

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	322	80.50
หญิง	78	19.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 80.50 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 19.50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	19	4.75
31 – 40 ปี	197	49.25
41 – 50 ปี	141	35.25
51 ปีขึ้นไป	43	10.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 49.25 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 35.25 อายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.75 และ อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	98	24.50
สมรส	292	73.00
อื่นๆ	10	2.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (8 ราย), ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 24.50 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	113	28.25
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	160	40.00
ปวส.หรืออนุปริญญา	73	18.25
ปริญญาตรี	47	11.75
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	7	1.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 28.25 ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 18.25 ปริญญาตรี ร้อยละ 11.75 และ สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	37	9.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.75
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.75
ธุรกิจส่วนตัว	121	30.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	46	11.50
เกษตรกร	88	22.00
อื่นๆ	6	1.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (4 ราย) ว่างาน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 22.00 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.75 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อย

ละ 11.50 ข้าราชการ ร้อยละ 9.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.75 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	1.25
10,001 – 20,000 บาท	60	15.00
20,001 – 30,000 บาท	96	24.00
30,001 – 40,000 บาท	118	29.50
40,001 – 50,000 บาท	78	19.50
50,001 บาทขึ้นไป	43	10.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 24.00 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 19.50 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 15.00 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.75 และ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรถยนต์	88	22.00
มี 1 คัน	95	23.75
มี 2 คัน	119	29.75
มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป	98	24.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ มี 2 คัน ร้อยละ 29.75 รองลงมาคือ มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป ร้อยละ 24.50 มี 1 คัน ร้อยละ 23.75 และไม่มีรถยนต์ ร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
รถกระบะตอนเดียว	128	32.00
รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ)	272	68.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) ร้อยละ 68.00 และ รถกระบะตอนเดียว ร้อยละ 32.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
2,200 cc.	25	6.25
2,500 cc.	167	41.75
2,800 cc.	4	1.00
3,000 cc.	142	35.50
3,200 cc.	62	15.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ขนาด 2,500 cc. ร้อยละ 41.75 รองลงมาคือ ขนาด 3,000 cc. ร้อยละ 35.50 ขนาด 3,200 cc. ร้อยละ 15.50 ขนาด 2,200 cc. ร้อยละ 6.25 และ ขนาด 2,800 cc. ร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
อิซูซุ	142	35.50
โตโยต้า	150	37.50
นิสสัน	15	3.75
มิตซูบิชิ	27	6.75
มาสด้า	13	3.25
ฟอร์ด	41	10.25
อื่น ๆ	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

อื่น ๆ ได้แก่ ทาธา (6 ราย) เกีย (3 ราย) และ ไม้ระนู (3 ราย)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ โตโยต้า ร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ อีซูซุ ร้อยละ 35.50 ฟอร์ด ร้อยละ 10.25 มิตซูบิชิ ร้อยละ 6.75 นิสสัน ร้อยละ 3.75 มาสด้า ร้อยละ 3.25 และ ยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
สีดำ	65	16.25
สีบรอนซ์เงิน	116	29.00
สีเทา	42	10.50
สีบรอนซ์ทอง	52	13.00
สีขาว	82	20.50
สีน้ำเงิน	4	1.00
สีแดง	8	2.00
สีเขียว	6	1.50
สีฟ้า	16	4.00
อื่น ๆ	9	2.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เทาดำ (3 ราย) ขาวมุก (3 ราย) แดงเลือดหมู (2 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สีบรอนซ์เงิน ร้อยละ 29.00 รองลงมาคือ สีขาว ร้อยละ 20.50 สีดำ ร้อยละ 16.25 สีบรอนซ์ทอง ร้อยละ 13.00 สีเทา ร้อยละ 10.50 สีฟ้า ร้อยละ 4.00 สีอื่น ๆ ร้อยละ 2.25 สีแดง ร้อยละ 2.00 สีเขียว ร้อยละ 1.50 และ สีน้ำเงิน ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200,000 บาท	122	30.50
200,001 - 400,000 บาท	235	58.75
400,001 - 600,000 บาท	43	10.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 200,001 - 400,000 บาท ร้อยละ 58.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 200,000 บาท ร้อยละ 30.50 และ 400,001 - 600,000 บาท ร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
ญาติ/เพื่อน	145	36.25
โทรทัศน์	0	0.00
วิทยุ	39	9.75
หนังสือพิมพ์	4	1.00
แผ่นพับ/ใบปลิว	42	10.50
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	106	26.50
นิตยสารรถยนต์	136	34.00
เว็บไซต์	122	30.50
พนักงานขายของเต็นท์	26	6.50
รู้ด้วยตนเอง	68	17.00
อื่นๆ	3	0.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ป้ายหน้าเต็นท์ (2 ราย) และไม้ระนุ (1 ราย)



จากตารางที่ 4.13 พบว่า แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 36.25 รองลงมาคือ นิตยสารรถยนต์ ร้อยละ 34.00 เว็บไซต์ ร้อยละ 30.50 โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา ร้อยละ 26.50 รู้ด้วยตนเอง ร้อยละ 17.00 แผ่นพับ/ใบปลิว ร้อยละ 10.50 วิทยู ร้อยละ 9.75 พนักงานขายของเต็นท์ ร้อยละ 6.50 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 1.00 และ แหล่งอื่นๆ ร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	34	8.50
บุคคลในครอบครัว	77	19.25
แฟน/คู่สมรส	162	40.50
ตัวท่านเอง	95	23.75
พนักงานขายของเต็นท์	25	6.25
อื่นๆ	7	1.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ ญาติ / พี่น้อง (4 ราย) และ ไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ แฟน/คู่สมรส ร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 23.75 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 19.25 เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 8.50 พนักงานขายของเต็นท์ ร้อยละ 6.25 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงเด่นที่น่าเชื่อถือ	166	41.50
คุณภาพรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	238	59.50
ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าคันอื่น	182	45.50
ความหลากหลายของราคา	145	36.25
มีแบบรถยนต์ให้เลือกมาก	125	31.25
เงื่อนไขการชำระเงินเหมาะสม	57	14.25
กระบวนการซื้อมีความรวดเร็ว	25	6.25
พนักงานขายให้ข้อมูลดี	18	4.50
เพื่อน ญาติ คนรู้จักแนะนำ	41	10.25
การเดินทางมาที่ศูนย์รถยนต์สะดวก	48	12.00
การแจกของแถมมีความเหมาะสม	9	2.25
มีการรับประกันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองหลังซื้อ	40	10.00
การตกแต่งศูนย์รถยนต์ สวยงาม	21	5.25
การโฆษณาประชาสัมพันธ์น่าเชื่อถือ	30	7.50
เว็บไซต์ของศูนย์รถยนต์ให้รายละเอียดชัดเจน	104	26.00
อื่นๆ	6	1.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สามารถจัดการกระบะให้ตามที่ต้องการได้ (3 ราย) สามารถผ่อนชำระค่ารถยนต์กับศูนย์ได้ (2 ราย) และไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ คุณภาพรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ร้อยละ 59.50 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าคันอื่น ร้อยละ 45.50 และ ชื่อเสียงเด่นที่น่าเชื่อถือ ร้อยละ 41.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 คุณภาพรถยนต์	331 (82.75)	49 (12.25)	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.78 (มากที่สุด)	1
1.2 ความหลากหลายของรถยนต์	30 (7.50)	63 (15.75)	261 (65.25)	33 (8.25)	13 (3.25)	3.16 (ปานกลาง)	10
1.3 ทรายี่หรือรถยนต์	72 (18.00)	218 (54.50)	64 (16.00)	46 (11.50)	0 (0.00)	3.79 (มาก)	7
1.4 สีรถยนต์	76 (19.00)	222 (55.50)	61 (15.25)	41 (10.25)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	6
1.5 ขนาดของเครื่องยนต์	86 (21.50)	202 (50.50)	56 (14.00)	35 (8.75)	21 (5.25)	3.74 (มาก)	8
1.6 รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามมีอุปกรณ์ตกแต่ง	301 (75.25)	59 (14.75)	30 (7.50)	10 (2.50)	0 (0.00)	4.63 (มากที่สุด)	3
1.7 สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเลี้ยวชนหนัก)	314 (78.50)	48 (12.00)	23 (5.75)	8 (2.00)	7 (1.75)	4.64 (มากที่สุด)	2
1.8 สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี	88 (22.00)	217 (54.25)	55 (13.75)	40 (10.00)	0 (0.00)	3.88 (มาก)	5

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.9 มีบริการทดลอง ขับหรือทดสอบ สภาพรถยนต์ก่อน ซื้อ	51 (12.75)	57 (14.25)	197 (49.25)	63 (15.75)	32 (8.00)	3.08 (ปานกลาง)	11
1.10 มีการรับประกัน หลังการขาย	77 (19.25)	181 (45.25)	59 (14.75)	35 (8.75)	48 (12.00)	3.51 (มาก)	9
1.11 ความยากง่ายใน การหาอะไหล่เพื่อ ซ่อมแซมภายหลัง	17 (4.25)	35 (8.75)	248 (62.00)	56 (14.00)	44 (11.00)	2.81 (ปานกลาง)	12
1.12 มีบริการรับ แลกเปลี่ยน รถยนต์เก่าโดยตี ราคาให้สูง	130 (32.50)	194 (48.50)	55 (13.75)	21 (5.25)	0 (0.00)	4.08 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.78) สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่าโดยตีราคาให้สูง (ค่าเฉลี่ย 4.08) สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) สีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทรายี่ห้อรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ขนาดของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ มีการรับประกันหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีบริการทดลองขับหรือทดสอบสภาพรถยนต์ก่อนซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และความยากง่ายในการหาอะไหล่เพื่อซ่อมแซมภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ	302 (75.50)	66 (16.50)	27 (6.75)	5 (1.25)	0 (0.00)	4.66 (มากที่สุด)	1
2.2 ราคาขายต่ำกว่าที่ อื่น	293 (73.25)	70 (17.50)	15 (3.75)	6 (1.50)	16 (4.00)	4.55 (มากที่สุด)	4
2.3 ความหลากหลาย ของราคา	68 (17.00)	202 (50.50)	67 (16.75)	37 (9.25)	26 (6.50)	3.62 (มาก)	6
2.4 มีส่วนลดให้เมื่อ ชำระเป็นเงินสด	82 (20.50)	193 (48.25)	48 (12.00)	48 (12.00)	29 (7.25)	3.63 (มาก)	5
2.5 เรียกเก็บเงินมัดจำ ไม่สูงเกินไป	24 (6.00)	32 (8.00)	246 (61.50)	63 (15.75)	35 (8.75)	2.87 (ปาน กลาง)	8
2.6 มีระบบเงินดาวน์ ต่ำหรือดอกเบี้ย ต่ำ	48 (12.00)	51 (12.75)	188 (47.00)	74 (18.50)	39 (9.75)	2.99 (ปาน กลาง)	7
2.7 คิดป้ายบอกราคา ชัดเจน	293 (73.25)	60 (15.00)	32 (8.00)	7 (1.75)	8 (2.00)	4.56 (มากที่สุด)	3
2.8 สามารถต่อรอง ราคาได้	296 (74.00)	65 (16.25)	30 (7.50)	6 (1.50)	3 (0.75)	4.61 (มากที่สุด)	2
2.9 มีบริการติดต่อ สถาบันการเงิน ของดีนทร์รถยนต์	16 (4.00)	35 (8.75)	194 (48.50)	111 (27.75)	44 (11.00)	2.67 (ปาน กลาง)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.79 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านราคา มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.66) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.56) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.63) และความหลากหลายของราคา (ค่าเฉลี่ย 3.62)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบเงินคาวน์ต่ำหรือ ดอกเบี้ยต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.99) เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.87) และมีบริการติดต่อสถาบันการเงินของเซ็นทรัลรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.67) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 ที่ตั้งเหมาะสมการเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	79 (19.75)	227 (56.75)	66 (16.50)	28 (7.00)	0 (0.00)	3.89 (มาก)	2
3.2 การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี	121 (30.25)	216 (54.00)	42 (10.50)	21 (5.25)	0 (0.00)	4.09 (มาก)	1
3.3 เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	37 (9.25)	69 (17.25)	191 (47.75)	66 (16.50)	37 (9.25)	3.01 (ปานกลาง)	4
3.4 มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่	10 (2.50)	9 (2.25)	76 (19.00)	273 (68.25)	32 (8.00)	2.23 (น้อย)	6
3.5 สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	84 (21.00)	204 (51.00)	61 (15.25)	26 (6.50)	25 (6.25)	3.74 (มาก)	3
3.6 สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางเว็บไซต์	19 (4.75)	38 (9.50)	253 (63.25)	59 (14.75)	31 (7.75)	2.89 (ปานกลาง)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.31</b> (ปานกลาง)	



จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31)

โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.09) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.01) และ สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.89)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.23)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาทาง แผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ	67 (16.75)	193 (48.25)	59 (14.75)	38 (9.50)	43 (10.75)	3.51 (มาก)	6
4.2 การโฆษณาใน หนังสือรถยนต์	91 (22.75)	215 (53.75)	58 (14.50)	36 (9.00)	0 (0.00)	3.90 (มาก)	3
4.3 การมีเว็บไซต์ของ เต็นท์รถยนต์อย่าง เป็นทางการ	25 (6.25)	31 (7.75)	241 (60.25)	63 (15.75)	40 (10.00)	2.85 (ปาน กลาง)	7
4.4 การประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	11 (2.75)	13 (3.25)	76 (19.00)	260 (65.00)	40 (10.00)	2.24 (น้อย)	8
4.5 มีข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับรถยนต์ที่มี จำหน่ายแก่ลูกค้า เพียงพอตามที่ ต้องการทราบ	91 (22.75)	185 (46.25)	61 (15.25)	43 (10.75)	20 (5.00)	3.71 (มาก)	5
4.6 จัดกิจกรรมเพื่อให้ ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ ในราคาถูกหรือ ได้รับของสมนาคุณ ในโอกาสพิเศษ	150 (37.50)	188 (47.00)	43 (10.75)	19 (4.75)	0 (0.00)	4.17 (มาก)	2
	(72.00)	(14.50)	(8.25)	(1.75)	(3.50)	(มาก ที่สุด)	

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.7 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนใบอนุญาตนกต่างที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	288	58	33	7	14	4.50	1
4.8 มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	83 (20.75)	214 (53.50)	48 (12.00)	40 (10.00)	15 (3.75)	3.78 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนใบอนุญาตนกต่างที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.17) การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ การโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ การมีเว็บไซต์ของศูนย์รถยนต์อย่างเป็นทางการ (ค่าเฉลี่ย 2.85)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.24)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.1 ภาพลักษณ์ ภายนอกของ พนักงาน	22 (5.50)	37 (9.25)	236 (59.00)	59 (14.75)	46 (11.50)	2.83  (ปาน กลาง)	8
5.2 พนักงานมีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ	82 (20.50)	189 (47.25)	58 (14.50)	41 (10.25)	30 (7.50)	3.63  (มาก)	3
5.3 พนักงานมีการแต่ง กายสะอาด เรียบร้อย	20 (5.00)	43 (10.75)	191 (47.75)	109 (27.25)	37 (9.25)	2.75  (ปาน กลาง)	9
5.4 พนักงานสามารถ ให้คำปรึกษา แนะนำได้ถูกต้อง	81 (20.25)	214 (53.50)	56 (14.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	3.82  (มาก)	2
5.5 พนักงานใช้คำพูด สื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน	132 (33.00)	208 (52.00)	40 (10.00)	20 (5.00)	0 (0.00)	4.13  (มาก)	1
5.6 พนักงานให้ความ เอาใจใส่ลูกค้าและ รับฟังความคิดเห็น ของลูกค้า สามารถ ตัดสินใจและแก้ไข ปัญหาให้แก่ลูกค้า อย่างทันที	75 (18.75)	180 (45.00)	64 (16.00)	38 (9.50)	43 (10.75)	3.52  (มาก)	6
5.7 พนักงานมีความ น่าเชื่อถือและ ไว้วางใจได้	77 (19.25)	194 (48.50)	58 (14.50)	37 (9.25)	34 (8.50)	3.61  (มาก)	4

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
5.8 จำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการ ให้บริการลูกค้า	41 (10.25)	72 (18.00)	200 (50.00)	49 (12.25)	38 (9.50)	3.07 (ปาน กลาง)	7
5.9 พนักงานสามารถ ประเมินราคา รถยนต์เก่าของ ลูกค้า	83 (20.75)	180 (45.00)	56 (14.00)	37 (9.25)	44 (11.00)	3.55 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.43</b> (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.82) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานสามารถประเมินราคาครรถยนต์เก่าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) และ พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) ภาพลักษณ์ภายนอกของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.83) และพนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น	72 (18.00)	225 (56.25)	66 (16.50)	37 (9.25)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	1
6.2 หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มีความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	24 (6.00)	48 (12.00)	197 (49.25)	95 (23.75)	36 (9.00)	2.82 (ปานกลาง)	7
6.3 ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น	22 (5.50)	34 (8.50)	240 (60.00)	71 (17.75)	33 (8.25)	2.85 (ปานกลาง)	6
6.4 ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ	80 (20.00)	194 (48.50)	61 (15.25)	41 (10.25)	24 (6.00)	3.66 (มาก)	2
6.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น	85 (21.25)	165 (41.25)	60 (15.00)	46 (11.50)	44 (11.00)	3.50 (มาก)	3
6.6 การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	9 (2.25)	10 (2.50)	65 (16.25)	275 (68.75)	41 (10.25)	2.18 (น้อย)	8

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6.7 มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป	39 (9.75)	52 (13.00)	206 (51.50)	65 (16.25)	38 (9.50)	2.97 (ปานกลาง)	5
6.8 มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์	42 (10.50)	55 (13.75)	235 (58.75)	52 (13.00)	16 (4.00)	3.14 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.12 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12)

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระยะเวลาในการขึ้นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป (ค่าเฉลี่ย 2.97) ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 2.85) และหลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มีความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.18)



ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.1 เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	284 (71.00)	63 (15.75)	32 (8.00)	13 (3.25)	8 (2.00)	4.51 (มากที่สุด)	1
7.2 ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	41 (10.25)	51 (12.75)	245 (61.25)	39 (9.75)	24 (6.00)	3.12 (ปานกลาง)	4
7.3 สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น	74 (18.50)	205 (51.25)	71 (17.75)	35 (8.75)	15 (3.75)	3.72 (มาก)	3
7.4 ภายในตัวอาคารหรือบริเวณลานจอดรถรับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ	43 (10.75)	58 (14.50)	188 (47.00)	77 (19.25)	34 (8.50)	3.00 (ปานกลาง)	5
7.5 จำนวนห้องน้ำรอรับบริการถูกค้ำอย่างเพียงพอ	10 (2.50)	12 (3.00)	85 (21.25)	258 (64.50)	35 (8.75)	2.26 (น้อย)	7
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	14 (3.50)	42 (10.50)	204 (51.00)	102 (25.50)	38 (9.50)	2.73 (ปานกลาง)	6
7.7 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	71 (17.75)	226 (56.50)	67 (16.75)	36 (9.00)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	2
7.8 พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	0 (0.00)	19 (4.75)	38 (9.50)	276 (69.00)	67 (16.75)	2.02 (น้อย)	8

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7.9 ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความเหมาะสม	0 (0.00)	27 (6.75)	53 (13.25)	166 (41.50)	154 (38.50)	1.88 (น้อย)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						3.01 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01)

โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.83) และสิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72)

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.12) ภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ จำนวนห้องน้ำรอรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.26) พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.02) และระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 1.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.83	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.79	มาก	2
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.31	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	มาก	3
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.43	มาก	4
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.12	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.01	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในครั้งนี

การตัดสินใจในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	74	18.50
ไม่ซื้อ	326	81.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในครั้งนี ร้อยละ 81.50 และตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในครั้งนี ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ในครั้งนี

สาเหตุของการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพรถยนต์	277	69.25
ความหลากหลายของตราหือ สี ขนาดของเครื่องยนต์	200	50.00
สภาพเดิมของตัวถังมีการเสียหายหนักมาก่อน	259	64.75
บริการให้ทดลองขับหรือทดสอบสภาพรถยนต์ก่อนซื้อ	16	4.00
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพรถยนต์	234	58.50
มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	64	16.00
มีการเรียกเก็บเงินมัดจำ	17	4.25
ความชัดเจนของป้ายราคา	76	19.00
การบริการติดต่อสถาบันการเงินให้แก่ลูกค้า	24	6.00

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ในครั้งนี้ (ต่อ)

สาเหตุของการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
การจัดแสดงรถยนต์หมวดหมู่ตามยี่ห้อ	19	4.75
ความเป็นสัดส่วนและระเบียบภายในร้าน	9	2.25
มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์, การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียน, แคมเปญรถตกแต่ง, แคมเปญประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	109	27.25
มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	59	14.75
ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานต้อนรับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	58	14.50
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	26	6.50
ความเหมาะสมของหลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์	14	3.50
บริการติดตามไถ่ถามหรือ ใส่ใจผลการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป	22	5.50
ชื่อเสียงของเต็นท์รถยนต์	162	40.50
ความสวยงามและความมีระเบียบของสถานที่	22	5.50
สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ เก้าอี้นั่งรอ เป็นต้น	19	4.75
อื่น ๆ	4	1.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานไม่ทราบประวัติหรือข้อมูลของรถยนต์ที่มีการเกี่ยวชนหนักมาก่อน (2 ราย) ไม่มีรถยนต์รุ่นตามที่ต้องการ (1 ราย) รถยนต์ของเต็นท์นี้ราคาแพงกว่าเต็นท์อื่นๆ ในย่านเดียวกัน (1 ราย)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า สาเหตุของการตัดสินใจซื้อ หรือ ไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ในครั้งนี้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ คุณภาพรถยนต์ (ร้อยละ 69.3) รองลงมาคือ สภาพเดิมของตัวถังมีการเกี่ยวชนหนักมาก่อน (ร้อยละ 64.8) และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพรถยนต์ (ร้อยละ 58.5) ตามลำดับ

### ปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ระบบเครื่องยนต์ของรถยนต์ เสียหลังซื้อไปไม่นาน (5 ราย)
- เต็นท์บางแห่ง มีการปรับเลขไมล์รถยนต์ให้ต่ำกว่าความเป็นจริง (5 ราย)
- ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ (4 ราย)
- เต็นท์รถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสอง ไม่รับผิดชอบค่าอะไหล่และค่าซ่อม ในกรณีรถยนต์มีปัญหา (3 ราย)
- ไม่มีการรับประกันความพึงพอใจหลังซื้อ ในกรณีรถยนต์มีปัญหา หรือไม่ระบุระยะเวลาของการประกันให้ชัดเจน (3 ราย)
- ควรอธิบายรายละเอียดหรือข้อมูลของรถยนต์ให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะประวัติการใช้รถยนต์หรือการเที่ยวชนที่ผ่านมา (3 ราย)
- ควรจัดทำเว็บไซต์ หรือ Social Media ของทางเต็นท์อย่างเป็นทางการ เพื่อจะได้ติดต่อหรือประสานงานกับทางเต็นท์ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น (3 ราย)
- ควรจัดห้องรับรองลูกค้าอย่างเป็นกิจลักษณะ เช่น มีมุมพักผ่อนในห้องปรับอากาศ เป็นต้น (3 ราย)
- ควรลดเอกสารที่ใช้ในการซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสองให้น้อยกว่านี้ (3 ราย)
- ควรมีการประชาสัมพันธ์ของเต็นท์ให้มากกว่านี้ (2 ราย)
- ควรแจ้งเรื่องค่าธรรมเนียมการโอนรถยนต์ให้ชัดเจนว่าฝ่ายใดเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนนี้ (1 ราย)
- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาอังกฤษได้บ้าง ในกรณีที่พาลูกค้าต่างชาติไปใช้ซื้อ (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

#### 4.1 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 คุณภาพรถยนต์	4.58 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของรถยนต์	3.41 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
1.3 ตรีयीห้รถยนต์	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)
1.4 สีรถยนต์	3.95 (มาก)	3.74 (มาก)	3.86 (มาก)	4.14 (มาก)
1.5 ขนาดของเครื่องยนต์	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)
1.6 รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง	4.32 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการ เกี่ยวชนหนัก)	4.59 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
1.8 สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
1.9 มีบริการทดลองขับหรือทดสอบ สภาพรถยนต์ก่อนซื้อ	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
1.10 มีการรับประกันหลังการขาย	3.36 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)	3.62 (มาก)	3.48 (มาก)
1.11 ความง่ายในการหาอะไหล่ เพื่อซ่อมแซมภายหลัง	2.47 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)	3.47 (มาก)
1.12 มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง	3.39 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.73</b> (มาก)	<b>3.79</b> (มาก)	<b>3.90</b> (มาก)	<b>3.96</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.59) คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และ รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.81) รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.63) และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.78) สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.69) และรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.72) รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.66) และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	n = 19	n = 197	n = 141	n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.74 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
2.2 ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น	4.72 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.47 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
2.3 ความหลากหลายของราคา	3.47 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
2.4 มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	4.23 (มากที่สุด)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.44 (มาก)
2.5 เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป	3.45 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
2.6 มีระบบเงินค่าน้ำดื่มหรือดอกเบียร์ต่ำ	3.59 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2.7 ติดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.84 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
2.8 สามารถต่อรองราคาได้	4.65 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.44 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	n = 19	n = 197	n = 141	n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 มีบริการติดต่อสถาบันการเงินของ เด็นท์รถยนต์	3.43 (มาก)	2.70 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.13</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.77</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.84) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.74) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.67) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.74) ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)
3.2 การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี	4.21 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.21 (มาก)
3.3 เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	3.37 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
3.4 มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่	2.63 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.18 (น้อย)
3.5 สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.72 (มาก)
3.6 สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางเว็บไซต์	3.45 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)	2.48 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.53</b> (มาก)	<b>3.34</b> (ปานกลาง)	<b>3.26</b> (ปานกลาง)	<b>3.22</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.21) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.10) สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.21) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ	3.37 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)	3.49 (มาก)	3.79 (มาก)
4.2 การโฆษณาในหนังสือรถยนต์	3.36 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)
4.3 การมีเว็บไซต์ของเต็นท์รถยนต์ อย่างเป็นทางการ	3.49 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)
4.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	2.65 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	1.89 (น้อย)	1.90 (น้อย)
4.5 มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่ มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอดตามที่ ต้องการทราบ	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)
4.6 จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อ รถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของ สมนาคุณในโอกาสพิเศษ	3.40 (ปานกลาง)	4.16 (มาก)	4.21 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)
4.7 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์ การไม่คิดค่าธรรมเนียมจอด ทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัย รถยนต์ เป็นต้น	4.74 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.39 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.74) มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.62) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.39) และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ภาพลักษณ์ภายนอกของพนักงาน	3.41 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.47 (มาก)	3.42 (มาก)	3.77 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)
5.3 พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	2.68 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
5.4 พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง	3.45 (มาก)	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)
5.5 พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน	3.58 (มาก)	4.11 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)	4.22 (มากที่สุด)
5.6 พนักงานให้ความสนใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าสามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที	3.35 (ปานกลาง)	3.48 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)
5.7 พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.46 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.8 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	3.26 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
5.9 พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.34</b> (ปานกลาง)	<b>3.37</b> (ปานกลาง)	<b>3.50</b> (มาก)	<b>3.55</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)
6.2 หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มีความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	2.95 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
6.3 ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น	3.21 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
6.4 ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ	3.47 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)
6.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น	3.33 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)
6.6 การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	2.16 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.16 (น้อย)
6.7 มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป	2.84 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.8 มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์	3.63 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b> (ปานกลาง)	<b>3.12</b> (ปานกลาง)	<b>3.09</b> (ปานกลาง)	<b>3.19</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella. The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle, and the year '1964' is positioned at the bottom right. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.19 (มาก)	4.49 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
7.2 ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	2.95 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
7.3 สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
7.4 ภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ	3.48 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
7.5 จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	2.21 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.40 (น้อย)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.68 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
7.7 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	21 – 30 ปี n = 19	31 – 40 ปี n = 197	41 – 50 ปี n = 141	51 ปีขึ้นไป n = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.8 พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	2.64 (ปานกลาง)	2.02 (น้อย)	1.97 (น้อย)	1.96 (น้อย)
7.9 ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความเหมาะสม	2.09 (น้อย)	2.02 (น้อย)	1.74 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.08</b> (ปานกลาง)	<b>3.00</b> (ปานกลาง)	<b>2.99</b> (ปานกลาง)	<b>3.02</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.19) สิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) และป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.49) สิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) และป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้ นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้ นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ							
	21 – 30 ปี n = 19		31 – 40 ปี n = 197		41 – 50 ปี n = 141		51 ปีขึ้นไป n = 43	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.73	มาก	3.79	มาก	3.90	มาก	3.96	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.13	มาก	3.80	มาก	3.77	มาก	3.72	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.53	มาก	3.34	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	มาก	3.63	มาก	3.54	มาก	3.53	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.34	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.50	มาก	3.55	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.19	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.08	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอายุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 21 – 30 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย



4.2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง  
ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 คุณภาพรถยนต์	4.74 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของรถยนต์	3.41 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
1.3 ทรายี่ห้อรถยนต์	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)
1.4 สีรถยนต์	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
1.5 ขนาดของเครื่องยนต์	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)
1.6 รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ ตกแต่ง	4.76 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก)	4.60 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
1.8 สมรรถนะในการจับดี เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
1.9 มีบริการทดลองขับหรือทดสอบสภาพรถยนต์ก่อนซื้อ	3.22 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
1.10 มีการรับประกันหลังการขาย	3.44 (มาก)	3.45 (มาก)	3.74 (มาก)
1.11 ความยากง่ายในการหาอะไหล่เพื่อซ่อมแซมภายหลัง	2.76 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
1.12 มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่าโดยดีราคาให้สูง	4.26 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	3.81 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88</b> <b>(มาก)</b>	<b>3.81</b> <b>(มาก)</b>	<b>3.78</b> <b>(มาก)</b>

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดย ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.76) คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.74) และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.76) รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.74) และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.86) สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.68) และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มี อุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.65 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
2.2 ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น	4.54 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.48 (มากที่สุด)
2.3 ความหลากหลายของราคา	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
2.4 มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	3.78 (มาก)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)
2.5 เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป	2.88 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
2.6 มีระบบเงินคาวนต้าหรือดอกเบียต่ำ	3.07 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
2.7 ติดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.8 สามารถต่อรองราคาได้	4.69 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
2.9 มีบริการติดต่อสถาบันการเงินของเดินที่ รถยนต์	2.71 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.58 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.84</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.69) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.76) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.80) ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.60) และราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.48) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
3.2 การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)
3.3 เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	2.90 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
3.4 มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่	2.03 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.00 (น้อย)
3.5 สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
3.6 สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางเว็บไซต์	2.86 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.27</b> (ปานกลาง)	<b>3.45</b> (มาก)	<b>3.10</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดย ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสถานที่ ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.15) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 3.97) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.39) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ	3.48 (มาก)	3.54 (มาก)	3.48 (มาก)
4.2 การโฆษณาในหนังสือรถยนต์	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)
4.3 การมีเว็บไซต์ของเต็นท์รถยนต์อย่างเป็นทางการ	2.98 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.56 (น้อย)
4.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	2.62 (ปานกลาง)	2.11 (น้อย)	1.73 (น้อยที่สุด)
4.5 มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอดำเนินความต้องการทราบ	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)
4.6 จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ	4.14 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.7 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	4.47 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
4.8 มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.46 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>	<b>3.41 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.47) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.51) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ภาพลักษณ์ภายนอกของพนักงาน	2.98 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
5.3 พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	2.65 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
5.4 พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)
5.5 พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)
5.6 พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที	3.50 (มาก)	3.47 (มาก)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.7 พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
5.8 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ลูกค้า	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
5.9 พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่า ของลูกค้า	3.49 (มาก)	3.66 (มาก)	3.44 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.45</b> (มาก)	<b>3.40</b> (ปานกลาง)	<b>3.46</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การ บันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้ อย่างถูกต้อง เป็นต้น	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)
6.2 หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มี ความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	2.71 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
6.3 ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น	2.92 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
6.4 ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)
6.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถ ไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)
6.6 การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลา นัดหมาย	2.17 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.14 (น้อย)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.7 มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ ที่ซื้อไป	2.93 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
6.8 มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของ รถยนต์	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.07</b> (ปานกลาง)	<b>3.15</b> (ปานกลาง)	<b>3.13</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 เติ้นתרถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.43 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
7.2 ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล เพียงพอ	3.20 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
7.3 สิ่งอำนวยความสะดวกหรือรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอ เพียงพอ เป็นต้น	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
7.4 ภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับ บริการมีแสงสว่างเพียงพอ	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
7.5 จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้าอย่าง เพียงพอ	2.23 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.28 (น้อย)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.75 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ		
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139	ธุรกิจ ส่วนตัว, พ่อบ้าน/ แม่บ้าน และ อื่นๆ n = 173	เกษตรกร n = 88
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.7 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)
7.8 พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	2.06 (น้อย)	2.11 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)
7.9 ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความ เหมาะสม	1.82 (น้อย)	1.84 (น้อย)	2.07 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.03</b> (ปานกลาง)	<b>3.02</b> (ปานกลาง)	<b>2.94</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.43) สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) และป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.54) สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษตรกรให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	อาชีพ					
	ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงาน บริษัทเอกชน n = 139		ธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ n = 173		เกษตรกร n = 88	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.88	มาก	3.81	มาก	3.78	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.84	มาก	3.80	มาก	3.72	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	3.27	ปาน กลาง	3.45	มาก	3.10	ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.65	มาก	3.61	มาก	3.41	ปาน กลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.45	มาก	3.40	ปาน กลาง	3.46	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.07	ปาน กลาง	3.15	ปาน กลาง	3.13	ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.03	ปาน กลาง	3.02	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย



3.88) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพเกษตรกรสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง  
ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 คุณภาพรถยนต์	4.80 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของรถยนต์	2.71 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.45 (มาก)
1.3 ตรายี่ห้อรถยนต์	3.29 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	4.18 (มาก)
1.4 สีรถยนต์	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)
1.5 ขนาดของเครื่องยนต์	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
1.6 รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มี อุปกรณ์ตกแต่ง	4.36 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการ เชื่อมชนหนัก)	4.58 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
1.8 สมรรถนะในการจับดี เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)
1.9 มีบริการทดลองขับหรือทดสอบ สภาพรถยนต์ก่อนซื้อ	3.42 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
1.10 มีการรับประกันหลังการขาย	3.66 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.51 (มาก)
1.11 ความง่ายในการหาอะไหล่ เพื่อซ่อมแซมภายหลัง	3.43 (มาก)	2.81 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.59 (น้อย)
1.12 มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่า โดยตีราคาให้สูง	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.80) สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.58) และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.80) รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.59) และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.73) รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.79) รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.73) และ สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเกี่ยวชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.72) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.60 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
2.2 ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น	4.66 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
2.3 ความหลากหลายของราคา	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.48 (มาก)
2.4 มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	3.35 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)
2.5 เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป	3.43 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.58 (น้อย)
2.6 มีระบบเงินดาวน์ต่ำหรือดอกเบี้ยต่ำ	3.44 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)
2.7 ติดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.73 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.8 สามารถต่อรองราคาได้	4.65 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
2.9 มีบริการติดต่อสถาบันการเงินของ เซ็นทรัลรถยนต์	3.42 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	2.51 (น้อย)	2.45 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.00</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.81</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.73) ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.66) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.71) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.68) ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.66) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.68) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และติดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)
3.2 การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	4.24 (มากที่สุด)
3.3 เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	2.69 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
3.4 มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดู นอกสถานที่	1.70 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
3.6 สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์	2.81 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.11</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)	<b>3.35</b> (ปานกลาง)	<b>3.48</b> (มาก)



จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 3.90) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 3.97) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.14) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
4.2 การโฆษณาในหนังสือรถยนต์	3.58 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	4.22 (มากที่สุด)
4.3 การมีเว็บไซต์ของเต็นท์รถยนต์ อย่างเป็นทางการ	2.58 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	1.90 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)
4.5 มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มี จำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอดำเนินการที่ ต้องการทราบ	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)
4.6 จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อ รถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของ สมนาคุณในโอกาสพิเศษ	4.25 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.7 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	4.62 (มากที่สุด)	4.41 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)
4.8 มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	3.69 (มาก)	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.53</b> (มาก)	<b>3.57</b> (มาก)	<b>3.56</b> (มาก)	<b>3.64</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.62) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.49) การโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกลงหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ภาพลักษณ์ภายนอกของพนักงาน	2.67 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)
5.3 พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	2.53 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
5.4 พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)
5.5 พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน	4.28 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)
5.6 พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าสามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.7 พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.46 (มาก)	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)
5.8 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
5.9 พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.34</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)	<b>3.45</b> (มาก)	<b>3.51</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)
6.2 หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มีความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	2.78 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
6.3 ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น	2.95 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
6.4 ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)
6.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น	3.14 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)



ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.6 การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	1.79 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)
6.7 มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป	2.89 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
6.8 มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์	3.08 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.01</b> (ปานกลาง)	<b>3.09</b> (ปานกลาง)	<b>3.15</b> (ปานกลาง)	<b>3.17</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.31 (มากที่สุด)	4.49 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
7.2 ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	3.22 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
7.3 สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)
7.4 ภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ	2.98 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
7.5 จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	2.28 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.26 (น้อย)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.72 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
7.7 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65	20,001 – 30,000 บาท n = 96	30,001 – 40,000 บาท n = 118	40,001 บาทขึ้นไป n = 121
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.8 พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	2.06 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.03 (น้อย)	2.00 (น้อย)
7.9 ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความเหมาะสม	1.98 (น้อย)	1.88 (น้อย)	1.85 (น้อย)	1.87 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.99 (ปานกลาง)</b>	<b>3.01 (ปานกลาง)</b>	<b>3.01 (ปานกลาง)</b>	<b>3.03 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทให้ บัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยบัณฑิตย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และสิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทให้ บัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยบัณฑิตย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปให้ บัณฑิตด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) โดยบัณฑิตย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เต็มที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.60) สิ่งอำนวยความสะดวกขอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.88) และป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท n = 65		20,001 – 30,000 บาท n = 96		30,001 – 40,000 บาท n = 118		40,001 บาทขึ้นไป n = 121	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.77	มาก	3.76	มาก	3.86	มาก	3.89	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.00	มาก	3.83	มาก	3.81	มาก	3.61	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.11	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.48	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก	3.57	มาก	3.56	มาก	3.64	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.34	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.45	มาก	3.51	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.01	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.99	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับ



4.4 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง  
ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 คุณภาพรถยนต์	4.76 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของรถยนต์	3.42 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)
1.3 ทรายี่ห้อรถยนต์	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)
1.4 สีรถยนต์	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)
1.5 ขนาดของเครื่องยนต์	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)
1.6 รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง	4.54 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.7 สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเสียหายหนัก)	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)



ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.8 สมรรถนะในการขับขี่ เช่น เครื่องยนต์ดี ช่วงล่างดี	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
1.9 มีบริการทดลองขับหรือทดสอบสภาพรถยนต์ก่อนซื้อ	2.99 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
1.10 มีการรับประกันหลังการขาย	3.79 (มาก)	3.45 (มาก)
1.11 ความยากง่ายในการหาอะไหล่เพื่อซ่อมแซมภายหลัง	3.44 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)
1.12 มีบริการรับแลกเปลี่ยนรถยนต์เก่าโดยดีราคาให้สูง	4.28 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b> (มาก)	<b>3.81</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.76) สภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.58) และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.78) รูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม มีอุปกรณ์ตกแต่ง (ค่าเฉลี่ย 4.65) และสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีการเชื่อมชนหนัก) (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านราคา	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.69 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
2.2 ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น	4.36 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
2.3 ความหลากหลายของราคา	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)
2.4 มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	4.28 (มากที่สุด)	3.47 (มาก)
2.5 เรียกเก็บเงินมัดจำไม่สูงเกินไป	2.95 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
2.6 มีระบบเงินค่างวดต่ำหรือดอกเบี้ยต่ำ	3.08 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
2.7 ติดป้ายบอกราคาชัดเจน	4.70 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
2.8 สามารถต่อรองราคาได้	4.57 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 มีบริการติดต่อสถาบันการเงินของเด็กรถยนต์	2.78 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คิดป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.70) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านราคา มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.66) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) และ ราคาขายต่ำกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)
3.2 การจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)
3.3 เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	3.08 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
3.4 มีบริการขับรถยนต์ไปให้ลูกค้าดูนอกสถานที่	2.62 (ปานกลาง)	2.15 (น้อย)
3.5 สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)
3.6 สามารถใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางเว็บไซต์	2.99 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดส่งรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.08) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ สถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การจัดส่งรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ รุ่น ปี สี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว ป้ายต่างๆ	3.43 (มาก)	3.52 (มาก)
4.2 การโฆษณาในหนังสือรถยนต์	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)
4.3 การมีเว็บไซต์ของเต็นท์รถยนต์อย่างเป็นทางการ	2.78 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
4.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	2.22 (น้อย)	2.24 (น้อย)
4.5 มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ที่มีจำหน่ายแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการทราบ	3.95 (มาก)	3.66 (มาก)
4.6 จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ	4.23 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
4.7 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย ไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น	4.39 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น	4.25 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยไฟแนนซ์การไม่คิดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนแถมอุปกรณ์ตกแต่งที่ลูกค้าต้องการแถมการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) จัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ในราคาถูกหรือได้รับของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการโฆษณาในหนังสือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านบุคลากร	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 ภาพลักษณ์ภายนอกของพนักงาน	2.86 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.25 (มากที่สุด)	3.49 (มาก)
5.3 พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	2.72 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
5.4 พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
5.5 พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน	4.21 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)
5.6 พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันที	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
5.7 พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)
5.8 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	3.42 (มาก)	2.99 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.9 พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า	4.20 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ พนักงานสามารถประเมินราคารถยนต์เก่าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)
6.2 หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอซื้อรถยนต์มีความเหมาะสม ไม่มากไม่น้อยจนเกินไป	2.76 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
6.3 ระเบียบขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก, รวดเร็ว, ไม่ยุ่งยาก, มีความยืดหยุ่น	3.48 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)
6.4 ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)
6.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)
6.6 การติดตั้งอุปกรณ์เสริมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	2.04 (น้อย)	2.21 (น้อย)
6.7 มีบริการติดตามความพึงพอใจการใช้รถยนต์ที่ซื้อไป	2.97 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
6.8 มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพของรถยนต์	3.35 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b> (ปานกลาง)	<b>3.10</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การบันทึกประวัติลูกค้า, การนำส่งรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การนำรถไปส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 เติ้นท์รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.42 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
7.2 ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
7.3 สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)
7.4 ภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ	2.92 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
7.5 จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	2.18 (น้อย)	2.28 (น้อย)
7.6 ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการ	2.66 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
7.7 ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	4.30 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)
7.8 พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของบริษัท	2.04 (น้อย)	2.02 (น้อย)

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	
	ซื้อ n = 74	ไม่ซื้อ n = 326
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.9 ระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัทมีความเหมาะสม	1.97 (น้อย)	1.86 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.04</b> (ปานกลาง)	<b>3.00</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เติ้นที่รถยนต์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เก้าอี้นั่งรอเพียงพอ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสอง			
	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.92	มาก	3.81	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.90	มาก	3.77	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.64	มาก	3.57	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.61	มาก	3.39	ปานกลาง
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.19	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.04	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสองในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสอง สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกทุกส่วนบุคคลมือสองสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และ เพศ

เพศ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	58	78.38	264	80.98
หญิง	16	21.62	62	19.02
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 78.38 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 21.62

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 78.38 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 21.62



ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และอายุ

อายุ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	4	5.41	15	4.60
31 – 40 ปี	40	54.05	157	48.16
41 – 50 ปี	24	32.43	117	35.89
50 ปีขึ้นไป	6	8.11	37	11.35
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 54.05 รองลงมาคืออายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 32.43 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.11 ตามลำดับ

และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 48.16 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 35.89 และ อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และสถานภาพ

สถานภาพ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	20	27.03	78	23.93
สมรส	52	70.27	240	73.62
อื่นๆ	2	2.70	8	2.45
รวม	74	100.00	326	100.00

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (8 ราย), ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 70.27 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 27.03 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 2.70

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 73.62 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 23.93 และสถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 2.45

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	21.62	97	29.75
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	27	36.49	133	40.80
ปวส.หรืออนุปริญญา	20	27.03	53	16.26
ปริญญาตรี	8	10.81	39	11.96
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3	4.05	4	1.23
<b>รวม</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>326</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 36.49 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 27.03 และ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 21.62 ตามลำดับ

และระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 29.75 และ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 16.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
 บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และอาชีพ

อาชีพ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	6	8.11	31	9.51
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	4.05	16	4.91
พนักงานบริษัทเอกชน	19	25.68	64	19.63
ธุรกิจส่วนตัว	23	31.08	98	30.06
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	4.05	43	13.19
เกษตรกร	19	25.68	69	21.17
อื่นๆ	1	1.35	5	1.53
<b>รวม</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>326</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (4 ราย) ว่างงาน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.62 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.08 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน และเกษตรกร เท่ากัน ร้อยละ 25.68 และ ข้าราชการ ร้อยละ 8.11

และ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.06 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 21.17 และ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 19.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
 บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	2.70	3	0.92
10,000 – 20,000 บาท	11	14.86	49	15.03
20,001 – 30,000 บาท	13	17.57	83	25.46
30,001 – 40,000 บาท	25	33.78	93	28.53
40,001 – 50,000 บาท	15	20.27	63	19.33
50,000 บาทขึ้นไป	8	10.82	35	10.73
<b>รวม</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>326</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.63 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อ  
 รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 33.78 รองลงมาคือ  
 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 20.27 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 17.57 ตามลำดับ

และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วน  
 บุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 28.53 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท  
 ร้อยละ 25.46 และ 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 19.33 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และจำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	15	20.27	73	22.39
มี 1 คัน	24	32.43	71	21.78
มี 2 คัน	15	20.27	104	31.90
มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป	20	27.03	78	23.93
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.64 พบว่า จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ มี 1 คัน ร้อยละ 32.43 รองลงมาคือ มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป ร้อยละ 27.03 และ ไม่มี ร้อยละ 20.27 ตามลำดับ

และ จำนวนรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ มี 2 คัน ร้อยละ 31.90 รองลงมาคือ มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป ร้อยละ 23.93 และ ไม่มี ร้อยละ 22.39 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
 บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถกระบะตอนเดียว	33	44.59	95	29.14
รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ)	41	55.41	231	70.86
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) ร้อยละ 55.41 และ รถกระบะตอนเดียว ร้อยละ 44.59

และ ประเภทของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ รถกระบะตอนครึ่ง (แค็บ) ร้อยละ 70.86 และ รถกระบะตอนเดียว ร้อยละ 29.14

ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ ต้องการ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2,200 cc.	3	4.05	22	6.75
2,500 cc.	33	44.59	134	41.10
2,800 cc.	1	1.35	3	0.92
3,000 cc.	23	31.08	119	36.50
3,200 cc.	14	18.93	48	14.73
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 2,500 cc. ร้อยละ 44.59 รองลงมาคือ 3,000 cc. ร้อยละ 31.08 และ 3,200 cc. ร้อยละ 18.92 ตามลำดับ

และ ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 2,500 cc. ร้อยละ 41.10 รองลงมาคือ 3,000 cc. ร้อยละ 36.50 และ 3,200 cc. ร้อยละ 14.72 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
 บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อีซูซุ	29	39.19	113	34.66
โตโยต้า	24	32.43	126	38.65
นิสสัน	6	8.11	8	2.45
มิตซูบิชิ	4	5.41	23	7.06
มาสด้า	2	2.70	11	3.37
ฟอร์ด	7	9.46	34	10.43
อื่น ๆ	2	2.70	11	3.38
รวม	74	100.00	326	100.00

อื่นๆ ได้แก่ ทาธา (6 ราย) เกีย (3 ราย) และ ไม้ระบู่ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ อีซูซุ ร้อยละ 39.19 รองลงมาคือ โตโยต้า ร้อยละ 32.43 และ ฟอร์ด ร้อยละ 9.46 ตามลำดับ

และ ยี่ห้อของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ โตโยต้า ร้อยละ 38.65 รองลงมาคือ อีซูซุ ร้อยละ 34.66 และ ฟอร์ด ร้อยละ 10.43 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และสีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล มือสองที่ต้องการ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สีดำ	11	14.86	54	16.56
สีบรอนซ์เงิน	18	24.32	98	30.06
สีเทา	8	10.81	34	10.43
สีบรอนซ์ทอง	14	18.92	38	11.66
สีขาว	14	18.92	68	20.86
สีน้ำเงิน	1	1.35	3	0.92
สีแดง	0	0.00	8	2.45
สีเขียว	1	1.35	5	1.53
สีฟ้า	4	5.41	12	3.68
อื่น ๆ	3	4.06	6	1.85
<b>รวม</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>326</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เทาดำ (3 ราย) ขาวมุก (3 ราย) แดงเลือดหมู (2 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.68 พบว่า สีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ สีบรอนซ์เงิน ร้อยละ 24.32 รองลงมาคือ สีบรอนซ์ทอง และสีขาวเท่ากัน ร้อยละ 18.92 และ สีดำ ร้อยละ 14.86 ตามลำดับ

และสีของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ สีบรอนซ์เงิน ร้อยละ 30.06 รองลงมาคือ สีขาว ร้อยละ 20.86 และ สีดำ ร้อยละ 16.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ

ราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการ	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200,000 บาท	17	22.97	105	32.21
200,001 - 400,000 บาท	45	60.81	190	58.28
400,001 - 600,000 บาท	12	16.22	31	9.51
รวม	74	100.00	326	100.00

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 200,001 - 400,000 บาท ร้อยละ 60.81 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 200,000 บาท ร้อยละ 22.97 และ 400,001 - 600,000 บาท ร้อยละ 16.22 ตามลำดับ

และราคาของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ 200,001 - 400,000 บาท ร้อยละ 58.28 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 200,000 บาท ร้อยละ 32.21 และ 400,001 - 600,000 บาท ร้อยละ 9.51 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ญาติ/เพื่อน	25	33.78	120	36.81
โทรทัศน์	0	0.00	0	0.00
วิทยุ	10	13.51	29	8.90
หนังสือพิมพ์	0	0.00	4	1.23
แผ่นพับ/ใบปลิว	11	14.86	31	9.51
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา	20	27.03	86	26.38
นิตยสารรถยนต์	27	36.49	109	33.44
เว็บไซต์	18	24.32	104	31.90
พนักงานขายของเต็นท์	5	6.76	21	6.44
รู้ด้วยตนเอง	13	17.57	55	16.87
อื่นๆ	0	0.00	3	0.92

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย แบ่งเป็น ผู้ที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง 74 ราย และ แบ่งเป็น ผู้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง 326 ราย  
อื่นๆ ได้แก่ ป้ายหน้าเต็นท์ (2 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.70 พบว่า แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ นิตยสารรถยนต์ ร้อยละ 36.49 รองลงมาคือ ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 33.78 และ โปสเตอร์/ป้ายโฆษณา ร้อยละ 27.03 ตามลำดับ

และ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเต็นท์รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 36.81 รองลงมาคือ นิตยสารรถยนต์ ร้อยละ 33.44 และ เว็บไซต์ ร้อยละ 31.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และบุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	7	9.46	27	8.28
บุคคลในครอบครัว	16	21.62	61	18.71
แฟน/คู่สมรส	32	43.24	130	39.88
ตนเอง	14	18.92	81	24.85
พนักงานขายของเต็นท์	2	2.70	23	7.06
อื่นๆ	3	4.06	4	1.22
<b>รวม</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>326</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ ญาติ / พี่น้อง (4 ราย) และ ไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.71 พบว่า บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ แฟน/คู่สมรส ร้อยละ 43.24 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 21.62 และ ตนเอง ร้อยละ 18.92 ตามลำดับ

และ บุคคลแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ แฟน/คู่สมรส ร้อยละ 39.88 รองลงมาคือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 24.85 และ บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 18.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง และเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง

เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วน บุคคลมือสอง	ซื้อ n = 74		ไม่ซื้อ n = 326	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงเด่นที่น่าเชื่อถือ	34	45.95	132	40.49
คุณภาพรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง	48	64.86	190	58.28
ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าคันที่อื่น	26	35.14	156	47.85
ความหลากหลายของราคา	20	27.03	125	38.34
มีแบบรถยนต์ให้เลือกมาก	26	35.14	99	30.37
เงื่อนไขการชำระเงินเหมาะสม	17	22.97	40	12.27
กระบวนการซื้อมีความรวดเร็ว	7	9.46	18	5.52
พนักงานขายให้ข้อมูลดี	3	4.05	15	4.60
เพื่อน ญาติ คนรู้จักแนะนำ	5	6.76	36	11.04
การเดินทางมาที่ศูนย์รถยนต์สะดวก	8	10.81	39	11.96
การแจกของแถมมีความเหมาะสม	1	1.35	8	2.45
มีการรับประกันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล มือสองหลังซื้อ	9	12.16	32	9.82
การตกแต่งคันที่รถยนต์ สวยงาม	0	0.00	21	6.44
การโฆษณาประชาสัมพันธ์น่าเชื่อถือ	3	4.05	27	8.28
เว็บไซต์ของศูนย์รถยนต์ให้รายละเอียด ชัดเจน	20	27.03	84	25.77
อื่นๆ	2	2.70	4	1.23

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย แบ่งเป็น ผู้ที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วน  
บุคคลมือสอง 74 ราย และ แบ่งเป็น ผู้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง 326 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สามารถจัดการกระบะให้ตามที่ต้องการได้ (3 ราย) สามารถผ่อนชำระค่ารถยนต์กับเต็นท์ได้ (2 ราย) และไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.72 พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ คุณภาพรถยนต์มือสอง ร้อยละ 64.86 รองลงมาคือ ชื่อเสียงเต็นท์น่าเชื่อถือ ร้อยละ 45.95 และ ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเต็นท์อื่น ร้อยละ 35.14 ตามลำดับ

และ เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสอง ส่วนใหญ่ คือ คุณภาพรถยนต์มือสอง ร้อยละ 58.28 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเต็นท์อื่น ร้อยละ 47.85 และ ชื่อเสียงเต็นท์น่าเชื่อถือ ร้อยละ 40.49 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved