เก่าโดยให้ราคาสูง ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ	2.83	มาก	2.84	มาก	2.42	น้อย	2.50	น้อย
เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ	3.07	มาก	2.93	มาก	3.02	มาก	3.02	มาก
อัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.87	มาก	2.67	มาก	2.55	มาก	2.52	มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ อัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ และอัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ และอัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายนอกอื่นๆ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบขับเคลื่อนสี่ล้อ และอัตราภาษีประจำปีของรถประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.90	มาก	2.94	มาก	3.05	มาก	2.72	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อทั้ง 4 กลุ่ม คือ ความนิยมในการใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ โดยมีผลต่อผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท และผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.29	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด	3.30	มากที่สุด	3.07	มาก
เพื่อนสนิท เพื่อนบ้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	2.70	มาก	2.50	น้อย	2.24	น้อย	2.23	น้อย

จากตารางที่ 43 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านสังคม โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยภายนอกอื่นๆ โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ครอบครัว
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
อายุของตัวท่าน	3.07	มาก	2.70	มาก	2.92	มาก	2.75	มาก
อาชีพที่ทำ	2.96	มาก	2.74	มาก	2.92	มาก	2.77	มาก
รายได้ของครอบครัว	3.17	มาก	2.74	มาก	2.97	มาก	2.87	มาก
ระดับการศึกษาของตัวท่าน	3.03	มาก	2.77	มาก	2.94	มาก	2.76	มาก

จากตารางที่ 44 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ทำตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพที่ทำ รายได้ของครอบครัว และอายุ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา อายุ และอาชีพที่ทำ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ รายได้ของครอบครัว อาชีพที่ทำ ระดับการศึกษา และอายุตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนกับ  
ปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยา	รายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001 – 20,000 บาท	แปลผล	20,001 – 25,000 บาท	แปลผล	25,001 – 30,000 บาท	แปลผล	สูงกว่า 30,000 บาท	แปลผล
ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ ทุกกันดาร	2.87	มาก	2.50	น้อย	2.61	มาก	2.53	มาก
มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่า รถเก๋ง	3.13	มาก	3.06	มาก	3.21	มาก	3.10	มาก
ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรม รถขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.43	น้อย	2.17	น้อย	1.97	น้อย	1.84	น้อย
ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่ เพื่อนฝูง	2.50	น้อย	2.24	น้อย	2.11	น้อย	1.70	น้อยที่ สุด
ต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถ ขับเคลื่อนสี่ล้อ	2.41	น้อย	2.14	น้อย	1.81	น้อย	1.59	น้อยที่ สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ  
ปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถ  
เก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทุกกันดาร ตามลำดับ
2. ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง  
ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับ  
เคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญ  
ต่อปัจจัยทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง

2. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทຸກกันดาร ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทຸກกันดาร ตามลำดับ

2. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ผู้ซื้อที่มีรายได้โดยรวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตทางจิตวิทยา โดยแบ่งตามระดับความสำคัญได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่ารถเก๋ง และใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปยังที่ทຸກกันดาร ตามลำดับ

2. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการนำรถเข้าร่วมกลุ่มกับชมรมรถขับเคลื่อนสี่ล้อ

3. บัณฑิตที่มีคะแนนเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ต้องการได้รับการยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง และต้องการเลียนแบบผู้มีชื่อเสียงที่ขับรถขับเคลื่อนสี่ล้อ ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ที่ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เปลืองน้ำมัน	56	37.33
มีความแข็งแรงกระด้างขณะใช้งาน ซ็อกอัพขาดความยืดหยุ่น	41	27.33
เครื่องยนต์ทำงานเสียงดัง	30	20.00
อุปกรณ์ตกแต่งที่ให้พร้อมกับรถไม่สวย	27	18.00
อะไหล่หายาก สั่งแล้วต้องรอนาน	25	16.67
ตัวถังมีความบอบบาง	21	14.00
ห้องโดยสารคับแคบ	18	12.00
ระบบขับเคลื่อนสี่ล้อใช้งานยาก	17	11.33
การบังคับควบคุมการขับเคลื่อน	16	10.67
วิถุที่ติดมากับรถไม่มีคุณภาพ	14	9.33
สีรถมีการเสื่อมสภาพ	13	8.67
การออกตัวช้า	11	7.33
ต้องจอดรอก่อนเข้าเกียร์ขับเคลื่อนสี่ล้อ	10	6.67
ระบบพวงมาลัยไม่มีประสิทธิภาพ	10	6.67
เครื่องยนต์มีปัญหาจุกจิก ต้องซ่อมบ่อย	10	6.67
เครื่องปรับอากาศที่ติดมากับรถไม่มีคุณภาพ	9	6.00
ระบบเบรกไม่ดี เบรกไม่ค่อยอยู่	6	4.00
สตาร์ทเครื่องติดยาก	4	2.67

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ซื้อ ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ การเปลืองน้ำมัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาได้แก่ ความแข็งแรงกระด้างขณะใช้งาน ซ็อกอัพขาดความยืดหยุ่น คิดเป็นร้อยละ 27.33 และเครื่องยนต์ทำงานเสียงดัง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ที่ประสบปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่มีราคาแพง	51	34.00
ค่าบริการตรวจซ่อมแพง	33	22.00
รถยนต์มือสองในตลาดราคาตก	21	14.00
เงินค่าน้ำสูง	16	10.67
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่าวงดสูง	9	6.00
ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้น	6	4.00

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ซื้อ ประสบปัญหาด้านราคา คือ อะไหล่มีราคาแพง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาได้แก่ ค่าบริการตรวจซ่อมแพง คิดเป็นร้อยละ 22.00 และรถยนต์มือสองในตลาดราคาตก คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ที่ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก	26	17.33
ศูนย์บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ต้องเข้าคิวคอยนาน	20	13.33
บริษัทตัวแทนจำหน่ายส่งมอบรถใหม่ให้ช้ากว่าที่กำหนด	16	10.67
การตรวจซ่อมของศูนย์บริการไม่มีประสิทธิภาพ	15	10.00
ศูนย์บริการมีเนื้อที่คับแคบ	13	8.67
พนักงานไม่สุภาพ	13	8.67
ศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก	10	6.67
ศูนย์บริการไม่จัดสถานที่สำหรับลูกค้าที่มารับบริการ	8	5.33
บริษัทตัวแทนจำหน่ายส่งมอบรถใหม่ในสภาพที่ไม่สมบูรณ์	7	4.67
บริษัทตัวแทนจำหน่ายไม่ทำตามเงื่อนไขอื่นๆ ตามสัญญาอย่างสมบูรณ์	6	4.00

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ซื้อ ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ บริษัทตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.33 รองลงมาได้แก่ ศูนย์บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ต้องเข้าคิวคอยนาน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และบริษัทตัวแทนจำหน่ายส่งมอบรถใหม่ให้ช้ากว่าที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ที่ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทไม่ให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	47	31.33
การได้รับข้อมูลต่างๆ ไม่ชัดเจนและถูกต้อง	32	21.33

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ซื้อ ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ บริษัทไม่ให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การได้รับข้อมูลต่างๆ ไม่ชัดเจนและถูกต้อง ตามลำดับ