

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และปัญหาในการซื้อ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และแนวคิดแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ระเบียบวิธีการศึกษา ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้ที่ซื้อ ผู้ที่สนใจ และผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะซื้อ จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 60.50 อายุ 30 – 39 ปี ร้อยละ 40.80 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ มีสถานภาพครอบครัวโสด สมรส ร้อยละ 49.75 และ 48.50 จำนวนสมาชิกที่มีในครอบครัวจำนวน 3 คน ร้อยละ 52.75 เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 54.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 41.50 สมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับพ่อ-แม่ ร้อยละ 49.50 และอยู่กับสามี – ภรรยา ร้อยละ 31.50 ลักษณะของรถที่เคยใช้มาก่อนคือรถเก๋ง ร้อยละ 52.50 มีอายุการใช้งาน มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 54.75 เหตุผลที่มีความต้องการเปลี่ยนรถคันใหม่คือรถเก่าหมดสภาพ ร้อยละ 59.25 จำนวนรถยนต์ที่มีใช้ 1 คัน ร้อยละ 72.00 ลักษณะรถเป็นรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ร้อยละ 59.25 รถที่ซื้อคันล่าสุดเป็นการซื้อครั้งที่ 1 ร้อยละ 72.00 ส่วนใหญ่ซื้อรถเป็นเงินสด ร้อยละ 61.50 และรถยนต์ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 18.50 รองลงมาเป็นยี่ห้อ โตโยต้า ร้อยละ 14.25 วัตถุประสงค์ในการซื้อรถส่วนใหญ่ต้องการใช้ส่วนตัว ร้อยละ 65.75 ผู้ที่คิดริเริ่มเสนอให้ซื้อรถ ผู้ที่ให้คำแนะนำในการที่จะซื้อรถและผู้ตัดสินใจที่จะซื้อรถ คือผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 68.25, 57.25 และ 78.25 ตามลำดับ เกณฑ์การตัดสินใจที่ใช้คือความสามารถในการซื้อและผ่อนชำระ ร้อยละ 39.00 รองลงมาคือประโยชน์สูงสุด ร้อยละ 38.75

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำมันการทรงตัวดีขณะขับขึ้นด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวดีขณะเข้าโค้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70, 4.69 และ 4.67 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และให้ความสำคัญกับเรื่องราคารถยนต์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 รองลงมาคือ

กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย ซึ่งได้ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และให้ความสำคัญในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.60 และให้ความสำคัญในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 และให้ความสำคัญในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม และศูนย์บริการให้การบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 และ 4.50 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.53 และให้ความสำคัญในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 60.50 และเป็นหญิงร้อยละ 39.50 มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 40.75 เป็นโสดร้อยละ 49.75 สมรสแล้ว ร้อยละ 48.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.75 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 คน ร้อยละ 30.75 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 54.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ร้อยละ 41.50 มีสมาชิกในครอบครัวเป็น พ่อ – แม่ ร้อยละ 49.50 มีรถที่เคยใช้มาก่อนเป็นรถเก๋ง ร้อยละ 52.50 รถที่เคยใช้มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 54.75 เปลี่ยนรถใหม่เพราะรถเก่าหมดสภาพ ร้อยละ 59.25 ปัจจุบันใช้มีรถยนต์เอนกประสงค์ 1 คัน ร้อยละ 59.25 ซื้อรถยนต์คันล่าสุดเป็นคันที่ 1 ร้อยละ 72.00 ใช้รถยนต์เอนกประสงค์ยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 18.50 มีผู้ริเริ่มเสนอให้ซื้อรถเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 68.25 มีผู้ให้คำแนะนำเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 57.25 มีผู้ตัดสินใจให้ซื้อรถเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 78.25 ใช้ความสามารถในการผ่อนชำระเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อรถ และมีประโยชน์สูงสุดร้อยละ 39.00 และ 38.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7

คนเอนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยมากทุกปัจจัยโดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 50.75 ปัจจัยด้านราคา ร้อยละ 26.75 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 22.50 มีรายละเอียดในด้านต่างๆดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน รองลงมาเป็นการทรงตัวขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูง และทรงตัวขณะเข้าโค้ง ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 และให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำมัน การทรงตัวขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวขณะเข้าโค้ง ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70, 4.69 และ 4.67 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อรถพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำมัน การทรงตัวขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวขณะเข้าโค้งในระดับมากที่สุด ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำมัน การทรงตัวขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวขณะเข้าโค้งในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.27) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.09) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.40)

รตมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รตมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รตมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รตมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รตมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ราคารถยนต์ รองลงมาเป็นกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

เพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ 4.05 และให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 , 4.49 และ 4.41 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อรถพบว่าผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อนให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 , 4.68 และ 4.51 ตามลำดับ ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคารถยนต์มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยราคารถยนต์ กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ยอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 5.00) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคารถยนต์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ยอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.52) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคารถยนต์ กรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงิน

สดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.82, 4.71 และ 4.84 ตามลำดับ) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.11)

ด้านการศึกษาพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ อนุมัติซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และอนุมัติซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.56) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ราคา อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ อนุมัติซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และอนุมัติซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ อนุมัติซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และอนุมัติซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับราคารถยนต์ อนุมัติซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และอนุมัติซื้อเงินสดมีส่วนลดในระดับ

มาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัญหาด้านราคาพบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 และ 4.15 และให้ความสำคัญกับท่าเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อรถพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับท่าเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมาก ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับท่าเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก

(ค่าเฉลี่ย 4.00) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.70)

ด้านการศึกษพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรธมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 4.19 และให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อรถพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.65)

ด้านการศึกษาพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.70) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรรมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรมาก(ค่าเฉลี่ย 3.50) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อรมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับพรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

5. ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 และ 4.50 และให้ความสำคัญกับช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับ

ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.30) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 4.48) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.700)

ด้านการศึกษาพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับช่วงช้อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคล อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน บุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับช่วงช้อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลเหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.45) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับช่วงช้อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.45) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซ้อร่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับช่วงช่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.4) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ กระบวนการจูงใจมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และ 4.30 และให้ความสำคัญกับกระบวนการจูงใจมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับกระบวนการจูงใจมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ผู้ที่ซื้อเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ผู้ที่ซื้อเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับกระบวนการจูงใจมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย

4.00) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก(ค่าเฉลี่ย 3.70)

ด้านการศึกษาพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับกระบวนการของมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวส./ อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน กระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับกระบวนการของมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการเหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับกระบวนการของมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื่อตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับกระบวนการของมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมาก

ทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัญหาด้านกระบวนการพบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.40 และ 4.30 และให้ความสำคัญกับภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ด้านเงื่อนไขการจ่ายเงินซื้อรถพบว่าผู้ซื้อแต่ละคนให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมาก ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ผู้ที่ซื้อรถเป็นเงินผ่อน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ด้านอายุพบว่าผู้ที่มีอายุพบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) อายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) อายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) อายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) อายุ 50 – 59 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ด้านการศึกษาพบว่าทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปวส. / อนุปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ด้านสถานภาพสมรสพบว่าทุกคนให้ความสำคัญกับภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ที่ สมรสแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ เหมือนกัน และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ด้านอาชีพพบว่าทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งอรรถมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าผู้ที่มีรายได้แต่ละคนให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 110,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 110,001 – 130,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) , ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2541 สรุปได้ว่าแนวคิดของ Kotler กล่าวได้ว่าธุรกิจที่จะขายสินค้าจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และจากผลการศึกษาจะเห็นว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเอนกประสงค์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ วัตถุประสงค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน รองลงมาเป็นการทรงตัวดีขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูง และทรงตัวดีขณะเข้าโค้ง ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของ

ทวีศักดิ์ กุศลธรรมรัตน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ราคารถยนต์ รองลงมาเป็นกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และ กรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับการค้นคว้าของ ทวีศักดิ์ กุศลธรรมรัตน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ มีความสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาเป็นเวลาเปิด - ปิด ของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกต่อการติดต่อและใช้บริการ และติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ทวีศักดิ์ กุศลธรรมรัตน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในปัจจัยย่อยเรื่องเวลาเปิด-ปิด ของศูนย์จำหน่ายและให้บริการสะดวกต่อการติดต่อที่มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกาส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก) โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก รองลงมาเป็น แคมเปญกันภัยชั้น 1 ฟรี 1 ปี และฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของการส่งเสริมการขาย และ โฆษณา

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม รองลงมาเป็นศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และพนักงานในศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแลเป็นอย่างดีซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของ พรทิวา ทรัพย์เกษตริน (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของรถบรรทุกเล็ก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยย่อยพนักงานต้อนรับสุภาพและเป็นมิตรที่มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ กระบวนการจองรถมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ รองลงมาเป็นความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย และกระบวนการรับรถ สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย โดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี รองลงมาเป็นบรรยากาศภายในสำนักงานดี และป้ายชื่อศูนย์จำหน่ายและให้บริการชัดเจนดี

5.3 ข้อค้นพบ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดใน 3 ปัจจัยคือ การประหยัดน้ำมัน การทรงตัวดีขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวดีขณะเข้าโค้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 , 4.69 และ 4.67 ตามลำดับ และปัจจัยย่อยด้านอื่นๆอยู่ในระดับมากและพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดใน 2 ปัจจัยโดยมีปัจจัยย่อยลำดับแรกได้แก่ ราคารถยนต์ รองลงมาเป็นกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ปัญหาด้านราคาพบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

3. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และพบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรก ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และพบว่า ด้านปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

5. ด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดคือช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยและพบว่า ปัญหาด้านบุคคลพบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

6. ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ กระบวนการจูงใจมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และพบว่า ด้านปัญหาด้านกระบวนการพบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ภายในสำนักงานมีความสะอาดดี ส่วนปัจจัยอื่นพบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และพบว่า ด้านปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าทุกปัจจัยให้ความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการประหยัดการประหยัดน้ำมันการทรงตัวดีขณะขับขี่ด้วยความเร็วสูงและการทรงตัวดีขณะเข้าโค้ง และนอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหามาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

2. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ควรให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ราคารถยนต์ รองลงมาเป็นกรณีซื้อเงินผ่อนสามารถซื้อได้โดยไม่มีดอกเบี้ย และกรณีซื้อเงินสดมีส่วนลด นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหามาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

3. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกต่อการเดินทาง นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

4. ผู้ประกอบการควรมีแคมเปญ ในการสร้างความรู้สึกหรือความพึงพอใจ ให้ผู้บริโภค โดยให้ผู้บริโภค รู้สึกว่าเลือกซื้อรถยนต์ได้ถูก ได้แก่ การให้เงื่อนไขเงินดาวน์ต่ำ การให้เงื่อนไข ฟรี อัตราดอกเบี้ย 60 เดือน ภาษีซื้อเงินผ่อน และมีการให้ส่วนลดกรณีซื้อเงินสด

5. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องฟรีค่าจดทะเบียนในปีแรกและนอกจากนั้น ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

6. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องช่างซ่อมมีความชำนาญในการแก้ไขและซ่อมแซม มีการฝึกอบรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้กับพนักงาน ในด้านการขายจัดให้มีการอบรมพนักงานในด้านการบริการลูกค้าและด้านความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า นอกจากนั้นควรมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยมีผู้รับความคิดเห็น และนอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

7. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องกระบวนการจองมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ และนอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

8. จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เอนกประสงค์ ควรให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องภายในสำนักงานมีความสะอาดดี และนอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยเนื่องจากมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ