

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 67.80 และเป็นหญิงร้อยละ 32.20 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 34.00 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 33.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 56.80 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.00 มีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลคันที่ซื้อล่าสุดเป็นคันที่ 2 ร้อยละ 45.20 โดยชำระเป็นเงินสด ร้อยละ 57.00 ส่วนใหญ่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อโตโยต้า ร้อยละ 30.20 มีเหตุผลในการซื้อ คือ เป็นรถที่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ 13.40 มีข้อเสนอพิเศษที่ได้รับ คือ ประกันภัยฟรี 1 ปี ร้อยละ 29.40 และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์จากสื่อโฆษณา ร้อยละ 38.80 จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 33.50

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.73) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 3 ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ
ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน

ตารางที่ 71 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน

	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
เพศชาย	-ประหยัดน้ำมัน -ตัวถังแข็งแรง	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
เพศหญิง	-ประหยัดน้ำมัน -อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน	-การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี -ไม่ประหยัดน้ำมัน
อายุ 21-30 ปี	-ตัวถังแข็งแรง	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
อายุ 31-40 ปี	-ตัวถังแข็งแรง	-ตัวถังบอบบาง
อายุ 41-50 ปี	-ตัวถังแข็งแรง	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
อายุ 51 ปีขึ้นไป	-การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
ต่ำกว่ามัธยม	-การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ง่าย -ตัวถังแข็งแรง	-เครื่องยนต์มีเสียงดัง -ตัวถังบอบบาง
มัธยมปลาย	-คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี	-บริการหลังการขายไม่ดี -ระบบเบรกไม่ดี
ปวช.	-ประหยัดน้ำมัน	-การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี
ปวส./อนุปริญญา	-ตัวถังแข็งแรง	-บริการหลังการขายไม่ดี
ปริญญาตรี	-ประหยัดน้ำมัน	-สคาร์ทชก อัตรการเร่งต่ำ
สูงกว่าปริญญาตรี	-การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-การทรงตัวในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูงดี	-เครื่องยนต์มีเสียงดัง
10,001-20,000 บาท	-ประหยัดน้ำมัน	-ตัวถังบอบบาง
20,001-30,000 บาท	-ตัวถังแข็งแรง	-เครื่องยนต์มีเสียงดัง -ไม่ประหยัดน้ำมัน
30,001-40,000 บาท	-การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี	-บริการหลังการขายไม่ดี
40,001-50,000 บาท	-บริการหลังการขาย	-การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก

ตารางที่ 71 แสดงความสำคัญของปัจจัยและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน (ต่อ)

	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
50,001 บาทขึ้นไป	<ul style="list-style-type: none"> -ทัศนวิสัยดี เช่น กระจกกว้าง มองเห็นชัด -คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี -สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี เครื่องยนต์เงียบ -การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ง่าย -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี -อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน -ประหยัดน้ำมัน -ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งสบาย -รูปลักษณ์ -ตัวถังแข็งแรง -มีการรับประกันอะไหล่ -ขนาดของรถ 	<ul style="list-style-type: none"> -คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี -สตาร์ทยาก อัตราการเร่งต่ำ -เครื่องยนต์มีเสียงดัง -การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี -อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยไม่มีครบ
พนักงานบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> -ประหยัดน้ำมัน -รูปลักษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่ประหยัดน้ำมัน
ข้าราชการ	<ul style="list-style-type: none"> -ตัวถังแข็งแรง 	<ul style="list-style-type: none"> -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<ul style="list-style-type: none"> -อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่ประหยัดน้ำมัน
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<ul style="list-style-type: none"> -สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี 	<ul style="list-style-type: none"> -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี
ค้าขาย	<ul style="list-style-type: none"> -ประหยัดน้ำมัน 	<ul style="list-style-type: none"> -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี
เกษตรกร	<ul style="list-style-type: none"> -ตัวถังแข็งแรง 	<ul style="list-style-type: none"> -การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี
ซื้อเงินสด	<ul style="list-style-type: none"> -ตัวถังแข็งแรง 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่ประหยัดน้ำมัน
ซื้อเงินผ่อน	<ul style="list-style-type: none"> -ประหยัดน้ำมัน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่ประหยัดน้ำมัน

ตารางที่ 72 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาและปัญหาด้านราคา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน

	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
เพศชาย	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
เพศหญิง	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
อายุ 21-30 ปี	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
อายุ 31-40 ปี	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
อายุ 41-50 ปี	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
อายุ 51 ปีขึ้นไป	-ราคารถยนต์	-กรณีซื้อสด ไม่มีส่วนลดให้
ต่ำกว่ามัธยม	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
มัธยมปลาย	-ราคารถยนต์	-ราคาค่าตรวจเช็คสูง
ปวช.	-ราคารถยนต์	-ราคาค่าตรวจเช็คสูง
ปวส.,อนุปริญญา	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ปริญญาตรี	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
สูงกว่าปริญญาตรี	-ราคารถยนต์ -ราคาค่าตรวจเช็ค	-ราคาอะไหล่แพง
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
10,001-20,000 บาท	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
20,001-30,000 บาท	-ราคารถยนต์	-ราคาค่าตรวจเช็คสูง
30,001-40,000 บาท	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
40,001-50,000 บาท	-ราคารถยนต์	-กรณีซื้อสด ไม่มีส่วนลดให้ -ราคาอะไหล่แพง
50,001 บาทขึ้นไป	-ราคารถยนต์	-กรณีซื้อสด ไม่มีส่วนลดให้ -ราคาอะไหล่แพง
พนักงานบริษัท	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ข้าราชการ	-ราคารถยนต์	-ราคาค่าตรวจเช็คสูง
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ค้าขาย	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
เกษตรกร	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ซื้อเงินสด	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ซื้อเงินผ่อน	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง

ตารางที่ 73 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน

	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
เพศชาย	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
เพศหญิง	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
อายุ 21-30 ปี	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
อายุ 31-40 ปี	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
อายุ 41-50 ปี	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
อายุ 51 ปีขึ้นไป	-มีบริการรับรถเพื่อซ่อมรถนอกสถานที่	-พนักงานขายติดต่อยาก -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
ต่ำกว่ามัธยม	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
มัธยมปลาย	-ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ -ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ปวช.	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ปวส.,อนุปริญญา	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
ปริญญาตรี	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
สูงกว่าปริญญาตรี	-ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง

ตารางที่ 73 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน (ต่อ)

	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
10,001-20,000 บาท	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
20,001-30,000 บาท	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการเดินทาง	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ -พนักงานขายติดต่อยาก
30,001-40,000 บาท	-ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีถึงอำนวยความสะดวกครบถ้วน	-พนักงานขายติดต่อยาก
40,001-50,000 บาท	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน -ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	-ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ
50,001 บาทขึ้นไป	-มีบริการรับรถเพื่อช้อปปิ้งนอกสถานที่	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง -ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักรถลูกค้า -ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาด -พนักงานขายติดต่อยาก -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
พนักงานบริษัท	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ข้าราชการ	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง -มีบริการรับรถเพื่อช้อปปิ้งนอกสถานที่	-พนักงานขายติดต่อยาก -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ

ตารางที่ 73 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน (ต่อ)

	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
ค้าขาย	-มีศูนย์บริการหลายแห่ง	-พนักงานขายติดต่อยาก
เกษตรกร	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน -มีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่ -เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน -ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ
ซื้อเงินสด	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ซื้อเงินผ่อน	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก

ตารางที่ 74 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพ ปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน

	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
เพศชาย	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
เพศหญิง	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
อายุ 21-30 ปี	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
อายุ 31-40 ปี	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
อายุ 41-50 ปี	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
อายุ 51 ปีขึ้นไป	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม
ต่ำกว่ามัธยม	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม
มัธยมปลาย	-พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลรถยนต์เป็นอย่างดี -ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม -ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม -ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
ปวช.	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
ปวส.,อนุปริญญา	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
ปริญญาตรี	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา
สูงกว่าปริญญาตรี	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม -ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา

ตารางที่ 74 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพ
ปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน (ต่อ)

	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
10,001-20,000 บาท	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม -ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
20,001-30,000 บาท	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
30,001-40,000 บาท	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
40,001-50,000 บาท	-แถมประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี -ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี -ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม -ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่น อุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบ ต่าง ๆ -ช่างซ่อมแซมไม่มีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม
50,001 บาทขึ้นไป	-การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ -พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และดูแลรถยนต์เป็นอย่างดี -ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-พนักงานศูนย์บริการพูดจาไม่สุภาพ -ช่างซ่อมแซมไม่มีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม
พนักงานบริษัท	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
ข้าราชการ	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม
ค้าขาย	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
เกษตรกร	-ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา

ตารางที่ 74 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพ ปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน (ต่อ)

	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
ซื้อเงินสด	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม -ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา
ซื้อเงินผ่อน	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการล่าช้าไม่ตรงเวลา

1. ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง ประหยัดน้ำมัน และตัวถังแข็งแรงเป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง ประหยัดน้ำมัน และอุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง ราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่องมีศูนย์บริการหลายแห่ง เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา และช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

2. ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่อง รูปลักษณ์ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41

– 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคา รถยนต์ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีศูนย์บริการหลายแห่ง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

3. ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ง่าย และตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวช. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวส., อนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มัธยมปลาย ปวช. จบ ปวส.,อนุปริญญา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ และราคาค่าตรวจเช็ค เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีศูนย์บริการหลายแห่ง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวช. และ ปวส., อนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีศูนย์บริการหลายแห่ง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลรถยนต์เป็นอย่างดี ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ช่อมแซม ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวช. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ช่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวส.,อนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขช่อมแซม เป็นลำดับแรก

4.ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการทรงตัวในขณะที่ขับด้วยความเร็วสูงดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบ สอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,001 –

30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องบริการหลังการขาย เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทัศนวิสัยดี เช่น กระจกกว้าง มองเห็นชัด คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถดี สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี เครื่องยนต์เงียบ การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ง่าย การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งดี อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครัน ประหยัดน้ำมัน ห้องโดยสารกว้างขวางนั่งสบาย รูปลักษณ์ ตัวถังแข็งแรง มีการรับประกันอะไหล่ ขนาดของรถ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท รายได้ 40,001 – 50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการเดินทาง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท ให้

ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องแผนประกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม ศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่นวิทยุ พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลรถยนต์เป็นอย่างดี ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

5.ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องประหยัดน้ำมัน และรูปลักษณะ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องอุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยครบครันเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องสตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดีเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย และเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ข้าราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการหลายแห่ง และมีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีศูนย์บริการหลายแห่ง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกรมีระดับที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีบริการรับรถเพื่อซ่อมนอกสถานที่ เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท และข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ

ต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก

6. ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังแข็งแรง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อ เงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสดและเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสดและเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม และศูนย์บริการสามารถบริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 4 ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัญหาเมื่อซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดสมุทรสาคร ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

2. ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก

3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย โดยให้ความสำคัญต่อบริษัท เรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย โดยให้ความสำคัญต่อบริษัท เรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก

ระดับปัญหาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพปัจจุบัน

1. ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องการทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี และไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก

2. ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องตัวถังบอบบาง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องกรณีซื้อสด ไม่มีส่วนลดให้ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก และเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อม ไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

3. ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเครื่องยนต์มีเสียงดัง และตัวถังบอบบาง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องบริการหลังการขายไม่ดี และระบบเบรกไม่ดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวช. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการทรงตัวในขณะเข้าโค้งไม่ดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวส., อนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องบริการหลังการขายไม่ดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องสตาร์ทยาก อัตราการเร่งต่ำ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ปวส., อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย และปวช. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาค่าตรวจเช็คสูง เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม จบ ปวส., อนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบมัธยมปลาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม และศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบ ปวช. จบ ปวส., อนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

4. ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเครื่องยนต์มีเสียงดัง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องตัวถังบอบบาง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเครื่องยนต์มีเสียงดัง และไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องบริการหลังการขายไม่ดี เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพอุปกรณ์ภายในรถไม่ดี สตาร์ทยาก อัตราการเร่งต่ำ เครื่องยนต์มีเสียงดัง การขับ การเลี้ยว การบังคับรถทำได้ยาก การทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี อุปกรณ์/ระบบรักษาความปลอดภัยมีไม่ครบ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาค่าตรวจเช็คสูง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องกรณีซื้อสด ไม่มีส่วนลดให้ และราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็น

ลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง และพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการที่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทาง ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักผ่อน ตู้กดน้ำ ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะอาด พนักงานขายติดต่อยาก เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อม ไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม และศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้า เช่น อุปกรณ์มาตรฐานและการทำงานของระบบต่างๆ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานศูนย์บริการพูดจาไม่สุภาพ และช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

5. ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย และเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการทรงตัวในขณะที่เข้าโค้งไม่ดี เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย และเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาค่าตรวจเช็คสูง เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก และ เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเล ที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ไกลแหล่งชุมชน และศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท ข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องช่างซ่อมไม่มีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก

6.ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสดและเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยในเรื่องไม่ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสดและเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาอะไหล่แพง เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายติดต่อยาก เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเงินสดและเงินผ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องศูนย์บริการให้บริการล่าช้า ไม่ตรงเวลา เป็นลำดับแรก

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ได้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P's) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 สรุปได้ว่า แนวคิดทางการตลาดของ Kotler กล่าวไว้ว่าธุรกิจที่ขายสินค้าจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P's) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัด

สมุทรสาคร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับสามารถวัดได้ตามองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อย ประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรศรี ผลพิสิษฐ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงราย ในปัจจัยย่อยเรื่องการประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร(2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยเรื่องโครงสร้างและสมรรถนะ และส่วนประกอบภายในรถยนต์

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านราคารวมมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยราคารถยนต์ เป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรศรี ผลพิสิษฐ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออู่ชูในจังหวัดเชียงราย ในปัจจัยย่อยเรื่องราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น มีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง และสอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร(2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยเรื่องราคาอะไหล่ ค่าบริการหลังการขายถูก และราคารถยนต์ถูก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อย เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อ เป็นลำดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัด

เชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยบริษัทตัวแทนจำหน่ายมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรศรี ผลพิสิษฐ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุในจังหวัดเชียงราย ในปัจจัยย่อยเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด โดยมีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อย ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรทิศา ททรัพย์เกษตริน (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยพนักงานต้อนรับสุภาพและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยการส่งเสริมการขาย โฆษณา และไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรศรี ผลพิสิษฐ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออิชูซุในจังหวัดเชียงราย ในปัจจัยย่อยเรื่องมีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในจังหวัดสมุทรสาคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงน้อยกว่าเพศชาย ผู้ที่ซื้อรถยนต์นั่งน้อยที่สุดคือกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป อาชีพเกษตรกร เป็นผู้มียาได้มากกว่า 50,000 บาท และเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม ส่วนใหญ่ซื้อเป็นเงินสด และซื้อยี่ห้อเบนซ์กับวอลโว่น้อยกว่ายี่ห้ออื่น เหตุผลที่ซื้อเป็นลำดับสุดท้ายคือมีระบบเกียร์แบบใหม่ ข้อเสนอพิเศษที่ผู้ขายเสนอให้กับผู้ซื้อที่ได้รับความสนใจน้อยที่สุด คือมีการให้เครดิตในการซ่อมแหล่งข้อมูลที่ผู้ซื้อได้รับเกี่ยวกับรถยนต์น้อยที่สุด คือ จากตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดสมุทรสาคร สื่อที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลน้อยที่สุด คือวิทยุและใบปลิว สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยในด้าน ยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เป็นผู้มีอายุ 41-50 ปี ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท และมีอาชีพเกษตรกร ซึ่งมีความเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยในด้านสามารถผ่อนเงินค่างวด เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้มีอายุ 41-50 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มีรายได้ในช่วง 40,001-50,000 บาท และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีความเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยในด้านทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้มีอายุ 31-40 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มีอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญในด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีความเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยในด้านมิชของแถม เช่น เสื้อ หมวก ทอง เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้มีอายุ 21-30 ปี มีรายได้ในช่วง 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีความเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย และผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีความเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

สำหรับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มีรายละเอียดดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยในด้านมีรุ่นให้เลือกน้อย เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-30,000 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปวส.และอนุปริญญา อาชีพข้าราชการ มีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัญหาด้านราคา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยมีปัจจัยย่อยในด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระสั้นเกินไป เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้ที่ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษา ปวส.และอนุปริญญา มีรายได้ในช่วง 20,001-30,000 บาท อาชีพข้าราชการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยมีปัจจัยย่อยในด้านศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพัก เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้ที่ที่มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาดำกว่ามัธยม มีรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท อาชีพเกษตรกร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยมีปัจจัยย่อยในด้านการประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆน้อย เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นผู้ที่ที่มีอายุ 41-50 ปี มีระดับการศึกษาดำกว่ามัธยม อาชีพข้าราชการ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 75 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัญหาตามปัจจัย
ส่วนประสมการตลาด

	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัญหาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-ประหยัดน้ำมัน	-ไม่ประหยัดน้ำมัน
ปัจจัยด้านราคา	-ราคารถยนต์	-ราคาอะไหล่แพง
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	-เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและ ศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและ ให้บริการ	-พนักงานขายติดต่อยาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	-ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไข ซ่อมแซม	-ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัย
ย่อยเรื่องประหยัดน้ำมัน เป็นลำดับแรก ส่วนปัจจัยย่อยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ลำดับแรก ได้แก่
ไม่ประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องราคารถยนต์ เป็น
ลำดับแรก ส่วนปัจจัยย่อยของปัญหาด้านราคาลำดับแรก ได้แก่ราคาอะไหล่แพง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องเวลาเปิด-ปิดของ
ศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและให้บริการ เป็นลำดับแรก ส่วนปัจจัยย่อยของ
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายลำดับแรก ได้แก่พนักงานขายติดต่อยาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่อง
ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม เป็นลำดับแรก ส่วนปัจจัยย่อยของปัญหาด้านการ
ส่งเสริมการตลาดลำดับแรก ได้แก่ศูนย์บริการให้บริการช้า ไม่ตรงเวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคใน
จังหวัดสมุทรสาคร และศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด รวมถึงปัญหาในการตัดสินใจซื้อ
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มีข้อเสนอแนะควรให้ความสำคัญต่อ
ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก และมากที่สุด เพื่อใช้เป็นจุดขาย และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทุกข้อ ไม่ว่าจะ
มากหรือน้อยก็ตาม จากข้อมูลการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อให้ความสำคัญในปัจจัยบริการ หลังการขาย อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย คุณภาพของอุปกรณ์ภายในรถยนต์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดให้มีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่ครบครัน และคำนึงถึงคุณภาพของ อุปกรณ์ภายในรถยนต์ ให้ประกันภัยชั้นหนึ่ง และบริการซ่อมนอกสถานที่ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัย ราคารถยนต์ ราคาค่าตรวจเช็ค และราคาอะไหล่ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตั้งราคาไม่แตกต่าง จากคู่แข่งมากนัก ควรมีการตั้งเงินค้ำประกันและการผ่อนหลายรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกปัจจัย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ ได้แก่ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น มีบริการน้ำเย็น กาแฟ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร ห้องพัก และติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่าย และศูนย์บริการ นอกจากนี้ควรจัดให้มีศูนย์บริการลูกค้าที่เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามได้ สะดวกขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขซ่อมแซม พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อมและดูแลรถยนต์เป็นอย่างดี พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี และพนักงานขายมีความจริงใจและเสมอภาค ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องการคัดเลือกช่างซ่อม และพนักงานประจำ ในด้านความชำนาญ ความรวดเร็วในการทำงาน มีการฝึกอบรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้กับพนักงาน ในด้านการขาย จัดให้มีการอบรมพนักงาน ในการบริการลูกค้าและด้าน ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ในด้านพนักงานศูนย์บริการ ช่างเทคนิค อะไหล่ และศูนย์บริการจัดให้มีการอบรมทางเทคนิคและการซ่อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นควรมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยมีผู้รับความคิดเห็น