

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยทำการศึกษาจากผู้สนใจที่เดินทางมาที่ศูนย์บริการเพื่อเลือกชมรถยนต์ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 400 ราย ผลการวิเคราะห์นำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งเอนกประสงค์ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาในการซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ของผู้บริโภครในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	242	60.5
หญิง	158	39.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชายคิดเป็นร้อยละ 60.50 และ เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 39.50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	27	6.75
20 – 29 ปี	76	19.00
30 – 39 ปี	163	40.75
40 – 49 ปี	113	28.25
50 – 59 ปี	21	5.25
60 ปีขึ้นไป	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.25 และอายุอยู่ในช่วง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา	6	1.50
ปวช.	27	6.75
ปวส. / อนุปริญญา	74	18.50
ปริญญาตรี	211	52.75
สูงกว่าปริญญาตรี	82	20.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา เป็นระดับ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20.50 และ เป็นระดับ ปวส. / อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 18.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
โสด	199	49.75
สมรส	194	48.50
หม้าย / หย่าร้าง	7	1.75
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีสถานทางครอบครัวเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมา สมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 48.50 และเป็นหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่มีในครอบครัว

จำนวนสมาชิกที่มีในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	0	0
2 คน	29	7.25
3 คน	123	30.75
4 คน	103	25.75
5 คน	26	6.50
6 คน	36	9.00
7 คน	35	8.75
มากกว่า 7 คน	48	12.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และ จำนวนมากกว่า 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท	216	54.00
ข้าราชการ	18	4.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	76	19.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.00
ค้าขาย	51	12.75
เกษตรกร	0	0.00
อื่นๆ	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.00 และมีอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 12.75

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50,000 บาท	166	41.50
50,001 – 70,000 บาท	88	22.00
70,001 – 90,000 บาท	131	32.75
90,001 – 110,000 บาท	14	3.50
110,001 – 130,000 บาท	1	0.25
130,001 – 150,000 บาท	0	0.00
150,001 – 200,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 200,000 บาท	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.75 และ 50,001 – 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสมาชิกของครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
สามี – ภรรยา	126	31.50
พ่อ – แม่	198	49.50
ลูก	52	13.00
คนรับใช้	1	0.25
เพื่อน	10	2.50
ญาติ	12	3.00
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวเป็นพ่อ – แม่ คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาเป็นสามี – ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 31.50 และลูก คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของรถที่เคยใช้มาก่อน

รถที่เคยใช้มาก่อน	จำนวน	ร้อยละ
รถมอเตอร์ไซด์	49	12.25
รถเก๋ง	210	52.50
รถกระบะ / ปิคอัพ	66	16.50
รถยนต์แบบเอนกประสงค์	75	18.75
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้รถเก๋งมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาเป็นรถยนต์เอนกประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 18.75 และเป็นรถกระบะ / ปิคอัพ 16.50

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุการใช้งานของรถที่เคยใช้

อายุการใช้งานของรถ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	0	0
2 ปี	52	13.00
3 ปี	17	4.25
4 ปี	19	4.75
5 ปี	93	23.25
มากกว่า 5 ปี	219	54.75
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้รถนานมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา ใช้รถนาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.25 และ ใช้รถนาน 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนรถคันใหม่

เหตุผลที่เปลี่ยนรถคันใหม่	จำนวน	ร้อยละ
รถมีปัญหาบ่อย	24	6.00
ค่าซ่อมบำรุงสูง	73	18.25
รูปแบบล้าสมัย	6	1.50
รถเก่าหมดสภาพ	237	59.25
ความพึงพอใจ	60	15.00
หน้าที่การงานใหม่	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เปลี่ยนรถใหม่เนื่องจากรถเก่าหมดสภาพ คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมา มีค่าซ่อมบำรุงสูง คิดเป็นร้อยละ 18.25 และความพึงพอใจ 15.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนรถที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนรถยนต์ที่มีใช้	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	284	71.00
2 คัน	78	19.50
3 คัน	24	6.00
4 คัน	0	0.00
อื่นๆ	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรถยนต์จำนวน 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา มีรถยนต์จำนวน 2 คัน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ จำนวน 3 คัน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งแบบ
เอนกประสงค์ที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนรถยนต์เอนกประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	237	59.25
2 คัน	2	0.50
3 คัน	0	0.00
4 คัน	0	0.00
อื่นๆ	161	40.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรถยนต์เอนกประสงค์จำนวน 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาเป็นอื่นๆ ได้แก่ ไม่มีรถยนต์เอนกประสงค์ และกำลังอยู่ระหว่างการเลือกสรรและตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 40.25

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลำดับที่ของรถที่ซื้อคันล่าสุด

ลำดับที่ของรถที่ซื้อคันล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
คันที่ 1	288	72.00
คันที่ 2	3	0.75
คันที่ 3	109	27.25
คันที่ 4	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์คันล่าสุดเป็นคันที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา ซื้อรถยนต์เป็นคันที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 27.25

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

เงื่อนไขในการจ่ายเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	154	38.50
เงินผ่อน	246	61.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลเอนกประสงค์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อของรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เบนซ์	39	9.75
โฟล์ค	0	0.00
โตโยต้า	57	14.25
มาสด้า	16	4.00
ฮอนด้า	74	18.50
ไคสเลอร์	0	0.00
ซีตรอง	17	4.25
เกีย	51	12.75
เชียท	16	4.00
มิตซูบิชิ	18	4.50
อื่นๆ	112	28.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่การที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประเภทของรถเป็นรถอื่นๆ

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์เอนกประสงค์ยี่ห้อฮอนด้า คิดเป็นร้อยละ 18.50 รองลงมาเป็นโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 14.25 และยี่ห้อเกีย คิดเป็นร้อยละ 12.75

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลเอนกประสงค์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ในกิจการของบริษัท	10	2.50
รับจ้าง	28	7.00
ใช้ส่วนตัว	263	65.75
ท่องเที่ยว	86	21.50
อื่นๆ	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรถยนต์เอนกประสงค์เพื่อใช้ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา ใช้ในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.50 และรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่ริเริ่มเสนอให้ซื้อรถ

ผู้ริเริ่มเสนอให้ซื้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	273	68.25
พ่อ – แม่	63	15.75
สามี – ภรรยา	56	14.00
ญาติ	0	0.00
เพื่อน	0	0.00
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ริเริ่มเสนอให้ซื้อรถ คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมา เป็นพ่อ – แม่ คิดเป็นร้อยละ 15.75 สามี – ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่ให้การแนะนำในการซื้อรถ

ผู้ให้คำแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	229	57.25
พ่อ – แม่	66	16.50
สามี – ภรรยา	9	2.25
ญาติ	87	21.75
เพื่อน	0	0.00
อื่นๆ	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ให้การแนะนำในการซื้อรถเอง คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา เป็นญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.75 และเป็น พ่อ – แม่ คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในการให้ซื้อรถ

ผู้ตัดสินใจให้ซื้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	313	78.25
พ่อ – แม่	46	11.50
สามี – ภรรยา	41	10.25
ญาติ	0	0.00
เพื่อน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อรถเอง คิดเป็นร้อยละ 78.25 รองลงมา เป็นพ่อ – แม่ คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ สามี – ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อรถ

เกณฑ์การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์สูงสุด	155	38.75
ความพึงพอใจสูงสุด	89	22.25
ความสามารถในการซื้อ/ผ่อนชำระ	156	39.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์ความสามารถในการซื้อ/ผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจซื้อรถเท่าๆกัน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมา เป็นความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 22.25

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคล
ไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 22 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภคนใน
กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อันดับ 1 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 1)	ค่าเฉลี่ยถ่วง น้ำหนัก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	192	138	70	153.67
ปัจจัยด้านราคา	142	202	56	147.67
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	29	147	192	95.50
ปัจจัยด้านส่งเสริมการ ตลาด	59	149	193	111.33
ปัจจัยด้านบุคคล	67	147	186	113.50
ปัจจัยด้านกระบวนการ	61	129	210	108.50
ปัจจัยด้านหลักฐานทาง กายภาพ	41	96	263	96.30

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์
โดยเรียงอันดับดังนี้คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคคล

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำ ดับ ที่
1. ทักษณวิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	0 0	3 0.75	121 30.25	91 22.75	185 46.25	4.14	มาก	12
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	0 0	0 0	0 0	246 61.50	154 38.50	4.38	มาก	5
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	0 0	0 0	0 0	325 81.25	75 18.75	4.19	มาก	10
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	0 0	0 0	18 4.50	260 65.00	122 30.50	4.26	มาก	8
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	0 0	0 0	50 12.50	269 67.25	81 20.25	4.08	มาก	13
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	0 0	8 2.00	14 3.50	81 20.25	297 74.25	4.69	มากที่สุด	2
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	0 0	8 2.00	33 8.25	211 52.75	148 37.00	4.67	มากที่สุด	3
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	0 0	0 0	17 4.25	87 21.75	148 37.00	4.25	มาก	9
9. ประหยัดน้ำมัน	0 0	0 0	17 4.25	87 21.75	296 74.00	4.70	มากที่สุด	1
10. ชื่อเสียงของยี่ห้อ	23 5.75	5 1.25	121 30.25	170 42.50	81 20.25	3.70	มาก	17
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	15 3.75	91 22.75	82 20.50	177 44.25	35 8.75	3.32	น้อย	18
12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่งสบาย	0 0	0 0	155 38.75	176 44.00	69 17.25	3.78	มาก	15
13. รูปลักษณ์	0 0	0 0	83 20.75	167 41.75	150 37.50	4.17	มาก	11
14. ตัวถังแข็งแรง	0 0	0 0	22 5.50	173 43.25	205 51.25	4.46	มาก	4
15. สีของรถ	0 0	27 6.75	57 14.25	259 64.75	57 14.25	3.86	มาก	14

ตารางที่ 23 (ต่อ)

16. บริการหลังการขาย	0	0	53	183	164	4.28	มาก	7
	0	0	13.25	45.75	42.00			
17. ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ	28	8	108	219	37	3.57	มาก	16
	7.00	2.00	27.00	54.75	9.25			
18. ระบบเบรคทันสมัย	0	0	36	147	217	4.45	มาก	4
	0	0	9.00	36.75	54.25			
19. มีการรับประกันอะไหล่	0	1	59	172	168	4.27	มาก	6
	0	0.25	14.75	43.00	42.00			
20. ขนาดของตัวรถ	0	1	96	150	153	4.14	มาก	12
	0	0.25	24.00	37.50	38.25			
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.16	มาก	-

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน รองลงมาเป็นการทรงตัวดีขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูง และทรงตัวดีขณะเข้าโค้ง

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. ราคารถยนต์	19 4.75	22 5.50	63 15.75	296 74.00	4.59	มากที่สุด	1
2. กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด	0 0	59 14.75	118 29.50	223 55.75	4.41	มาก	3
3. กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย	8 2.00	42 10.50	95 23.75	255 63.75	4.49	มาก	2
4. กรณีเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	11 2.75	61 15.25	229 57.25	99 24.75	4.04	มาก	5
5. เงินค่าน้ำต่ำ	37 9.25	111 27.75	160 40.00	92 23.00	3.77	มาก	6
6. การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	95 23.75	46 11.50	149 37.25	110 27.50	3.69	มาก	8
7. สามารถผ่อนเงินค่าน้ำได้	36 9.00	118 29.50	167 41.75	79 19.75	3.72	มาก	7
8. ราคาอะไหล่ถูก	0 0	28 7.00	196 49.00	176 44.00	4.30	มาก	4
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	28 7.00	0 0	198 49.50	174 43.50	4.30	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	4.14	มาก	-

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ราคารถยนต์ รองลงมาเป็นกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และ กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ
ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการ เดินทาง	0 0	14 3.50	37 9.25	125 31.25	224 56.00	4.40	มาก	1
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	14 3.50	36 9.00	126 31.50	131 32.75	93 23.25	3.63	มาก	8
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมี ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	14 3.50	1 0.25	43 10.8	205 51.25	137 34.25	4.13	มาก	5
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมี สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่ง ไปยัง สถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	0 0	14 3.50	24 6.00	256 64.00	106 26.50	4.14	มาก	4
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมี สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	0 0	14 3.50	9 2.25	267 66.8	109 27.25	4.14	มาก	4
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	0 0	14 3.50	9 2.25	268 67	109 27.25	4.18	มาก	3
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ หลายแห่ง	0 0	14 3.50	17 3.50	297 74.25	72 18.00	4.07	มาก	7
8. มีบริการรับรถเพื่อช้อปปิ้งนอก สถานที่	0 0	22 5.50	23 5.75	239 59.75	116 29.00	4.12	มาก	6
9. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการสะดวกต่อการ ติดต่อและใช้บริการ	0 0	14 3.50	24 6.00	192 48.00	170 42.50	4.29	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.12	มาก	-

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน
การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรก
ได้แก่ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาเป็นเวลา
เปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ และติดต่อทาง
โทรศัพท์ที่ได้สะดวก

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	0 0	14 3.50	20 5.00	163 40.75	203 50.75	4.39	มาก	1
2. มีของแถมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	0 0	25 6.25	147 36.75	195 48.75	33 8.25	3.59	มาก	5
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	0 0	14 3.50	20 5.00	167 41.75	199 49.75	4.38	มาก	2
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ ต่างจังหวัด	9 2.25	22 5.50	27 6.75	256 64.00	86 21.50	3.97	มาก	4
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับ สมาชิก	0 0	30 7.50	127 31.75	220 55.00	23 5.75	3.59	มาก	5
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	0 0	22 5.50	21 5.25	229 57.25	128 32.00	4.16	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.01	มาก	-

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับ
แรกได้แก่ ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก รองลงมาเป็น แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี และฟรีค่าแรงใน
การซ่อม 1 ปี

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. พนักงานชายมีความรู้ในสินค้าเช่นอุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ	0 0	14 3.50	56 14.00	149 37.25	181 45.25	4.24	มาก	5
2. พนักงานชายมีความจริงใจและเสมอภาค	0 0	8 2.00	29 7.25	216 54.00	147 36.75	4.25	มาก	4
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาสุภาพ อ่อนนุ่ม และดูแลเป็นอย่างดี	0 0	8 2.00	21 5.25	207 51.75	164 41.00	4.32	มาก	3
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	0 0	0 0	23 5.75	87 21.75	290 72.50	4.67	มากที่สุด	1
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	5 1.25	0 0	26 6.50	129 32.25	240 60.00	4.50	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.39	มาก	-

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม รองลงมาเป็นศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และพนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาสุภาพ อ่อนนุ่ม และดูแลเป็นอย่างดี

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1. ความรวดเร็วในการ ให้บริการหลังการขาย	0 0	14 3.50	22 5.50	221 55.25	143 35.75	4.23	มาก	2
2. กระบวนการแนะนำสินค้า และพาชมรถตัวอย่าง น่าสนใจ	0 0	15 3.75	19 4.75	344 86.00	22 5.50	3.93	มาก	4
3. กระบวนการจองรถมี ความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	5 1.25	14 3.50	16 4.00	211 52.75	154 38.50	4.24	มาก	1
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	0 0	14 3.50	20 5.00	239 59.75	127 31.75	4.2	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.15	มาก	-

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรก
ได้แก่ กระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ รองลงมาเป็นความรวดเร็วในการ
ให้บริการหลังการขาย และกระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1. ป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและ ให้บริการชัดเจนดี	14 3.50	36 9.00	31 7.75	276 69.00	43 10.75	3.74	มาก	3
2. ภายในสำนักงานมีความ สะอาดดี	0	27 6.75	35 8.75	190 47.50	148 37.00	4.15	มาก	1
3. บรรยากาศภายในสำนักงานดี	14 3.50	13 3.25	35 8.75	190 47.50	148 37.00	4.11	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.00	มาก	-

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี รองลงมาเป็นบรรยากาศภายในสำนักงานดี และป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและให้บริการชัดเจนดี

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ทักษณวิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	4.27 มาก	8	3.96 มาก	15
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.38 มาก	5	4.39 มาก	8
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.17 มาก	10	4.22 มาก	12
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.29 มาก	7	4.22 มาก	12
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	4.00 มาก	13	4.20 มาก	13
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.66 มากที่สุด	2	4.73 มากที่สุด	3
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.62 มากที่สุด	3	4.75 มากที่สุด	1
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	4.08 มาก	11	4.50 มากที่สุด	6
9. ประหยัดน้ำมัน	4.67 มากที่สุด	1	4.74 มากที่สุด	2
10. ชื่อเสียงของยี่ห้อ	3.56 มาก	16	3.92 มาก	16
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.31 น้อย	18	3.32 น้อย	17
12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่งสบาย	3.62 มาก	15	4.04 มาก	14
13. รูปลักษณ์	4.05 มาก	12	4.34 มาก	9
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 มาก	-	4.29 มาก	-

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการประหยัดน้ำมัน เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญกับ การทรงตัวดีขณะเข้าโค้งเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ทักษะวิสัยทัศน์ เช่น กระจกกว้างมองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	5.00 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	3.96 มาก	3.88 มาก	4.43 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.00 มาก	4.84 มากที่สุด	4.36 มาก	4.27 มาก	4.05 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.00 มาก	4.67 มากที่สุด	4.07 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.00 มาก	4.67 มากที่สุด	3.98 มาก	4.50 มาก	4.00 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	3.00 น้อย	4.68 มากที่สุด	4.01 มาก	4.08 มาก	3.76 มาก
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	5.00 มากที่สุด	4.88 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.81 มากที่สุด	3.05 น้อย
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	5.00 มากที่สุด	4.79 มาก	4.65 มาก	4.83 มาก	3.05 น้อย
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	3.00 น้อย	4.49 มาก	4.36 มาก	4.42 มาก	3.24 น้อย
9. ประหยัดน้ำมัน	5.00 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.83 มากที่สุด	3.67 มาก
10. ซื่อเสียงของยี่ห้อ	3.00 น้อย	4.30 มาก	3.87 มาก	3.49 น้อย	2.33 น้อย
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.00 น้อย	4.05 มาก	3.22 น้อย	3.08 น้อย	3.05 น้อย
12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่งสบาย	4.00 มาก	4.18 มาก	3.79 มาก	3.55 มาก	3.33 น้อย
13. รูปลักษณ์	4.00 มาก	4.53 มากที่สุด	4.43 มาก	3.73 มาก	3.43 น้อย
14. ตัวถังแข็งแรง	4.00 มาก	4.53 มากที่สุด	4.43 มาก	3.73 มาก	3.43 น้อย

ตารางที่ 31 (ต่อ)

15. สีของรถ	2.00 น้อยที่สุด	4.11 มาก	4.25 มาก	3.58 มาก	4.00 มาก
16. บริการหลังการขาย	5.00 มากที่สุด	4.11 มาก	4.43 มาก	4.16 มาก	3.43 น้อย
17. ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ	1.00 ไม่มีผล	3.84 มาก	3.94 มาก	3.5 มาก	3.38 น้อย
18. ระบบเบรกทันสมัย	5.00 มากที่สุด	4.76 มากที่สุด	4.43 มาก	4.29 มาก	3.67 มาก
19. มีการรับประกันอะไหล่	5.00 มากที่สุด	3.96 มาก	4.45 มาก	4.15 มาก	3.67 มาก
20. ขนาดของตัวรถ	4.00 มาก	3.96 มาก	4.53 มากที่สุด	3.85 มาก	3.43 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 มาก	4.43 มาก	4.22 มาก	4.04 มาก	3.52 มาก

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.52)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ทักษะนิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	5.00 มากที่สุด	3.05 น้อย	4.25 มาก	4.59 มากที่สุด	4.14 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.00 มาก	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด	4.38 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.00 มาก	4.00 มาก	4.29 มาก	4.16 มาก	4.19 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.00 มาก	4.54 มากที่สุด	4.30 มาก	3.99 มาก	4.26 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	3.00 น้อย	4.01 มาก	4.29 มาก	3.99 มาก	4.08 มาก
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วย ความเร็วสูง	5.00 มากที่สุด	4.97 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	5.00 มากที่สุด	4.99 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.74 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัย ครบครัน	3.00 น้อย	4.97 มากที่สุด	4.22 มาก	4.07 มาก	4.25 มาก
9. ประหยัดน้ำมัน	5.00 มากที่สุด	4.96 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.76 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด
10. ชื่อเสียงของยี่ห้อ	3.00 น้อย	3.99 มาก	3.79 มาก	3.57 มาก	3.7 มาก
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.00 น้อย	3.96 มาก	3.42 น้อย	2.66 น้อย	3.32 น้อย
12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่ง สบาย	4.00 มาก	3.47 น้อย	3.97 มาก	3.57 มาก	3.78 มาก
13. รูปลักษณ์	4.00 มาก	3.46 น้อย	4.21 มาก	4.83 มากที่สุด	4.17 มาก
14. ตัวถังแข็งแรง	4.00 มาก	4.42 มาก	4.49 มาก	4.57 มากที่สุด	4.46 มาก

ตารางที่ 32 (ต่อ)

15. สีของรถ	2.00 น้อยที่สุด	3.89 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก	3.86 มาก
16. บริการหลังการขาย	5.00 มากที่สุด	4.41 มาก	4.02 มาก	4.67 มากที่สุด	4.28 มาก
17. ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ	1.00 ไม่มีผล	3.42 น้อย	3.85 มาก	3.89 มาก	3.57 มาก
18. ระบบเบรคทันสมัย	5.00 มากที่สุด	4.28 มาก	4.40 มาก	4.57 มากที่สุด	4.45 มาก
19. มีการรับประกันอะไหล่	5.00 มากที่สุด	4.39 มาก	4.08 มาก	4.40 มาก	4.27 มาก
20. ขนาดของตัวรถ	4.00 มาก	3.85 มาก	4.05 มาก	4.74 มากที่สุด	4.14 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 มาก	4.15 มาก	4.19 มาก	4.25 มาก	4.17 มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า ร้าง
1. ทักษะวิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มอง เห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	4.48 มาก	4.07 มาก	3.23 น้อย
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.55 มากที่สุด	4.32 มาก	4.00 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.27 มาก	4.15 มาก	4.00 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.27 มาก	4.02 มาก	4.77 มากที่สุด
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ ง่าย	4.17 มาก	3.98 มาก	4.00 มาก
6.การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความ เร็วสูง	4.8 มากที่สุด	4.49 มาก	4.77 มากที่สุด
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.77 มากที่สุด	4.47 มาก	4.77 มากที่สุด
8.อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบ ครัน	4.19 มาก	4.10 มาก	4.77 มากที่สุด
9.ประหยัดน้ำมัน	4.77 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.77 มากที่สุด
10.ชื่อเสียงของยี่ห้อ	3.91 มาก	3.58 มาก	3.31 น้อย
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.38 น้อย	3.23 น้อย	3.32 น้อย

ตารางที่ 33 (ต่อ)

12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่งสบาย	3.9 มาก	3.76 มาก	3.46 น้อย
13. รูปลักษณ์	4.43 น้อย	4.31 น้อย	3.00 น้อย
14. ตัวถังแข็งแรง	4.57 มากที่สุด	4.5 มากที่สุด	4.00 มาก
15. สีของรถ	3.81 มาก	4.22 มาก	3.23 น้อย
16. บริการหลังการขาย	4.33 มาก	4.42 มาก	3.77 มาก
17. ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ	3.57 มาก	3.82 มาก	3.00 น้อย
18. ระบบเบรกทันสมัย	4.69 มากที่สุด	4.41 มาก	3.77 มาก
19. มีการรับประกันอะไหล่	4.39 มาก	4.31 มาก	3.77 มาก
20. ขนาดของตัวรถ	4.26 มาก	4.46 มาก	3.0 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27 มาก	4.16 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโตด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้ว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ทิศนวิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	4.16 มาก	4.44 มาก	4.51 มากที่สุด	3.50 มาก	3.14 น้อย	5.00 มากที่สุด
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.52 มากที่สุด	4.00 มาก	4.51 มากที่สุด	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.27 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.19 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	4.98 มากที่สุด	4.00 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	4.19 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	3.00 น้อย
6.การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.7 มากที่สุด	3.17 น้อย	4.68 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.98 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.65 มากที่สุด	3.17 น้อย	4.68 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.98 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
8.อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	4.38 มาก	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.75 มากที่สุด	4.98 มากที่สุด	3.00 น้อย
9.ประหยัดน้ำมัน	4.74 มากที่สุด	3.61 มาก	4.72 มากที่สุด	3.5 มาก	4.98 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
10.ชื่อเสียงของยี่ห้อ	3.98 มาก	2.67 น้อย	3.11 น้อย	4.25 มาก	4.04 มาก	3.00 น้อย
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.44 น้อย	3.56 มาก	2.42 น้อยที่สุด	4.00 มาก	4.06 มาก	3.0 น้อย
12.ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งสบาย	3.9 มาก	3.56 มาก	3.84 มาก	4.00 มาก	3.12 น้อย	4.00 มาก
13. รูปลักษณ์	4.44 มาก	3.5 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	3.12 น้อย	4.00 มาก

ตารางที่ 34 (ต่อ)

14. ตัวถังแข็งแรง	4.61 มากที่สุด	3.61 มาก	4.72 มากที่สุด	4.00 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
15. สีของรถ	4.23 มาก	3.94 มาก	3.96 มาก	4.00 มาก	3.12 น้อย	2.00 น้อยที่สุด
16. บริการหลังการขาย	4.29 มาก	3.56 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	5.00 มากที่สุด
17. ยี่ห้อของ เครื่องปรับอากาศ	3.84 มาก	3.56 มาก	3.99 มาก	4.00 มาก	3.08 น้อย	1.00 ไม่มีผล
18. ระบบเบรกทันสมัย	4.53 มากที่สุด	3.61 มาก	4.54 มากที่สุด	4.25 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
19. มีการรับประกันอะไหล่	4.32 มาก	3.06 น้อย	4.33 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
20. ขนาดของตัวรถ	4.36 มาก	3.06 น้อย	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29 มาก	3.56 มาก	4.18 มาก	4.10 มาก	4.05 มาก	3.95 มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ยังไม่ได้ทำงาน กำลังหางานทำ พ่อบ้าน แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ทักษะนิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	3.75 มาก	3.91 มาก	4.82 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.33 มาก	4.27 มาก	4.58 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.11 มาก	4.20 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	4.19 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.24 มาก	4.42 มาก	4.31 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	4.08 มาก	4.24 มาก	4.07 มาก	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.73 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.72 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.73 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	4.55 มากที่สุด	4.5 มากที่สุด	3.72 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
9. ประหยัดน้ำมัน	4.77 มากที่สุด	4.49 มาก	4.82 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
10. ซื่อเสียงของยี่ห้อ	4.02 มาก	3.68 มาก	3.28 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.54 มาก	3.52 มาก	2.92 น้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก
12. ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งสบาย	3.73 มาก	4.09 มาก	3.61 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
13. รูปลักษณ์	4.19 มาก	3.84 มาก	4.28 มาก	5.00 มากที่สุด	3.0 น้อย

ตารางที่ 35 (ต่อ)

14. ตัวถังแข็งแรง	4.49 มาก	3.84 มาก	4.28 มาก	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
15. สีของรถ	4.08 มาก	3.82 มาก	3.61 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
16. บริการหลังการขาย	4.31 มาก	3.98 มาก	4.47 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
17. ยี่ห้อของ เครื่องปรับอากาศ	3.72 มาก	3.64 มาก	3.40 น้อย	3.00 น้อย	3.57 มาก
18. ระบบเบรกทันสมัย	4.45 มาก	4.17 มาก	4.81 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
19. มีการรับประกันอะไหล่	4.36 มาก	3.94 มาก	4.51 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
20. ขนาดของตัวรถ	4.18 มาก	3.74 มาก	4.37 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก	4.08 มาก	4.18 มาก	3.70 มาก	4.18 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สด	ผ่อน
1. ทิศนวิสัยดี เช่นกระจกกว้าง มองเห็นชัด ไฟหน้าสว่าง	4.52 มากที่สุด	3.91 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	4.49 มาก	4.32 มาก
3. สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	4.20 มาก	4.18 มาก
4. เครื่องยนต์เดินเรียบ	4.08 มาก	4.37 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ง่าย	3.92 มาก	4.18 มาก
6. การทรงตัวดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.59 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด
7. การทรงตัวดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.55 มากที่สุด	4.74 มากที่สุด
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยครบครัน	4.07 มาก	4.36 มาก
9. ประหยัดน้ำมัน	4.68 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
10. ชื่อเสียงของยี่ห้อ	3.74 มากที่สุด	3.68 มาก
11. มีหลายรุ่นให้เลือก	3.31 น้อย	3.32 น้อย
12. ห้องโดยสารกว้างขวาง นั่งสบาย	3.90 มาก	3.71 มาก

ตารางที่ 36 (ต่อ)

13. รูปลักษณ์	4.55 มากที่สุด	3.93 มาก
14. ตัวถังแข็งแรง	4.41 มาก	4.49 มาก
15. สีของรถ	3.76 มาก	3.93 มาก
16. บริการหลังการขาย	4.47 มาก	4.16 มาก
17. ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ	3.18 น้อย	3.82 มาก
18. ระบบเบรคทันสมัย	4.53 มากที่สุด	4.40 มาก
19. มีการรับประกันอะไหล่	4.30 มาก	4.25 มาก
20. ขนาดของตัวรถ	4.18 มาก	4.11 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 มาก	4.16 มาก

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ราคารถยนต์	4.70 มากที่สุด	1	4.42 มาก	2
2. อนุมัติสินเชื่อเงินสดมีส่วนลด	4.37 มาก	3	4.47 มาก	1
3. อนุมัติสินเชื่อเงินผ่อนสามารถ ซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย	4.57 มากที่สุด	2	4.38 มาก	3
4. อนุมัติเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ย ต่ำ	4.17 มาก	6	3.85 มาก	5
5. เงินคาวนต่ำ	3.90 มาก	7	3.57 มาก	7
6. การให้ระยะเวลาในการ ผ่อนนานกว่าปกติ	3.90 มาก	7	3.53 มาก	8
7. สาธารณผ่อนเงินคาวนได้	3.64 มาก	8	3.84 มาก	6
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.36 มาก	4	4.22 มาก	4
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.35 มาก	5	4.22 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 มาก	-	4.05 มาก	-

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวม
ต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย
เรื่องราคารถยนต์ เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญกับอนุมัติสินเชื่อเงินสดมีส่วนลดเป็น
ลำดับแรก

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ราคาจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ราคารถยนต์	5.00 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.47 มาก	4.82 มากที่สุด	3.43 น้อย
2. กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด	4.00 มาก	4.34 มาก	4.34 มาก	4.84 มากที่สุด	3.43 มาก
3. กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อ ได้โดยไม่มีดอกเบี้ย	5.00 มากที่สุด	4.24 มาก	4.52 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	3.43 น้อย
4. กรณีเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	4.00 มาก	4.22 มาก	3.91 มาก	4.30 มาก	3.00 น้อย
5. เงินดาวน์ต่ำ	4.00 มาก	4.08 มาก	3.42 น้อย	4.15 มาก	2.95 น้อย
6. การให้ระยะเวลาในการผ่อน นานกว่าปกติ	4.00 มาก	4.09 มาก	3.25 น้อย	4.02 มาก	3.38 น้อย
7. สามารถผ่อนเงินดาวน์ได้	2.00 น้อยที่สุด	4.17 มาก	3.83 มาก	3.73 มาก	3.43 น้อย
8. ราคาอะไหล่ถูก	5.00 มากที่สุด	4.43 มาก	4.17 มาก	4.37 มาก	3.52 มาก
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	5.00 มากที่สุด	4.43 มาก	4.16 มาก	4.37 มาก	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 มาก	4.29 มาก	4.00 มาก	4.37 มาก	3.34 น้อย

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ
ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่
ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่
ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่
ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่
ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ราคารถยนต์	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.31 มาก	4.91 มาก
2. กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.97 มากที่สุด	4.24 มาก	4.57 มากที่สุด
3. กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดย ไม่มีดอกเบี้ย	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.97 มากที่สุด	4.27 มาก	4.57 มากที่สุด
4. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.54 มากที่สุด	3.99 มาก	3.80 มาก
5. เงินค่าน้ำดื่ม	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.54 มากที่สุด	3.70 มาก	3.22 น้อย
6. การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่า ปกติ	4.83 มากที่สุด	4.00 มาก	4.55 มากที่สุด	3.65 มาก	2.79 น้อย
7. สามารถผ่อนเงินค่าน้ำได้	4.83 มากที่สุด	2.00 ไม่มีผล	4.42 มาก	3.80 มาก	3.39 น้อย
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.83 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.04 มาก	4.11 มาก	4.74 มากที่สุด
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.83 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.01 มาก	4.11 มาก	4.74 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 มาก	4.20 มาก	4.56 มากที่สุด	4.02 มาก	4.08 มาก

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้
ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัย
ด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญ
โดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ
ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ
โดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านราคา	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า ร้าง
1. ราคารถยนต์	4.49 มาก	4.66 มากที่สุด	4.77 มากที่สุด
2. กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด	4.32 มาก	4.38 มาก	4.77 มากที่สุด
3. กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย	4.47 มาก	4.50 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด
4. กรณีเช่าซื้อมือถือราคาดอกเบี้ยต่ำ	4.03 มาก	3.84 มาก	4.54 มากที่สุด
5. เงินค่าน้ำต่ำ	3.60 มาก	3.56 มาก	4.77 มากที่สุด
6. การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	3.55 มาก	3.40 น้อย	4.77 มากที่สุด
7. สามารถผ่อนเงินค่าน้ำได้	3.51 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.38 มาก	4.31 มาก	4.00 มาก
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.37 มาก	4.31 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 มาก	4.09 มาก	4.46 มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น โสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่รณมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้ว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่รณมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่รณมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ราคา จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ราคารถยนต์	4.48 มาก	4.11 มาก	4.72 มากที่สุด	4.25 มาก	4.90 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
2. ภาษีซื้อเงินสดมี ส่วนลด	4.26 มาก	4.06 มาก	4.72 มากที่สุด	4.25 มาก	4.94 มากที่สุด	4.00 มาก
3. ภาษีซื้อเงินผ่อน สามารถซื้อได้โดยไม่มี ดอกเบี้ย	4.37 มาก	4.11 มาก	4.50 มากที่สุด	4.25 มาก	4.92 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
4. ภาษีเช่าซื้อที่มีอัตรา ดอกเบี้ยต่ำ	3.93 มาก	3.67 มาก	3.82 มาก	4.25 มาก	4.94 มากที่สุด	4.00 มาก
5. เงินค่านำตัด	3.58 มาก	3.17 น้อย	3.49 น้อย	4.25 มาก	4.94 มากที่สุด	4.00 มาก
6. การให้ระยะเวลาใน การผ่อนนานกว่าปกติ	3.54 มาก	3.11 น้อย	3.14 น้อย	4.25 มาก	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก
7. สาธารณผ่อนเงิน ค่านำตัด	3.98 มาก	3.11 น้อย	3.49 น้อย	4.00 มาก	4.06 มาก	2.00 น้อยที่สุด
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.26 มาก	3.11 น้อย	4.68 มากที่สุด	4.00 มาก	4.02 มาก	5.00 มากที่สุด
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.25 มาก	3.11 น้อย	4.68 มากที่สุด	4.00 มาก	4.02 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 มาก	3.5 มาก	4.13 มาก	4.16 มาก	4.63 มาก	4.22 มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

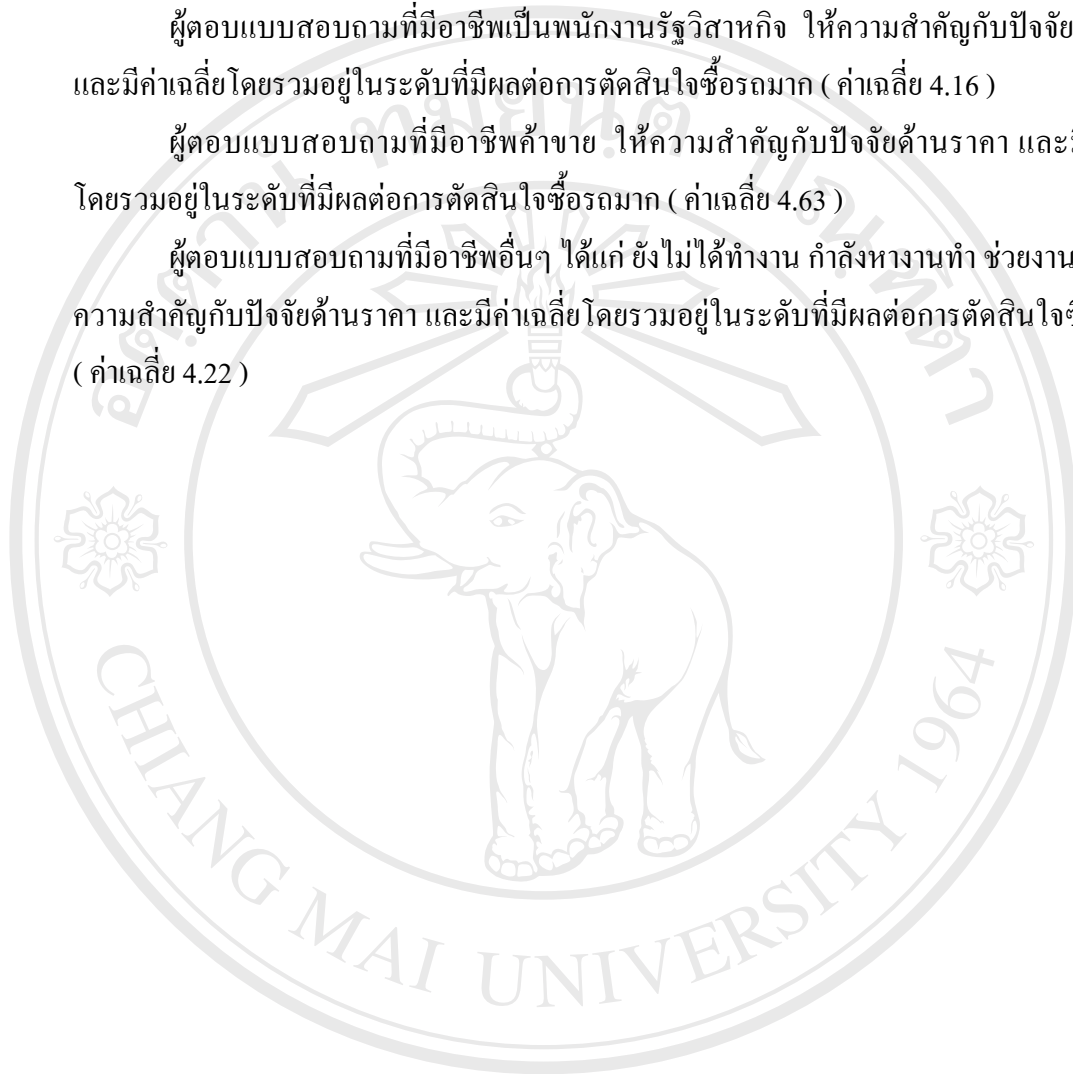
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ยังไม่ได้ทำงาน กำลังหางานทำ ช่วยงานที่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ราคารถยนต์	4.49 มาก	4.42 มาก	4.79 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก
2. กรณีซื้อเงินสดมี ส่วนลด	4.52 มากที่สุด	4.44 มาก	4.40 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. กรณีซื้อเงินผ่อน สามารถซื้อได้โดยไม่มี ดอกเบี้ย	4.54 มากที่สุด	4.22 มาก	4.78 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. กรณีเช่าซื้อมีอัตรา ดอกเบี้ยต่ำ	4.11 มาก	4.06 มาก	4.05 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. เงินคาวน์ต่ำ	3.75 มาก	4.09 มาก	3.66 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย
6. การให้ระยะเวลาใน การผ่อนนานกว่าปกติ	3.69 มาก	4.11 มาก	3.46 น้อย	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
7. สามารถผ่อนเงิน คาวน์ได้	3.85 มาก	3.99 มาก	3.34 น้อย	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.10 มาก	4.26 มาก	4.60 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.10 มาก	4.26 มาก	4.60 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 มาก	4.20 มาก	4.18 มาก	3.44 น้อย	4.30 มาก

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.3)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านราคา	สด	ผ่อน
1. ราคารถยนต์	4.60 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด
2. กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด	4.25 มาก	4.51 มากที่สุด
3. กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีคอกเบี้ย	4.19 มาก	4.68 มากที่สุด
4. กรณีเช่าซื้อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.81 มาก	4.18 มาก
5. เงินคาวน์ต่ำ	3.49 น้อย	3.94 มาก
6. การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	3.45 น้อย	3.83 มาก
7. สามารถผ่อนเงินคาวน์ได้	3.44 น้อย	3.90 มาก
8. ราคาอะไหล่ถูก	4.68 มาก	4.07 มาก
9. ราคาค่าตรวจเช็ค	4.68 มากที่สุด	4.06 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 มาก	4.20 มาก

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.33 มาก	1	4.51 มากที่สุด	1
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.57 มาก	9	3.72 มาก	8
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ สะดวกและเพียงพอ	4.17 มาก	6	4.06 มาก	5
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.19 มาก	5	4.04 มาก	6
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.23 มาก	2	4.01 มาก	7
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.22 มาก	3	4.11 มาก	4
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.06 มาก	7	4.08 มาก	
8. มีบริการรับรถเพื่อช้อปปิ้งนอกสถานที่	3.96 มาก	8	4.37 มาก	3
9. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.21 มาก	4	4.42 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 มาก	-	4.15 มาก	-

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทางการประหยัดน้ำมัน เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.00 มาก	4.43 มาก	4.40 มาก	4.56 มากที่สุด	3.90 มาก
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	2.00 น้อยที่สุด	3.91 มาก	3.71 มาก	3.77 มากที่สุด	3.43 น้อย
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.00 มาก	3.95 มาก	4.41 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.00 มาก	3.99 มาก	4.33 มาก	4.03 มาก	3.90 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	5.00 มากที่สุด	3.71 มาก	4.40 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	4.00 มาก	4.07 มาก	4.44 มาก	4.03 มาก	3.67 มาก
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.00 มาก	4.26 มาก	4.15 มาก	3.87 มาก	3.86 มาก
8. มีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่	4.00 มาก	4.25 มาก	4.37 มาก	3.88 มาก	3.24 น้อย
9. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.00 มาก	3.96 มาก	4.69 มากที่สุด	4.14 มาก	3.67 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 มาก	4.06 มาก	4.32 มาก	4.00 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.71)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	มัธยม ศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	4.97 มากที่สุด	4.14 มาก	4.65 มากที่สุด
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.67 มากที่สุด	2.00 น้อยที่สุด	4.51 มากที่สุด	3.56 มาก	3.49 น้อย
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	4.39 มาก	3.82 มาก	4.66 มากที่สุด
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	4.01 มาก	3.98 มาก	4.66 มากที่สุด
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.83 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	3.87 มาก	4.66 มากที่สุด
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.99 มาก	4.09 มาก	4.66 มากที่สุด
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	4.02 มาก	4.23 มาก
8. มีบริการรับรถเพื่อซ่อมรถสถานที่	4.00 มาก	4.00 มาก	4.41 มาก	4.07 มาก	4.06 มาก
9. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.00 มาก	4.00 มาก	4.41 มาก	4.10 มาก	4.82 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.46 มาก	3.88 มาก	4.30 มาก	3.96 มาก	4.43 มาก

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.39 มาก	4.44 มาก	4.31 มาก
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.49 น้อย	3.64 มาก	4.08 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.13 มาก	4.48 มาก	3.31 น้อย
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรักลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.24 มาก	4.25 มาก	3.54 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.33 มาก	4.24 มาก	3.31 น้อย
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.32 มาก	4.26 มาก	3.54 มาก
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.20 มาก	4.11 มาก	3.54 มาก
8. มีบริการรับรถเพื่อช้อปปิ้งนอกสถานที่	4.28 มาก	4.16 มาก	3.54 มาก
9. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.36 มาก	4.54 มาก	3.54 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19 มาก	4.24 มาก	3.63 มาก

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.46 มาก	3.06 น้อย	4.36 มาก	4.00 มาก	4.98 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.83 มาก	2.61 น้อย	2.93 น้อย	4.00 มาก	4.98 มากที่สุด	4.00 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.27 มาก	3.56 มาก	3.96 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.22 มาก	3.56 มาก	4.14 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.13 มาก	4.06 มาก	3.96 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.26 มาก	4.06 มาก	4.14 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.16 มาก	4.06 มาก	3.84 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	2.00 น้อย
8. มีบริการรับรถเพื่อซ่อมรถนอกสถานที่	4.31 มาก	3.61 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	5.00 มากที่สุด
9. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.46 มาก	3.56 มาก	4.32 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 มาก	3.57 มาก	3.93 มาก	4.00 มาก	4.27 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ยังไม่ได้ทำงาน กำลังหางานทำ ช่วยงานที่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1.ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.57 มากที่สุด	4.17 มาก	4.49 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.98 มาก	3.86 มาก	2.99 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.21 มาก	3.63 มาก	4.37 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.13 มาก	3.82 มาก	4.37 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.23 มาก	3.66 มาก	4.37 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.27 มาก	3.83 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.13 มาก	3.92 มาก	4.09 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
8. มีบริการรับรถเพื่อซ่อมรถสถานที่	4.43 มาก	3.92 มาก	3.99 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
9. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.42 มาก	3.90 มาก	4.43 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 มาก	3.86 มาก	4.16 มาก	3.8 มาก	4.11 มาก

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	สด	ผ่อน
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง	4.42 มาก	4.39 มาก
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.66 มาก	3.61 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ สะดวกและเพียงพอ	4.27 มาก	4.03 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.27 มาก	4.05 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.50 มากที่สุด	3.92 มาก
6. ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.31 มาก	4.10 มาก
7. มีศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการหลายแห่ง	4.21 มาก	3.98 มาก
8. มีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่	4.10 มาก	4.13 มาก
9. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.29 มาก	4.30 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 มาก	4.06 มาก

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.23 มาก	1	4.63 มาก	1
2. มีของเกมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	3.51 มาก	4	3.71 มาก	6
3. เกมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.23 มาก	1	4.61 มาก	2
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ ต่างจังหวัด	3.86 มาก	3	4.15 มาก	4
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับ สมาชิก	3.41 มาก	5	3.86 มาก	5
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.14 มาก	2	4.19 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 มาก	-	4.19 มาก	-

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรกเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรกเป็นอันดับแรก เช่นกัน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.00 มาก	4.30 มาก	4.71 มากที่สุด	4.17 มาก	3.90 มาก
2. มีของแถมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	3.0 น้อย	3.43 น้อย	3.90 มาก	3.34 น้อย	3.86 มาก
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.00 มาก	4.32 มาก	4.67 มากที่สุด	4.17 มาก	3.90 มาก
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด	4.00 มาก	4.04 มาก	4.15 มาก	3.75 มาก	3.48 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.0 น้อย	3.47 น้อย	3.96 มาก	3.35 น้อย	3.24 น้อย
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.00 มาก	4.00 มาก	4.34 มาก	4.15 มาก	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 น้อย	3.92 มาก	4.29 มาก	3.80 มาก	3.65 มาก

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มัธยม ศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.83 มากที่สุด	4.00 มาก	4.38 มาก	4.26 มาก	4.82 มากที่สุด
2. มีของแถมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	4.67 มากที่สุด	3.00 น้อย	2.99 น้อย	3.67 น้อย	4.05 มาก
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.83 มากที่สุด	4.00 มาก	4.38 มาก	4.24 มาก	4.82 มากที่สุด
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ ต่างจังหวัด	4.83 มากที่สุด	4.00 มาก	4.38 มาก	3.87 มาก	3.79 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	4.00 มาก	3.00 น้อย	3.43 น้อย	3.62 มาก	3.82 มาก
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.83 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	3.99 มาก	4.74 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.70 มาก	3.70 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก	4.30 มาก

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.48 มาก	4.62 มากที่สุด	3.54 มาก
2. มีของขวัญเช่นเสื้อ หมวก ทอง	3.74 มาก	3.73 มาก	2.77 น้อย
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.47 มาก	4.61 มากที่สุด	3.54 มาก
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด	4.09 มาก	3.99 มาก	3.54 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.75 มาก	3.71 มาก	2.77 น้อย
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.28 มาก	4.25 มาก	3.54 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14 มาก	4.15 มาก	3.28 น้อย

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ปรึกษาค่าทะเบียนในปีแรก	4.60 มากที่สุด	3.61 มาก	4.36 มาก	4.25 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
2. มีของแถมเช่นเสื้อหมวก ทอง	3.75 มาก	3.50 มาก	3.59 มาก	4.00 มาก	3.14 น้อย	4.00 มาก
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.60 มากที่สุด	3.56 มาก	4.32 มาก	4.25 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
4. ปรึกษาค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด	4.13 มาก	3.11 น้อย	3.63 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.77 มาก	3.11 น้อย	3.63 มาก	4.00 มาก	3.16 น้อย	2.00 น้อยที่สุด
6. ปรึกษาแรงในการซ่อม 1 ปี	4.24 มาก	3.11 น้อย	4.32 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 มาก	3.30 น้อย	3.90 มาก	4.10 มาก	3.80 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่ามาก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่ามาก(ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่ามาก(ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่ามาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ยังไม่ได้ทำงาน กำลังหางานทำ ช่วยงานที่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่ามาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.57 มากที่สุด	3.99 มาก	4.47 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
2. มีของแถมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	3.64 มาก	3.43 น้อย	3.58 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.58 มากที่สุด	3.93 น้อย	4.47 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ ต่างจังหวัด	4.19 มาก	3.80 มาก	3.92 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.80 มาก	3.45 มาก	3.47 น้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.22 มาก	3.73 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	3.00 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16 มาก	3.70 มาก	4.10 มาก	3.70 มาก	3.80 มาก

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.7)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สด	ผ่อน
1. ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก	4.45 มาก	4.35 มาก
2. มีของแถมเช่นเสื้อ หมวก ทอง	3.78 มาก	3.47 มาก
3. แคมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี	4.46 มาก	4.33 มาก
4. ฟรีค่าขนส่งในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด	3.94 มาก	3.99 มาก
5. มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.63 มาก	3.57 มาก
6. ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี	4.22 มาก	4.12 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 มาก	3.97 มาก

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. พนักงานชายมีความรู้ในสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ	4.14 มาก	5	4.41 มาก	3
2. พนักงานชายมีความจริงใจและเสมอภาค	4.31 มาก	3	4.17 มาก	5
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	4.29 มาก	4	4.37 มาก	4
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	4.66 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	2
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.36 มาก	2	4.71 มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35 มาก	-	4.50 มากที่สุด	-

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. พนักงานชายมีความรู้ในสินค้า เช่น อุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	3.00 น้อย	4.32 มาก	4.56 มากที่สุด	4.14 มาก	3.67 มาก
2. พนักงานชายมีความจริงใจและเสมอภาค	5.00 มากที่สุด	3.97 มาก	4.38 มาก	4.27 มาก	3.29 มาก
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	5.00 มากที่สุด	4.41 มาก	4.33 มาก	4.27 มาก	3.29 มาก
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	5.00 มากที่สุด	4.43 มาก	4.83 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด	3.67 มาก
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	5.00 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.76 มากที่สุด	4.27 มาก	2.95 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	4.60 มากที่สุด	4.30 มาก	4.60 มากที่สุด	4.30 มาก	3.40 น้อย

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคคล	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. พนักงานชายมีความรู้ใน สินค้าเช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบ ต่างๆ	4.00 มาก	3.00 น้อย	4.38 มาก	4.17 มาก	4.73 มากที่สุด
2. พนักงานชายมีความจริงใจ และเสมอภาค	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.96 มาก	4.09 มาก	4.73 มากที่สุด
3. พนักงานในศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	4.19 มาก	4.73 มากที่สุด
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญใน การแก้ไขและซ่อมแซม	4.17 มาก	5.00 มากที่สุด	4.99 มากที่สุด	4.43 มาก	4.91 มากที่สุด
5. ศูนย์บริการสามารถ ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	1.67 น้อยที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.41 มาก	4.38 มาก	4.91 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 มาก	4.60 มากที่สุด	4.30 มาก	4.30 มาก	4.80 มากที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.80)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านบุคคล	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. พนักงานชายมีความรู้ในสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	4.27 มาก	4.51 มากที่สุด	3.54 มาก
2. พนักงานชายมีความจริงใจและเสมอภาค	4.40 มาก	4.26 มาก	3.77 มาก
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	4.52 มากที่สุด	4.26 มาก	3.77 มาก
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	4.70 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.54 มาก
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.68 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	3.77 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	3.90 มาก

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย
1. พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	4.44 มาก	4.06 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
2. พนักงานขายมีความจริงใจและเสมอภาค	4.20 มาก	3.61 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.06 มาก
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	4.33 มาก	3.11 น้อย	4.54 มากที่สุด	4.00 มาก	4.06 มาก
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	4.68 มากที่สุด	4.06 มาก	4.54 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.62 มากที่สุด	3.56 มาก	4.54 มากที่สุด	4.00 มาก	4.08 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50 มากที่สุด	3.70 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.20 มาก

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. พนักงานชายมี ความรู้ในสินค้าเช่น อุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของ ระบบต่างๆ	4.40 มาก	4.00 มาก	4.23 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
2. พนักงานชายมี ความจริงใจและเสมอ ภาค	4.17 มาก	4.01 มาก	4.54 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด
3. พนักงานในศูนย์ จำหน่ายและ ศูนย์บริการพุดจา สุภาพ อ่อนน้อม และ ดูแลเป็นอย่างดี	4.27 มาก	4.11 มาก	4.56 มากที่สุด	4.00 มาก	4.67 มากที่สุด
4. ช่างซ่อมมีความ ชำนาญในการแก้ไข และซ่อมแซม	4.81 มากที่สุด	4.40 มาก	4.64 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก
5. ศูนย์บริการสามารถ ให้บริการได้อย่าง รวดเร็ว	4.63 มากที่สุด	4.17 มาก	4.50 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50 มากที่สุด	4.10 มาก	4.50 มากที่สุด	4.40 มาก	4.30 มาก

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร์มมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร์มมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านบุคคล	สด	ผ่อน
1. พนักงานชายมีความรู้ในสินค้าเช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงาน of ระบบต่างๆ	4.21 มาก	4.38 มาก
2. พนักงานชายมีความจริงใจและเสมอภาค	4.26 มาก	4.17 มาก
3. พนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดี	4.58 มาก	4.15 มาก
4. ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม	4.72 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
5. ศูนย์บริการสามารถให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว	4.66 มากที่สุด	4.39 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50 มากที่สุด	4.30 มาก

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ชาย	ลำดับ ที่	หญิง	ลำดับ ที่
1. ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย	4.15 มาก	3	4.35 มาก	1
2. กระบวนการแนะนำสินค้าและพาชมรถตัวอย่าง น่าสนใจ	3.95 มาก	4	3.91 มาก	4
3. กระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	4.24 มาก	1	4.23 มาก	3
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.17 มาก	2	4.24 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 มาก	-	4.20 มาก	-

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยย่อยเรื่องกระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ใน
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง
ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ หลังการขาย	4.00 มาก	4.07 มาก	4.50 มากที่สุด	4.12 มาก	3.67 มาก
2. กระบวนการแนะนำสินค้าและ พาชมรถตัวอย่างน่าสนใจ	4.00 มาก	3.97 มาก	4.01 มาก	3.84 มาก	3.62 มาก
3. กระบวนการจองรถมีความ น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	5.00 มากที่สุด	4.07 มาก	4.42 มาก	4.15 มาก	2.95 น้อย
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำ ได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.44 มาก	4.12 มาก	3.43 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 มาก	4.05 มาก	4.30 มาก	4.06 มาก	3.40 น้อย

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ความรวดเร็วใน การให้บริการหลังการ ขาย	4.01 มาก	4.01 มาก	4.41 มาก	4.01 มาก	4.74 มากที่สุด
2. กระบวนการ แนะนำสินค้าและพา ชมรถตัวอย่าง น่าสนใจ	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	4.11 มาก	4.73 มากที่สุด
3. กระบวนการจองรถ มีความน่าเชื่อถือและ น่าไว้วางใจ	1.50 น้อยที่สุด	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	4.11 มาก	4.73 มากที่สุด
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ ยุ่งยาก	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก	4.11 มาก	4.73 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17 น้อย	4.50 มากที่สุด	4.09 มาก	4.08 มาก	4.70 มากที่สุด

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามด้าน ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านกระบวนการ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย	4.22 มาก	4.55 มากที่สุด	3.54 มาก
2. กระบวนการแนะนำสินค้าและพาชมรถตัวอย่างน่าสนใจ	3.99 มาก	4.01 มาก	3.54 มาก
3. กระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	4.48 มาก	4.20 มาก	3.54 มาก
4. กระบวนการรับรถสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.34 มาก	4.28 มาก	3.54 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 มาก	4.26 มาก	3.54 มาก

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ หลังการขาย	4.37 มาก	3.06 น้อย	4.36 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
2. กระบวนการแนะนำสินค้าและ พวชมรดคตัวอย่างน่าสนใจ	3.96 มาก	3.56 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
3. กระบวนการจองรถมีความ น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	4.22 มาก	3.56 มาก	4.32 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำ ได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.27 มาก	3.56 มาก	4.32 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก	3.40 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	3.20 น้อย

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ความรวดเร็วในการ ให้บริการหลังการขาย	4.31 มาก	3.85 มาก	4.42 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
2. กระบวนการแนะนำสินค้า และพาชมรถตัวอย่าง น่าสนใจ	3.96 มาก	3.72 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
3. กระบวนการจองรถมีความ น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	4.27 มาก	3.83 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.27 มาก	3.82 มาก	4.38 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก	3.80 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งถือว่าสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	สด	ผ่อน
1. ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการ ขาย	4.25 มาก	4.22 มาก
2. กระบวนการแนะนำสินค้าและพวชม รถตัวอย่างน่าสนใจ	3.98 มาก	3.90 มาก
3. กระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือ และน่าไว้วางใจ	4.34 มาก	4.17 มาก
4. กระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	4.21 มาก	4.19 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก	4.10 มาก

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
กระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและ ให้บริการชัดเจนดี	3.88 มาก	2	3.53 มาก	3
2. ภายในสำนักงานมีความ สะอาดดี	4.14 มาก	1	4.15 มาก	1
3. บรรยากาศภายในสำนักงานดี	4.14 มาก	1	4.08 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 มาก	-	3.92 มาก	-

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยเพศชายให้
ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องบรรยากาศภายในสำนักงานดี เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทาง
กายภาพอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยย่อยเรื่องภายในสำนักงานมีความสะอาดดี เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและให้บริการ ชัดเจนดี	5.00 มากที่สุด	3.79 มาก	3.64 มาก	3.71 มาก	3.0 น้อย
2. ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี	5.00 มากที่สุด	3.96 มาก	4.26 มาก	4.11 มาก	3.05 น้อย
3. บรรยากาศภายในสำนักงานดี	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	4.25 มาก	3.98 มาก	3.05 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	5.00 มากที่สุด	3.90 มาก	4.10 มาก	3.90 มาก	3.00 น้อย

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. ป้ายชื่อศูนย์ จำหน่ายและ ให้บริการชัดเจนดี	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	3.43 มาก	3.96 มาก
2. ภายในสำนักงานมี ความสะอาดดี	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	3.96 มาก	4.56 มากที่สุด
3. บรรยากาศภายใน สำนักงานดี	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.97 มาก	3.90 มาก	4.56 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.90 มาก	3.80 มาก	4.40 มาก

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและให้บริการ ชัดเจนดี	3.86 มาก	3.77 มาก	3.31 น้อย
2. ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี	4.43 มาก	4.01 มาก	3.54 มาก
3. บรรยากาศภายในสำนักงานดี	4.43 มาก	4.01 มาก	3.31 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก	3.90 มาก	3.40 น้อย

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร์ธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร์ธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร์ธน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย
1. ป้ายชื่อศูนย์ จำหน่ายและ ให้บริการชัดเจนดี	3.60 มาก	3.11 น้อย	3.62 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
2. ภายในสำนักงาน มีความสะอาดดี	4.10 มาก	3.11 น้อย	4.32 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
3. บรรยากาศภายใน สำนักงานดี	4.10 มาก	3.11 น้อย	4.13 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 มาก	3.10 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ป้ายชื่อศูนย์ จำหน่ายและ ให้บริการชัดเจนดี	3.67 มาก	3.42 มาก	4.13 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. ภายในสำนักงานมี ความสะอาดดี	4.16 มาก	3.77 มาก	4.51 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. บรรยากาศภายใน สำนักงานดี	4.16 มาก	3.61 มาก	4.50 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 มาก	3.60 มาก	4.40 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบ

สอบถามต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	สด	ผ่อน
1. ป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและให้บริการ ชัดเจนดี	3.92 มาก	3.63 มาก
2. ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี	4.23 มาก	4.10 มาก
3. บรรยากาศภายในสำนักงานดี	4.23 มาก	4.10 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 มาก	3.90 มาก

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของ
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับที่
1. ทิศนวิสัยดีเช่น กระจกแอม มองเห็นไม่ชัด ไฟ หน้าไม่สว่าง เป็นต้น	1 0.25	65 16.25	47 11.75	166 41.50	121 30.25	3.85	มาก	5
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	1 0.25	79 19.75	39 9.75	101 25.25	180 45.00	3.95	มาก	4
3. สตาร์ทยาก มืออัตรเร่งต่ำ	1 0.25	32 8.00	77 19.25	208 52.00	82 20.50	3.85	มาก	5
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	1 0.25	79 19.8	36 9.00	189 47.25	95 23.75	3.74	มาก	7
5. การจับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ยาก	1 0.25	40 10.00	95 23.75	169 42.25	95 23.75	3.79	มาก	6
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	1 0.25	79 19.75	32 8.00	104 26.00	184 46.00	3.98	มาก	2
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	1 0.25	65 16.25	44 11.00	89 22.25	201 50.25	4.06	มาก	1
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยมีไม่ครบ	1 0.25	40 10.00	58 14.50	180 45.00	121 30.25	3.95	มาก	4
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	0 0	47 11.75	36 9.00	203 50.75	114 28.50	3.96	มาก	3
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	0 0	41 10.25	93 23.25	244 61.00	22 5.50	3.62	มาก	8
11. ตัวถังบอบบาง	1 0.25	79 19.75	48 12.00	224 56.00	48 12.00	3.60	มาก	9
12. บริการหลังการขายไม่ดี	1 0.25	73 18.25	63 15.8	215 53.75	48 12.00	3.59	มาก	10
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	1 0.25	78 19.50	62 15.50	236 59.00	23 5.75	3.51	มาก	11
14. ระบบเบรกไม่ดี	1 0.25	71 17.75	63 15.75	117 29.25	148 37.00	3.85	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	3.81	มาก	-

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง รองลงมาเป็นการทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูงและไม่ประหยัคน้ำมัน

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	น้อย	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	0 0	66 16.50	43 10.75	156 39.00	135 33.75	3.80	มาก	3
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	14 3.50	66 16.50	116 29.00	182 45.50	22 5.50	3.33	น้อย	5
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	14 3.50	66 16.50	100 25.00	170 42.50	50 12.50	3.44	น้อย	4
4. เงินค่าน้ำสูง	14 3.50	67 16.75	107 26.75	162 40.50	50 12.50	3.42	น้อย	5
5. ราคาอะไหล่แพง	0 0	66 16.50	39 9.75	184 46.00	111 27.75	3.85	มาก	1
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	0 0	66 16.50	42 10.50	182 45.50	110 27.50	3.84	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	3.63	มาก	-

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ราคาอะไหล่แพงรองลงมาเป็น ราคาค่าตรวจเช็คสูงและกรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1.ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการ ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	8 2.00	56 14.0	133 33.25	172 43.0	31 7.75	3.40	น้อย	6
2. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน	8 2.00	17 4.25	159 39.75	163 40.75	53 13.25	3.59	มาก	5
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	8 2.00	11 2.75	78 19.50	163 40.75	140 35.00	4.04	มาก	2
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่มีสิ่ง อำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพัก ลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	8 2.00	3 0.75	135 33.75	201 50.25	53 13.25	3.72	มาก	4
5. พนักงานขายติดต่อยาก	8 2.00	6 1.50	72 18.00	201 50.25	113 28.25	4.01	มาก	3
6. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการติดต่อและใช้ บริการ	0 0	9 2.25	75 18.75	203 50.75	113 28.25	4.05	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	3.80	น้อย	-

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ
ไม่สะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการรองลงมาเป็นศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่
เพียงพอและพนักงานขายติดต่อยาก

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำ ดับที่
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	8 2.00	24 6.00	118 29.50	227 56.75	23 5.75	3.58	มาก	4
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณาตามจุดต่างๆ มีน้อย	8 2.00	25 6.25	144 36.00	202 50.50	21 5.25	3.51	มาก	5
3. ไม่มีของแถมให้	8 2.00	23 5.75	68 17.00	248 62.00	53 13.25	3.79	มาก	2
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	0 0	31 7.75	124 31.00	224 56.00	21 5.25	3.59	มาก	3
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	0 0	31 7.75	38 9.50	165 41.25	166 41.50	4.17	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	3.73	มาก	-

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ ตรง
เวลารองลงมาเป็นไม่มีของแถมให้และไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
ปัจจัยด้านบุคคล

ปัญหาด้านบุคคล	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับที่
1. พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัว สินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐานและการ ทำงานของระบบต่างๆ	0	31	47	148	174	4.16	มาก	3
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอ ภาค	0	31	38	145	186	4.22	มาก	1
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการพุดจาไม่สุภาพ	0	9	63	175	153	4.18	มาก	2
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการ แก้ไขซ่อมแซม	0	17	52	210	121	4.09	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.16	มาก	-

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)
โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค รองลงมาเป็นพนักงานศูนย์
จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาไม่สุภาพและพนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์
มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับที่
1. การบริการหลังการขายล่าช้า	0 0	31 7.75	45 11.25	163 40.75	161 40.25	4.14	มาก	1
2. กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	0 0	23 5.75	50 12.50	198 49.0	129 32.25	4.08	มาก	3
3. กระบวนการแนะนำสินค้าไม่ น่าสนใจ	8 2.00	23 5.75	42 10.50	170 42.50	157 39.25	4.11	มาก	2
4. กระบวนการรับรถยุ่งยากและต้อง รอนาน	0 0	14 3.50	56 14.00	200 50.00	130 32.50	4.11	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	4.11	มาก	-

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ การบริการหลังการขายล่าช้ารองลงมาเป็นกระบวนการแนะนำสินค้าไม่น่าสนใจและ กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัญหาด้านหลักฐานทาง กายภาพ	ไม่มี ผล	น้อย ที่สุด	น้อย	มาก	มาก ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำ ดับที่
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่ พบ	16 4.00	2 0.50	84 21.00	277 69.25	21 5.25	3.71	มาก	3
2. ศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะอาด	8 2.00	10 2.50	60 15.00	269 67.25	53 13.25	3.87	มาก	1
3. บรรยากาศภายในศูนย์ จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	8 2.00	10 2.50	58 14.50	302 75.50	22 5.50	3.80	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	-	-	-	-	-	3.10	น้อย	-

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาดรองลงมา
เป็นบรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดีและ หาป้ายชื่อ โฆษณาไม่พบ

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ทักษะนิสัยดีเช่น กระจกแครบ มองเห็นไม่ชัด ไฟ หน้าไม่สว่าง เป็นต้น	4.05 มาก	6	3.56 มาก	7
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	4.11 มาก	3	3.70 มาก	4
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	4.01 มาก	8	3.59 มาก	6
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.89 มาก	10	3.53 มาก	9
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ยาก	3.99 มาก	9	3.49 น้อย	10
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.06 มาก	5	3.85 มาก	1
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.23 มาก	1	3.80 มาก	2
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยมีไม่ครบ	4.17 มาก	2	3.61 มาก	5
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.10 มาก	4	3.74 มาก	3
10. มีรบกวนให้เล็กน้อย	3.80 มาก	12	3.34 น้อย	11
11. ตัวถังบอบบาง	3.63 มาก	14	3.54 มาก	8
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.85 มาก	11	3.20 น้อย	12
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.74 มาก	13	3.15 น้อย	13
14. ระบบเบรกไม่ดี	4.04 มาก	7	3.56 มาก	7
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	15	1.00 ไม่มีผล	14
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62 มาก	-	3.22 น้อย	-

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยการทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง การทรงตัวไม่ดีในขณะที่จับด้วยความเร็วสูง เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	3.86 มาก	2	3.96 มาก	1
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	3.29 น้อย	5	3.40 น้อย	5
3. กรณีเช่าซื้อ มีอัตราดอกเบี้ยสูง	3.46 น้อย	3	3.41 น้อย	4
4. เงินค่าน้ำสูง	3.42 น้อย	4	3.41 น้อย	4
5. ราคาอะไหล่แพง	3.88 มาก	1	3.80 มาก	2
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.88 มาก	1	3.78 มาก	3
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	6	1.00 ไม่มีผล	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26 น้อย	-	3.25 น้อย	-

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยราคาอะไหล่แพง และราคาค่าตรวจเช็คสูง เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้ เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ
จัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายแลศูนย์บริการ ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.50 มาก	5	3.25 น้อย	6
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ อยู่ไกลแหล่งชุมชน	3.57 มาก	4	3.62 มาก	5
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่ เพียงพอ	3.99 มาก	2	4.11 มาก	1
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพักลูกค้า มีรถ รับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	3.67 มาก	3	3.80 มาก	4
5. พนักงานขายติดต่อยาก	4.08 มาก	1	3.91 มาก	3
6. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการติดต่อและใช้ บริการ	4.08 มาก	1	4.0 มาก	2
7.อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	6	1.00 ไม่มีผล	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 น้อย	-	3.18 น้อย	-

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยพนักงานขายติดต่อยาก และเวลา เปิด – ปิด
ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย
3.18) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่
เพียงพอเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ มีน้อย	3.55 มาก	4	3.63 มาก	4
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.43 น้อย	5	3.63 มาก	3
3. ไม่มีของแถมให้	3.68 มาก	2	3.96 มาก	2
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.57 มาก	3	3.61 มาก	5
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	4.13 มาก	1	4.22 มาก	1
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	6	1.00 น้อย	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 น้อย	-	3.34 น้อย	-

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลาเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลาเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านบุคคล	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. พนักงานชายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่น อุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ	4.23 มาก	1	4.06 มาก	3
2. พนักงานชายไม่จริงจัง ไม่เสมอภาค	4.18 มาก	2	4.27 มาก	1
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ พูดยาไม่สุภาพ	4.16 มาก	3	4.22 มาก	2
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไข ช่อมแซม	4.13 มาก	4	4.02 มาก	4
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	5	1.00 ไม่มีผล	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 มาก	-	3.51 มาก	-

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยพนักงานชายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์ มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดย เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยพนักงานชายไม่จริงจัง ไม่เสมอภาคเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1.การบริการหลังการขาย ล่าช้า	4.02 มาก	3	4.32 มาก	1
2. กระบวนการจองรถไม่ น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	4.12 มาก	2	4.02 มาก	4
3. กระบวนการแนะนำสินค้า ไม่น่าสนใจ	4.12 มาก	2	4.10 มาก	2
4. กระบวนการรับรถยุ่งยาก และต้องรอนาน	4.14 มาก	1	4.07 มาก	3
5. อื่นๆ	1.07 ไม่มีผล	4	1.00 ไม่มีผล	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	-	3.50 มาก	-

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก
(ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยกระบวนการรับรถยุ่งยากและต้องรอนาน
เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)
โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง การบริการหลังการขายล่าช้าเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทาง
กายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านหลักฐานทาง กายภาพ	ชาย	ลำดับที่	หญิง	ลำดับที่
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.63 มาก	2	3.84 มาก	2
2. ศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะอาด	3.78 มาก	1	4.01 มาก	1
3. บรรยากาศภายในศูนย์ จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.78 มาก	1	3.83 มาก	3
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	3	1.00 ไม่มีผล	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.05 น้อย	-	3.17 น้อย	-

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่
สะอาด และบรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดี เป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่
สะอาดเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ทักษะวิสัยทัศน์ เช่น กระจกแคบ มองเห็นไม่ชัด ไฟหน้าไม่สว่าง เป็นต้น	5.00 มากที่สุด	3.47 น้อย	3.57 มาก	4.26 มาก	3.76 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	4.00 มาก	3.55 มาก	3.90 มาก	4.37 มาก	3.43 น้อย
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	4.00 มาก	3.91 มาก	3.53 มาก	4.23 มาก	3.76 มาก
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	4.00 มาก	3.47 น้อย	3.50 มาก	4.22 มาก	3.76 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก	4.00 มาก	3.80 มาก	3.38 น้อย	4.34 มาก	3.76 มาก
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	5.00 มากที่สุด	3.55 มาก	3.92 มาก	4.09 มาก	4.05 มาก
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	5.00 มากที่สุด	3.21 น้อย	3.91 มาก	4.63 มากที่สุด	4.05 มาก
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยไม่มีครบ	5.00 มากที่สุด	3.54 มาก	3.87 มาก	4.12 มาก	4.05 มาก
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.00 มาก	3.74 มาก	3.94 มาก	4.12 มาก	4.05 มาก
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	4.00 มาก	3.39 น้อย	3.44 น้อย	3.92 มาก	3.38 น้อย
11. ตัวถังบอบบาง	3.00 น้อย	3.16 น้อย	3.74 มาก	3.80 มาก	3.76 มาก
12. บริการหลังการขายไม่ดี	5.00 มากที่สุด	3.47 น้อย	3.26 น้อย	3.84 มาก	3.38 น้อย
1. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	4.00 มาก	3.49 น้อย	3.21 น้อย	3.85 มาก	3.38 น้อย
14. ระบบเบรกไม่ดี	5.00 มากที่สุด	3.64 มาก	3.66 มาก	4.00 มาก	3.81 มาก
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 มาก	3.18 น้อย	3.37 น้อย	3.70 มาก	3.43 น้อย

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	4.00 มาก	3.55 มาก	3.83 มาก	4.35 มาก	3.10 น้อย
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	4.0 มาก	3.05 น้อย	3.03 น้อย	3.81 มาก	3.57 มาก
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	5.00 มากที่สุด	3.07 น้อย	3.08 น้อย	3.81 มาก	3.24 น้อย
4. เงินค่าน้ำสูง	5.00 มากที่สุด	3.09 น้อย	3.06 น้อย	3.81 มาก	3.24 น้อย
5. ราคาอะไหล่แพง	4.00 มาก	3.23 น้อย	3.85 มาก	4.36 มาก	3.10 น้อย
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	4.00 มาก	3.24 น้อย	3.83 มาก	4.36 มาก	3.10 น้อย
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.0 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 มาก	2.89 น้อย	3.10 น้อย	3.64 มาก	2.91 น้อย

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการไม่สะดวกต่อ การเดินทาง	4.00 มาก	3.39 น้อย	3.43 น้อย	3.37 น้อย	2.67 น้อย
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน	4.0 มาก	3.59 มาก	3.65 มาก	3.51 มาก	3.00 น้อย
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	4.0 มาก	3.78 มาก	4.24 มาก	4.19 มาก	2.71 น้อย
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยัง สถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	4.00 มาก	3.01 น้อย	3.96 มาก	3.91 มาก	3.05 น้อย
5. พนักงานขายติดต่อยาก	4.00 มาก	3.79 มาก	4.08 มาก	4.19 มาก	3.33 น้อย
6. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการติดต่อและ ใช้บริการ	4.00 มาก	3.87 มาก	4.13 มาก	4.19 มาก	3.33 น้อย
7.อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 น้อย	2.92 น้อย	3.29 น้อย	3.32 น้อย	2.68 น้อย

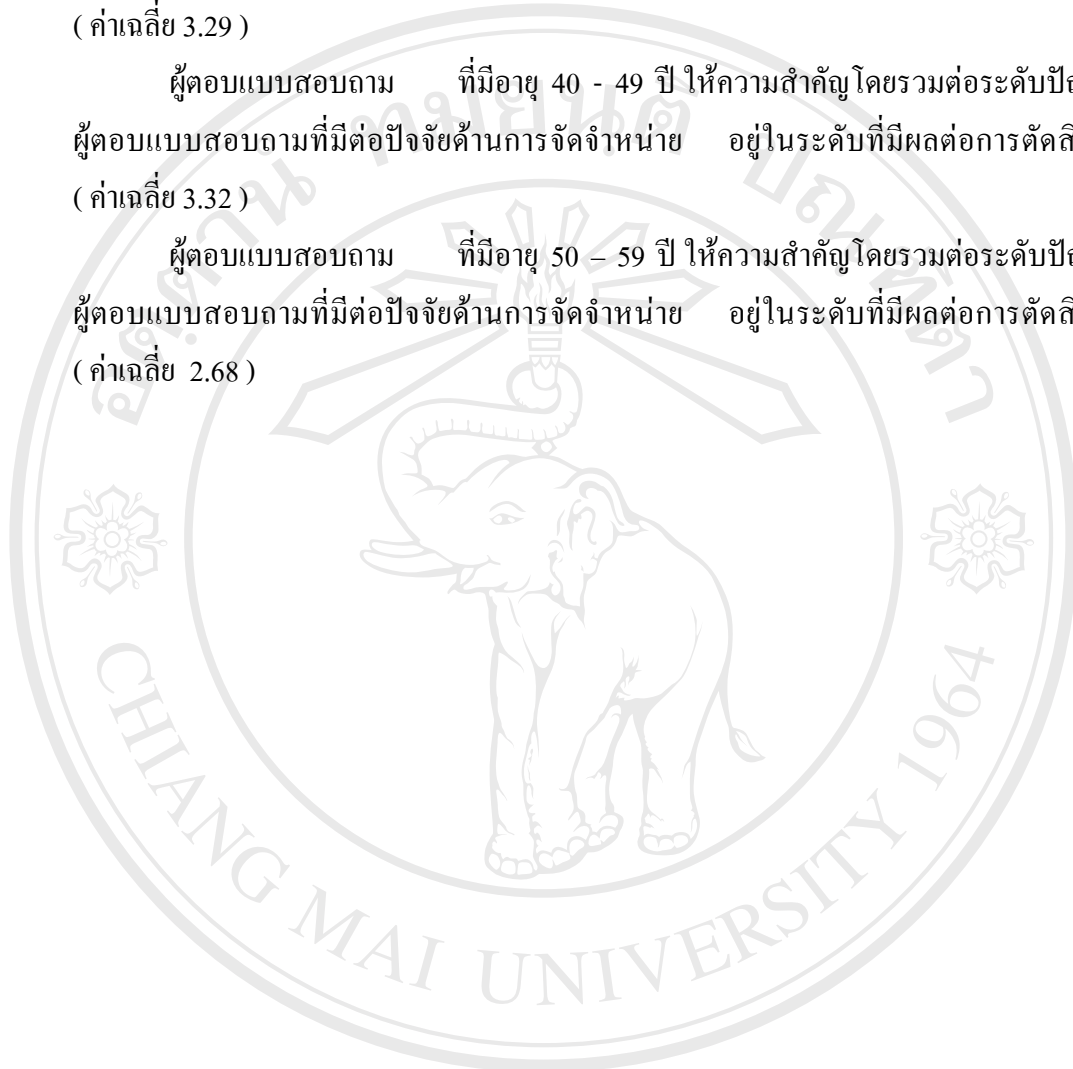
จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.68)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	4.00 มาก	3.36 น้อย	3.86 มาก	3.41 น้อย	2.67 น้อย
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.00 น้อย	3.36 น้อย	3.86 มาก	3.41 น้อย	2.67 น้อย
3. ไม่มีของแถมให้	4.00 มาก	3.36 น้อย	4.07 มาก	3.83 มาก	2.67 น้อย
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	4.00 มาก	3.07 มาก	3.61 มาก	3.57 มาก	2.62 น้อย
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	5.00 มากที่สุด	3.87 มาก	4.39 มาก	4.12 มาก	2.71 น้อย
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.11 น้อย	3.37 น้อย	3.22 น้อย	2.39 น้อยที่สุด

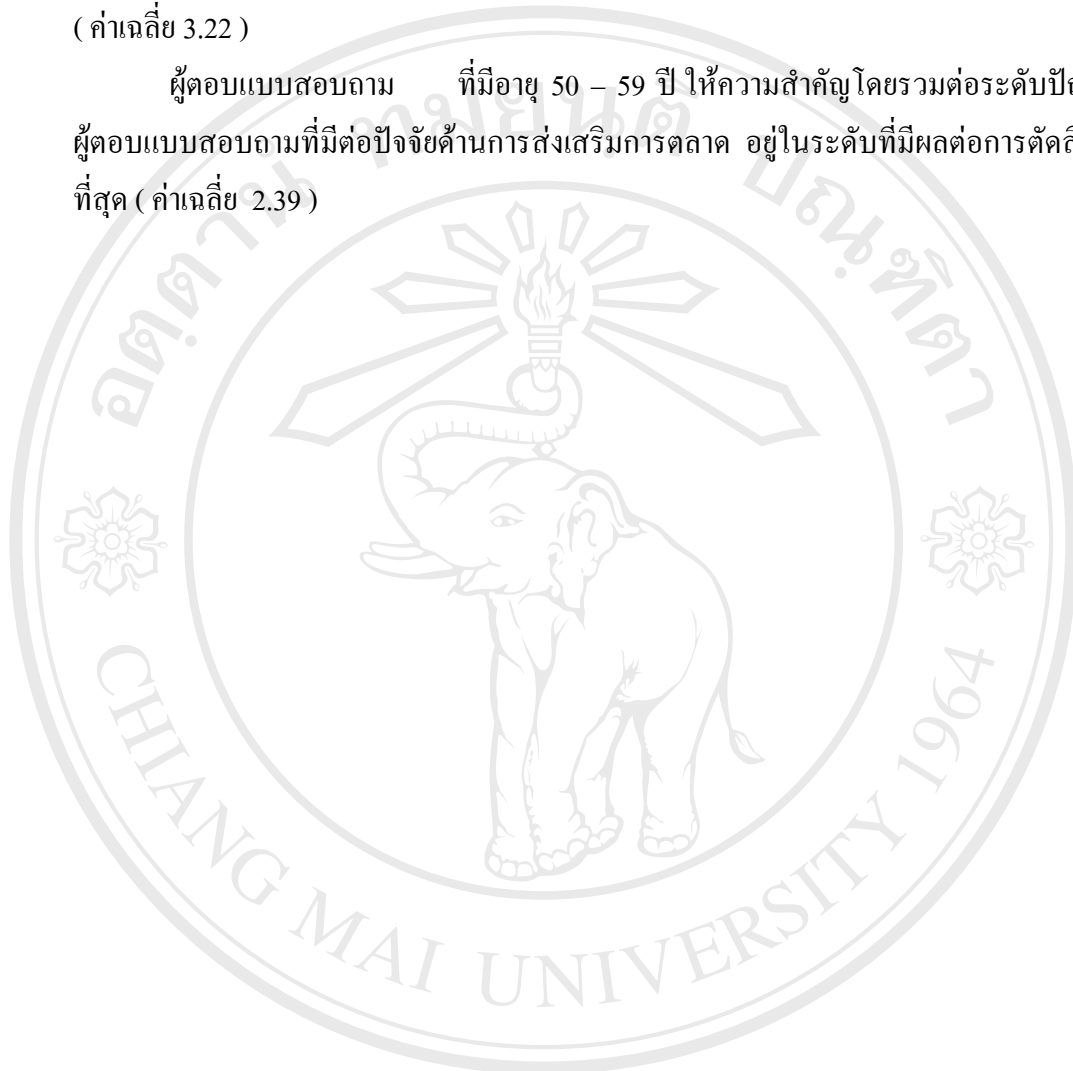
จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.39)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านบุคคล	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. พนักงานชายไม่มีความรู้ ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์ มาตรฐานและการ ทำงานของระบบต่างๆ	4.00 มาก	4.21 มาก	4.21 มาก	4.37 มาก	2.71 น้อย
2. พนักงานชายไม่จริงใจ ไม่ เสมอภาค	5.00 มากที่สุด	4.21 มาก	4.46 มาก	3.96 มาก	2.71 น้อย
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ พูดจาไม่สุภาพ	5.00 มากที่สุด	3.87 มาก	4.37 มาก	4.12 มาก	3.10 น้อย
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญ ในการแก้ไขซ่อมแซม	5.00 มากที่สุด	3.88 มาก	4.18 มาก	4.12 มาก	2.71 น้อย
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 มาก	3.43 น้อย	3.64 มาก	3.51 มาก	2.45 น้อย ที่สุด

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.45)

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. การบริการหลังการขายล่าช้า	4.00 มาก	4.21 มาก	4.32 มาก	4.12 มาก	2.71 น้อย
2. กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	5.00 มากที่สุด	3.87 มาก	4.14 มาก	4.11 มาก	3.10 น้อย
3. กระบวนการแนะนำสินค้าไม่ น่าสนใจ	5.00 มากที่สุด	4.14 มาก	4.13 มาก	4.11 มาก	2.71 น้อย
4. กระบวนการรับรถยุ่งยากและ ต้องรอนาน	5.00 มากที่สุด	3.89 มาก	4.12 มาก	4.24 มาก	3.10 น้อย
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 มาก	3.42 น้อย	3.54 มาก	3.52 มาก	2.52 น้อย

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.52)

ตารางที่ 99 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.00 น้อย	3.70 มาก	3.88 มาก	3.91 มาก	2.29 น้อย
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาด	4.00 มาก	3.70 มาก	4.06 มาก	3.91 มาก	2.67 น้อย
3. บรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	4.00 มาก	3.70 มาก	3.86 มาก	3.95 มาก	2.67 น้อย
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.00 น้อย	3.02 น้อย	3.20 น้อย	3.19 น้อย	2.16 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.16)

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	มัธยม ศึกษา	ปวช. มากที่สุด	ปวส/ อนุปริญญา มาก	ปริญญา ตรี มาก	สูงกว่าปริญญา ตรี มาก
1. ทิศนวิสัยดีเช่น กระจกแสบ มองเห็นไม่ชัด ไฟหน้า ไม่สว่าง เป็นต้น	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.70 มาก	3.79 มาก	3.83 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	3.17 น้อย	4.00 มาก	3.70 มาก	3.87 มาก	4.41 มาก
3.สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.70 มาก	3.91 มาก	3.83 มาก
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.70 มาก	3.65 มาก	3.99 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ยาก	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.69 มาก	3.75 มาก	3.99 มาก
6.การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.12 น้อย	3.91 มาก	4.57 มากที่สุด
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.69 มาก	3.87 มาก	4.57 มากที่สุด
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยมีไม่ครบ	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.69 มาก	3.87 มาก	4.57 มากที่สุด
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.00 มาก	4.00 มาก	3.15 น้อย	3.91 มาก	4.82 มากที่สุด
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.18 น้อย	3.56 มาก	4.09 มาก
11. ตัวถังบอบบาง	3.33 น้อย	3.00 น้อย	3.18 น้อย	3.58 มาก	4.23 มาก
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.16 น้อย	3.42 น้อย	3.99 มาก
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.18 น้อย	3.38 น้อย	3.99 มาก
14. ระบบเบรกไม่ดี	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.15 น้อย	3.78 มาก	4.34 มาก
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 น้อย	4.13 มาก	3.27 น้อย	3.55 มาก	4.01 มาก

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา
ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 101 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านราคา	มัธยม ศึกษา	ปวช.	ปวส / อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	3.17 น้อย	4.00 มาก	3.14 น้อย	3.89 มาก	4.65 มากที่สุด
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ สั้นเกินไป	3.83 มาก	4.00 มาก	3.12 น้อย	3.38 น้อย	3.13 น้อย
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	4.17 มาก	5.00 มากที่สุด	3.15 น้อย	3.47 น้อย	3.06 น้อย
4. เงินค่าน้ำสูง	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	3.18 น้อย	3.80 มาก	4.57 มากที่สุด
5. ราคาอะไหล่แพง	3.17 น้อย	4.00 มาก	3.20 น้อย	3.80 มาก	4.57 มากที่สุด
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.17 น้อย	4.00 มาก	3.20 น้อย	3.78 มาก	4.57 มากที่สุด
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 น้อย	3.85 มาก	2.86 น้อย	3.20 น้อย	3.65 มาก

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา

ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ ปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการ ตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการ ตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส/ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย แลศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการ เดินทาง	3.00 น้อย	4.00 มาก	2.64 น้อย	3.38 น้อย	3.99 มาก
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกล แหล่งชุมชน	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.39 มาก	3.35 น้อย	3.40 น้อย
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.43 มาก	3.73 มาก	4.57 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ ต้องการ เป็นต้น	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.42 มาก	3.36 น้อย	3.99 มาก
5. พนักงานขายติดต่อยาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.80 มาก	4.57 มากที่สุด
6. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์ จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการ ติดต่อและใช้บริการ	3.83 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก	4.57 มากที่สุด
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98 น้อย	3.57 มาก	3.55 มาก	3.21 น้อย	3.73 มาก

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	มัธยม ศึกษา	ปวช.	ปวส. / อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.47 น้อย	3.43 น้อย	3.98 มาก
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.45 น้อย	3.43 น้อย	3.98 มาก
3. ไม่มีของแถมให้	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.42 มาก	3.48 น้อย	3.98 มาก
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.17 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก	3.48 น้อย	3.39 น้อย
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.42 มาก	3.84 มาก	4.57 มากที่สุด
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.75 น้อย	3.50 มาก	3.46 น้อย	3.11 น้อย	3.48 น้อย

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา
ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับ
ปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญ
โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ใน
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ
ปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มี
ผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.48)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านบุคคล	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1.พนักงานขายไม่มีความรู้ในคัวสินค้า เช่น อุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.51 มากที่สุด	4.00 มาก	4.40 มาก
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค	3.17 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.42 มาก	4.00 มาก	4.40 มาก
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ พูดยาไม่สุภาพ	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.42 มาก	3.93 มาก	4.41 มาก
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก	3.91 มาก	4.41 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.63 น้อย	4.00 มาก	3.67 มาก	3.37 น้อย	3.72 มาก

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.63)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านกระบวนการ	มัธยม ศึกษา	ปวช. น้อย	ปวส./ อนุปริญญา มาก	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. การบริการหลังการขายล่าช้า	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.39 มาก	3.92 มาก	4.57 มากที่สุด
2. กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก	3.84 มาก	4.56 มากที่สุด
3. กระบวนการแนะนำสินค้าไม่ น่าสนใจ	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	3.99 มาก	3.90 มาก	4.56 มากที่สุด
4. กระบวนการรับรถยุ่งยากและต้อง รอนาน	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด	4.01 มาก	3.90 มาก	4.56 มากที่สุด
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.60 น้อย	4.00 มาก	3.48 น้อย	3.20 น้อย	3.85 มาก

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับ ปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญ โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผล ต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ ปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผล ต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 106 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทาง
กายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	มัธยม ศึกษา	ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.00 น้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.62 มาก	3.98 มาก
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่ สะอาด	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.42 มาก	3.65 มาก	3.98 มาก
3. บรรยากาศภายในศูนย์ จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.42 มาก	3.65 มาก	3.98 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.50 น้อย	3.00 น้อย	3.46 น้อย	2.98 น้อย	3.24 น้อย

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา
ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทาง
กายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อระดับ
ปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญ
โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ใน
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อ
ปัจจัยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มี
ผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญ
โดยรวมต่อระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ใน
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ทักษะวิชาชีพไม่ดีเช่น กระจกแครบ มองเห็นไม่ชัด ไฟ หน้าไม่สว่าง เป็นต้น	4.00 มาก	3.34 น้อย	4.54 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	4.11 มาก	3.56 มาก	4.31 มาก
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	3.96 มาก	3.37 น้อย	4.54 มากที่สุด
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.80 มาก	3.41 น้อย	4.31 น้อย
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับ รถ ทำได้ยาก	3.82 มาก	3.42 น้อย	4.54 มากที่สุด
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.29 มาก	3.73 มาก	3.54 มาก
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.15 มาก	3.73 มาก	4.54 มากที่สุด
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัย ไม่ค่อยมีไม่ครบ	4.14 มาก	3.89 มาก	3.54 มาก
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.14 มาก	3.89 มาก	3.54 มาก
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	3.67 มาก	3.47 น้อย	3.77 มาก
11. ตัวถังบอบบาง	3.67 มาก	3.51 มาก	3.54 มาก
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.74 มาก	3.40 น้อย	3.54 มาก
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.59 มาก	3.37 น้อย	3.54 มาก
14. ระบบเบรกไม่ดี	4.11 มาก	3.61 มาก	3.54 มาก
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 มาก	3.38 น้อย	3.76 มาก

จากตารางที่ 107 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านราคา	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	4.07 มาก	3.61 มาก	4.00 มาก
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	3.45 น้อย	2.87 น้อย	4.00 มาก
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	3.58 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. เงินค่าน้ำสูง	3.57 มาก	2.94 น้อย	4.00 มาก
5. ราคาอะไหล่แพง	3.94 มาก	3.66 มาก	4.00 มาก
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.92 มาก	3.66 มาก	4.00 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 น้อย	2.96 น้อย	3.57 มาก

จากตารางที่ 108 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น โสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.70 มาก	3.26 น้อย	2.77 น้อย
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกล แหล่งชุมชน	3.50 มาก	3.74 มาก	3.54 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	3.99 มาก	4.23 มาก	3.77 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ไม่มี สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น ห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยังสถานที่ที่ ต้องการ เป็นต้น	3.51 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก
5. พนักงานขายติดต่อยาก	4.05 มาก	4.07 มาก	3.77 มาก
6. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการ ติดต่อและใช้บริการ	4.08 มาก	4.14 มาก	3.77 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 น้อย	3.49 น้อย	3.20 น้อย

จากตารางที่ 109 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่
มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย
(ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 110 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	3.71 มาก	3.76 มาก	2.77 น้อย
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.56 มาก	3.76 มาก	2.77 น้อย
3. ไม่มีของแถมให้	3.72 มาก	3.99 มาก	3.54 มาก
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.65 มาก	3.51 มาก	3.54 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	4.28 มาก	4.27 มาก	3.54 มาก
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 น้อย	3.38 น้อย	2.86 น้อย

จากตารางที่ 110 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านบุคคล	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	4.29 มาก	3.91 มาก	4.31 น้อย
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค	4.45 มาก	4.18 มาก	3.54 มาก
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาไม่สุภาพ	4.27 มาก	4.23 มาก	3.77 มาก
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	4.28 มาก	3.95 มาก	3.77 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 มาก	3.45 น้อย	3.28 น้อย

จากตารางที่ 111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 112 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
 จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านกระบวนการ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. การบริการหลังการขาย ล่าช้า	4.25 มาก	4.24 มาก	3.54 มาก
2. กระบวนการจองรถไม่ น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	4.27 มาก	4.06 มาก	3.54 มาก
3. กระบวนการแนะนำ สินค้าไม่น่าสนใจ	4.37 มาก	4.00 มาก	3.54 มาก
4. กระบวนการรับรถ ยุ่งยากและต้องรอนาน	4.28 มาก	4.03 มาก	3.77 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 มาก	3.47 น้อย	3.08 น้อย

จากตารางที่ 112 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 113 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.72 มาก	3.67 มาก	3.77 มาก
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวก	3.84 มาก	3.96 มาก	3.77 มาก
3. บรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.84 มาก	3.76 มาก	3.77 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10 น้อย	3.10 น้อย	3.08 น้อย

จากตารางที่ 113 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 114 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ทักษะวิชาชีพ เช่น กระจกแถบ มองเห็นไม่ชัด ไฟหน้าไม่สว่าง เป็นต้น	3.40 น้อย	4.44 มาก	3.86 มาก	3.75 มาก	4.96 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	3.63 มาก	3.82 มาก	4.18 มาก	3.75 มาก	4.96 มากที่สุด	4.00 มาก
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	3.56 มาก	3.94 มาก	3.82 มาก	3.75 มาก	4.98 มากที่สุด	4.00 มาก
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.38 น้อย	3.94 มาก	3.80 มาก	3.75 มาก	4.98 มากที่สุด	4.00 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ยาก	3.41 น้อย	3.94 มาก	3.99 มาก	3.75 มาก	4.96 มากที่สุด	4.00 มาก
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	3.71 มาก	3.94 มาก	4.36 มาก	3.75 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	3.59 มาก	3.94 มาก	4.50 มากที่สุด	3.75 มาก	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยไม่มีครบ	3.67 มาก	3.94 มาก	4.33 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.81 มาก	4.00 มาก	4.32 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	3.34 น้อย	3.56 มาก	3.99 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
11. ตัวถังบอบบาง	3.46 น้อย	3.94 มาก	3.80 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.23 น้อย	3.50 มาก	3.80 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.20 น้อย	3.50 มาก	3.76 มาก	3.75 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
14. ระบบเบรกไม่ดี	3.55 มาก	3.94 มาก	4.14 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 น้อย	3.70 มาก	3.84 มาก	3.57 มาก	4.22 มาก	4.20 มาก

จากตารางที่ 114 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธอมน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธอมนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธอมนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธอมนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธอมนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านราคา	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	3.65 มาก	3.50 มาก	4.59 มากที่สุด	3.75 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	2.96 น้อย	3.50 มาก	3.57 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	3.00 น้อย	3.56 มาก	3.66 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
4. เงินค่าน้ำสูง	2.99 น้อย	3.56 มาก	3.57 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	5.00 มากที่สุด
5. ราคาอะไหล่แพง	3.55 มาก	3.56 มาก	4.59 มากที่สุด	3.75 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.55 มาก	3.56 มาก	4.59 มากที่สุด	3.75 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.78 น้อย	2.99 น้อย	3.38 น้อย	3.12 น้อย	3.39 น้อย	3.69 มาก

จากตารางที่ 114 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 116 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย แลศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการ เดินทาง	3.26 น้อย	3.56 มาก	3.71 มาก	3.75 มาก	3.10 น้อย	4.00 มาก
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกล แหล่งชุมชน	3.59 มาก	3.50 มาก	3.16 น้อย	3.75 มาก	4.02 มาก	4.00 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่ จอดรถไม่เพียงพอ	4.03 มาก	3.06 น้อย	4.37 มาก	3.75 มาก	4.02 มาก	4.00 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มี รถรับส่งไปยังสถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	3.57 มาก	3.50 มาก	3.89 มาก	3.75 มาก	4.02 มาก	4.00 มาก
5. พนักงานขายติดต่อยาก	3.92 มาก	3.56 มาก	4.41 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
6. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์ จำหน่ายและศูนย์บริการไม่ สะดวกต่อการติดต่อและใช้ บริการ	4.00 มาก	3.50 มาก	4.41 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
7.อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มี ผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 น้อย	3.10 น้อย	3.56 มาก	3.36 น้อย	3.46 น้อย	3.57 มาก

จากตารางที่ 116 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญ
กับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่
ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 117 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	3.65 มาก	3.06 น้อย	3.67 มาก	3.75 มาก	3.10 น้อย	4.00 มาก
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.63 มาก	3.06 น้อย	3.67 มาก	3.75 มาก	3.10 น้อย	3.00 น้อย
3. ไม่มีของแถมให้	3.59 มาก	3.06 น้อย	3.67 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	3.00 น้อย
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก	3.59 มาก	3.11 น้อย	3.20 น้อย	3.75 มาก	4.06 มาก	3.00 น้อย
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	4.18 มาก	3.06 น้อย	4.22 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27 น้อย	2.73 น้อย	3.24 น้อย	3.29 น้อย	3.23 น้อย	3.17 น้อย

จากตารางที่ 117 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 118 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านบุคคล	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ	4.15 มาก	3.06 น้อย	4.05 มาก	3.75 มาก	4.96 มากที่สุด	4.00 มาก
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค	4.34 มาก	3.06 น้อย	4.05 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	5.00 มากที่สุด
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาไม่สุภาพ	4.17 มาก	3.50 มาก	4.24 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	5.00 มากที่สุด
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	4.03 มาก	3.06 น้อย	4.24 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 น้อย	2.73 น้อย	3.35 น้อย	3.25 น้อย	3.39 น้อย	3.51 มาก

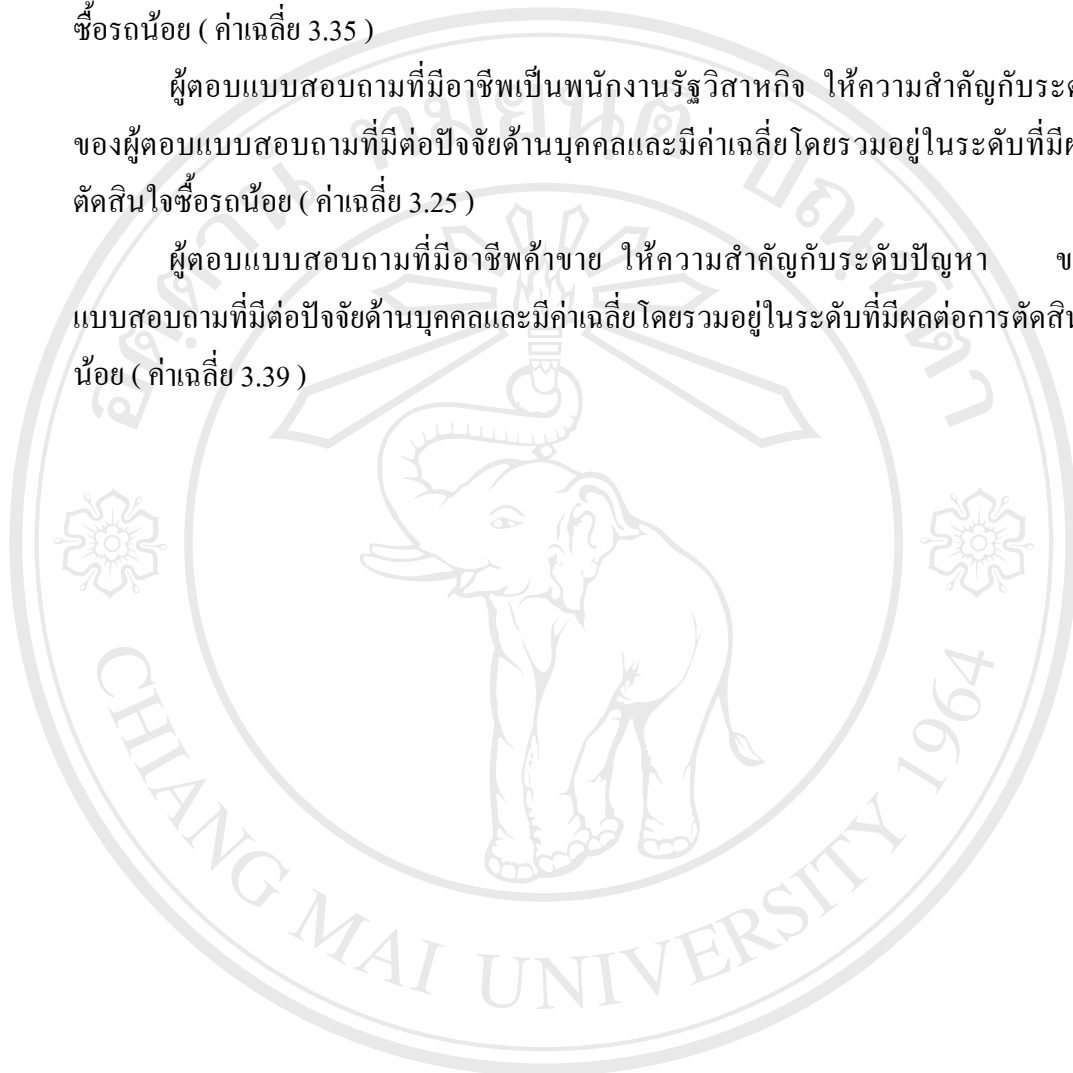
จากตารางที่ 118 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.39)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 119 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านกระบวนการ	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ประ กอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน งานรัฐ วิสาห กิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. การบริการหลังการขาย ล่าช้า	4.26 มาก	3.06 น้อย	4.18 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
2. กระบวนการจองรถไม่ น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	4.00 มาก	3.50 มาก	4.22 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	5.00 มากที่สุด
3. กระบวนการแนะนำสินค้า ไม่น่าสนใจ	4.09 มาก	3.06 น้อย	4.22 มาก	3.75 มาก	4.04 มาก	5.00 มากที่สุด
4. กระบวนการรับรถยุ่งยาก และต้องรอนาน	3.99 มาก	3.50 มาก	4.41 มาก	3.75 มาก	4.06 มาก	5.00 มากที่สุด
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 น้อย	2.82 น้อย	3.61 มาก	3.20 น้อย	3.44 น้อย	4.00 มาก

จากตารางที่ 119 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 120 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่นๆ
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.75 มาก	2.61 น้อย	3.89 มาก	3.75 มาก	4.02 มาก	3.00 น้อย
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาด	3.90 มาก	3.06 น้อย	3.86 มาก	3.75 มาก	4.02 มาก	4.00 มาก
3. บรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.77 มาก	3.06 น้อย	3.86 มาก	3.75 มาก	4.02 มาก	4.00 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.11 น้อย	2.43 น้อยที่สุด	3.15 น้อย	3.06 น้อย	3.27 น้อย	3.00 น้อย

จากตารางที่ 120 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 121 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ทัศนวิสัยดีเช่น กระจกแคบ มองเห็นไม่ชัด ไฟหน้าไม่สว่าง เป็นต้น	3.77 มาก	4.23 มาก	3.79 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	3.95 มาก	4.15 มาก	3.92 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	3.77 มาก	4.19 มาก	3.79 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.69 มาก	4.03 มาก	3.70 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก	3.58 มาก	4.16 มาก	3.89 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	3.82 มาก	3.97 มาก	4.29 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	3.90 มาก	4.17 มาก	4.31 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยมีไม่ครบ	3.66 มาก	3.91 มาก	4.34 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.78 มาก	3.80 มาก	4.30 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	3.33 น้อย	3.82 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
11. ตัวถังบอบบาง	3.57 มาก	3.73 มาก	3.50 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.30 น้อย	3.61 มาก	4.00 มาก	3.10 น้อย	4.00 มาก
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.27 น้อย	3.58 มาก	3.81 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
14. ระบบเบรกไม่ดี	3.67 มาก	3.86 มาก	4.15 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 น้อย	3.75 มาก	3.77 มาก	3.14 น้อย	3.80 มาก

จากตารางที่ 121 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 122 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	3.78 มาก	4.11 มาก	4.01 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ สั้นเกินไป	3.31 น้อย	3.82 มาก	3.27 น้อย	1.00 ไม่มีผล	4.00 มาก
3. กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยสูง	3.39 น้อย	3.39 น้อย	3.47 น้อย	1.00 ไม่มีผล	4.00 มาก
4. เงินค่าน้ำสูง	3.39 น้อย	3.78 มาก	3.47 น้อย	1.00 ไม่มีผล	4.00 มาก
5. ราคาอะไหล่แพง	3.70 มาก	4.02 มาก	4.01 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.70 มาก	3.99 มาก	4.01 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 น้อย	3.44 น้อย	3.32 น้อย	1.86 น้อยที่สุด	3.57 มาก

จากตารางที่ 122 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์น้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 1.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 123 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการไม่สะดวกต่อ การเดินทาง	3.20 น้อย	3.36 น้อย	3.73 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการอยู่ไกล แหล่งชุมชน	3.68 มาก	3.47 น้อย	3.62 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	4.04 มาก	3.78 มาก	4.32 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มี รถรับส่งไปยังสถานที่ที่ ต้องการ เป็นต้น	3.78 มาก	3.60 มาก	3.80 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. พนักงานขายติดต่อยาก	3.84 มาก	3.88 มาก	4.42 มาก	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
6. เวลาเปิด – ปิด ของศูนย์ จำหน่ายและศูนย์บริการไม่ สะดวกต่อการติดต่อและใช้ บริการ	3.94 มาก	3.86 มาก	4.42 มาก	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 น้อย	3.28 น้อย	3.62 มาก	2.71 น้อย	3.86 มาก

จากตารางที่ 123 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 124 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มีน้อย	3.55 มาก	3.22 น้อย	3.92 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.53 มาก	3.22 น้อย	3.92 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. ไม่มีของแถมให้	3.99 มาก	3.58 มาก	3.75 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับ สมาชิก	3.68 มาก	3.55 มาก	3.56 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการให้บริการล่าช้า ไม่ ตรงเวลา	4.24 มาก	3.69 มาก	4.51 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 น้อย	3.04 น้อย	3.44 น้อย	2.67 น้อย	3.50 มาก

จากตารางที่ 124 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับ ปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 125 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านบุคคล	ไม่เกิน	50,001 –	70,001 –	90,001 –	100,001 –
	50,000 บาท	70,000 บาท	90,000 บาท	100,000 บาท	130,000 บาท
1. พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐาน และการทำงานของระบบต่างๆ	4.23 มาก	4.09 มาก	4.24 มาก	3.00 น้อย	5.00 มากที่สุด
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค	4.33 มาก	3.88 มาก	4.42 มาก	3.00 น้อย	5.000 มากที่สุด
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพุดจาไม่สุภาพ	4.22 มาก	3.85 มาก	4.47 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	4.05 มาก	3.85 มาก	4.41 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 มาก	3.33 น้อย	3.71 มาก	2.60 น้อย	3.80 มาก

จากตารางที่ 125 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 126 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านกระบวนการ	ไม่เกิน	50,001 –	70,001 –	90,001 –	100,001 –
	50,000	70,000	90,000	100,000	130,000
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
1. การบริการหลังการขายล่าช้า	4.30 มาก	3.74 มาก	4.32 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	4.03 มาก	3.63 มาก	4.57 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. กระบวนการแนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ	4.08 มาก	3.76 มาก	4.51 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. กระบวนการรับรถยุ่งยากและ ต้องรอนาน	4.02 มาก	3.78 มาก	4.57 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 น้อย	3.18 น้อย	3.79 มาก	2.60 น้อย	3.40 น้อย

จากตารางที่ 126 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 127 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	ไม่เกิน 50,000 บาท	50,001 – 70,000 บาท	70,001 – 90,000 บาท	90,001 – 100,000 บาท	100,001 – 130,000 บาท
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.76 มาก	3.77 มาก	3.69 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่ สะอาด	3.96 มาก	3.77 มาก	3.69 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
3. บรรยากาศภายในศูนย์ จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.79 มาก	3.75 มาก	3.90 มาก	3.00 น้อย	4.00 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 น้อย	3.07 น้อย	3.07 น้อย	2.50 น้อย	3.25 น้อย

จากตารางที่ 127 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 128 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	สด	ผ่อน
1. ทัศนวิสัยดีเช่น กระจกแคบ มองเห็นไม่ชัด ไฟ หน้าไม่สว่าง เป็นต้น	4.12 มาก	3.69 มาก
2. คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี	4.17 มาก	3.81 มาก
3. สตาร์ทยาก มีอัตราเร่งต่ำ	3.98 มาก	3.76 มาก
4. เครื่องยนต์มีเสียงดัง	3.92 มาก	3.63 มาก
5. การขับ การเลี้ยว การบังคับรถ ทำได้ยาก	3.92 มาก	3.71 มาก
6. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูง	4.40 มาก	3.72 มาก
7. การทรงตัวไม่ดีในขณะที่เข้าโค้ง	4.22 มาก	3.96 มาก
8. อุปกรณ์/ระบบความปลอดภัยมีไม่ครบ	4.25 มาก	3.76 มาก
9. ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.31 มาก	3.74 มาก
10. มีรุ่นให้เลือกน้อย	3.80 มาก	3.50 มาก
11. ตัวถังบอบบาง	3.71 มาก	3.52 มาก
12. บริการหลังการขายไม่ดี	3.96 มาก	3.36 น้อย
13. เครื่องปรับอากาศไม่มีคุณภาพ	3.79 มาก	3.33 น้อย
14. ระบบเบรกไม่ดี	4.40 มาก	3.51 มาก
15. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 มาก	3.47 น้อย

จากตารางที่ 128 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 129 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านราคา	สด	ผ่อน
1. กรณีซื้อสดไม่มีส่วนลดให้	4.19 มาก	3.72 มาก
2. ระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป	3.37 น้อย	3.30 น้อย
3. กรณีเช่าซื้อ มีอัตราดอกเบี้ยสูง	3.58 มาก	3.35 น้อย
4. เงินค่าน้ำสูง	3.51 มาก	3.36 น้อย
5. ราคาอะไหล่แพง	3.99 มาก	3.76 มาก
6. ราคาค่าตรวจเช็คสูง	3.99 มาก	3.75 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 น้อย	3.18 น้อย

จากตารางที่ 129 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 130 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	สด	ผ่อน
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.64 มาก	3.26 น้อย
2. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน	3.39 น้อย	3.72 มาก
3. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่ จอดรถไม่เพียงพอ	3.88 มาก	4.14 มาก
4. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่นห้องพักรถลูกค้า มีรถรับส่งไปยัง สถานที่ที่ต้องการ เป็นต้น	3.45 น้อย	3.89 มาก
5. พนักงานขายติดต่อยาก	3.97 มาก	4.04 มาก
6. เวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการ ติดต่อและใช้บริการ	4.01 มาก	4.07 มาก
7. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 น้อย	3.45 น้อย

จากตารางที่ 130 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับ
ปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ตารางที่ 131 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	สด	ผ่อน
1. การโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ มี น้อย	3.48 น้อย	3.30 น้อย
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณา ตามจุดต่างๆ มีน้อย	3.30 น้อย	3.64 มาก
3. ไม่มีของแถมให้	3.6 มาก	3.87 มาก
4. ไม่มีบัตรส่วนลดสำหรับ สมาชิก	3.47 น้อย	3.66 มาก
5. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา	4.16 มาก	4.17 มาก
6. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17 น้อย	3.27 น้อย

จากตารางที่ 131 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 132 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านบุคคล	สด	ผ่อน
1. พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่นอุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ	4.14 มาก	4.17 มาก
2. พนักงานขายไม่จริงใจ ไม่เสมอภาค	4.33 มาก	4.14 มาก
3. พนักงานศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ พูดยาไม่สุภาพ	4.14 มาก	4.21 มาก
4. ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	4.16 มาก	4.04 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 มาก	3.51 มาก

จากตารางที่ 132 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 133 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ
 จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านกระบวนการ	สด	ผ่อน
1. การบริการหลังการขายล่าช้า	4.14 มาก	4.13 มาก
2. กระบวนการจองรถไม่น่าเชื่อถือ หลักฐานน้อย	4.13 มาก	4.05 มาก
3. กระบวนการแนะนำสินค้าไม่น่าสนใจ	4.27 มาก	4.02 มาก
4. กระบวนการรับรถยุ่งยากและต้องรอนาน	4.15 มาก	4.09 มาก
5. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.07 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 มาก	3.47 น้อย

จากตารางที่ 133 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตารางที่ 134 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเงื่อนไขในการจ่ายเงินซื้อรถ

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ	สด	ผ่อน
1. หาป้ายชื่อโฆษณาไม่พบ	3.45 น้อย	3.87 มาก
2. ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาด	3.63 มาก	4.02 มาก
3. บรรยากาศภายในศูนย์จำหน่ายและให้บริการไม่ดี	3.66 มาก	3.89 มาก
4. อื่นๆ	1.00 ไม่มีผล	1.00 ไม่มีผล
ค่าเฉลี่ยรวม	2.94 น้อย	3.20 น้อย

จากตารางที่ 134 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.20)