

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในหัวข้อเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูชูในจังหวัดเชียงราย ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูชู ในจังหวัดเชียงราย
(ตารางที่ 1- ตารางที่ 13-1)

- เพศ
- อายุ
- อำเภอที่อาศัย
- สถานภาพสมรส
- การทำงานของกลุ่มสมรส
- อาชีพ
- ตำแหน่ง
- การศึกษา
- รายได้ต่อเดือน
- งานอดิเรก
- ยานพาหนะของสมาชิกในครอบครัว
- กำลังเครื่องยนต์ของรถที่ใช้
- สิ่งจูงใจพิเศษในการซื้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูชูในจังหวัดเชียงราย (ตารางที่ 14 ถึงตารางที่ 18) ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านสถานที่
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามอาชีพ (ตารางที่ 19 ถึงตารางที่ 22)

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน (ตารางที่ 23 ถึงตารางที่ 26)

ส่วนที่ 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามงานอดิเรก (ตารางที่ 27 ถึงตารางที่ 30)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงราย (ตารางที่ 31 ถึงตารางที่ 53) ประกอบด้วย

- ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อรถยนต์คันใหม่
- ตัวแทนที่ซื้อรถยนต์
- เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ
- การซื้อรถยนต์
- ความถี่ในการซื้อรถยนต์
- วัตถุประสงค์ในการใช้งาน
- ลักษณะการใช้งาน
- แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์
- การเปรียบเทียบกับรถยนต์ยี่ห้ออื่น
- การทดลองขับรถก่อนตัดสินใจ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ
- เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกรถยนต์กระบะคันนี้
- บุคคลที่ตัดสินใจซื้อ
- บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
- การวิธีการชำระเงินในการซื้อ
- แหล่งเงินทุนในการซื้อ
- ช่วงเวลาที่มักจะไปศูนย์
- การนำรถเข้ารับบริการเวลาที่คาดหวังในการเข้ารับบริการ
- การซื้อรถยนต์ครั้งต่อไป
- การซื้อจากตัวแทนจำหน่ายครั้งต่อไป
- บริการที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อรถยนต์กระบะปีห้าอี้ซุซุ ในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	207	74.5
หญิง	71	25.5
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 74.5 และเพศหญิงร้อยละ 25.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
21-25 ปี	4	1.4
26-30 ปี	37	13.3
31-35 ปี	64	23.0
36-40 ปี	72	25.9
41-45 ปี	52	18.7
46-50 ปี	36	13.0
51-55 ปี	12	4.3
มากกว่า 55 ปี	1	0.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุ 36-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 25.9 อายุ 31-35 ปีร้อยละ 23.0 อายุ 41-45 ปีร้อยละ 18.7 อายุ 26-30 ปีร้อยละ 13.3 อายุ 46-50 ปีร้อยละ 13.0 อายุ 51-55 ปีร้อยละ 4.3 อายุ 21-25 ปีร้อยละ 1.4 อายุมากกว่า 55 ปีร้อยละ 0.4 และไม่มีผู้ซื้อที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย

เขตที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อ.เมือง	146	52.5
อ.แม่จัน	14	5.0
อ.แม่สาย	11	4.0
อ.แม่ฟ้าหลวง	4	1.4
อ.เชียงแสน	3	1.1
อ.เทิง	11	4.0
อ.เชียงของ	6	2.2
อ.แม่ลาว	9	3.2
อ.ป่าแดด	4	1.4
อ.พาน	7	2.5
อ.เวียงป่าเป้า	5	1.8
อ.แม่สรวย	11	4.0
อ.พญาเม็งราย	10	3.6
อ.เวียงชัย	25	9.0
อ.ขุนตาล	3	1.1
อ.เวียงแก่น	4	1.4
กิ่งอ.เวียงเชียงรุ้ง	3	1.1
กิ่งอ.คอยหลวง	2	0.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่อาศัยอยู่เขตอำเภอเมืองคิดเป็นร้อยละ 52.5 อำเภอเวียงชัย ร้อยละ 9.0 อำเภอแม่จันร้อยละ 5.0 อำเภอแม่สาย อำเภอเทิง อำเภอแม่สรวยร้อยละ 4.0 อำเภอพญาเม็งรายร้อยละ 3.6 อำเภอแม่ลาวร้อยละ 3.2 อำเภอพานร้อยละ 2.5 อำเภอเชียงของร้อยละ 2.2 อำเภอเวียงป่าเป้าร้อยละ 1.8 อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอป่าแดด อำเภอเวียงแก่นร้อยละ 1.4 อำเภอเชียงแสน อำเภอขุนตาล กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้งร้อยละ 1.1 และกิ่งอ.คอยหลวงร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	209	75.2
โสด	54	19.4
ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	15	5.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่สมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 75.2 สถานภาพโสดร้อยละ 19.4 และม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการทำงานของคู่สมรส

การทำงานของคู่สมรส	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	22	10.5
ทำงานชั่วคราว	31	14.8
ทำงานประจำ	156	74.7
รวม	209	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่สมรสแล้วจำนวน 209 คน

จากตารางที่ 5 พบว่าจากผู้ซื้อที่สมรสแล้วจำนวน 209 คน ส่วนใหญ่มีคู่สมรสที่ทำงานประจำคิดเป็นร้อยละ 74.7 คู่สมรสที่ทำงานชั่วคราวร้อยละ 14.8 และคู่สมรสที่ไม่ได้ทำงานร้อยละ 10.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานองค์กรเอกชน	43	15.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	5.0
ข้าราชการ	54	19.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	167	60.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 60.1 เป็นข้าราชการร้อยละ 19.4 เป็นพนักงานองค์กรเอกชนร้อยละ 15.5 และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 5.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นประถมศึกษา	21	7.6
ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น	24	8.6
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	40	14.4
ปวช./ปวส.	89	32.0
ปริญญาตรี	96	34.5
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8	2.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 34.5 ระดับปวช./ปวส.ร้อยละ 32.0 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 14.4 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8.6 ระดับชั้นประถมศึกษาร้อยละ 7.6 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าร้อยละ 2.9

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน

รายได้ในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท	29	10.4
10,001-20,000 บาท	154	54.5
20,001-30,000 บาท	72	25.9
30,001-40,000 บาท	17	6.1
มากกว่า 40,000 บาท	6	2.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 54.5 รายได้ 20,001-30,000 บาทร้อยละ 25.9 รายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาทร้อยละ 10.4 รายได้ 30,001-40,000 บาทร้อยละ 6.1 และรายได้มากกว่า 40,000 บาทร้อยละ 2.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามงานอดิเรก

งานอดิเรก	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	66	23.7
สังสรรค์กับเพื่อน	99	35.7
อ่านหนังสือ	65	23.4
เล่นกีฬา	48	17.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีงานอดิเรกคือการสังสรรค์กับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 35.7 ท่องเที่ยวร้อยละ 23.7 อ่านหนังสือร้อยละ 23.4 และเล่นกีฬาร้อยละ 17.2

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการมียานพาหนะของสมาชิกในบ้าน

การมียานพาหนะของสมาชิกคนอื่นๆในบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
มี	212	76.3
ไม่มี	66	23.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะคิดเป็นร้อยละ 76.3 และสมาชิกคนอื่นๆในบ้านที่ไม่มียานพาหนะคิดเป็นร้อยละ 23.7

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามประเภทรถยนต์ของสมาชิกในบ้าน

ประเภทรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เก๋ง	82	38.7
กระบะ	124	58.5
อื่นๆ	6	2.8
รวม	212	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะจำนวน 212 คน

จากตารางที่ 11 พบว่าจากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะจำนวน 212 คนส่วนใหญ่มีสมาชิกคนอื่นๆในบ้านที่มีรถยนต์กระบะคิดเป็นร้อยละ 58.5 รถยนต์เก๋งร้อยละ 38.7 และรถยนต์ประเภทอื่นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 11-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์เก๋งของสมาชิกในบ้าน

ประเภทรถยนต์เก๋ง	จำนวน	ร้อยละ
ออดี	1	1.2
บีเอ็มดับบลิว	4	4.9
ฟอร์ด	7	8.5
ฮอนด้า	14	17.0
มาสด้า	6	7.3
มิตซูบิชิ	13	15.9
นิสสัน	8	9.8
โอเปิ้ล	5	6.1
โตโยต้า	24	29.3
รวม	82	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์เก๋งจำนวน 82 คน

จากตารางที่ 11-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์เก๋งจำนวน 82 คนส่วนใหญ่เป็นรถยนต์เก๋งยี่ห้อ โตโยต้าคิดเป็นร้อยละ 29.3 ฮอนด้า ร้อยละ 17.0 มิตซูบิชิ ร้อยละ 15.9 นิสสัน ร้อยละ 9.8 ฟอร์ด ร้อยละ 8.5 มาสด้า ร้อยละ 7.3 โอเปิ้ล ร้อยละ 6.1 บีเอ็มดับบลิวร้อยละ 4.9 และ ออดี ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 11-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์กระบะของสมาชิกในบ้าน

ประเภทรถยนต์กระบะ	จำนวน	ร้อยละ
ฟอร์ด	22	17.7
อีซูซุ	14	11.3
มาสด้า	11	8.9
มิตซูบิชิ	10	8.1
นิสสัน	35	28.2
โตโยต้า	32	25.8
รวม	124	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์กระบะจำนวน 124 คน

จากตารางที่ 11-2 พบว่าจากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์กระบะจำนวน 124 คนส่วนใหญ่เป็นรถยนต์กระบะยี่ห้อ นิสสันคิดเป็นร้อยละ 28.2 โตโยต้า ร้อยละ 25.8 ฟอร์ด ร้อยละ 17.7 อีซูซุ ร้อยละ 11.3 มาสด้า ร้อยละ 8.9 และ มิตซูบิชิ ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 11-3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ประเภทอื่น (นอกเหนือจากรถยนต์เก๋งและกระบะ) ของสมาชิกในบ้าน

ประเภทรถยนต์ประเภทอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ซูซูกิคาริเบียน	2	33.3
รถตู้โตโยต้า	4	66.7
รวม	6	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์ประเภทอื่นๆจำนวน 6 คน

จากตารางที่ 11-3 พบว่าจากผู้ซื้อที่มีสมาชิกในบ้านที่มียานพาหนะเป็นรถยนต์ประเภทอื่น (นอกเหนือจากรถยนต์เก๋งและกระบะ) จำนวน 6 คน ส่วนใหญ่เป็นรถตู้โตโยต้าคิดเป็นร้อยละ 66.7 และรถซูซูกิคาริเบียนร้อยละ 33.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามกำลังเครื่องยนต์ของรถยนต์กระบะอีซูซุ

กำลังเครื่องยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500 ซีซี	2	0.7
2,500-3,000 ซีซี	267	96.1
3,000 ซีซีขึ้นไป	9	3.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์กระบะอีซูซุที่มีกำลังเครื่องยนต์ 2,500-3,000 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 96.1 เครื่องยนต์ 3,000 ซีซีขึ้นไปร้อยละ 3.2 และเครื่องยนต์ต่ำกว่า 2,500 ซีซี ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามสิ่งจูงใจเป็นพิเศษในการซื้อรถยนต์กระบะอีซูซุ

สิ่งจูงใจเป็นพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ
มี	178	64.0
ไม่มี	100	36.0
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสิ่งจูงใจเป็นพิเศษในการซื้อรถยนต์กระบะอีซูซุ คิดเป็นร้อยละ 64.0 และไม่มีสิ่งจูงใจเป็นพิเศษในการซื้อรถยนต์กระบะอีซูซุร้อยละ 36.0

ตารางที่ 13-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามสิ่งที่มุ่งใจเป็นพิเศษในการซื้อรถยนต์
กระบะยี่ห้ออู่ชูชู

สิ่งมุ่งใจ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	99	55.6
พนักงานขาย	30	16.9
โชว์รูม	26	14.6
การบริการหลังการขาย	2	1.1
ส่วนลดเงินสด	5	2.8
เกียร์อัตโนมัติ	3	1.7
ประกันภัย	3	1.7
การบริการที่ดี	6	3.4
ของแถม	4	2.2
รวม	178	100

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่ได้รับสิ่งมุ่งใจเป็นพิเศษจำนวน 178 คน

จากตารางที่ 13-1 พบว่าจากผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสิ่งมุ่งใจเป็นพิเศษในการซื้อรถยนต์กระบะ
ยี่ห้ออู่ชูชูจำนวน 178 คน ส่วนใหญ่มีสิ่งมุ่งใจจากการโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 55.6 พนักงานขายร้อย
ละ 16.9 โชว์รูมร้อยละ 14.6 การบริการที่ดีร้อยละ 3.4 ส่วนลดเงินสดร้อยละ 2.8 ของแถมร้อยละ
2.2 เกียร์อัตโนมัติ และประกันภัยร้อยละ 1.7 และการบริการหลังการขายร้อยละ 1.1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัด
เชียงราย

ตารางที่ 14 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวนผู้ซื้อตามอันดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 4)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 4 (น้ำหนัก 1)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	176	79	20	3	98.4
ปัจจัยด้านราคา	36	95	103	44	67.9
ปัจจัยด้านสถานที่	61	79	77	61	69.6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	5	25	78	170	42.1

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงรายจัดอันดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูโดยเรียง
อันดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คือ 98.4 69.6 67.9 และ 42.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามระดับความสำคัญรวมฟังก์ชันผลิตภัณฑ์ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สินค้า ซึ่งขอรดชนัดกระบะ
ชี้ข้อชี้ชัดในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ														แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1.ทัศนวิสัยดี เช่น กระจกกว้างมองเห็นชัด	73	26.3	184	66.2	21	7.6	0	0.0	0	0.0	4.19	0	0.0	มาก	
2.มีความปลอดภัยสูง	96	34.5	149	53.6	33	11.9	0	0.0	0	0.0	4.23	0	0.0	มาก	
3.คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดีให้ความรู้สึกหรูหรา	59	21.2	168	60.4	50	18.0	1	0.4	0	0.0	4.03	0	0.0	มาก	
4.สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	62	22.3	138	49.6	77	27.7	1	0.4	0	0.0	3.94	0	0.0	มาก	
5.มีกำลังสามารถขึ้นเขาได้ดี	34	12.2	145	52.2	90	32.4	9	3.2	0	0.0	3.73	0	0.0	มาก	
6.สามารถบรรทุกได้มาก โดยกำลังไม่ตก	32	11.5	130	46.8	110	39.6	5	1.8	1	0.4	3.67	1	0.4	มาก	
7.เครื่องยนต์เงียบ	11	4.0	79	28.4	89	32.0	70	25.2	29	10.4	2.90	29	10.4	ปานกลาง	
8.การขับ, การเลี้ยว, การบังคับรถทำได้ง่าย	29	10.4	175	62.9	74	26.6	0	0.0	0	0.0	3.84	0	0.0	มาก	
9.การทรงตัวในขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงดี	50	18.0	210	75.5	17	6.1	1	0.4	0	0.0	4.11	0	0.0	มาก	
10.การทรงตัวในขณะเข้าโค้งดี	58	20.9	207	74.5	12	4.3	1	0.4	0	0.0	4.16	0	0.0	มาก	
11.อุปกรณ์/อุปกรณ์เสริมครบครัน	47	16.9	162	58.3	53	19.1	16	5.8	0	0.0	3.86	0	0.0	มาก	
12.อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน	81	29.1	130	46.8	66	23.7	1	0.4	0	0.0	4.05	0	0.0	มาก	
13.ประหยัดน้ำมัน	172	61.9	99	35.6	7	2.5	0	0.0	0	0.0	4.59	0	0.0	มากที่สุด	
14.ราคาขายต่อดี	98	35.3	152	54.7	22	7.9	6	2.2	0	0.0	4.23	0	0.0	มาก	
15.มีชื่อเสียงดี	62	22.3	181	65.1	29	10.4	4	1.4	2	0.7	4.07	2	0.7	มาก	
16.ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาไม่แพง	46	16.5	119	42.8	109	39.2	3	1.1	1	0.4	3.74	1	0.4	มาก	

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ
อิชูซู ในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1.ราคารถยนต์สมเหตุผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	28	10.1	152	54.7	92	33.1	6	2.2	0	0.0	3.73	มาก	
2.กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม	28	10.1	101	36.3	135	48.6	14	5.0	0	0.0	3.51	มาก	
3.กรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย	24	8.6	98	35.3	127	45.7	23	8.3	6	2.2	3.40	ปานกลาง	
4.กรณีเช่าซื้ออีตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	7	2.5	76	27.3	144	51.8	50	18.0	1	0.4	3.14	ปานกลาง	
5.เงินค่าน้ำต่ำกว่าตลาด	1	0.4	44	15.8	142	51.1	91	32.7	0	0.0	2.84	ปานกลาง	
6.อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด	2	0.7	48	17.3	141	50.7	85	30.6	2	0.7	2.87	ปานกลาง	
7.การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	1	0.4	47	16.9	142	51.1	82	29.5	6	2.2	2.84	ปานกลาง	
8.ให้สามารถผ่อนเงินคืนได้	3	1.1	34	12.2	121	43.5	85	30.6	35	12.6	2.59	ปานกลาง	
9.ได้รับอุปกรณ์เพิ่มเติมโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน	7	2.5	36	12.9	145	52.2	81	29.1	9	3.2	2.82	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม											3.08	ปานกลาง	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(3.08)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.73) และกรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม(3.51)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย(3.40) กรณีเช่าซื้ออีตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.14) อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด(2.87) เงินค่าน้ำต่ำกว่าตลาด(2.84) การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ(2.84) ได้รับอุปกรณ์เพิ่มเติมโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน(2.82) ให้สามารถผ่อนเงินคืนได้(2.59)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ที่จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะ ยี่ห้อฮิอุซุในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	22	7.9	169	60.8	75	27.0	11	4.0	1	0.4	3.72	3.72	มาก	
2.อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	26	9.4	163	58.6	78	28.1	11	4.0	0	0.0	3.73	3.73	มาก	
3.มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	31	11.2	141	50.7	91	32.7	15	5.4	0	0.0	3.68	3.68	มาก	
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	57	20.5	111	39.9	104	37.4	6	2.2	0	0.0	3.79	3.79	มาก	
5.สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	65	23.4	83	29.9	119	42.8	11	4.0	0	0.0	3.73	3.73	มาก	
												ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮิอุซุ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(3.73)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน(3.79) อยู่ใกล้แหล่งชุมชน(3.73) สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย(3.73) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง(3.72) มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ(3.68)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ซื้อจําแนกตามระดับความสําคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสําคัญต่อการตัดสินใจ														แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1.การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทร.วิทยุ.นสพ.	6	2.2	156	56.1	115	41.4	1	0.4	0	0.0	3.60	มาก			
2.การแจกใบปลิวแคมเปญ	0	0.0	106	38.1	168	60.4	4	1.4	0	0.0	3.37	ปานกลาง			
3.การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	16	5.8	98	35.3	159	57.2	5	1.8	0	0.0	3.45	ปานกลาง			
4.การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท	16	5.8	104	37.4	133	47.8	25	9.0	0	0.0	3.40	ปานกลาง			
5.มีการทำการตลาดจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	1	0.4	51	18.3	175	62.9	51	18.3	0	0.0	3.01	ปานกลาง			
6.แคมเปญการตลาดเชิงจิตรด	6	2.2	60	21.6	135	48.6	77	27.7	0	0.0	2.98	ปานกลาง			
7.มีของแถม เช่น เสื้อ หมวก	3	1.1	38	13.7	134	48.2	96	34.5	7	2.5	2.76	ปานกลาง			
8.มีบัตรส่วนลดพิเศษ	5	1.8	43	15.5	132	47.5	94	33.8	4	1.4	2.82	ปานกลาง			
9.มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ	10	3.6	42	15.1	117	42.1	79	28.4	30	10.8	2.72	ปานกลาง			
10.มีการจัดพิธีคอนเสิร์ตเป็นประจำ	1	0.4	41	14.7	135	48.6	90	32.4	11	4.0	2.75	ปานกลาง			
11.มีการจัดงานมอบรางวัลลูกค้า	2	0.7	77	27.7	143	51.4	52	18.7	4	1.4	3.08	ปานกลาง			
12.มีการจัดกิจกรรมเพื่อครอบครัว	14	5.0	68	24.5	93	33.5	98	35.3	5	1.8	2.96	ปานกลาง			
13.มีการตรวจเช็ครถนอกสถานที่ด้านการบริการ	13	4.7	71	25.5	113	40.6	58	20.9	25	8.3	2.97	ปานกลาง			
14.พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง	11	4.0	93	33.5	136	48.9	37	13.3	1	0.4	3.27	ปานกลาง			
15.พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	16	5.8	112	40.3	144	51.8	6	2.2	0	0.0	3.50	มาก			

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อของระดับกระเปาะยี่ห้ออิชูซูในจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
16.พนักงานขายมีความจริงใจ	19	6.8	78	28.1	140	50.4	41	14.7	0	0.0	3.27	ปานกลาง	
17.พนักงานสินค้ามีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	16	5.8	85	30.6	151	54.3	26	9.4	0	0.0	3.33	ปานกลาง	
18.พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	27	9.7	148	53.2	101	36.6	2	0.7	0	0.0	3.72	มาก	
19.ช่างเทคนิคมีความชำนาญ	43	15.5	128	46.0	106	38.1	1	0.4	0	0.0	3.77	มาก	
20.มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม	50	18.0	136	48.9	92	33.1	0	0.0	0	0.0	3.85	มาก	
21.ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง	45	16.2	153	55.0	71	25.5	9	3.2	0	0.0	3.84	มาก	
22.พนักงานโดยรวมของตัวแทนต่างกายเหมาะสม	9	3.2	139	50.0	111	39.9	19	6.8	0	0.0	3.50	มาก	
23.พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม	9	3.2	152	54.7	106	38.1	11	4.0	0	0.0	3.57	มาก	
24.มีแผนลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า	11	4.0	134	48.2	121	43.5	12	4.3	0	0.0	3.52	มาก	
											ค่าเฉลี่ยรวม	3.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของระดับกระเปาะยี่ห้ออิชูซู มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(3.29) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.85) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.84) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.77) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.72) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี,วิทยุ,นสพ.(3.60) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.57) มีแผนลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.52) พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.50) พนักงานโดยรวมของตัวแทนต่างกายเหมาะสม(3.50)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยฝ่ายโฆษณาตามจุดต่างๆ(3.45) การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท(3.40) การแจกใบปลิวแคมเปญ(3.37) พนักงานสินค้ามีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.33) พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง(3.27) พนักงานขายมีความจริงใจ(3.27) มีการจัดงานขอขอบคุณลูกค้า(3.08) มีการทำการตลาดจัดกิจกรรมเพื่อสังคม(3.01) แคมเปญการตลาด(2.98) มีการตรวจเช็คครถยนต์ก่อนที่ดำเนินการบริการ(2.97) มีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม(2.96) มีบัตรส่วนลดพิเศษ(2.82) มีของแถม เช่น เสื้อ มีการจัดฟรีคอนเสิร์ตเป็นประจำ(2.75) มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ(2.72)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะที่มีออพชันในจังหวัดเชียงใหม่ตามอาชีพ
ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะที่มีออพชันในจังหวัดเชียงใหม่ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ									
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ทัศนวิสัยดี เช่น กระจกกว้างมองเห็นชัด	4.16	มาก	4.36	มาก	4.19	มาก	4.18	มาก	4.18	มาก
2.มีความปลอดภัยสูง	4.35	มาก	4.50	มากที่สุด	4.20	มาก	4.18	มาก	4.18	มาก
3.คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดีให้ความรู้สึกหรูหรา	4.12	มาก	4.21	มาก	4.07	มาก	3.97	มาก	3.97	มาก
4.ตำราที่เรียบ มีอัตราเร่งดี	3.98	มาก	4.07	มาก	4.02	มาก	3.89	มาก	3.89	มาก
5.มีกำลังสามารถขับเขาได้ดี	3.88	มาก	3.21	ปานกลาง	3.80	มาก	3.72	มาก	3.72	มาก
6.สามารถบรรทุกได้มาก โดยกำลังไม่ตก	3.81	มาก	3.36	ปานกลาง	3.70	มาก	3.65	มาก	3.65	มาก
7.เครื่องยนต์เสียง	3.35	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง
8.การจับ, การเลี้ยว, การบังคับรถทำได้ง่าย	3.95	มาก	4.00	มาก	3.93	มาก	3.77	มาก	3.77	มาก
9.การทรงตัว ในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูงดี	4.23	มาก	4.36	มาก	4.14	มาก	4.04	มาก	4.04	มาก
10.การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี	4.28	มาก	4.29	มาก	4.22	มาก	4.10	มาก	4.10	มาก
11.อุปกรณ์/อุปกรณ์เสริมครบครัน	4.00	มาก	4.07	มาก	3.98	มาก	3.77	มาก	3.77	มาก
12.อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน	4.21	มาก	4.21	มาก	3.96	มาก	4.02	มาก	4.02	มาก
13.ประหยัดน้ำมัน	4.79	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด
14.ราคาขายต่อดี	4.51	มากที่สุด	4.14	มาก	4.11	มาก	4.20	มาก	4.20	มาก

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ									
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล		
15.มีชื่อเสียงดี	4.30	มาก	4.21	มาก	4.09	มาก	3.99	มาก		
16.ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาไม่แพง	3.95	มาก	4.00	มาก	3.78	มาก	3.65	มาก		
17.บริการก่อนและหลังการขายดี	3.98	มาก	4.29	มาก	3.81	มาก	3.74	มาก		
18.มีหลายรุ่นให้เลือก	3.65	มาก	2.93	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง		
19.ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งได้สบาย	4.12	มาก	3.93	มาก	4.09	มาก	3.94	มาก		
20.รูปลักษณ์สวยงาม	4.47	มาก	4.43	มาก	4.26	มาก	4.20	มาก		
21.มีการรับประกัน	4.05	มาก	4.00	มาก	3.74	มาก	3.77	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	มาก	4.00	มาก	3.95	มาก	3.88	มาก		

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ซื้ออาชีพพนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.10)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.79) และราคาขายต่อดี(4.51)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เครื่องยนต์แรง(3.35) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.00)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.64) และมีความปลอดภัยสูง(4.50)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถบรรเทาได้มาก โดยกำลังไม่ตก(3.36) มีกำลังสามารถขึ้นเขาได้ดี(3.21) มีหลายรุ่นให้เลือก(2.93) และ เครื่องยนต์เจียบ(2.71) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ข้าราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.95)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.52)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.37) เครื่องยนต์เจียบ(2.98) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.88)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.56)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.44) เครื่องยนต์เจียบ(2.78) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์คันใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ							
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.79	มาก	4.00	มาก	3.63	มาก	3.72	มาก
2.กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม	3.67	มาก	3.64	มาก	3.52	มาก	3.46	ปานกลาง
3.กรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย	3.63	มาก	3.93	มาก	3.30	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
4.กรณีเช่าซื้อเมื่อราคารถยนต์เมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.23	ปานกลาง	3.50	มาก	3.07	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
5.เงินดาวน์ต่ำกว่าตลาด	2.91	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง
6.อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด	2.86	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง
7.การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	2.84	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง
8.ให้สามารถผ่อนเงินดาวน์ได้	2.70	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง
9.ได้รับอุปกรณ์เพิ่มเติมโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน	2.93	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 พบว่าพนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อยี่ห้อรถยนต์มากที่สุด รองลงมาคือราคารถยนต์เมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.79) และกรณีซื้อเงินสด (3.67) และกรณีซื้อ

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น (3.79) กรณีซื้อเงินสด (3.67) และกรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย (3.63) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ควมสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(4.00) ภาษีเงินก่อนนาระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย(3.93) กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม(3.64) และกรณีเช่าซื้ออัตรดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.50) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ข้าราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.04)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.63) และกรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม(3.52) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.04)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.72) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

Chiang Mai University

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะปีหรือสองปีในจังหวัดเชียงใหม่ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ							
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.70	มาก	3.86	มาก	3.80	มาก	3.69	มาก
2.อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.70	มาก	3.79	มาก	3.80	มาก	3.72	มาก
3.มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.56	มาก	3.86	มาก	3.78	มาก	3.66	มาก
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.86	มาก	3.79	มาก	3.93	มาก	3.72	มาก
5.สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.84	มาก	3.71	มาก	3.80	มาก	3.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก	3.80	มาก	3.82	มาก	3.69	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าพนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.73) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ

มาก

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.80) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
ข้าราชการให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.82) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะมือสองในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ									
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, นสพ.	3.63	มาก	3.64	มาก	3.59	มาก	3.59	มาก		
2. การแจกใบปลิวแคมเปญ	3.47	ปานกลาง	3.50	มาก	3.33	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง		
3. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	3.49	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง		
4. การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท	3.51	มาก	3.36	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง		
5. มีการทำการตลาดจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	3.21	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง		
6. แคมเปญส่งเสริมการตลาด	3.26	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง		
7. มีของแถม เช่น เสื้อ หมวก	3.02	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง		
8. มีบัตรส่วนลดพิเศษ	3.05	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง		
9. มีการให้เครดิตในการชำระเงิน	2.91	ปานกลาง	3.64	มาก	2.69	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง		
10. มีการจัดโปรโมชั่นเป็นประจำ	2.91	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง		
11. มีการจัดงานขอบคุณลูกค้า	3.14	ปานกลาง	3.50	มาก	3.09	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง		
12. มีการจัดกิจกรรมเชิงครีเอทีฟ	3.16	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง		
13. มีการตรวจเช็ครถยนต์ก่อนออกสถานที่ด้านการบริการ	3.23	ปานกลาง	3.57	มาก	2.83	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง		
14. พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง	3.33	ปานกลาง	3.64	มาก	3.28	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง		
15. พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.65	มาก	4.07	มาก	3.46	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง		

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุในจังหวัดเชียงใหม่ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ									
	พนักงานองค์กรเอกชน : 43 คน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ : 14 คน		ข้าราชการ : 54 คน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว : 167 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
16.พนักงานขายมีความจริงใจ	3.40	ปานกลาง	3.93	มาก	3.33	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง		
17.พนักงานสินค้ามีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.37	ปานกลาง	3.93	มาก	3.35	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง		
18.พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	3.70	มาก	4.21	มาก	3.76	มาก	3.67	มาก		
19.ช่างเทคนิคมีความชำนาญ	3.77	มาก	4.21	มาก	3.70	มาก	3.75	มาก		
20.มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม	3.81	มาก	4.29	มาก	3.85	มาก	3.82	มาก		
21.ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง	3.84	มาก	4.21	มาก	3.85	มาก	3.81	มาก		
22.พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่งกายเหมาะสม	3.40	ปานกลาง	3.93	มาก	3.54	มาก	3.47	ปานกลาง		
23.พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม	3.53	มาก	3.64	มาก	3.63	มาก	3.56	มาก		
24.มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า	3.60	มาก	3.57	มาก	3.52	มาก	3.49	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39	ปานกลาง	3.63	มาก	3.29	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง		

จากตารางที่ 22 พบว่าพนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.39)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.84) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.81) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.77) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.70) พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.65) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.(3.63)

มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.60) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.53) และการแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท(3.51) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อบริการลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.63)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(4.29) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(4.21) ช่วงเทคนิคมีความชำนาญ(4.21) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(4.21) พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(4.07) พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่ละกายเหมาะสม(3.93) พนักงานขายมีความจริงใจ(3.93) พนักงานสินค้าเป็นอย่างไรดี(3.93) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทร,วิทยุ,นสพ.(3.64) พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง(3.64) มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ(3.64) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.64) มีการตรวจเช็ครถนอกสถานที่ด้านการบริการ(3.57) มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.57) มีการจัดงานขอขอบคุณลูกค้า(3.50) และมีการแจกใบปลิวแคมเปญ(3.50) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ข้าราชการให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.29)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.85) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.85) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.76) ช่วงเทคนิคมีความชำนาญ(3.70) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.63) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทร,วิทยุ,นสพ.(3.59) พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่ละกายเหมาะสม(3.54) และมีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.52) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.24)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.82) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.81) ช่วงเทคนิคมีความชำนาญ(3.75) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.67) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทร,วิทยุ,นสพ.(3.59) และพนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.56) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ครัวเรือนก่อนเดือน
 ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ครัวเรือนก่อนเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1.ทัศนวิสัยดี เช่น กระจกกว้างมองเห็นชัด	4.03	มาก	4.23	มาก	4.13	มาก	4.29	มาก	4.33	มาก		
2.มีความปลอดภัยสูง	4.17	มาก	4.21	มาก	4.24	มาก	4.35	มาก	4.50	มากที่สุด		
3.คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดีให้ความรู้สึกหรูหรา	4.00	มาก	4.01	มาก	3.97	มาก	4.35	มาก	4.33	มาก		
4.สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี	3.69	มาก	3.96	มาก	3.92	มาก	4.12	มาก	4.33	มาก		
5.มีกำลังสามารถขึ้นเขาได้ดี	3.86	มาก	3.70	มาก	3.74	มาก	3.76	มาก	3.83	มาก		
6.สามารถบรรทุกได้มากโดยกำลังไม่ตก	3.69	มาก	3.65	มาก	3.68	มาก	3.76	มาก	3.83	มาก		
7.เครื่องยนตเงียบ	3.00	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	4.00	มาก		
8.การขับ,การเลี้ยว,การบังคับรถทำได้ง่าย	3.83	มาก	3.82	มาก	3.83	มาก	3.88	มาก	4.17	มาก		
9.การทรงตัวในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูงดี	4.14	มาก	4.08	มาก	4.10	มาก	4.24	มาก	4.50	มากที่สุด		
10.การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี	4.14	มาก	4.14	มาก	4.18	มาก	4.24	มาก	4.33	มาก		
11.อุปกรณ์/อุปกรณ์เสริมครบครัน	3.83	มาก	3.82	มาก	3.92	มาก	3.82	มาก	4.67	มากที่สุด		
12.อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน	4.00	มาก	4.03	มาก	4.10	มาก	4.00	มาก	4.33	มาก		
13.ประหยัดน้ำมัน	4.52	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด		
14.ราคาขายต่อดี	4.14	มาก	4.26	มาก	4.14	มาก	4.47	มาก	4.33	มาก		
15.มีชื่อเสียงดี	4.07	มาก	4.11	มาก	3.99	มาก	3.94	มาก	4.33	มาก		

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮิอุซุในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
16.ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาไม่แพง	3.69	มาก	3.72	มาก	3.75	มาก	3.82	มาก	4.17	มาก		
17.บริการก่อนและหลังการขายดี	3.59	มาก	3.83	มาก	3.86	มาก	3.82	มาก	4.17	มาก		
18.มีหลายรุ่นให้เลือก	3.59	มาก	3.39	ปานกลาง	3.54	มาก	3.29	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง		
19.ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งได้สบาย	4.07	มาก	4.00	มาก	3.94	มาก	4.18	มาก	3.67	มาก		
20.รูปโฉมสวยงาม	4.31	มาก	4.29	มาก	4.17	มาก	4.29	มาก	4.50	มากที่สุด		
21.มีการรับประกัน	4.00	มาก	3.78	มาก	3.85	มาก	3.65	มาก	4.17	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	มาก	3.93	มาก	3.93	มาก	3.99	มาก	4.19	มาก		

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.92)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.52)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เครื่องยนต์ดีเซล (3.00) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.93)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.61)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.39) และเครื่องยนต์ดีเซล(2.82) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.93) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพน้ำมัน(4.57)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เครื่องยนต์เรียบ(2.93) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.99)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพน้ำมัน(4.65)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.29) และเครื่องยนต์เรียบ(2.94) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.19)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์/อุปกรณ์เสริมครบครัน(4.67) ประสิทธิภาพน้ำมัน(4.67) มีความปลอดภัยสูง(4.50) การทรงตัวในขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงดี(4.50) และรูปลักษณ์สวยงาม(4.50)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(2.83) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อซูซูกิในจังหวัดเชียงใหม่ตามระดับรายได้ในครัวเรือน
ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล		
1.ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.72	มาก	3.72	มาก	3.69	มาก	3.82	มาก	4.00	มาก		
2.กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม	3.55	มาก	3.49	ปานกลาง	3.50	มาก	3.47	ปานกลาง	4.17	มาก		
3.กรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย	3.48	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.83	มาก		
4.กรณีเช่าซื้ออีตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.10	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง		
5.เงินค่าน้ำต่ำกว่าตลาด	2.86	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.33	น้อย		
6.อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด	2.86	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.33	น้อย		
7.การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	2.86	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.00	น้อย		
8.ให้สามารถผ่อนเงินค่าน้ำได้	2.79	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.00	น้อย		
9.ได้รับอุปกรณ์เพิ่มเติม โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน	2.90	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.17	น้อย		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.12	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง		

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริจยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.12) โดยบิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาารยณฑ์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.72) และกรณียี่ห้ออื่น(3.55) ส่วน บิัจยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้อันสูง 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริจยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.09) โดยบิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาารยณฑ์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.72) ส่วนบิัจยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ซื้อที่มีรายได้อันสูง 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริจยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(3.06) โดยบิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาารยณฑ์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.69) และกรณียี่ห้ออื่น(3.50) ส่วน บิัจยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้อันสูง 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริจยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(3.12) โดยบิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาารยณฑ์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.82) ส่วนบิัจยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ซื้อที่มีรายได้อันสูงมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริจยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(2.89) โดยบิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กรณียี่ห้ออื่น(3.17) ราคาารยณฑ์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(4.00) และกรณียี่ห้ออื่น(3.83)

บิัจยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กรณียี่ห้ออื่นเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.17) ส่วนบิัจยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์จักรยานยนต์ตามระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.66	มาก	3.75	มาก	3.69	มาก	3.71	มาก	3.67	มาก		
2.อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.69	มาก	3.75	มาก	3.72	มาก	3.76	มาก	3.67	มาก		
3.มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.52	มาก	3.75	มาก	3.58	มาก	3.59	มาก	3.83	มาก		
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.62	มาก	3.87	มาก	3.69	มาก	3.71	มาก	3.83	มาก		
5.สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.72	มาก	3.77	มาก	3.64	มาก	3.71	มาก	3.83	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	มาก	3.78	มาก	3.66	มาก	3.70	มาก	3.77	มาก		

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจักรยานยนต์มากที่สุด (3.64) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

- ผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจักรยานยนต์มากที่สุด (3.78) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
- ผู้ซื้อที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจักรยานยนต์มากที่สุด (3.66) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
- ผู้ซื้อที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจักรยานยนต์มากที่สุด (3.70) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
- ผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจักรยานยนต์มากที่สุด (3.77) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่
 ใ้ได้ในครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1.การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.	3.55	มาก	3.65	มาก	3.56	มาก	3.53	มาก	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
2.การแจกใบปลิว	3.31	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
3.การประชาสัมพันธ์โดยโฆษณาตามจุดต่างๆ	3.34	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.51	มาก	3.24	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
4.การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท	3.38	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
5.มีการทำการตลาดจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	3.03	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
6.แถมอุปกรณ์ตกแต่งติดรถ	3.03	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง
7.มีของแถม เช่น เสื้อ หมวก	2.90	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง
8.มีบัตรส่วนลดพิเศษ	2.86	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.33	น้อย
9.มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ	2.76	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
10.มีการจัดฟรีคอมเสิร์ชเป็นประจำ	2.79	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง
11.มีการจัดงานขอบคุณลูกค้า	3.00	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง
12.มีการจัดกิจกรรมเช็ครถฟรี	2.97	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง
13.มีการตรวจเช็ครถนอกสถานที่ด้านการบริการ	3.14	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
14.พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง	3.14	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
15.พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.34	ปานกลาง	3.51	มาก	3.57	มาก	3.41	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์คันใหม่ของเจ้าของรถรายหัวในจังหวัดเชียงใหม่
ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับรายได้ในครัวเรือนต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 : 29 คน		10,001-20,000 : 154 คน		20,001-30,000 : 72 คน		30,001-40,000 : 17 คน		มากกว่า 40,000 : 6 คน		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
16.พนักงานขายมีความจริงใจ	3.10	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
17.พนักงานสินค้ามีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.17	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
18.พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	3.45	ปานกลาง	3.75	มาก	3.79	มาก	3.65	มาก	3.67	มาก		
19.ช่างเทคนิคมีความชำนาญ	3.52	มาก	3.77	มาก	3.79	มาก	4.00	มาก	3.83	มาก		
20.มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม	3.59	มาก	3.84	มาก	3.93	มาก	4.00	มาก	3.83	มาก		
21.ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง	3.72	มาก	3.81	มาก	3.93	มาก	4.12	มาก	3.50	มาก		
22.พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่งการเหมาะสม	3.34	ปานกลาง	3.55	มาก	3.50	มาก	3.41	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง		
23.พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม	3.48	ปานกลาง	3.64	มาก	3.53	มาก	3.47	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง		
24.มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า	3.48	ปานกลาง	3.60	มาก	3.44	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง		

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.22)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.72) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.59) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ, นสพ.(3.55) และช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.52) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.30)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไรให้และศูนย์บริการพร้อม(3.84) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.81) ความสะดวกในความชำนาญ(3.77) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.75) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.(3.65) พนักงานโดยรวมนิยมมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.64) มีแผนลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.60) พนักงานโดยรวมของตัวแทนแห่งกายเหมาะสม(3.55) และพนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.51) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.32)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไรให้และศูนย์บริการพร้อม(3.93) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.93) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.79) ความสะดวกในความชำนาญ(3.79) พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.57) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.(3.56) พนักงานโดยรวมนิยมมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.53) การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ(3.51) และพนักงานโดยรวมของตัวแทนแห่งกายเหมาะสม(3.50) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(4.12) ความสะดวกในความชำนาญ(4.00) มีอะไรให้และศูนย์บริการพร้อม(4.00) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.65) และการลงโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.(3.53) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.13)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในความชำนาญ(3.83) มีอะไรให้และศูนย์บริการพร้อม(3.83) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.67) และศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.50)

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีบัตรส่วนลดพิเศษ(2.33) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงรายจำแนกตามงานอดิเรก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งานอดิเรก									
	ท่องเที่ยว : 66 คน		สังสรรค์: 99 คน		อ่านหนังสือ : 65 คน		เล่นกีฬา : 48 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
16.ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาไม่แพง	3.64	มาก	3.69	มาก	4.02	มาก	3.62	มาก		
17.บริการก่อนและหลังการขายดี	3.74	มาก	3.77	มาก	3.92	มาก	3.90	มาก		
18.มีหลายรุ่นให้เลือก	3.36	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง		
19.ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งได้สบาย	3.92	มาก	3.95	มาก	4.06	มาก	4.10	มาก		
20.รูปลักษณ์สวยงาม	4.26	มาก	4.24	มาก	4.25	มาก	4.35	มาก		
21.มีการรับประกัน	3.88	มาก	3.68	มาก	3.94	มาก	3.87	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	มาก	3.90	มาก	3.99	มาก	3.98	มาก		

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.90)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.58)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.36) และเครื่องยนตเจียบ (2.92) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือสังสรรค์ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.90)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน(4.62)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก(3.42) และเครื่องยนตเจียบ(2.75) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคืออ่านหนังสือให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.99)
 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพ (4.55)
 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก (3.48) และเครื่องยนต์เสียง (3.11) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
 ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือเล่นกีฬาให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.98)
 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพ (4.63)
 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายรุ่นให้เลือก (3.48) และเครื่องยนต์เสียง (2.92) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

Chiang Mai University

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์คันใหม่ของผู้ซื้อรายจำแนกตามงานอดิเรก

ปัจจัยด้านราคา	งานอดิเรก									
	ท่องเที่ยว : 66 คน		สังสรรค์: 99 คน		อ่านหนังสือ : 65 คน		เล่นกีฬา : 48 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1.ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.68	มาก	3.73	มาก	3.74	มาก	3.77	มาก		
2.กรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม	3.45	ปานกลาง	3.54	มาก	3.57	มาก	3.48	ปานกลาง		
3.กรณีซื้อเงินผ่อนระยะสั้นจะไม่มีดอกเบี้ย	3.44	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง		
4.กรณีเช่าซื้อมีอัตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	3.12	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง		
5.เงินค่าน้ำต่ำกว่าตลาด	2.89	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง		
6.อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด	2.91	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง		
7.การให้ระยะเวลาในการผ่อนนานกว่าปกติ	2.77	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง		
8.ให้สามารถผ่อนเงินค่าน้ำได้	2.56	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง		
9.ได้รับอุปกรณ์เพิ่มเติมโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน	2.77	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.07	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง		

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.07)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.68) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือสังสรรค์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.04)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.73) และกรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม(3.54) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคืออ่านหนังสือให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.20)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมรรถนะดีเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.74) และกรณีซื้อเงินสด มีส่วนลดที่เหมาะสม(3.57) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือเล่นกีฬาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(3.03)

โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคารถยนต์สมรรถนะดีเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น(3.77) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ต่อการตัดสินใจที่ช่ยรณยณตกรบะบะยัให้อธิชุชุในจังหวัดเชียงรายจําแนกตามงานอดิเรก

ปัจจัยด้านสถานที่	งานอดิเรก							
	ท่องเที่ยว : 66 คน		สังสรรค์: 99 คน		อ่านหนังสือ : 65 คน		เล่นกีฬา : 48 คน	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.62	มาก	3.73	มาก	3.74	มาก	3.81	มาก
2.อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.64	มาก	3.75	มาก	3.75	มาก	3.81	มาก
3.มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.65	มาก	3.75	มาก	3.49	ปานกลาง	3.81	มาก
4.มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.76	มาก	3.78	มาก	3.75	มาก	3.90	มาก
5.สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.76	มาก	3.73	มาก	3.62	มาก	3.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	มาก	3.75	มาก	3.67	มาก	3.83	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ซึ่งมีงานอดิเรกคือท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ซึ่งมีงานอดิเรกคือสังสรรค์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ซึ่งมีงานอดิเรกคืออ่านหนังสือให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.49)

ผู้ซึ่งมีงานอดิเรกคือเล่นกีฬาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.83) โดยในทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะปีให้อิซูซุในจังหวัดเชียงใหม่รายจำแนกตามงาน
 อีวีเรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งานอีวีเรก									
	ห้องเที่ยว : 66 คน		ตั้งสรรค้: 99 คน		อ่านหนังสือ : 65 คน		เล่นกีฬา : 48 คน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1.การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ.	3.61	มาก	3.59	มาก	3.57	มาก	3.67	มาก		
2.การแจกใบปลิวแคมเปญ	3.39	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง		
3.การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	3.50	มาก	3.43	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.50	มาก		
4.การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของบริษัท	3.44	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง		
5.มีการทำการตลาดจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	3.02	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง		
6.แผนปฏิบัติการแต่งตั้งจัดรถ	2.98	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง		
7.มีของแถม เช่น เสื้อ หมวก	2.71	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง		
8.มีบัตรส่วนลดพิเศษ	2.83	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง		
9.มีการให้เครดิตในการซ่อมรถ	2.70	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.58	ปานกลาง		
10.มีการจัดฟรีคอนเสิร์ตเป็นประจำ	2.65	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง		
11.มีการจัดงานขอบคุณลูกค้า	3.03	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง		
12.มีการจัดกิจกรรมเช็ครถฟรี	2.95	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง		
13.มีการตรวจเช็ครถนอกสถานที่ด้านการบริการ	2.95	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง		
14.พนักงานขายต้อนรับอย่างสุภาพเป็นกันเอง	3.24	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง		
15.พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.47	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.60	มาก	3.50	มาก		

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ตามงาน
 อดิเรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งานอดิเรก							
	ท่องเที่ยว : 66 คน		สังสรรค์: 99 คน		อ่านหนังสือ : 65 คน		เล่นกีฬา : 48 คน	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
16.พนักงานขายมีความจริงใจ	3.23	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง
17.พนักงานสินค้ามีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	3.24	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
18.พนักงานศูนย์บริการลูกค้าสุภาพอ่อนน้อม	3.64	มาก	3.66	มาก	3.83	มาก	3.81	มาก
19.ช่างเทคนิคมีความชำนาญ	3.71	มาก	3.72	มาก	3.82	มาก	3.87	มาก
20.มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม	3.82	มาก	3.83	มาก	3.88	มาก	3.90	มาก
21.ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง	3.86	มาก	3.74	มาก	3.94	มาก	3.90	มาก
22.พนักงานโดยรวมของตัวแทนแต่กายเหมาะสม	3.44	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.52	มาก	3.58	มาก
23.พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม	3.62	มาก	3.56	มาก	3.51	มาก	3.63	มาก
24.มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า	3.56	มาก	3.53	มาก	3.49	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.27) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.86) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.82) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.71) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.64) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม(3.62) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทีวี,วิทยุ,นสพ. (3.61) มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.56) และการประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ(3.50) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือสังสรรค์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.83) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.74) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.72) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.66) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี,วิทยุ,นสพ.(3.59) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.56) และมีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไว้ให้บริการลูกค้า(3.53) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคืออ่านหนังสือให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.34) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.94) มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.88) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.83) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.82) พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.60) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี,วิทยุ,นสพ.(3.57) พนักงานโดยรวมของตัวแทนเหมาะสม(3.52) และพนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.51) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ซื้อที่มีงานอดิเรกคือเล่นกีฬาให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.31) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม(3.90) ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง(3.90) ช่างเทคนิคมีความชำนาญ(3.87) พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม(3.81) การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทวี,วิทยุ,นสพ.(3.67) พนักงานโดยรวมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม(3.63) พนักงานโดยรวมของตัวแทนแตกต่างๆ(3.58) การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ(3.50) และพนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี(3.50) ส่วนปัจจัยอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู ในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อรถยนต์คันใหม่

ปัจจัยที่มีผล	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัวรายได้เพิ่มขึ้น	56	11.3
คาดว่างานจะมีรายได้เพิ่มขึ้น	124	24.9
รถยนต์รุ่นใหม่มีเทคโนโลยีใหม่นำมาจับจื้อมากกว่าเดิม	194	39.1
เพื่อนหรือคนคุ้นเคยใช้รถยนต์ยี่ห้อนี้อยู่	101	20.3
เปลี่ยนที่ทำงาน	22	4.4
รวม	497	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาซื้อรถยนต์คันใหม่คือรถยนต์รุ่นใหม่มีเทคโนโลยีใหม่นำมาจับจื้อมากกว่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 39.1 คาดว่างานจะมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.9 มีเพื่อนหรือคนคุ้นเคยใช้รถยนต์ยี่ห้อนี้อยู่ร้อยละ 20.3 ครอบครัวรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.3 และเปลี่ยนที่ทำงานร้อยละ 4.4

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามตัวแทนรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซู

ตัวแทนจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทอิชูซู เชียงราย จำกัด	116	41.7
บริษัทอิชูซูสงวนไทย จำกัด	162	58.3
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูจากบริษัทอิชูซูสงวนไทย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 58.3 และบริษัทอิชูซู เชียงราย จำกัดร้อยละ 41.7

ตารางที่ 33 แสดงอันดับความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุของผู้ซื้อจาก
ตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อ

เหตุผลในการซื้อจากตัวแทน จำหน่าย	จำนวนผู้ซื้อตามอันดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 4)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 4 (น้ำหนัก 1)	
รถที่โซว์มีหลากหลายรุ่น	66	55	15	8	46.7
สถานที่ตั้งหาง่าย สะดวกสบาย	98	84	39	10	73.2
ทดลองขับได้	24	37	55	30	34.7
ให้ราคาแลกรถยนต์สูงกว่าที่อื่น	22	18	24	12	20.2
ศูนย์บริการเปิดวันอาทิตย์	33	30	11	5	24.9
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	47	39	31	14	38.1
พนักงานขายออกเยี่ยมลูกค้าบ่อย	11	6	3	2	7.0
มีบริการหลังการขายที่ดี	74	66	32	46	60.4
มีคนรู้จัก/เพื่อนทำงานที่นั่น	41	9	7	8	21.3

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุในจังหวัดเชียงใหม่จัดอันดับความสำคัญของ
เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุของผู้ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายโดยเรียงอันดับ ดังนี้ คือ
สถานที่ตั้งหาง่าย สะดวกสบาย มีบริการหลังการขายที่ดี รถที่โซว์มีหลากหลายรุ่น พนักงานมีความน่า
เชื่อถือ ทดลองขับได้ ศูนย์บริการเปิดวันอาทิตย์ มีคนรู้จัก/เพื่อนทำงานที่นั่น ให้ราคาแลกรถยนต์สูงกว่า
ที่อื่น พนักงานขายออกเยี่ยมลูกค้าบ่อย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คือ 73.2 60.4 46.7 38.1 34.7 24.9
21.3 20.2 และ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการซื้อรถยนต์กระบะคันที่ใช้อยู่

การซื้อรถยนต์กระบะ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นการซื้อครั้งแรก	61	22.0
เป็นการเปลี่ยนรถ โดยขายคันเก่าและซื้อคันใหม่	178	64.0
เป็นรถยนต์ที่ซื้อมาเพิ่ม โดยไม่ได้ขายคันเก่า	39	14.0
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการซื้อรถยนต์กระบะคันที่ใช้อยู่โดยเป็นการเปลี่ยนรถ โดยขายคันเก่าและซื้อคันใหม่คิดเป็นร้อยละ 64.0 เป็นการซื้อครั้งแรกร้อยละ 22.0 และเป็นรถยนต์ที่ซื้อมาเพิ่ม โดยไม่ได้ขายคันเก้าร้อยละ 14.0

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามความถี่ในการซื้อรถยนต์ (กรณีซื้อมากกว่า 1 ครั้ง)

ความถี่ในการซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ทุก 1-2 ปี	6	2.8
ทุก 3-4 ปี	81	37.3
ทุก 5-6 ปี	88	40.5
มากกว่า 6 ปี	42	19.4
รวม	217	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่ซื้อรถยนต์มากกว่า 1 ครั้งจำนวน 217 คน

จากตารางที่ 35 พบว่าจากผู้ซื้อที่ซื้อรถยนต์มากกว่า 1 ครั้งจำนวน 217 คน ส่วนใหญ่จะซื้อรถยนต์ทุก 5-6 ปีคิดเป็นร้อยละ 40.5 ทุก 3-4 ปีร้อยละ 37.3 ทุก 6 ปีขึ้นไปร้อยละ 19.4 และทุก 1-2 ปีร้อยละ 2.8

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานรถยนต์กระบะ ยี่ห้ออีซูซุ

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
การติดต่อ	34	12.2
การกีฬาและพักผ่อน	30	10.8
การท่องเที่ยว	22	7.9
การจับจ่ายสินค้า	24	8.6
การเดินทางกับครอบครัว	23	8.3
เพื่อธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์	116	41.8
เพื่อเดินทางไปทำงาน	29	10.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์คิดเป็นร้อยละ 41.8 เพื่อการติดต่อร้อยละ 12.2 เพื่อการกีฬาและพักผ่อนร้อยละ 10.8 เพื่อเดินทางไปทำงานร้อยละ 10.4 เพื่อการจับจ่ายสินค้าน้อยละ 8.6 เพื่อการเดินทางกับครอบครัวร้อยละ 8.3 และเพื่อการท่องเที่ยวร้อยละ 7.9

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามลักษณะการใช้งานรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ

ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้รถ/ขับขีตามลำพัง	95	34.2
มีสมาชิกในครอบครัวนั่งไปด้วย	125	44.9
ให้พนักงาน/ลูกจ้างใช้ในการทำงาน	58	20.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ขับขีรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุโดยมีสมาชิกในครอบครัวนั่งไปด้วยคิดเป็นร้อยละ 44.9 ใช้รถขับขีตามลำพังร้อยละ 34.2 และให้พนักงาน/ลูกจ้างใช้ในการทำงานร้อยละ 20.9

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงราย	145	15.6
งานแสดงเกี่ยวกับรถยนต์ในท้องถิ่น	101	10.9
สื่อโฆษณาท้องถิ่น เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา ใบปลิว	144	15.5
เพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงาน	168	18.2
บทความ/โฆษณาในหนังสือพิมพ์	67	7.2
บทความ/โฆษณาในวารสารและนิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์	79	8.5
บทความ/โฆษณาในวารสารและนิตยสารทั่วไป	66	7.1
โทรทัศน์	158	17.0
รวม	928	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุจากเพื่อน/ญาติ/ผู้ร่วมงานคิดเป็นร้อยละ 18.2 จากโทรทัศน์ร้อยละ 17.0 จากตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงรายร้อยละ 15.6 จากสื่อโฆษณาท้องถิ่น เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา ใบปลิวร้อยละ 15.5 จากงานแสดงเกี่ยวกับรถยนต์ในท้องถิ่นร้อยละ 10.9 จากบทความ/โฆษณาในวารสารและนิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ร้อยละ 8.5 จากบทความ/โฆษณาในหนังสือพิมพ์ร้อยละ 7.2 และจากบทความ/โฆษณาในวารสารและนิตยสารทั่วไปร้อยละ 7.1

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่น

มีการเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่นหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
มี	192	69.1
ไม่มี	86	30.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะคันที่ใช้อยู่กับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่นคิดเป็นร้อยละ 69.1 และไม่มีการเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้ออื่นร้อยละ 30.9

ตารางที่ 39-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามยี่ห้อของรถยนต์กระบะที่มีการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุ

ยี่ห้อรถยนต์กระบะที่เปรียบเทียบ	จำนวน	ร้อยละ
ฟอร์ด	45	23.4
มาสด้า	21	10.9
มิตซูบิชิ	10	5.2
นิสสัน	42	21.9
โตโยต้า	74	38.6
รวม	192	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่มีการพิจารณาควบคู่หรือเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุ จำนวน 192 คน

จากตารางที่ 39-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่มีการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุ จำนวน 192 คน ส่วนใหญ่มีการพิจารณาเปรียบเทียบกับรถยนต์กระบะยี่ห้อโตโยต้าคิดเป็นร้อยละ 38.6 ฟอร์ด ร้อยละ 23.4 นิสสัน ร้อยละ 21.9 มาสด้า ร้อยละ 10.9 และ มิตซูบิชิ ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการทดลองขับรถก่อนตัดสินใจซื้อ

การทดลองขับรถ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทดลองขับและไม่ได้ทดลองนั่ง	16	5.8
เพียงแต่ทดลองนั่งไม่ได้ทดลองขับ	84	30.2
ทดลองขับที่ตัวแทนจำหน่าย	175	62.9
อื่นๆ (ทดลองขับรถของเพื่อน)	3	1.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้ทดลองขับรถที่ตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 62.9 เพียงแต่ทดลองนั่งไม่ได้ทดลองขับร้อยละ 30.2 ไม่ได้ทดลองขับและไม่ได้ทดลองนั่งร้อยละ 5.8 และทดลองขับรถของเพื่อนร้อยละ 1.1

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ

ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	43	15.5
1-2 สัปดาห์	168	60.4
มากกว่า 2 สัปดาห์	67	24.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 60.4 มากกว่า 2 สัปดาห์ร้อยละ 24.1 และน้อยกว่า 1 สัปดาห์ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 42 แสดงอันดับความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูกันที่ใช้อยู่

เหตุผลในการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูกันที่ใช้อยู่	จำนวนผู้ซื้อตามอันดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 4)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 4 (น้ำหนัก 1)	
เป็นรถที่ประหยัดน้ำมัน	140	80	40	7	88.7
เป็นรถที่มีคุณภาพดี	85	112	33	13	68.6
ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา	9	31	84	19	26.3
การทำสัญญาเงินผ่อนง่าย ไม่ยุ่งยาก	23	19	16	34	16.5
เป็นรถที่มีราคาขายต่อดี	14	25	57	76	22.9
ให้ส่วนลดราคามากกว่ายี่ห้ออื่น	0	0	0	0	0.0
ราคารถยนต์ต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	0	0	0	2	0.1
เงื่อนไขการขายน่าสนใจ	2	2	12	6	2.9
ได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อ	0	0	5	4	0.8
มีโชว์รูมที่ให้บริการครบวงจร	1	2	13	39	3.9
โชว์รูมอยู่ในสถานที่เข้าหาสะดวก	0	6	8	43	3.9
พนักงานขายแนะนำและต้อนรับดี	1	1	2	6	0.8
มีเพื่อนและคนรู้จักซื้อไปก่อนหน้านี้	3	0	8	29	2.6

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูกันในจังหวัดเชียงรายจัดอันดับความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซูกันที่ใช้อยู่โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักดังนี้ คือ เป็นรถที่ประหยัดน้ำมัน (88.7) เป็นรถที่มีคุณภาพดี (68.6) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา (26.3) เป็นรถที่มีราคาขายต่อดี (22.9) การทำสัญญาเงินผ่อนง่ายไม่ยุ่งยาก (16.5) โชว์รูมอยู่ในสถานที่เข้าหาสะดวก (3.9) มีโชว์รูมที่ให้บริการครบวงจร (3.9) เงื่อนไขการขายน่าสนใจ (2.9) มีเพื่อนและคนรู้จักซื้อไปก่อนหน้านี้ (2.6) ได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อ (0.8) พนักงานขายแนะนำและต้อนรับดี (0.8) ราคารถยนต์ต่ำกว่ายี่ห้ออื่น (0.1) และให้ส่วนลดราคามากกว่ายี่ห้ออื่น (0.0)

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะปีห้ออีซูซุ

ผู้ตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านตัดสินใจเอง	140	50.3
คู่สมรสเป็นผู้ตัดสินใจ	100	36.0
สมาชิกในครอบครัวตัดสินใจ	38	13.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองคิดเป็นร้อยละ 50.3 คู่สมรสเป็นผู้ตัดสินใจร้อยละ 36.0 และสมาชิกในครอบครัวตัดสินใจร้อยละ 13.7

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะปีห้ออีซูซุมากที่สุด

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	52	37.1
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	64	45.8
เพื่อนบ้าน	0	0.0
พนักงานขาย	24	17.1
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะปีห้ออีซูซุของผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพื่อน/ผู้ร่วมงานคิดเป็นร้อยละ 45.8 บุคคลในครอบครัวร้อยละ 37.1 พนักงานขายร้อยละ 17.1 และเพื่อนบ้านร้อยละ 0.0

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อรถยนต์กระบะ
ยี่ห้ออีซูซุ

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	161	57.9
เช่าซื้อ	0	0.0
เงินผ่อน	117	42.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ
เป็นเงินสดคิดเป็นร้อยละ 57.9 เงินผ่อนร้อยละ 42.1 และเช่าซื้อร้อยละ 0.0

ตารางที่ 45-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามจำนวนปีในการผ่อนสำหรับการซื้อรถ
ยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ

จำนวนปีในการผ่อน	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	1	0.9
2 ปี	38	32.5
3 ปี	58	49.5
4 ปี	19	16.2
5 ปี	1	0.9
รวม	117	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่ชำระเงินซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ โดยการผ่อนจำนวน 117 คน

จากตารางที่ 45-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่ชำระเงินซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ โดยการผ่อนจำนวน
117 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่ผ่อนเป็นระยะเวลา 3 ปีคิดเป็นร้อยละ 49.5 ระยะเวลา 2 ปีร้อยละ 32.5
ระยะเวลา 4 ปีร้อยละ 16.2 ระยะเวลา 1 ปี และระยะเวลา 5 ปีร้อยละ 0.9 เท่ากัน

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามแหล่งเงินทุนในการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนส่วนตัว เช่น จากการออม จากรายได้ประจำ	186	66.2
เงินกู้ยืมจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน	36	12.9
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	58	20.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่าจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัว เช่น จากการออม จากรายได้ประจำในการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ คิดเป็นร้อยละ 66.2 เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินร้อยละ 20.9 และเงินกู้ยืมจากญาติพี่น้อง เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงานร้อยละ 12.9

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
8.00-17.00 ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์	123	44.2
8.00-17.00 ของวันเสาร์	123	44.2
8.00-17.00 ของวันอาทิตย์	32	11.6
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ไปใช้บริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในช่วงเวลา 8.00-17.00 ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และ 8.00-17.00 ของวันเสาร์คิดเป็นร้อยละ 44.2 เท่ากัน และช่วงเวลา 8.00-17.00 ของวันอาทิตย์ร้อยละ 11.6

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการนำรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุเข้าสู่ศูนย์บริการ
ของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อ

การเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
เข้า	256	92.1
ไม่เข้า	22	7.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกที่จะเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อคิดเป็น
ร้อยละ 92.1 และไม่เข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายร้อยละ 7.9

ตารางที่ 48-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการนำรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่ของแท้	44	17.2
ราคาไม่แพง	1	0.4
มีการบันทึกประวัติรถ	26	10.2
รู้จักช่างซ่อม	2	0.8
ใกล้บ้าน	21	8.2
บริการตรงเวลา	5	2.0
คุณภาพดี	43	16.8
มีความน่าเชื่อถือ	43	16.8
มีการบริการที่ดี	26	10.2
ช่างมีความสามารถสูง	22	8.6
มีการบริการครบวงจร	23	9.0
รวม	256	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่เลือกเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 256 คน

จากตารางที่ 48-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 256 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อเพราะอะไหล่ของแท้คิดเป็นร้อยละ 17.2 คุณภาพดีและมีความน่าเชื่อถือร้อยละ 16.8 เท่ากัน มีการบันทึกประวัติรถและมีการบริการที่ดีร้อยละ 10.2 เท่ากัน มีการบริการครบวงจรร้อยละ 9.0 ช่างมีความสามารถสูงร้อยละ 8.6 ใกล้บ้านร้อยละ 8.2 บริการตรงเวลาร้อยละ 2.0 รู้จักช่างซ่อมร้อยละ 0.8 และราคาไม่แพงร้อยละ 0.4

ตารางที่ 48-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการไม่นำรถยนต์กระบะปีห้าอี้ซุซุเข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	5	22.7
ไกลบ้าน	1	4.5
มีอยู่ประจำอยู่แล้ว	15	68.3
รู้จักช่างส่วนตัว	1	4.5
รวม	22	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่เลือกไม่เข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 22 คน

จากตารางที่ 48-2 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกไม่เข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 22 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกไม่เข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อเพราะมีอยู่ประจำอยู่แล้วคิดเป็นร้อยละ 68.3 ราคาแพงร้อยละ 22.7 ไกลบ้านและรู้จักช่างส่วนตัวร้อยละ 4.5 เท่ากัน

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามระยะเวลาในการนำรถเข้ารับการตรวจเช็คที่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายต่อครั้ง

ระยะเวลาต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-2 เดือน	64	25.0
3-4 เดือน	106	41.4
5-6 เดือน	84	32.8
มากกว่า 6 เดือน	2	0.8
รวม	256	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่เลือกเข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 256 คน

จากตารางที่ 49 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกเข้าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 256 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่นำรถเข้ารับการตรวจเช็คที่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่าย 3-4 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.4 5-6 เดือนต่อครั้งร้อยละ 32.8 1-2 เดือนต่อครั้งร้อยละ 25.0 และ 6 เดือนต่อครั้งร้อยละ 0.8

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเวลาเฉลี่ยที่คาดหวังในการเข้ารับบริการในแต่ละครั้ง

เวลาเฉลี่ยที่คาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	46	18.0
1-2 ชั่วโมง	210	82.0
มากกว่า 2 ชั่วโมง	0	0.0
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกเข้าสู่ศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อจำนวน 256 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่คาดหวังเวลาเฉลี่ยในการเข้ารับบริการแต่ละครั้งน้อยกว่า 1-2 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 82.0 น้อยกว่า 1 ชั่วโมงร้อยละ 18.0 และมากกว่า 2 ชั่วโมงร้อยละ 0.0

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮีซูซุในครั้งต่อไป

การซื้อรถในครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อฮีซูซุ	166	59.7
ไม่ซื้อฮีซูซุ	49	17.6
ไม่แน่ใจ	63	22.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮีซูซุในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 59.7 ไม่แน่ใจร้อยละ 22.7 และไม่ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อฮีซูซุร้อยละ 17.6

ตารางที่ 51-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุในครั้งต่อไป

เหตุผลในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
รูปลักษณ์สวยงาม	26	15.7
ใช้อีซูซุมาตลอด	12	7.2
ราคาไม่แพง	5	3.0
ทนทาน	1	0.6
สมรรถนะสูง	22	13.3
มีประวัติที่อีซูซุ	1	0.6
ประทับใจอีซูซุ	9	5.4
ราคาขายต่อดี	17	10.2
เป็นรถมีคุณภาพดี	17	10.2
มีความปลอดภัยในการขับขี่	10	6.0
ประหยัดน้ำมัน	44	26.6
ชื่อเสียงดี	2	1.2
รวม	166	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุครั้งต่อไปจำนวน 166 คน

จากตารางที่ 51-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุครั้งต่อไปจำนวน 166 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุเพราะประหยัดน้ำมันคิดเป็นร้อยละ 26.6 รูปลักษณ์สวยงามร้อยละ 15.7 สมรรถนะสูงร้อยละ 13.3 ราคาขายต่อดีและเป็นรถมีคุณภาพดีร้อยละ 10.2 เท่ากัน ใช้อีซูซุมาตลอดร้อยละ 7.2 มีความปลอดภัยในการขับขี่ร้อยละ 6.0 ประทับใจอีซูซุร้อยละ 5.4 ราคาไม่แพงร้อยละ 3.0 ชื่อเสียงดีร้อยละ 1.2 มีประวัติที่อีซูซุและทนทานร้อยละ 0.6 เท่ากัน

ตารางที่ 51-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุในครั้งต่อไป

เหตุผลในการไม่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อยากลองเปลี่ยนไปใช้รถยนต์เก๋ง	6	12.2
มีรถหลายคันแล้ว	1	2.0
ยังไม่มีเงิน	1	2.0
อยากลองเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นบ้าง	31	63.4
รอซื้อรุ่นใหม่	10	20.4
รวม	49	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่ไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในครั้งต่อไปจำนวน 49 คน

จากตารางที่ 51-2 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในครั้งต่อไปจำนวน 49 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุเพราะอยากลองเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นบ้างคิดเป็นร้อยละ 63.4 รอซื้อรุ่นใหม่ร้อยละ 20.4 อยากลองเปลี่ยนไปใช้รถยนต์เก๋งร้อยละ 12.2 มีรถหลายคันแล้ว และยังไม่ไม่มีเงินร้อยละ 2.0 เท่ากัน

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามการซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในครั้งต่อไป จากตัวแทนจำหน่ายเดิม

การซื้อรถในครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายเดิม	135	48.6
ไม่ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายเดิม	10	3.6
ไม่แน่ใจ	133	47.8
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุในครั้งต่อไปจากตัวแทนจำหน่ายเดิมคิดเป็นร้อยละ 48.6 ไม่แน่ใจร้อยละ 47.8 และไม่ซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุจากตัวแทนจำหน่ายเดิมร้อยละ 3.6

ตารางที่ 52-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุในครั้งต่อไปจากตัวแทนจำหน่ายเดิม

เหตุผลในการซื้อจากตัวแทนจำหน่ายเดิม	จำนวน	ร้อยละ
บริการหลังการขายดี	9	6.7
โชว์รูมสะอาด	3	2.2
มีประวัติรถ	5	3.7
รู้จักพนักงาน	4	3.0
มีรถหลายรุ่นให้เลือก	3	2.2
ใกล้บ้าน	16	11.9
ที่จอดรถสะดวก	1	0.7
น่าเชื่อถือ	4	3.0
ประทับใจพนักงานขาย	12	8.9
การบริการดี	59	43.7
โชว์รูมกว้างขวาง	6	4.4
ราคาแลกรถดี	6	4.4
มีการบริการครบวงจร	7	5.2
รวม	135	100.0

หมายเหตุ : จากผู้ซื้อที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุครั้งต่อไปจำนวน 135 คน

จากตารางที่ 52-1 พบว่าจากผู้ซื้อที่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุครั้งต่อไปจำนวน 135 คนผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุจากตัวแทนจำหน่ายเดิมเพราะได้รับการบริการที่ดีคิดเป็นร้อยละ 43.7 ใกล้บ้านร้อยละ 11.9 ประทับใจพนักงานขายร้อยละ 8.9 บริการหลังการขายดีร้อยละ 6.7 มีการบริการครบวงจรร้อยละ 5.5 โชว์รูมกว้างขวางและราคาแลกรถดีร้อยละ 4.4 เท่ากัน มีประวัติรถร้อยละ 3.7 รู้จักพนักงานและน่าเชื่อถือร้อยละ 3.0 มีรถหลายรุ่นให้เลือก โชว์รูมสะอาดร้อยละ 2.2 และที่จอดรถสะดวกร้อยละ 0.7

ตารางที่ 52-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเหตุผลในการไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุในครั้งต่อไปจากตัวแทนจำหน่ายเดิม

เหตุผลในการไม่ซื้ออิชูซุจากตัวแทนจำหน่ายเดิม	จำนวน	ร้อยละ
การบริการหลังการขายไม่ดี	2	20.0
ไกลบ้าน	1	10.0
พนักงานขายไม่ดี	1	10.0
การบริการไม่ดี	3	30.0
ลองเปลี่ยนตัวแทนจำหน่าย	3	30.0
รวม	10	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ซื้อที่ไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุครั้งต่อไปจากตัวแทนจำหน่ายเดิมจำนวน 10 คน

จากตารางที่ 52-2 พบว่าจากผู้ซื้อที่ไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุครั้งต่อไปจากตัวแทนจำหน่ายเดิมจำนวน 10 คน ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่เลือกซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุจากตัวแทนจำหน่ายเดิม เพราะการบริการไม่ดีและอยากลองเปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 30.0 เท่ากัน การบริการหลังการขายไม่ดีร้อยละ 20.0 ไกลบ้านและพนักงานขายไม่ดีร้อยละ 10.0 เท่ากัน

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ขอคำแนะนำบริการที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุง

บริการที่ควรปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
การส่งมอบสินค้า	160	30.9
ด้านบริการของพนักงานขาย	49	9.5
ด้านบริการของศูนย์บริการ	88	17.0
สถานที่	73	14.1
การจัดกิจกรรม	67	13.0
วันและเวลาในการเปิด-ปิด	80	15.5
รวม	517	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าบริการที่ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุง คือ การส่งมอบสินค้าคิดเป็นร้อยละ 30.9 ด้านบริการของศูนย์บริการร้อยละ 17.0 วันและเวลาในการเปิด-ปิด ร้อยละ 15.5 สถานที่ร้อยละ 14.1 การจัดกิจกรรมร้อยละ 13.0 และด้านบริการของพนักงานขายร้อยละ 9.5