

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาแนวทางในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาจากผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วจากเต็นท์รถยนต์ใช้แล้วในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ทั้งหมด 200 ราย ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและลำดับความสำคัญ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45 มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 48.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.5

ด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว พบว่า ยี่ห้อของรถยนต์ใช้แล้วที่เลือกซื้อคือ ยี่ห้อโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือยี่ห้อฮอนด้า คิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วสีเทามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือ สีขาว คิดเป็นร้อยละ 17.5 โดยมีราคาอยู่ระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 สำหรับราคาต่ำสุดของรถยนต์ใช้แล้วคือ ราคา 80,000 บาท ราคาสูงสุดคือ 800,000 บาท คิดเป็นราคาเฉลี่ยเท่ากับ 311,085 บาท ในส่วนของอายุรถยนต์ส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์อายุต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.5 โดยอายุรถยนต์ต่ำสุดที่ซื้อคือ 3 เดือน อายุมากที่สุดของรถยนต์คือ 20 ปี และอายุเฉลี่ยของรถยนต์เท่ากับ 7.4 ปี ผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินเป็นเงินผ่อนกับบริษัทที่ให้สินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 83.5 ส่วนที่เหลือชำระเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 16.5 โดยเลือกใช้บริการผ่อนชำระกับธนาคารธนชาติ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 43.7 ส่วนจำนวนเงินค่างวดที่ชำระแล้วจะอยู่ที่ไม่เกิน 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 88.6 คิดเป็นจำนวนเงินค่างวดต่ำสุดที่ชำระคือ 10,000 บาท จำนวนเงินค่างวดสูงสุดที่ชำระคือ 400,000 บาท และเป็นจำนวนเงินค่างวดโดยเฉลี่ย 71,586.82 บาท สำหรับการชำระเงินผ่อนต่อวงส่วนใหญ่อยู

ระหว่าง 5,001 – 7,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.3 โดยยอดเงินที่ผ่อนต่องวดต่ำสุดคือ 1,961 บาท ยอดเงินที่ผ่อนต่องวดสูงสุดคือ 11,590 บาท คิดเป็นยอดเงินผ่อนต่องวดโดยเฉลี่ย 5,834.86 บาท ส่วนใหญ่ผ่อนชำระในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5.01 – 10 คิดเป็นร้อยละ 74.3 โดยอัตราดอกเบี้ยต่ำสุดที่ผ่อนชำระคือ ร้อยละ 1.99 อัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่ผ่อนชำระคือ ร้อยละ 18 และอัตราดอกเบี้ยโดยเฉลี่ยคือ ร้อยละ 7.23

ผู้บริโภคเข้ามาเลือกพิจารณารถยนต์ใช้แล้ว 5 – 8 ครั้ง ก่อนตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือใช้เวลาเลือกพิจารณา 1 – 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้ว ระหว่าง 16 – 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือใช้เวลาในการตัดสินใจระหว่าง 8 – 15 วัน จำนวน คิดเป็นร้อยละ 33.5 โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านสภาพของรถยนต์ที่เลือกซื้อดีกว่าคันที่อื่นๆ จำนวน คิดเป็นร้อยละ 19.1 รองลงมาคือให้ความสำคัญกับราคาของรถยนต์ที่เลือกซื้อว่าถูกกว่าคันที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 17.5

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภค โดยเรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านอายุของรถยนต์ใช้แล้วเหมาะสมกับสภาพของรถที่สามารถใช้งานได้ดี เนื่องจากอายุของรถยนต์มีผลต่อสภาพตัวถังและเครื่องยนต์ของรถว่ายังคงใช้งานได้ดี อายุการใช้งานของรถยนต์ที่น้อย ค่าบำรุงรักษาซ่อมแซมยังมีไม่มาก อะไหล่รถหาง่าย และรูปทรงของรถยังคงทันสมัย
- 2) ปัจจัยด้านราคาของรถยนต์ใช้แล้วโดยเปรียบเทียบถูกกว่าราคาของรถยนต์ใหม่ เนื่องจากผู้บริโภคบางรายมีรายได้น้อย ดังนั้น จึงต้องซื้อรถยนต์ในราคาที่เหมาะสมกับรายได้ต่อเดือนที่สามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่จะเกิดจากการซื้อรถยนต์
- 3) ปัจจัยด้านบริการที่ดีของผู้ประกอบการตัวแทนรถ เช่น การให้การต้อนรับที่ดี ทำการจัดหาบริษัทสินเชื่อในการซื้อรถให้กับลูกค้า การรับแลกเปลี่ยนรถเก่า เนื่องจากผู้บริโภคได้รับความสะดวกรวดเร็ว เช่น การโอนกรรมสิทธิ์รถยนต์ ซึ่งทางผู้ประกอบการตัวแทนรถจะเป็นผู้ดำเนินการแทน ไม่ทำให้ผู้บริโภคเสียเวลาหรือต้องใช้เวลาารอนาน ด้านการชำระเงิน ผู้บริโภคส่วนมากเลือกชำระเป็นเงินผ่อน ผู้ประกอบการตัวแทนรถจึงเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทสินเชื่อเพื่อผ่อนชำระให้แก่ลูกค้า โดยเลือกบริษัทที่ให้สินเชื่อที่มีเงื่อนไขผ่อนชำระแบบค่างวดน้อย ดอกเบี้ยต่ำ ผ่อนชำระได้ระยะยาวไว้คอยให้บริการ เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์ใช้แล้ว ดังต่อไปนี้

1) ผู้ซื้อรถยนต์ใช้แล้วส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อในครอบครัวมากที่สุด ถ้าหากผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้วสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงได้มากขึ้น จะทำให้ยอดขายรถยนต์เพิ่มขึ้นได้ โดยอาจมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การลดราคา หรือการมอบบัตรกำนัลให้ไปซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า ซึ่งผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงจะชื่นชอบการซื้อสินค้าและชอบการลด แลก แจก แถม มากกว่าผู้บริโภคที่เป็นผู้ชาย

2) ผู้ซื้อรถยนต์ใช้แล้วส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26 – 40 ปี ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงาน มีความจำเป็นที่จะต้องใช้รถยนต์ในการเดินทางไปทำงานหรือช่วยเหลือสนับสนุนในการประกอบอาชีพ ในการจะวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานเหล่านี้ ผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้วควรจะมีการทำ Focus group เพื่อสอบถามถึงความต้องการที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มากยิ่งขึ้น เพื่อนำผลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนการตลาดให้สอดคล้องความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

3) รถยนต์ใช้แล้วยี่ห้อ โตโยต้า และยี่ห้อ ฮอนด้า เป็นรถที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อมากที่สุด เนื่องจากมีศูนย์บริการทั่วประเทศ และสามารถหาอะไหล่รถในการซ่อมบำรุงได้ง่าย ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดหารถยนต์ใช้แล้วยี่ห้อ โตโยต้า และยี่ห้อ ฮอนด้า เตรียมไว้จำหน่ายภายในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมในร้านมากยิ่งขึ้น หากมีรถทั้งสองยี่ห้อที่ได้รับความนิยมจอดีไว้ให้ลูกค้าได้เลือกดูเลือกชม

4) รถยนต์ใช้แล้วสีเทา เป็นสีที่ผู้บริโภคให้ความนิยม เนื่องจากเป็นสีที่ดูแลรักษาทำความสะอาดง่าย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดหารถยนต์ใช้แล้วสีเทา เตรียมไว้จำหน่ายภายในพื้นที่เพื่อลดปัญหาารถยนต์ไม่ถูกจำหน่ายออก เป็นการรักษาสภาพคล่องของพื้นที่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

5) รถยนต์ใช้แล้วที่ผู้บริโภคให้ความนิยมเลือกซื้อคือจะมีอายุการใช้งานต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในสภาพที่ดีใกล้เคียงกับรถใหม่ อีกทั้งยังมีค่าบำรุงรักษาไม่มากและรุ่นของรถก็ยังดูทันสมัย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดหารถยนต์ใช้แล้วที่มีอายุต่ำกว่า 5 ปี เตรียมไว้จำหน่ายภายในพื้นที่

6) ผู้บริโภคมาเลือกพิจารณารถยนต์ใช้แล้ว 5 – 8 ครั้ง ก่อนตัดสินใจซื้อ และมีระยะเวลาในการตัดสินใจระหว่าง 16 – 30 วัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรติดตามการขยายอย่างต่อเนื่องเพื่อจบการขายหลังจากที่ผู้บริโภคเข้ามาพิจารณารถยนต์ใช้แล้วในช่วงเวลานี้ เช่น โทรศัพท์ติดตามสอบถามเป็นระยะ ชักชวนให้ผู้บริโภคเข้ามาพิจารณารถยนต์ใช้แล้วอีกครั้ง หากในครั้งแรกที่มาดู ผู้บริโภคไม่ได้รถยนต์ในยี่ห้อหรือรุ่นที่ต้องการ ผู้ประกอบการควรแนะนำรถยนต์ยี่ห้อหรือรุ่นอื่นที่ได้รับความนิยมใกล้เคียงกันแทน อาจจะมีข้อเสนอเพิ่มเติมในการลดราคาคันที่ลูกค้าสนใจ หรือมีโปรโมชั่นพิเศษให้ เช่น การแถมอุปกรณ์น้ำมันฟรี คุ้มครองล้างรถฟรี เป็นต้น

7) ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านสภาพของรถยนต์ที่เลือกซื้อดีกว่าเต็นท์อื่นๆ รองลงมาคือ ให้ความสำคัญกับราคาของรถยนต์ที่เลือกซื้อว่าถูกกว่าเต็นท์อื่นๆ และให้ความสำคัญกับชื่อเสียงความน่าเชื่อถือ ความมีจริยธรรมทางธุรกิจ ความจริงใจซื้อสัตย์ต่อลูกค้าของเต็นท์ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความจริงใจและซื้อสัตย์ต่อลูกค้า โดยชี้แจงและให้ข้อมูลของรถตามความเป็นจริง มีการจัดการรถยนต์ใช้แล้วที่มีสภาพดี ราคาเหมาะสม ไม่เอาเปรียบลูกค้าจนเกินไป ซึ่งจะก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ เป็นสร้างจรรยาบรรณได้ และเมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ดี ถูกต้อง จนเกิดความพึงพอใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อร้าน จะทำให้เกิดการบอกต่อในทางบวก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดลูกค้ารายใหม่ขึ้นมาได้อีก

8) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วโดยเลือกชำระเป็นเงินผ่อน โดยทำการผ่อนชำระกับบริษัทที่ให้สินเชื่อขนาดใหญ่ เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าบริษัทสินเชื่อท้องถิ่น ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องจัดหาบริษัทที่ให้สินเชื่อที่มีเงื่อนไขการผ่อนชำระแบบค่างวดน้อย ดอกเบี้ยต่ำ ผ่อนชำระได้ระยะยาว ไว้คอยให้บริการให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการต้องประสานงานกับพนักงานการตลาดของบริษัทสินเชื่อขนาดใหญ่ เพื่ออำนวยความสะดวก และเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการขอสินเชื่อให้กับผู้บริโภค รวมทั้งควรจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ ติดไว้ที่หน้าร้านว่าทางร้านได้จัดหาบริษัทสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำไว้คอยให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดแรงจูงใจในการเข้ามาเลือกซื้อรถยนต์ในเต็นท์

9) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภค มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านอายุของรถยนต์ใช้แล้วเหมาะสมกับสภาพของรถที่สามารถใช้งานได้ดี เนื่องจากอายุของรถยนต์มีผลต่อสภาพตัวถังและเครื่องยนต์ของรถว่ายังคงใช้งานได้ดี อายุการใช้งานของรถยนต์ที่น้อย ค่าบำรุงรักษาซ่อมแซมยังมีไม่มาก อะไหล่รถหาง่าย และรูปทรงของรถยังดูทันสมัย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดการรถยนต์ใช้แล้วที่มีอายุการใช้งานน้อย สภาพดี คุ้ทนสมัย เตรียมไว้จำหน่ายภายในเต็นท์ และแนวทางการส่งเสริมการตลาดในการขายรถยนต์ใช้แล้ว อีกแนวทางหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ โดยการจัดทำเว็บไซต์ที่ระบุ

รายละเอียดยี่ห้อรถ อายุ สี ระยะทางที่ใช้งาน และรายละเอียดอื่นๆ เพื่อให้ผู้ที่สนใจคลิกเข้าไปดูรายละเอียด และทางเดินที่ก็จะให้รายละเอียดเบอร์โทรศัพท์ติดต่อและนัดหมายเพื่อให้ลูกค้ามาดูสภาพรถจริงได้ที่เดินที่ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถขยายโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ของรถในเดินที่ได้อีกช่องทางหนึ่ง เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายรถยนต์ใช้แล้วให้กับทางผู้ประกอบการได้ทางหนึ่งอีกด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved