

บทที่ 4**ผลการศึกษา**

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ที่เคยซื้อขายรถยนต์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลชนิดไม่เกิน 7 คน ภายในระยะเวลาสองปี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อขายรถยนต์ (ตารางที่ 1 - 9)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (ตารางที่ 10 - 29)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามเพศและรายได้ (ตารางที่ 30 - 59)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อยางรถยนต์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	174	58.00
หญิง	126	42.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.00 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 42.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	15	5.00
21 – 30 ปี	84	28.00
31 – 40 ปี	78	26.00
41 – 50 ปี	81	27.00
51 ปีขึ้นไป	42	14.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 28.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 27.00 และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 26.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	124	41.30
สมรส	176	58.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 58.70 และเป็นโสด ร้อยละ 41.30

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	28.00
ปริญญาตรี	177	59.00
ปริญญาโท	36	12.00
สูงกว่าปริญญาโท	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.00 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 28.00 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 12.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	9.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	83	27.70
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	51	17.00
รับจ้าง	35	11.70
บริษัทเอกชน	80	26.70
อื่น ๆ	24	8.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต (16) ข้าราชการบำนาญ (6) แม่บ้าน (2)

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด ร้อยละ 27.70 รองลงมาทำงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26.70 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 17.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	115	38.30
15,001 – 30,000 บาท	89	29.70
30,001 – 50,000 บาท	54	18.00
50,001 – 70,000 บาท	20	6.70
70,001 – 100,000 บาท	12	4.00
มากกว่า 100,000 บาท	10	3.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 38.30 รองลงมา 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 29.70 และ 30,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 18.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
สองคน	29	9.70
สามคน	65	21.70
สี่คน	110	36.70
ห้าคน	56	18.70
หกคน	18	6.00
มากกว่าหกคน	22	7.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์มีจำนวนสมาชิกสี่คนมากที่สุด ร้อยละ 36.70 รองลงมาสามคน ร้อยละ 21.70 และห้าคน ร้อยละ 18.70

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามประเภทของรถยนต์ที่ใช้

ประเภทของรถยนต์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
เก๋งตอนเดียว (เก๋งสองประตู)	30	10.00
เก๋งสองตอน (เก๋งสี่ประตู)	174	58.00
เก๋งสองตอนแวน (เก๋งสี่ประตูที่มีที่นั่งด้านหลัง)	10	3.33
กระบะตอนเดียว (กระบะสองประตู)	111	37.00
กระบะสองตอน (กระบะสี่ประตู)	52	17.33
รถแวน หรือสปอร์ตครูเซอร์	12	4.00
รถไฟร์วีลไดรฟ์ (4 Wheels Drive)	15	5.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ประเภทเก๋งสองตอน (เก๋งสี่ประตู) ร้อยละ 58.00 รองลงมาใช้รถยนต์ประเภทกระบะตอนเดียว (กระบะสองประตู) ร้อยละ 37.00 และใช้รถยนต์ประเภทกระบะสองตอน (กระบะสี่ประตู) ร้อยละ 17.33

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณา

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ขั้นที่ 1.การตระหนักถึงความต้องการหรือการเล็งเห็นปัญหา : คือขั้นตอนที่ท่านเกิดความต้องการหรือมีสิ่งจูงใจที่ทำให้อยากซื้อขยารถยนต์	101 (33.70)	110 (36.70)	62 (20.70)	17 (5.70)	10 (3.30)	3.92 (มาก)
ขั้นที่ 2.การค้นหาข้อมูลหรือการเสาะแสวงหาข่าวสาร : คือขั้นตอนที่ท่านแสวงหา/ศึกษา/ค้นคว้า/ ตรวจสอบข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลของขยารถยนต์ที่ท่านสนใจจะซื้อ ทั้งจากความรู้เดิมที่ท่านเคยมีมาและจากการเสาะแสวงหาข่าวสารใหม่ ๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บู้ตแสดงสินค้า การเลือกชมสินค้าด้วยตนเองที่ร้านขายปลีกขยารถยนต์ การสอบถามจากแหล่งบุคคล ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว หรือช่าง	73 (24.30)	110 (36.70)	82 (27.30)	25 (8.30)	10 (3.30)	3.70 (มาก)
ขั้นที่ 3.การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ : คือการตรวจสอบลักษณะของขยารถยนต์ที่ท่านเลือกเทียบกับมาตรฐานที่มีในจิตใจหรือทำการเปรียบเทียบขยารถยนต์ในด้าน ราคา ตรีย์หือ รุ่งความปลอดภัย ประเทศผู้ผลิต ชื่อเสียงของขยารถยนต์ ประโยชน์ใช้สอย ความคุ้มค่า	114 (38.00)	130 (43.30)	50 (16.70)	4 (1.30)	2 (0.70)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณา

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ขั้นที่ 4.การซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านตัดสินใจจะซื้อหรือไม่ซื้อขารถยนต์ที่ท่านต้องการ รวมถึงการตัดสินใจเลือกร้านขายปลีกขารถยนต์ที่จะซื้อ	44 (14.70)	141 (47.00)	101 (33.70)	10 (3.30)	4 (1.30)	3.70 (มาก)
ขั้นที่ 5.การอุปโภค : คือขั้นตอนการใช้ขารถยนต์ในการขับขี่ของท่าน	96 (32.00)	105 (35.00)	82 (27.30)	14 (4.70)	3 (1.00)	3.92 (มาก)
ขั้นที่ 6.การประเมินทางเลือกหลังซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านประเมินว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจภายหลังจากที่ใช้ขารถยนต์ที่ได้ซื้อมา	74 (24.70)	107 (35.70)	94 (31.30)	20 (6.70)	5 (1.70)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.86 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ซื้อขารถยนต์มีระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณาต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก โดยมีการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นที่ 3 มาพิจารณามากที่สุด คือ การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการหรือการเล็งเห็นปัญหา และขั้นที่ 5 การอุปโภค ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามความสำคัญของสาเหตุในการเกิดความต้องการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์

ลำดับที่	สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
1	เมื่อยางเส้นเก่าหมดอายุการใช้งาน เช่น ดอกยางสึกหรือ	164	54.70
2	เมื่อยางเส้นเก่าเกิดปัญหา/ชำรุด เช่น ยางระเบิด ยางรั่ว ซึม	135	45.00
3	ยางเส้นเก่าไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น วิ่งแล้วไม่นิ่ม เหนียว	192	64.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ต้องการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ เมื่อยางเส้นเก่าหมดอายุการใช้งาน เช่น ดอกยางสึกหรือ เป็นลำดับแรก ร้อยละ 54.70 ต้องการซื้อ/เปลี่ยนเมื่อยางเส้นเก่าเกิดปัญหา/ชำรุด เช่น ยางระเบิด ยางรั่ว ซึม เป็นลำดับที่สอง ร้อยละ 45.00 และต้องการซื้อ/เปลี่ยนเมื่อยางเส้นเก่าไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น วิ่งแล้วไม่นิ่ม เหนียว เป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 64.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด

ลำดับที่	แหล่งข้อมูลที่ใช้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1	จากการสอบถามช่างผู้ชำนาญการเกี่ยวกับยางรถยนต์ โดยเฉพาะหรือช่างประจำอู่ซ่อมรถยนต์	138	46.00
2	จากการสอบถามคนรู้จัก เช่น คนในครอบครัวญาติสนิทเพื่อน	74	24.70
3	จากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์	87	29.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์หาข้อมูลจากการสอบถามช่างผู้ชำนาญการเกี่ยวกับยางรถยนต์ โดยเฉพาะหรือช่างประจำอู่ซ่อมรถยนต์ เป็นลำดับแรก ร้อยละ 46.00 หาข้อมูลจากการสอบถามคนรู้จัก เช่น คนในครอบครัว ญาติสนิท เพื่อน เป็นลำดับที่สอง ร้อยละ 24.70 และหาข้อมูลจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ เป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 29.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ลำดับที่	แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1	จากการสอบถามช่างผู้ชำนาญการเกี่ยวกับยางรถยนต์ โดยเฉพาะหรือช่างประจำอู่ซ่อมรถยนต์	169	56.30
2	จากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์	83	27.70
3	จากการสอบถามคนรู้จัก เช่น คนในครอบครัวญาติสนิท เพื่อน	103	34.30

จากตารางที่ 12 พบว่า แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อยางรถยนต์มากที่สุด เป็นลำดับแรก คือ จากการสอบถามช่างผู้ชำนาญการเกี่ยวกับยางรถยนต์ โดยเฉพาะหรือช่างประจำอู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 56.30 ลำดับที่สองคือ จากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ ร้อยละ 27.70 และลำดับที่สามคือ จากการสอบถามคนรู้จัก เช่น คนในครอบครัว ญาติสนิท เพื่อน ร้อยละ 34.30

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ตนเอง	181 (60.30)	81 (27.00)	33 (11.00)	1 (0.30)	2 (0.70)	4.44 (มาก)
2. บิดา/มารดา	35 (11.70)	63 (21.00)	79 (26.30)	46 (15.30)	70 (23.30)	2.75 (ปานกลาง)
3. สามी/ภรรยา	37 (12.30)	97 (32.30)	71 (23.70)	37 (12.30)	37 (12.30)	2.99 (ปานกลาง)
4. เพื่อน	9 (3.00)	60 (20.00)	151 (50.30)	57 (19.00)	21 (7.00)	2.91 (ปานกลาง)
5. บุตร/ธิดา	20 (6.70)	49 (16.30)	52 (17.30)	67 (22.30)	89 (29.70)	2.25 (น้อย)
6. ญาติพี่น้อง	12 (4.00)	48 (16.00)	112 (37.30)	77 (25.70)	43 (14.30)	2.62 (ปานกลาง)
7. ช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์	60 (20.00)	120 (40.00)	92 (30.70)	15 (5.00)	11 (3.70)	3.66 (มาก)
8. พนักงานแนะนำสินค้า เช่น พนักงานขายของ พรีตตี้	8 (2.70)	36 (12.00)	135 (45.00)	59 (19.70)	57 (19.00)	2.55 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วยตนเองมากเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ ช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์

เหตุผล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ความปลอดภัยในการขับขี่ เช่น คุณภาพของยางรถยนต์,อายุการใช้งานของยางรถยนต์, การยึดเกาะถนนดี ไม่ลื่นไถล บังคับขณะเลี้ยวได้ง่าย, ดอกยางรีดน้ำและโคลนได้ดี มีการรับประกันหลังการขาย มีศูนย์บริการเพียงพอและสะดวกต่อการเข้ารับบริการเมื่อเกิดปัญหา	244 (81.30)	47 (15.70)	7 (2.30)	1 (0.30)	1 (0.30)	4.77 (มากที่สุด)
2.คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน	99 (33.00)	98 (32.70)	89 (29.70)	13 (4.30)	1 (0.30)	3.94 (มาก)
3.รูปลักษณ์ภายนอกของยางรถยนต์ที่เหมาะสมกับฐานะ ภาพลักษณ์ของตนเองและรถยนต์ที่ใช้	33 (11.00)	107 (35.70)	125 (41.70)	31 (10.30)	4 (1.30)	3.45 (ปานกลาง)
4.มีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก	45 (15.00)	122 (40.70)	106 (35.30)	22 (7.30)	5 (1.70)	3.60 (มาก)
5.สามารถซื้อเป็นชุดได้ในราคาถูกมาก หรือเป็นยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีการให้ส่วนลด การแจกของแถม	31 (10.30)	64 (21.30)	98 (32.70)	91 (30.30)	16 (5.30)	3.01 (ปานกลาง)
6.เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด	101 (33.70)	132 (44.00)	59 (19.70)	7 (2.30)	1 (0.30)	4.08 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อขงรถยนต์

เหตุผล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.ช่างที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า	70 (23.30)	154 (51.30)	62 (20.70)	11 (3.70)	3 (1.00)	3.92 (มาก)
8.ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาด เรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ขงรถยนต์) สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถสะดวกสบาย	81 (27.00)	132 (44.00)	71 (23.70)	12 (4.00)	4 (1.30)	3.91 (มาก)
9.ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด – ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ	83 (27.70)	145 (48.30)	54 (18.00)	14 (4.70)	4 (1.30)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.85 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากต่อเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อเหตุผลในด้านความปลอดภัยในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 4.77) อีกทั้งยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเป็นยางรถยนต์ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด (ค่าเฉลี่ย 4.08) ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด – ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.96) คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ช่างที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษย์สัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาดเรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ยางรถยนต์) สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการมีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามยี่ห้อยางรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด

ยี่ห้อยาง	จำนวน	ร้อยละ
BF Goodrich	9	3.00
Bridgestone/Firestone	91	30.30
DUNLOP	8	2.70
Goodyear	64	21.30
KUMHO	1	0.30
Michelin	113	37.70
TOYOTIRES	1	0.30
YOKOHAMA	6	2.00
Pirelli	1	0.30
Simax	3	1.00
Maxis	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์เลือกใช้อย่างรถยนต์ยี่ห้อ Michelin มากที่สุด ร้อยละ 37.70 รองลงมาเลือกใช้อยี่ห้อ Bridgestone/Firestone ร้อยละ 30.30 และยี่ห้อ Goodyear ร้อยละ 21.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อขยารยยนต์จำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกขยารยยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ

เวลาโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจทันทีโดยไม่เสียเวลาหาข้อมูล	81	27.00
หนึ่งสัปดาห์	108	36.00
มากกว่าหนึ่งสัปดาห์	93	31.00
อื่น ๆ	18	6.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ขึ้นกับความพร้อมของจำนวนเงิน (6) 2 – 3 วัน (5)

แล้วแต่สถานการณ์ และความจำเป็น (4) หลังจากหาข้อมูลหรืออ่านหนังสือข้อมูลเรื่องขยารถ (3)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ซื้อขยารยยนต์ใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อขยารยยนต์ก่อนตัดสินใจซื้อหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 36.00 รองลงมาใช้เวลาพิจารณาเลือกซื้อมากกว่าหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 31.00 และตัดสินใจทันทีโดยไม่เสียเวลาหาข้อมูล ร้อยละ 27.00

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อขยารยยนต์จำแนกตามวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง

จำนวนขยารถ	จำนวน	ร้อยละ
ทีละเส้น (เฉพาะเส้นที่มีปัญหา)	17	5.70
พร้อมกันทั้งสี่เส้น	199	66.30
ไม่แน่นอน	84	28.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ซื้อขยารยยนต์ส่วนใหญ่ซื้อ/เปลี่ยนขยารถพร้อมกันทั้งสี่เส้น ร้อยละ 66.30 รองลงมาวิธีกรเลือกซื้อ/เปลี่ยนแต่ละครั้งไม่แน่นอน ร้อยละ 28.00 และซื้อ/เปลี่ยนทีละเส้น ร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์

ความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ปีละครั้ง	40	13.30
สองปีต่อครั้ง	108	36.00
มากกว่าสองปีต่อครั้ง	152	50.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์มากกว่าสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 50.70 รองลงมาซื้อ/เปลี่ยนสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 36.00 และซื้อ/เปลี่ยนปีละครั้ง ร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	5	1.70
2,001 – 5,000 บาท	65	21.70
5,001 – 10,000 บาท	124	41.30
10,001 – 20,000 บาท	84	28.00
20,001 – 40,000 บาท	22	7.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยางรถยนต์ 5,001 – 20,000 บาท รวมร้อยละ 69.30

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามสถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง

สถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง	จำนวน	ร้อยละ
เก็บไว้ที่รถ	285	95.00
เก็บไว้ที่บ้าน	13	4.30
เก็บไว้ที่ร้านจำหน่ายยาง	2	0.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่เก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่รถ ร้อยละ 95.00 รองลงมาเก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่บ้าน ร้อยละ 4.30 และเก็บไว้ที่ร้านจำหน่ายยาง ร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามวิธีการดูแลรักษายางรถยนต์ให้มียอายุการใช้งานยาวนานขึ้น เรียงตามลำดับ

ลำดับที่	วิธีการในการดูแลรักษายางรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
1	ตรวจเช็กลมยางเป็นประจำ	252	84.00
2	ไม่ขับขี่ยางยนต์ด้วยความเร็วที่สูงหรือบรรทุกของหนักจนเกินไป	122	40.70
3	สลับตำแหน่งยางรถยนต์เป็นระยะ ๆ เพื่อให้ยางเกิดการสึกหรอใกล้เคียงกันมากที่สุด	88	29.30
4	เติมลมยางให้มากขึ้นกว่าปกติกรณีที่ต้องเดินทางไกลหรือขับรถติดต่อกันเป็นเวลานาน	122	40.70
5	เติมลมยางให้มากขึ้นกว่าปกติหรือใช้แม่แรงยกยางรถยนต์ให้ลอยจากพื้นเมื่อต้องจอดทิ้งไว้เป็นเวลานาน (มากกว่า 1 เดือน)	180	60.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์คู่แลร์กษายางรถยนต์ให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น โดยการตรวจเช็คลมยางเป็นประจำ เป็นลำดับแรก ร้อยละ 84.00 โดยการไม่จับจี้รถยนต์ด้วยความเร็วที่สูงหรือบรรทุกของหนักจนเกินไป เป็นลำดับที่สอง ร้อยละ 40.70 สลับตำแหน่งยางรถยนต์เป็นระยะ ๆ เพื่อให้ยางเกิดการสึกหรือใกล้เสียดกันมากที่สุด ร้อยละ 29.30 เป็นลำดับที่สาม เติลมยางให้มากขึ้นกว่าปกติกรณีที่ต้องเดินทางไกลหรือขับรถติดต่อกันเป็นเวลานาน ร้อยละ 40.70 เป็นลำดับที่สี่ และเติลมยางเพิ่มมากขึ้นกว่าปกติหรือใช้แม่แรงยกรถยนต์ให้ลอยจากพื้นเมื่อต้องจอดทิ้งไว้เป็นเวลานาน (มากกว่า 1 เดือน) ร้อยละ 60 เป็นลำดับที่ห้า

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามวิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้วแต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้

วิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ	146	48.70
นำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำเชื้อเพลิง	63	21.00
นำไปขายต่อ	121	40.30
ยกให้ผู้อื่น	15	5.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์จัดการกับยางเก่าที่ใช้งานแล้ว โดยการทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ มากที่สุด ร้อยละ 48.70 รองลงมามีนำไปขายต่อ ร้อยละ 40.30 และนำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำเชื้อเพลิง ร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อข้อยางรถยนต์จำแนกตามการเลือกซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง

การเลือกซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	71	23.70
ไม่ซื้อ	229	76.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ซื้อข้อยางรถยนต์ส่วนใหญ่ไม่ต้องการเลือกซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง ร้อยละ 76.30 ขณะที่ต้องการเลือกซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง ร้อยละ 23.70

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อข้อยางรถยนต์จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อข้อยางรถยนต์มือสอง	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	38	12.70
สามารถใช้ทดแทนกันได้	62	20.60
อื่น ๆ	14	4.70

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ จำเป็นต้องเปลี่ยนยางด่วน (8) เงินมีจำนวนจำกัด (4) ใช้เป็นยางอะไหล่ (2)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ซื้อข้อยางรถยนต์ที่ตัดสินใจซื้อข้อยางรถยนต์มือสองมีเหตุผล คือ สามารถใช้ทดแทนกันได้ ร้อยละ 20.60 มากที่สุด รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 12.70 และเหตุผลอื่น ๆ ร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อขยารถยนต์จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อขยารถยนต์มือสอง

เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อขยารถยนต์มือสอง	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน	223	74.30
สูญเสียภาพลักษณ์	28	9.30
อื่น ๆ	12	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ ไม่แน่ใจในคุณภาพ (6) ใช้งานไม่ทนทาน (4) ไม่กล้าเสี่ยง (2)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ซื้อขยารถยนต์ที่ตัดสินใจไม่ซื้อขยารถยนต์มือสองส่วนใหญ่มีเหตุผลคือ คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน ร้อยละ 74.30 รองลงมาเนื่องจากสูญเสียภาพลักษณ์ ร้อยละ 9.30 และเหตุผลอื่น ๆ ร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อขยารถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนขยารถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมีขยารถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ

ขยารถยนต์ที่สวยงามกระตุ้นให้เกิดการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	113	37.70
ไม่ใช่	187	62.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ซื้อขยารถยนต์ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อ/เปลี่ยนขยารถยนต์ใหม่เนื่องจากการมีขยารถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 62.30 และซื้อ/เปลี่ยนขยารถยนต์ใหม่เนื่องจากการมีขยารถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 37.70

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.การขีดเกาะถนนดี บังคับง่าย เวลาเลี้ยว ไม่ลื่น ไถล	218 (72.70)	64 (21.30)	17 (5.70)	1 (0.30)	0 (0.00)	4.66 (มากที่สุด)
2.ระบายน้ำ และรีดโคลนได้ดี	101 (33.70)	127 (42.30)	62 (20.70)	10 (3.30)	0 (0.00)	4.06 (มาก)
3.เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี่	132 (44.00)	110 (36.70)	56 (18.70)	1 (0.30)	1 (0.30)	4.24 (มาก)
4.อายุการใช้งานยาวนาน	133 (44.30)	101 (33.70)	62 (20.70)	3 (1.00)	1 (0.30)	4.21 (มาก)
5.ความสะดวกในการเข้ารับ บริการจากร้านที่ซื้อ	72 (24.00)	130 (43.30)	89 (29.70)	7 (2.30)	2 (0.70)	3.88 (มาก)
6.ราคาของยางรถยนต์	81 (27.00)	100 (33.30)	110 (36.70)	7 (2.30)	2 (0.70)	3.84 (มาก)
7.ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ ใช้งาน	197 (65.70)	84 (28.00)	17 (5.70)	2 (0.70)	0 (0.00)	4.59 (มากที่สุด)
8.ความสะดวกในการกำจัดทิ้ง	31 (10.30)	52 (17.30)	102 (34.00)	83 (27.70)	32 (10.70)	2.89 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.05 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่า หลังการซื้อ ผู้ซื้อยางรถยนต์มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อคุณสมบัติด้านการยึดเกาะ ถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่นไถล (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือ ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจียบและนุ่มนวลขณะขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) อายุการใช้งานยาวนาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะดวกในการเข้ารับบริการจากร้านที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และราคาของยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามปัญหาที่พบในการซื้อยางรถยนต์ในส่วนบุคคล

ลำดับที่	ปัญหาที่พบในการซื้อยางรถยนต์ส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1	ยางรถยนต์ที่ต้องการมักมีราคาแพง	138	46.00
2	ไม่สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง ต้องพึ่งพาช่างผู้ชำนาญ / เจ้าของอู่หรือร้านขายปลีกยางรถยนต์เสมอ ๆ	103	34.30
3	ยากต่อการทำความเข้าใจ / แสวงหาข้อมูลด้วยตนเองก่อนทำการตัดสินใจเพราะยางรถยนต์เป็นสินค้าที่มีรายละเอียดทางเทคนิคสูง	66	22.00

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์พบปัญหาจากการซื้อยางรถยนต์ในเรื่องยางรถยนต์ที่ต้องการมีราคาแพง เป็นลำดับแรก ร้อยละ 46.00 พบปัญหาเรื่องไม่สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง ต้องพึ่งพาช่างผู้ชำนาญ/เจ้าของอู่หรือร้านขายปลีกยางรถยนต์เสมอ ๆ เป็นลำดับที่สอง ร้อยละ 34.30 และพบปัญหาเรื่องยากต่อการทำความเข้าใจ/แสวงหาข้อมูลด้วยตนเองก่อนทำการตัดสินใจเพราะยางรถยนต์เป็นสินค้าที่มีรายละเอียดทางเทคนิคสูง เป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 22.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ และ รายได้

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ขั้นที่ 1.การตระหนักถึงความต้องการหรือการ เล็งเห็นปัญหา : คือขั้นตอนที่ท่านเกิดความ ต้องการหรือมีสิ่งจูงใจที่ทำให้อยากซื้อขย รถยนต์	3.93	มาก	3.90	มาก	3.92	มาก
ขั้นที่ 2.การค้นหาข้อมูลหรือการเสาะแสวงหา ข่าวสาร : คือขั้นตอนที่ท่านแสวงหา/ศึกษา/ ค้นคว้า/ตรวจสอบข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลของ ขยรถยนต์ที่ท่านสนใจจะซื้อ ทั้งจากความรู้เดิม ที่ท่านเคยมีมาและการเสาะแสวงหาข่าวสาร ใหม่ ๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามสื่อ ต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บัญชีแสดงสินค้า การ เลือกชมสินค้าด้วยตนเองที่ร้านขายปลีกขย รถยนต์ การสอบถามจากแหล่งบุคคล ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว หรือ ช่าง	3.78	มาก	3.60	มาก	3.70	มาก
ขั้นที่ 3.การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ : คือ การตรวจสอบลักษณะของขยรถยนต์ที่ท่าน เลือกเทียบกับมาตรฐานที่มีในจิตใจหรือทำการ เปรียบเทียบขยรถยนต์ในด้าน ราคา ตรีหื้อ รุ่นความปลอดภัย ประเทศผู้ผลิต ชื่อเสียงของ ขยรถยนต์ ประโยชน์ใช้สอย ความคุ้มค่า	4.20	มาก	4.13	มาก	4.17	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ขั้นที่ 4.การซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านตัดสินใจจะซื้อหรือไม่ซื้ออย่างไรที่ท่านต้องการ รวมถึงการตัดสินใจเลือกร้านขายปลีกอย่างไรที่จะซื้อ	3.71	มาก	3.70	มาก	3.70	มาก
ขั้นที่ 5.การอุปโภค : คือขั้นตอนการใช้ขงรถยนต์ในการขับขี่ของท่าน	3.93	มาก	3.92	มาก	3.92	มาก
ขั้นที่ 6.การประเมินทางเลือกหลังซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านประเมินว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจภายหลังจากที่ใช้ขงรถยนต์ที่ได้ซื้อ	3.70	มาก	3.82	มาก	3.75	มาก
รวม	3.88	มาก	3.85	มาก	3.86	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ซื้อขงรถยนต์เพศชายมีระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณาต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นที่ 3 คือ การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการหรือการเล็งเห็นปัญหาและขั้นที่ 5 การอุปโภค ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ซื้อขงรถยนต์เพศหญิงมีระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณาต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ ขั้นที่ 5 การอุปโภค (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ที่มื่อทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ตนเอง	4.55	มากที่สุด	4.29	มาก	4.44	มาก
2. บิดา/มารดา	2.70	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง
3. สามี/ภรรยา	2.89	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง
4. เพื่อน	2.99	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
5. บุตร/ธิดา	2.23	น้อย	2.28	ปานกลาง	2.25	น้อย
6.ญาติพี่น้อง	2.57	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง
7.ช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์	3.70	มาก	3.60	มาก	3.66	มาก
8. พนักงานแนะนำสินค้า เช่น พนักงานขายของปริตตี้	2.52	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง
รวม	3.02	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์เพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.55 และ 4.44 ตามลำดับ) รองลงมาคือให้ความสำคัญกับการมีช่างซ่อมรถ/ เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์ เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ความปลอดภัยในการขับขี่ เช่น คุณภาพของยางรถยนต์อายุการใช้งานของยางรถยนต์ การยึดเกาะถนนดี ไม่ลื่นไถล บังคับขณะเลี้ยวได้ง่าย ดอกยางรีดน้ำและโคลนได้ดี มีการรับประกันหลังการขาย มีศูนย์บริการเพียงพอและสะดวกต่อการเข้ารับบริการเมื่อเกิดปัญหา	4.75	มากที่สุด	4.80	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด
2.คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน	3.76	มาก	4.17	มาก	3.94	มาก
3.รูปลักษณะภายนอกของยางรถยนต์ที่เหมาะสมกับฐานะ ภาพลักษณ์ของตนเองและรถยนต์ที่ใช้	3.44	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
4.มีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก	3.51	มาก	3.72	มาก	3.60	มาก
5.สามารถซื้อเป็นชุดได้ในราคาถูกมาก หรือเป็นยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีการให้ส่วนลด การแจกของแถม	2.93	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง
6.เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด	4.01	มาก	4.19	มาก	4.08	มาก
7.ช่างที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษย์สัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.83	มาก	4.05	มาก	3.92	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
8.ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาด เรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ยางรถยนต์)สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถ สะดวกสบาย	3.85	มาก	4.00	มาก	3.91	มาก
9.ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ	3.92	มาก	4.02	มาก	3.96	มาก
รวม	3.78	มาก	3.95	มาก	3.85	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ ยี่ห้อที่เลือกใช้มากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.77) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากต่อเหตุผลในด้านการเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด - ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ช่างที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษย์สัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92) ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาด เรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ยางรถยนต์) สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) มีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.60)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อยางรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด จำแนกตามเพศ

ยี่ห้อยาง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
BF Goodrich	2	1.15	7	5.56	9	3.00
Bridgestone/Firestone	53	30.46	38	30.16	91	30.30
DUNLOP	6	3.45	2	1.59	8	2.70
Goodyear	37	21.26	27	21.43	64	21.30
KUMHO	0	0.00	1	0.79	1	0.30
Michelin	64	36.78	49	38.89	113	37.70
TOYOTIRES	1	0.57	0	0.00	1	0.30
YOKOHAMA	5	2.87	1	0.79	6	2.00
Pirelli	1	0.57	0	0.00	1	0.30
Simax	3	1.72	0	0.00	3	1.00
Maxis	2	1.15	1	0.79	3	1.00
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกใช้อย่างรถยนต์ยี่ห้อ Michelin มากที่สุด ร้อยละ 37.70 รองลงมาเลือกใช้ยี่ห้อ Bridgestone/Firestone ร้อยละ 30.30 และยี่ห้อ Goodyear ร้อยละ 21.30

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกขั้วรถยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ

เวลาโดยเฉลี่ย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจทันทีโดยไม่เสียเวลาหาข้อมูล	45	25.86	36	28.57	81	27.00
หนึ่งสัปดาห์	69	39.66	39	30.95	108	36.00
มากกว่าหนึ่งสัปดาห์	52	29.89	41	32.54	93	31.00
อื่น ๆ	8	4.60	10	7.94	18	6.00
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ซื้อขั้วรถยนต์เพศชายส่วนใหญ่ใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อขั้วรถยนต์ก่อนตัดสินใจหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 39.66 รองลงมาใช้เวลามากกว่าหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 29.89

ผู้ซื้อขั้วรถยนต์เพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อขั้วรถยนต์ก่อนตัดสินใจมากกว่าหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 32.54 รองลงมาใช้เวลาหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 30.95

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ

จำนวนยาง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทีละเส้น (เฉพาะเส้นที่มีปัญหา)	6	3.45	11	8.73	17	5.70
พร้อมกันทั้งสี่เส้น	117	67.24	82	65.08	199	66.30
ไม่แน่นอน	51	29.31	33	26.19	84	28.00
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์พร้อมกันทั้งสี่เส้น ร้อยละ 66.30 รองลงมาวิธีการเลือกซื้อ/เปลี่ยนแต่ละครั้งไม่แน่นอน ร้อยละ 28.00

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปีละครั้ง	24	13.79	16	12.70	40	13.30
สองปีต่อครั้ง	58	33.33	50	39.68	108	36.00
มากกว่าสองปีต่อครั้ง	92	52.87	60	47.62	152	50.70
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์มากกว่าสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 50.70 รองลงมาซื้อ/เปลี่ยนสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 36.00

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่าย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	5	2.87	0	0.00	5	1.70
2,001 – 5,000 บาท	36	20.69	29	23.02	65	21.70
5,001 – 10,000 บาท	62	35.63	62	49.21	124	41.30
10,001 – 20,000 บาท	56	32.18	28	22.22	84	28.00
20,001 – 40,000 บาท	15	8.62	7	5.56	22	7.30
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ซื้อขยารถยนต์เพศชายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการซื้อขยารถยนต์ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 35.63 รองลงมามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.18

ผู้ซื้อขยารถยนต์เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการซื้อขยารถยนต์ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 49.21 รองลงมามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 23.02

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง จำแนกตามเพศ

สถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เก็บไว้ที่รถ	166	95.40	119	94.44	285	95.00
เก็บไว้ที่บ้าน	7	4.02	6	4.76	13	4.30
เก็บไว้ที่ร้านจำหน่ายยางรถยนต์	1	0.57	1	0.79	2	0.70
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่เก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่รถ ร้อยละ 95.00 รองลงมาเก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่บ้าน ร้อยละ 4.30

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้วแต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ จำแนกตามเพศ

วิธีการจัดการกับยางเก่า ที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ	75	43.10	71	56.35	146	48.70
นำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำเชื้อเพลิง	41	23.56	22	17.46	63	21.00
นำไปขายต่อ	78	44.83	43	34.13	121	40.30
นำไปให้ผู้อื่น	6	3.45	9	7.14	15	5.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์เพศชายจัดการกับยางเก่าที่ใช้งานแล้วโดยการนำไปขายต่อมากที่สุด ร้อยละ 44.83 รองลงมาคือ ทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ ร้อยละ 43.10

ผู้ซื้อยางรถยนต์เพศหญิงจัดการกับยางเก่าที่ใช้งานแล้วโดยการทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ ร้อยละ 56.35 รองลงมาคือ นำไปขายต่อ ร้อยละ 34.13

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ

การเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	45	25.86	26	20.63	71	23.70
ไม่ซื้อ	129	74.14	100	79.37	229	76.30
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ต้องการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง ร้อยละ 76.30 ขณะที่ต้องการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสองเพียงร้อยละ 23.70

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	26	14.94	12	9.52	38	12.70
สามารถใช้ทดแทนกันได้	39	22.41	23	18.25	62	20.60
อื่นๆ	11	6.32	3	2.38	14	4.70

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสองส่วนใหญ่ มีเหตุผลคือ สามารถใช้ทดแทนกันได้ ร้อยละ 20.60 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 12.70

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อ ยางรถยนต์มือสอง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน	127	72.99	96	76.19	223	74.30
สูญเสียภาพลักษณ์	14	8.05	14	11.11	28	9.30
อื่น ๆ	6	3.45	6	4.76	12	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสองส่วนใหญ่ มีเหตุผลคือ คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน ร้อยละ 74.30 รองลงมาคือ สูญเสียภาพลักษณ์ ร้อยละ 9.30

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวายนามและคุณภาพเป็นที่พอใจ จำแนกตามเพศ

ยางสวายนามกระตุ้น ให้เกิดการซื้อ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	61	35.06	52	41.27	113	37.70
ไม่ใช่	113	64.94	74	58.73	187	62.30
รวม	174	100.00	126	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวายนามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 62.30 ขณะที่ เห็นว่าการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวายนามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 37.70

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.การยึดเกาะถนนดี บังคับง่าย เวลาเลี้ยว ไม่ลื่น ไถล	4.65	มากที่สุด	4.68	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด
2.ระบายน้ำ และรีดโคลนได้ดี	4.12	มาก	3.98	มาก	4.06	มาก
3.เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี่	4.22	มาก	4.26	มาก	4.24	มาก
4.อายุการใช้งานยาวนาน	4.16	มาก	4.28	มาก	4.21	มาก
5.ความสะดวกในการเข้ารับ บริการจากร้านที่ซื้อ	3.82	มาก	3.96	มาก	3.88	มาก
6.ราคาของยางรถยนต์	3.76	มาก	3.94	มาก	3.84	มาก
7.ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ ใช้งาน	4.59	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด
8.ความสะดวกในการกำจัดทิ้ง	2.80	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจหลังการซื้อในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการยึดเกาะถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่น ไถล (ค่าเฉลี่ยรวม 4.66) รองลงมาคือ ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน (ค่าเฉลี่ยรวม 4.59) เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี่ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.24) อายุการใช้งานยาวนาน (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21) ระบายน้ำ และรีดโคลนได้ดี (ค่าเฉลี่ยรวม 4.06) ความสะดวกในการเข้ารับบริการจากร้านที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) และราคาของยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อขาย จำแนกตามรายได้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ขั้นที่ 1.การตระหนักถึงความต้องการหรือการเล็งเห็นปัญหา : คือขั้นตอนที่ท่านเกิดความต้องการหรือมีสิ่งจูงใจที่ทำให้อยากซื้อขยารถยนต์	3.87	มาก	4.02	มาก	3.87	มาก	3.92	มาก
ขั้นที่ 2.การค้นหาข้อมูลหรือการเสาะแสวงหาข่าวสาร : คือขั้นตอนที่ท่านแสวงหา/ศึกษา/ค้นคว้า/ ตรวจสอบข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลของขยารถยนต์ที่ท่านสนใจจะซื้อ ทั้งจากความรู้เดิมที่ท่านเคยมีมาและการเสาะแสวงหาข่าวสารใหม่ๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บัตรแสดงสินค้า การเลือกชมสินค้าด้วยตนเองที่ร้านขายปลีกขยารถยนต์ การสอบถามจากแหล่งบุคคล ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว หรือ ช่าง	3.78	มาก	3.64	มาก	3.67	มาก	3.70	มาก
ขั้นที่ 3.การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ : คือการตรวจสอบลักษณะของขยารถยนต์ที่ท่านเลือกเทียบกับมาตรฐานที่มีในจิตใจหรือทำการเปรียบเทียบขยารถยนต์ในด้าน ราคา ตรายี่ห้อ รุ่นความปลอดภัย ประเทศผู้ผลิต ชื่อเสียงของขยารถยนต์ ประโยชน์ใช้สอย ความคุ้มค่า	4.08	มาก	4.20	มาก	4.24	มาก	4.17	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ขั้นที่ 4.การซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านตัดสินใจจะซื้อหรือไม่ซื้อขยารถยนต์ที่ท่านต้องการ รวมถึงการตัดสินใจเลือกร้านขายปลีกขยารถยนต์ที่จะซื้อ	3.80	มาก	3.72	มาก	3.57	มาก	3.70	มาก
ขั้นที่ 5.การอุปโภค : คือขั้นตอนการใช้ขยารถยนต์ในการจับจีของท่าน	3.93	มาก	3.96	มาก	3.89	มาก	3.92	มาก
ขั้นที่ 6.การประเมินทางเลือกหลังซื้อ : คือขั้นตอนที่ท่านประเมินว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจภายหลังจากที่ใช้ขยารถยนต์ที่ได้ซื้อมา	3.78	มาก	3.79	มาก	3.68	มาก	3.75	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ซื้อขยารถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นที่ 3 คือ การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.08 และ 4.24) รองลงมาคือ ขั้นที่ 5 การอุปโภค (ค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.89)

ผู้ซื้อขยารถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นที่ 3 คือ การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการหรือการเล็งเห็นปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างรถยนต์ จำแนกตามรายได้

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างรถยนต์	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ตนเอง	4.25	มาก	4.61	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด	4.44	มาก
2. บิดา/มารดา	3.22	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	2.39	น้อย	2.75	ปานกลาง
3. สามี/ภรรยา	3.15	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง
4. เพื่อน	2.87	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
5. บุตร/ธิดา	2.43	น้อย	2.07	น้อย	2.20	น้อย	2.25	น้อย
6.ญาติพี่น้อง	2.72	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.48	น้อย	2.62	ปานกลาง
7. ช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์	3.73	มาก	3.55	มาก	3.67	มาก	3.66	มาก
8. พนักงานแนะนำสินค้า เช่น พนักงานขายของ ฟรีดตี้	2.63	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.47	น้อย	2.55	ปานกลาง

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาให้ความสำคัญระดับมากกับการมีช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.61 และ 4.51) รองลงมาให้ความสำคัญระดับมากกับการมีช่างซ่อมรถ/เจ้าของหรือช่างประจำร้านขายปลีกยางรถยนต์เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.67)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้

เหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ความปลอดภัยในการขับขี่ เช่น คุณภาพของยางรถยนต์,อายุการใช้งานของยางรถยนต์, การยึดเกาะถนนดี ไม่วิ่งไถล บังคับขณะเลี้ยวได้ง่าย, ดอกยางรีดน้ำและโคลนได้ดี มีการรับประกันหลังการขาย มีศูนย์บริการเพียงพอและสะดวกต่อการเข้ารับบริการเมื่อเกิดปัญหา	4.71	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด
2.คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน	4.00	มาก	3.83	มาก	3.96	มาก	3.94	มาก
3.รูปลักษณ์ภายนอกของยางรถยนต์ที่เหมาะสมกับฐานะ ภาพลักษณ์ของตนเอง และรถยนต์ที่ใช้	3.43	ปานกลาง	3.54	มาก	3.37	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
4.มีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก	3.62	มาก	3.54	มาก	3.64	มาก	3.60	มาก
5.สามารถซื้อเป็นชุดได้ในราคาถูกมาก หรือเป็นยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีการให้ส่วนลด การแจกของแถม	3.17	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง
6.เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสีย ด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด	3.97	มาก	4.00	มาก	4.30	มาก	4.08	มาก
7.ช่างที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษย์สัมพันธ์ เข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.91	มาก	3.93	มาก	3.93	มาก	3.92	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้

เหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
8.ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาดเรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า(ยางรถยนต์)สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.81	มาก	3.83	มาก	4.11	มาก	3.91	มาก
9.ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ,มีการสรุป ค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า,การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ	3.92	มาก	3.91	มาก	4.06	มาก	3.96	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ยี่ห้อที่เลือกใช้มากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อเหตุผลในด้านคุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ, มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า, การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ช่วงที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาด ระเบียบเรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ยางรถยนต์) สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดต่อเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ยี่ห้อที่เลือกใช้มากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 4.81 และ 4.81) รองลงมาให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อเหตุผลในด้านเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานาน มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ ไม่มีประวัติเสียด้านตัวสินค้า เช่น ยางระเบิด (ค่าเฉลี่ย 4.00 และ 4.30) ช่วงที่ร้านตัวแทนจำหน่ายมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) ร้านตัวแทนจำหน่ายกำหนดเวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการเข้ารับบริการ มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนให้กับลูกค้า การนัดหมายตรงเวลา การบริการมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.91 และ 4.06) ร้านตัวแทนจำหน่ายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่สะอาด ระเบียบเรียบร้อย การจัดแสดงสินค้า (ยางรถยนต์) สวยงามเป็นระเบียบ ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.83 และ 4.11) คุณสมบัติพิเศษของยางรถยนต์ที่ช่วยประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.83 และ 3.96) มีร้านตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการแบบครบวงจร กระจายอยู่ทั่วไป อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.64)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อยางรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด จำแนกตามรายได้

ยี่ห้อยาง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
BF Goodrich	4	3.48	3	3.37	2	2.08	9	3.00
Bridgestone/Firestone	34	29.57	29	32.58	28	29.17	91	30.30
DUNLOP	3	2.61	3	3.37	2	2.08	8	2.70
Goodyear	32	27.83	19	21.35	13	13.54	64	21.30
KUMHO	0	0.00	1	1.12	0	0.00	1	0.30
Michelin	34	29.57	32	35.96	47	48.96	113	37.70
TOYOTIRES	1	0.87	0	0.00	0	0.00	1	0.30
YOKOHAMA	2	1.74	1	1.12	3	3.13	6	2.00
Pirelli	0	0.00	1	1.12	0	0.00	1	0.30
Simax	3	2.61	0	0.00	0	0.00	3	1.00
Maxis	2	1.74	0	0.00	1	1.04	3	1.00
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท เลือกใช้ยางรถยนต์ ยี่ห้อ Michelin และ Bridgestone/Firestone มากที่สุด ในสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 29.57 รองลงมา เลือกใช้ยี่ห้อ Goodyear ร้อยละ 27.83

ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท เลือกใช้ยางรถยนต์ยี่ห้อ Michelin มากที่สุด ร้อยละ 35.96 และ 48.96 รองลงมาเลือกใช้ยี่ห้อ Bridgestone/Firestone ร้อยละ 32.58 และ 29.17 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกขั้วรถยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้

เวลาโดยเฉลี่ย	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจทันทีโดยไม่เสียเวลาหาข้อมูล	20	17.39	20	22.47	41	42.71	81	27.00
หนึ่งสัปดาห์	43	37.39	38	42.70	27	28.13	108	36.00
มากกว่าหนึ่งสัปดาห์	45	39.13	24	26.97	24	25.00	93	31.00
อื่น ๆ	7	6.09	7	7.87	4	4.17	18	6.00
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ซื้อขั้วรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อขั้วรถยนต์ก่อนตัดสินใจมากกว่าหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 39.13 รองลงมาใช้เวลาหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 37.39

ผู้ซื้อขั้วรถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อขั้วรถยนต์ก่อนตัดสินใจหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 42.70 รองลงมาใช้เวลามากกว่าหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 26.97

ผู้ซื้อขั้วรถยนต์ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ตัดสินใจพิจารณาเลือกซื้อขั้วรถยนต์ทันทีโดยไม่เสียเวลาหาข้อมูล ร้อยละ 42.71 รองลงมาใช้เวลาหนึ่งสัปดาห์ ร้อยละ 28.13

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง จำแนกตามรายได้

จำนวนยาง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทีละเส้น (เฉพาะเส้นที่มีปัญหา)	6	5.22	9	10.11	2	2.08	17	5.70
พร้อมกันทั้งสี่เส้น	68	59.13	64	71.91	67	69.79	199	66.30
ไม่แน่นอน	41	35.65	16	17.98	27	28.13	84	28.00
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์พร้อมกันทั้งสี่เส้น ร้อยละ 66.30 รองลงมาวิธีการเลือกซื้อ/เปลี่ยนแต่ละครั้งไม่แน่นอน ร้อยละ 28.00

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปีละครั้ง	20	17.39	12	13.48	8	8.33	40	13.30
สองปีต่อครั้ง	39	33.91	29	32.58	40	41.67	108	36.00
มากกว่าสองปีต่อครั้ง	56	48.70	48	53.93	48	50.00	152	50.70
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์มากกว่าสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 50.70 รองลงมาซื้อ/เปลี่ยนสองปีต่อครั้ง ร้อยละ 36.00

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามรายได้

ค่าใช้จ่าย	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	2	1.74	3	3.37	0	0.00	5	1.70
2,001 – 5,000 บาท	36	31.30	9	10.11	20	20.83	65	21.70
5,001 – 10,000 บาท	47	40.87	38	42.70	39	40.63	124	41.30
10,001 – 20,000 บาท	23	20.00	32	35.96	29	30.21	84	28.00
20,001 – 40,000 บาท	7	6.09	7	7.87	8	8.33	22	7.30
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ซื้อขงรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขงรถยนต์ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 40.87 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 31.30

ผู้ซื้อขงรถยนต์ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขงรถยนต์ 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42.70 และ 40.63 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 35.96 และ 30.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง จำแนกตามรายได้

สถานที่ที่เก็บยางอะไหล่สำรอง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เก็บไว้ที่รถ	106	92.17	84	94.38	95	98.96	285	95.00
เก็บไว้ที่บ้าน	9	7.83	4	4.49	0	0.00	13	4.30
เก็บไว้ที่ร้านจำหน่ายยางรถยนต์	0	0.00	1	1.12	1	1.04	2	0.70
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่รถ ร้อยละ 95.00 รองลงมาเก็บยางอะไหล่สำรองไว้ที่บ้าน ร้อยละ 4.30 และเก็บไว้ที่ร้านจำหน่ายยางรถยนต์ ร้อยละ 0.70

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้วแต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ จำแนกตามรายได้

วิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถ	53	46.09	42	47.19	51	53.13	146	48.70
นำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำเชื้อเพลิง	32	27.83	16	17.98	15	15.63	63	21.00
นำไปขายต่อ	44	38.26	40	44.94	37	38.54	121	40.30
นำไปให้ผู้อื่น	4	3.48	2	2.25	9	9.38	15	5.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท จัดการกับยางเก่าที่ใช้งานแล้ว โดยการทิ้งไว้ที่ร้าน/อู่ซ่อมรถมากที่สุด ร้อยละ 48.70 รองลงมาจัดการโดยการนำไปขายต่อ ร้อยละ 40.30 และนำกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำเชื้อเพลิง ร้อยละ 21.00

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามรายได้

การเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	40	34.78	17	19.10	14	14.58	71	23.70
ไม่ซื้อ	75	65.22	72	80.90	82	85.42	229	76.30
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่ต้องการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง ร้อยละ 76.30 ขณะที่ร้อยละของผู้ที่ต้องการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง ร้อยละ 23.70

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามรายได้

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	22	19.13	6	6.74	10	10.42	38	12.70
สามารถใช้ทดแทนกันได้	33	28.70	17	19.10	12	12.50	62	20.60
อื่น ๆ	7	6.09	3	3.37	4	4.17	14	4.70

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสองทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีเหตุผล คือ สามารถใช้ทดแทนกันได้มากที่สุด ร้อยละ 20.60 รองลงมาคือ ราคาถูก ร้อยละ 12.70

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามรายได้

เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสอง	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน	75	65.22	68	76.40	20	20.83	223	74.30
สูญเสียภาพลักษณ์	14	12.17	8	8.99	6	6.25	28	9.30
อื่น ๆ	3	2.61	5	5.62	4	4.17	12	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสองทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีเหตุผล คือ คุณภาพต่ำ ไม่ปลอดภัยต่อการใช้งาน ร้อยละ 74.30 รองลงมาคือ สูญเสียภาพลักษณ์ ร้อยละ 9.30

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ จำแนกตามรายได้

ยางสวยงามกระตุ้นให้เกิดการซื้อ	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ใช่	49	42.61	28	31.46	36	37.50	113	37.70
ไม่ใช่	66	57.39	61	68.54	60	62.50	187	62.30
รวม	115	100.00	89	100.00	96	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ทุกระดับรายได้ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 62.30 ขณะที่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ ร้อยละ 37.70

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	รายได้							
	น้อยกว่า 15,000 บาท		15,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.การชื้อเคาะถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่นไถล	4.64	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด
2.ระบายน้ำ และรีดโคลนได้ดี	4.04	มาก	4.12	มาก	4.03	มาก	4.06	มาก
3.เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี่	4.23	มาก	4.15	มาก	4.32	มาก	4.24	มาก
4.อายุการใช้งานยาวนาน	4.35	มาก	4.03	มาก	4.20	มาก	4.21	มาก
5.ความสะดวกในการเข้ารับบริการจากร้านที่ซื้อ	3.82	มาก	3.76	มาก	4.05	มาก	3.88	มาก
6.ราคาของยางรถยนต์	3.89	มาก	3.80	มาก	3.81	มาก	3.84	มาก
7.ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน	4.51	มากที่สุด	4.54	มากที่สุด	4.72	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด
8.ความสะดวกในการกำจัดทิ้ง	3.03	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด , 3.50 – 4.49 มาก , 2.50 – 3.49 ปานกลาง , 1.50 – 2.49 น้อย , 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท มีระดับความพึงพอใจหลังการซื้อในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการยัดเกาะถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่นไถล (ค่าเฉลี่ย 4.64 และ 4.66) รองลงมาคือ ให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.51 และ 4.54) อายุการใช้งานยาวนาน (ค่าเฉลี่ย 4.35 และ 4.03) เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี (ค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.15) ระบายน้ำและรีดโคลนได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.04 และ 4.12) ราคาของยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.89 และ 3.80) ความสะดวกในการเข้ารับบริการจากร้านที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.86)

ผู้ซื้อยางรถยนต์ที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความพึงพอใจหลังการซื้อในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดกับการให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ การยัดเกาะถนนดี บังคับง่ายเวลาเลี้ยว ไม่ลื่นไถล (ค่าเฉลี่ย 4.69) เงียบและนุ่มนวลขณะขับขี (ค่าเฉลี่ย 4.32) อายุการใช้งานยาวนาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะดวกในการเข้ารับบริการจากร้านที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ระบายน้ำและรีดโคลนได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) ราคาของยางรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.81)