

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีหรือเครื่องมือในการที่จะเก็บข้อมูลนั้น ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงเจาะลึก(In-depth Interview) ผู้ใช้รถยนต์นั่ง ที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1800 ซีซี และเป็นผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ จำนวนทั้งหมด 10 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 5 คน ผู้หญิง 5 คน เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง และปัญหา อุปสรรค ในการใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์รถยนต์

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังจากการใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์รถยนต์

พฤติกรรมการเปิดรับก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์และหลังจากการซื้อรถยนต์ของเว็บไซต์รถยนต์ หมายถึง การเข้าไปใช้งานของผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ก่อนการตัดสินใจซื้อและหลังจากการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้เข้าไปใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์รถยนต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ทั้ง 10 คน ส่วนหลังจากการซื้อรถยนต์กลุ่มตัวอย่างได้เข้าไปค้นหาข้อมูล รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	5	50.00
หญิง	5	50.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 10 คน เป็นเพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 4.2

แสดงพฤติกรรมการเปิดรับก่อนการซื้อรถยนต์และหลังซื้อรถยนต์

พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์รถยนต์	ชาย	หญิง
ก่อนการซื้อรถยนต์มีการเข้าใช้เว็บไซต์	10	10
หลังการซื้อรถยนต์มีการเข้าใช้เว็บไซต์	9	10
รวม	19	20

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน แบ่งเป็นเพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์มีการเข้าใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ เพราะต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ของตนที่ต้องการจะซื้อ อาทิเช่น รายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์ ข้อมูลเบื้องต้น ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการขาย ข่าวประชาสัมพันธ์ และเข้าใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์เพื่อต้องการเปรียบเทียบข้อมูลข่าวสาร เพื่อต้องการเปรียบเทียบกับรถยนต์ยี่ห้ออื่น

สาเหตุของการเข้าใช้บริการจากเว็บไซต์รถยนต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ เพราะกลุ่มตัวอย่างต้องการจะค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของรถยนต์ในทุกด้านของข้อมูลด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านของราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อต้องการนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปเปรียบเทียบกับรถยนต์ยี่ห้ออื่นก่อนการตัดสินใจซื้อ

บดีศร กษมางกูร¹ กล่าวว่า “ผมเข้าเว็บไซต์เพราะต้องการข้อมูลเบื้องต้นทุกด้านของรถยนต์ ข้อแตกต่างของรถยนต์ในแต่ละรุ่น ราคา ฟังก์ชันการใช้งาน”

ณยา ใจกาวัง² กล่าวว่า

ดิฉันมีการเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์เพราะต้องการข้อมูลเบื้องต้นในหลายๆ ด้าน เช่น คุณสมบัติของรถยนต์ ขนาดของเครื่องยนต์ของรถยนต์แต่ละรุ่น เข้าไปเช็คข้อมูลเบื้องต้นก่อนว่ามีอะไรที่น่าสนใจบ้างเพราะก่อนหน้านี้จะตัดสินใจซื้อรถเปรียบเทียบกับรถยนต์หลายยี่ห้อการเปิดเว็บไซต์ของรถยนต์ แต่ละยี่ห้อมาเปรียบเทียบข้อมูลเบื้องต้น

ณัฐชนนธ์ ณ ลำปาง³ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า “ผมเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์เพราะผมต้องการศึกษารถยนต์ที่ต้องการซื้อก่อนว่าเป็นอย่างไร มีสีอะไรบ้าง มีนวัตกรรมใหม่ๆ อะไรบ้าง ราคา ความปลอดภัย คุณสมบัติบริการว่ามีกี่สาขาอยู่แถวไหน”

ชนิดา ประสมสุข⁴ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า “ดิฉันเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ค่ะ เพื่อดูรายละเอียดของรถยนต์ว่ามีรูปลักษณะภายนอก ภายในเป็นอย่างไร ราคาเท่าไร และมีรุ่นหรือรายละเอียดอะไรบ้าง ดูรูปภาพที่มีให้จากเว็บไซต์รวมไปถึงดูข่าวประชาสัมพันธ์”

¹สัมภาษณ์ บดีศร กษมางกูร, พนักงานบริษัทตามาส ประเทศไทย, 3 พฤษภาคม 2551.

²สัมภาษณ์ ณยา ใจกาวัง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม 2551.

³สัมภาษณ์ ณัฐชนนธ์ ณ ลำปาง, พนักงานบริษัทเอกชน บริษัทดิจีไทย เน็ตเวิร์ค จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

⁴สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลีโนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

สาเหตุของการเข้าใช้บริการจากเว็บไซต์รถยนต์หลังการซื้อ เพราะต้องการรับทราบถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการหลังการขาย อุปกรณ์ตกแต่งเพิ่มเติม รวมไปถึงการอัปเดตกิจกรรมข่าวสารต่างๆ

จารุณี แสงทับทิม⁵ กล่าวว่า “ดิฉันกลับเข้าไปใช้เว็บไซต์เพราะต้องการทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการหลังการขายว่ามีโปรโมชั่นอะไรบ้าง และอยากดูอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์เพิ่มเติม”

ชาลี เมธิกุลชนันท์⁶ กล่าวว่า “ผมกลับเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ครับ อยากทราบถึงเรื่องของบริการหลังการขาย เพราะถึงเวลาที่ต้องเอารถเข้าเช็คระยะที่ศูนย์บริการ”

วิญญู ภูกิจวัฒนากุล⁷ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า

“ดิฉันกลับเข้าไปใช้ จะไปดูในเรื่องของกิจกรรมที่ทางนิสสันมีไว้ให้สมาชิก เพราะสมัครเป็นสมาชิกของนิสสันที่ค้าปลีกด้วย เวลาที่มีกิจกรรมพิเศษอะไร ทางนิสสันจะมีการส่งข่าวมาให้ทางเมลล์ และก็เข้าไปดูเกี่ยวกับรถยนต์รุ่นอื่นๆ เวลาที่มีรถยนต์รุ่นใหม่ออกมา”

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 1 คน เพศชาย หลังจากการซื้อรถยนต์ไม่ได้มีการกลับเข้าไปใช้บริการ เพราะได้รับข้อมูลข่าวสารจากพนักงานขายและสื่อประชาสัมพันธ์ทางอื่น

ณัฐศนนท์ ณ ลำปาง⁸ กล่าวว่า “ผมไม่ได้กลับเข้าไปใช้ครับ ถ้าอยากรู้ข้อมูลเพิ่มเติม ส่วนมากจะโทรไปถามเซลส์เลย และถ้าเป็นเรื่องของกิจกรรมที่เกี่ยวกับรถยนต์ จะดูในโทรทัศน์ และตามป้ายประชาสัมพันธ์”

⁵สัมภาษณ์ จารุณี แสงทับทิม, พยาบาล โรงพยาบาลกรุงเทพ, 2 พฤษภาคม 2551.

⁶สัมภาษณ์ ชาลี เมธิกุลชนันท์, ผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ บริษัท บี ยู จี สตูดิโอ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

⁷สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2 พฤษภาคม 2551.

⁸สัมภาษณ์ ณัฐศนนท์ ณ ลำปาง, พนักงานบริษัทดิจิทัลไทย เน็ตเวิร์ค จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์ของผู้ให้บริการเว็บไซต์รถยนต์

1. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์จากเว็บไซต์รถยนต์ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร และเพื่อใช้บริการด้านอื่นๆ

1.1 เพื่อใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน เพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์รถยนต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ เพราะต้องการทราบถึงข้อมูลข่าวสารรายละเอียดต่างๆ ของรถยนต์ เช่น ทางด้านของผลิตภัณฑ์ ทางด้านของราคา ทางด้านของตัวแทนจำหน่าย และทางด้านการส่งเสริมการขาย

กวิน ชัยเลิศ⁹ กล่าวว่า “ผมเข้าเว็บไซต์รถยนต์ เพราะต้องการข้อมูลเบื้องต้นของรถยนต์ที่ตนเองต้องการจะซื้อ เวลาไปที่โชว์รูมจะได้มีคำถามที่อยากรู้ไปถามจะได้ไม่ต้องเสียเวลา เหมือนทำการบ้านก่อนการซื้อรถยนต์”

ชนิดา ประสมสุข¹⁰ กล่าวว่า “ดิฉันใช้ประโยชน์ถ้าหลักๆ จะเป็นเรื่องของรายละเอียดของรถยนต์ คุณสมบัติของรถยนต์”

รุจิภาส สมานหัตถ์¹¹ กล่าวว่า

“ผมได้ใช้ประโยชน์ เพราะเว็บไซต์ทำให้เราทราบรายละเอียดของรถยนต์ และเราสามารถนำเอาข้อมูลไปเปรียบเทียบกับรถยนต์ยี่ห้ออื่นและเข้าไปใช้เรื่องการค้าบนราคาของรถยนต์ ดูโปรโมชั่นว่าช่วงที่จะซื้อจะมีโปรโมชั่นพิเศษอะไรบ้างจะได้ไปต่อรองราคากับทางพนักงานขาย”

⁹สัมภาษณ์ กวิน ชัยเลิศ, ผู้จัดการฝ่ายไอที บริษัท Ini3 Digital จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

¹⁰สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลีโนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

¹¹สัมภาษณ์ รุจิภาส สมานหัตถ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท หัวกะทิทีนส์ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

วิญญู ภูกิจวัฒนา¹² กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า

“ดิฉันเข้าไปดู เว็บไซต์เพราะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของรถยนต์ในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของตัวรถยนต์ ราคา ดีลเลอร์ โปรโมชั่น และทางเว็บไซต์ สามารถสื่อความหมายได้ค่อนข้างดี มีการนำแบรนด์แอมบาสเดอร์มาสื่อว่า ทำไมถึงเลือกใช้ และดูในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยของตัวรถยนต์เอง มีรูปภาพของรถยนต์ ในแต่ละมุม ทำให้สามารถดูได้ชัดเจนก่อนไปดูรถยนต์ที่โชว์รูม”

บดิสกร กษมางกูร¹³ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า

“ผมได้ใช้ประโยชน์ในทุกส่วนของเว็บไซต์เพราะในเว็บไซต์มีรายละเอียดของรถยนต์ในแต่ละรุ่นอย่างละเอียด ในเรื่องของราคาเครื่องยนต์สามารถคำนวณได้เลยว่า ถ้าเราดาวน์เท่านี้อ ต้องผ่อนเดือนละเท่าไร มีภาพยนตร์โฆษณาให้ดูผ่านทางเว็บไซต์ ด้วยสามารถดูย้อนหลังได้ตลอดไม่เหมือนกับในทีวีที่ถ้าเราอยากกลับไปดูไม่สามารถทำได้เหมือนในเว็บไซต์”

ณยา ใจกาวัง¹⁴ กล่าวว่า “ดิฉันเข้าไปดูรูปภาพของรถยนต์ที่ทางบริษัทมีให้ใน เว็บไซต์ ในเว็บไซต์สามารถเลือกสีของรถยนต์ได้เลย แต่บางทีไปที่โชว์รูมรถก็ไม่มีครบทุกสีให้ดูเหมือนกัน”

1.2 เพื่อใช้บริการด้านอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน เพศชาย 5 คน เพศหญิง 5 คน มีการใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ จากเว็บไซต์รถยนต์ก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของตน เช่น การเล่นเกมส์ การสมัครสมาชิก การชมภาพยนตร์โฆษณา การดาวน์โหลดการให้บริการในรูปแบบต่างๆ

¹²สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2 พฤษภาคม 2551.

¹³สัมภาษณ์ บดิสกร กษมางกูร, พนักงานบริษัทตามาส ประเทศไทย, 3 พฤษภาคม 2551.

¹⁴สัมภาษณ์ ณยา ใจกาวัง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม 2551.

กวิน ชัยเลิศ¹⁵ กล่าวว่า “ผมดาวน์โหลดรูปภาพ และเข้าไปเล่นเกมสล็อตที่ทางเว็บไซต์มีให้ผมคิดว่าตรงส่วนนี้ดีมากเพราะว่าเรายังไม่ได้ซื้อรถแต่เราสามารถเข้าไปร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์ได้เลย ไม่เหมือนกับรถบางยี่ห้อต้องซื้อรถก่อนถึงจะได้ร่วมสนุกได้”

จารุณี แสงทับทิม¹⁶ กล่าวว่า “ก่อนการซื้อรถยนต์คันเป็นสมาชิกอยู่แล้วทำให้สามารถดาวน์โหลดส่วนลด สิทธิพิเศษของร้านค้าต่างๆ รวมไปถึงร้านอาหารที่ทางบริษัทมีการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้า”

รุจิภาส สมานหัตถ์¹⁷ กล่าวว่า “ผมเข้าไปชมภาพยนตร์โฆษณาที่ทางเว็บไซต์เพราะบางทีดูตามโทรทัศน์ไม่ทัน แต่ในเว็บไซต์สามารถดูย้อนหลังได้”

ชนิดา ประสมสุข¹⁸ กล่าวว่า “ตอนก่อนซื้อรถยนต์ได้เข้าไปขอโบว์ลัวร์ผ่านทางเว็บไซต์ ทางบริษัทก็จะส่งมาให้ทางอีเมล ถือว่าสะดวกดี และดูรูปรถยนต์จากหน้าเว็บไซต์ด้วย”

2. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์หลังการซื้อรถยนต์

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์หลังการซื้อรถยนต์ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร และเพื่อใช้บริการด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างต้องการค้นหาข้อมูลบริการหลังการขาย เช่น ระยะเวลาตรวจเช็คของรถยนต์ ดูรายละเอียดสินค้าของฟรีแลนซ์ ดูรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทางบริษัทได้จัดให้กับลูกค้า และดูข้อมูลข่าวสารทางด้านของนวัตกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ เช่น การรองรับน้ำมัน E20 ดูข้อมูลอุปกรณ์ตกแต่งเพิ่มเติม เข้าไปดูข้อมูลเว็บไซต์ของรถยนต์เพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น

2.1 เพื่อใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 คน เพศชาย 4 คน เพศหญิง 5 คน กลุ่มตัวอย่างต้องการค้นหาข้อมูลบริการหลังการขาย เช่น ระยะเวลาตรวจเช็คของรถยนต์ ดูรายละเอียดสินค้าของฟรีแลนซ์ ดูรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทางบริษัทได้จัดให้กับลูกค้า และดูข้อมูลข่าวสารทางด้าน

¹⁵สัมภาษณ์ กวิน ชัยเลิศ, ผู้จัดการฝ่ายไอที บริษัท Ini3 Digital จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

¹⁶สัมภาษณ์ จารุณี แสงทับทิม, พยาบาล โรงพยาบาลกรุงเทพ, 2 พฤษภาคม 2551.

¹⁷สัมภาษณ์ รุจิภาส สมานหัตถ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท หัวกะทิทิงค์ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

¹⁸สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลีโนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

ของนวัตกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ เช่น การรองรับน้ำมัน E20 ดูข้อมูลอุปกรณ์ตกแต่งเพิ่มเติม นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง เข้าไปดูข้อมูลเว็บบอร์ดของรถยนต์เพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น

ชฎีภรณ์ รัตนรัตน์¹⁹ กล่าวว่า “หลังจากซื้อรถยนต์แล้วมีการกลับเข้าไปใช้เว็บไซต์ เพราะเป็นสมาชิกของคลับ เวลาที่มีกิจกรรมที่จัดขึ้นมา ทางบริษัทจะส่งข่าวมาบอกผ่านทางอีเมล แล้วก็เข้าไปดูว่ามีกิจกรรมพิเศษอะไรบ้างช่วงนั้น”

ชนิดา ประสมสุข²⁰ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า

“ดิฉันใช้เว็บบอร์ด เพื่อไว้แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นและเข้าไปดูว่ามีใครมาแสดงความคิดเห็นอะไรบ้าง ในเว็บบอร์ดจะมีส่วนที่เอาไว้ซื้อขาย แลกเปลี่ยนอุปกรณ์รถยนต์ได้ แล้วก็มีส่วนที่เป็นถามตอบ เราก็สามารถเข้าไปสอบถามสิ่งที่ยากรู้ได้ แล้วก็มีการเข้าไปอัปเดตเรื่องของกิจกรรมของรถยนต์”

บดีศร กษมางกูร²¹ กล่าวว่า “ผมเข้าไปดูเกี่ยวกับบริการหลังการขายและบริการต่างๆ เพราะเว็บไซต์จะมีข้อมูลในเรื่องของการตรวจเช็คระยะว่าถ้าวิ่งมาเท่านี้ต้องเสียค่าบริการเท่าไร”

กวิน ชัยเลิศ²² กล่าวว่า “ผมเข้าไปดูสินค้าของฟรีเมียม เพราะในเว็บไซต์จะบอกรหัสสินค้าแล้วสามารถไปสั่งซื้อได้ที่โชว์รูม”

วิญญู ภูกิจวัฒนา²³ กล่าวว่า “เข้าไปดูเรื่องของข้อมูลของการรองรับน้ำมัน E 20 ได้เพราะไม่แน่ใจเหมือนกันว่ารถของตัวเองจะสามารถเติมน้ำมัน E20 ได้แล้วหรือยัง และก็เข้าไปดูเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทางเว็บไซต์มีให้ด้วย”

¹⁹สัมภาษณ์ ชฎีภรณ์ รัตนรัตน์, ประชาสัมพันธ์ บริษัทโพลีพลัส จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

²⁰สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลีโนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

²¹สัมภาษณ์ บดีศร กษมางกูร, พนักงานบริษัทตามาส ประเทศไทย, 3 พฤษภาคม 2551.

²²สัมภาษณ์ กวิน ชัยเลิศ, ผู้จัดการฝ่ายไอที บริษัท Ini3 Digital จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

²³สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2 พฤษภาคม 2551.

2.2 เพื่อให้บริการด้านอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 9 ใน 10 คน เพศชาย 4 คน เพศหญิง 5 คน หลังจากซื้อรถยนต์มีการกลับเข้าไปใช้ประโยชน์ทางด้านบริการอื่นๆ จากเว็บไซต์รถยนต์ เช่น เข้าไปใช้บริการดาวน์โหลดเปเปอร์ ดาวน์โหลดรูปภาพ ดาวน์โหลดหนัง ร่วมสนุกเล่นเกมส์ ฟังเพลง ทดลองตกแต่งรถยนต์ในแบบที่ตนเองชอบ ส่งอีการ์ด

รุจิภาส สมานหัตถ์²⁴ กล่าวว่า “ผมเข้าไปดาวน์โหลดพวกวอลเปเปอร์มาไว้ในแล็บท็อป และก็ดาวน์โหลดรูปภาพของรถยนต์ เพราะว่ารูปลในเว็บไซต์จะมี Pixel ที่เยอะกว่าในเว็บไซต์อื่น จะมีพวกวีดีโอคลิปให้ดาวน์โหลดด้วย”

ชนิดา ประสมสุข²⁵ กล่าวว่า

“ดิฉันทดลองตกแต่งรถยนต์ในแบบของตนเอง เข้าไปเล่นเกมส์ที่มีให้บนหน้าเว็บไซต์ ทำให้สร้างความเพลิดเพลินได้ และในเว็บไซต์มีเพลงให้ฟัง นอกจากนั้นในเว็บไซต์มีบริการดาวน์โหลดภาพยนตร์ได้ และได้ใช้บริการส่งอีการ์ดจากเว็บไซต์”

บดีศร กษมางกูร²⁶ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า “เว็บไซต์มีเกมส์ให้ร่วมสนุก เคยไปลองร่วมสนุกเล่นเกมส์ มีของรางวัลให้กับลูกค้า”

กลุ่มตัวอย่าง 1 ใน 10 คน เพศชาย หลังจากซื้อรถยนต์ไม่ได้มีการกลับเข้าไปใช้บริการจากเว็บไซต์อีก เพราะได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางพนักงานขายและสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านอื่น

²⁴สัมภาษณ์ รุจิภาส สมานหัตถ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท หัวกะทิทีค จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

²⁵สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลีโนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

²⁶สัมภาษณ์ บดีศร กษมางกูร, พนักงานบริษัทตามาส ประเทศไทย, 3 พฤษภาคม 2551.

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังจากเว็บไซต์รถยนต์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน มีความคาดหวังในเรื่องของข้อมูลข่าวสารจากการใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ เช่น ทางด้านของนวัตกรรม ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยจำนวน 3 คน จาก 10 คน เพศหญิง 2 คน เพศชาย 1 คน ต้องการอยากให้เห็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ทั่วไป เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของรถยนต์เพื่อการรองรับนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น น้ำมัน E20 ต้องการข้อมูลการเปรียบเทียบคุณสมบัติและสมรรถนะของรถยนต์แต่ละรุ่น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างอยากได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิคการขับรถยนต์ และข้อมูลเกี่ยวกับการตกแต่งรถยนต์

ณยา ใจกาวิง²⁷ กล่าวว่า “ดิฉันอยากทราบในส่วนของการประหยัดน้ำมัน การใช้แก๊สหรือน้ำมัน E20 ถ้ามีข้อมูลจะดีเพราะทำให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลในส่วนนี้เพิ่มเติม”

ณัฐชนน ธิ ลำปาง²⁸ กล่าวว่า

“ผมมีต้องการข้อมูล อย่างเช่น อาจจะเอารถแต่ละรุ่นของบริษัทตนเองที่เราอยากจะตัดสินใจซื้อ อย่างเช่น รุ่นเกียร์ออโต้ เกียร์กระปุก เามาเปรียบเทียบกันว่า ถ้าคุณซื้อเกียร์กระปุก อัตราทด ความเปลืองน้ำมันเป็นอย่างไร เพราะในปัจจุบันนี้น้ำมันแพง อาจจะเป็นข้อมูลด้านอื่น เช่น การขับรถยนต์รุ่นนี้ ถ้าเราขับแบบนี้จะให้สมรรถนะแบบนี้ ถ้าเกียร์ออโต้ต้องขับแบบนี้ คือเพิ่มเติมเข้าไปในรายละเอียดการขับรถ”

²⁷สัมภาษณ์ ณยา ใจกาวิง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม 2551.

²⁸สัมภาษณ์ ณัฐชนน ธิ ลำปาง, พนักงานบริษัทเอกชน บริษัทดิจีไทย เน็ตเวิร์ค จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์²⁹ กล่าวว่า “ดิฉันอยากทราบว่า หลังจากที่ซื้อรถมาแล้ว ถ้าต้องการเปลี่ยนเป็นเบาะหนัง จะมีคุณภาพของหนังให้เลือกอย่างไรบ้าง หรือมีกันสาดด้านข้างให้เลือกแบบใดบ้าง”

กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านราคารถยนต์ ราคาของอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์และอื่นๆ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย 4 ใน 10 คน เพศหญิง 3 คน เพศชาย 1 คน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านราคาจากเว็บไซต์รถยนต์ เช่น กลุ่มตัวอย่างอยากทราบเรื่องของค่าใช้จ่ายของบริการหลังการขาย ต้องการให้เว็บไซต์ระบุราคามาตรฐานและส่วนลด ต้องการโปรแกรมคำนวณราคาการซื้อรถด้วยตนเองบนหน้าเว็บไซต์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างต้องการการต่อรองราคาหน้าเว็บไซต์ และต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านของราคาอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์เพิ่มเติม

ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์³⁰ กล่าวว่า “ดิฉันอยากทราบราคาอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์เพิ่มเติมจากหน้าเว็บไซต์”

วิญญู ภูกิจวัฒนา³¹ กล่าวว่า “ดิฉันคิดว่าราคาจำเป็นต้องอัปเดตเพราะแต่ละที่ราคาอาจจะไม่เท่ากัน แต่ราคาหลักๆ ที่เป็นมาตรฐาน อยากให้อัปเดตบ่อยๆ”

ณยา ใจกาวิง³² กล่าวว่า “ดิฉันอยากได้ในเรื่องของราคารถยนต์กับโปรโมชั่น เช่น การดาวน์รถยนต์ในอัตราที่ต่ำ ถ้าดาวน์ราคานี้ ต้องผ่อนชำระเท่าไร”

²⁹สัมภาษณ์ ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์, ประชาสัมพันธ์ บริษัทโพลีพลัส จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

³⁰สัมภาษณ์ ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์, ประชาสัมพันธ์ บริษัทโพลีพลัส จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

³¹สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2 พฤษภาคม 2551.

³²สัมภาษณ์ ณยา ใจกาวิง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม 2551.

ณัฐชนนท์ ณ ลำปาง³³ กล่าวว่า “ผมอยากจะให้ราคารถยนต์น่าจะต่อรองกันได้ทางเว็บไซต์”

กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย 2 ใน 10 คน เพศหญิง 1 คน เพศชาย 1 คน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง เช่น ต้องการข้อมูลของรถยนต์มือสองยี่ห้อของตนเองในหน้าเว็บไซต์ เพื่อจะได้เข้าไปดูข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบได้

ณยา ใจกาวัง³⁴ กล่าวว่า “ดิฉันอยากทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์มือสองจากเว็บไซต์รถยนต์ยี่ห้อของตนเอง”

รุจิภาส สมานหัตถ์³⁵ กล่าวว่า “ผมอยากให้ดีลเลอร์มีเว็บไซต์รถยนต์มือสองของตนเอง จะได้มีการเปรียบเทียบได้เลยจากหน้าเว็บไซต์”

กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารอื่นๆ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 9 ใน 10 คน เพศหญิง 5 คน เพศชาย 4 คน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านอื่นๆ จากเว็บไซต์รถยนต์ ข้อมูลเกี่ยวกับบริการหลังการขาย ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเช่าซื้อรถยนต์ มีชุมชนออนไลน์และเว็บบอร์ดบนเว็บไซต์เพื่อการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นกันระหว่างผู้ใช้รถยนต์รุ่นเดียวกัน ข้อมูลโปรโมชั่นของตัวแทนจำหน่ายทุกที่ในหน้าเว็บไซต์

กวิน ชัยเลิศ³⁶ กล่าวว่า “ผมอยากทราบส่วนของข้อมูลบริการหลังการขาย เช่น ถ้าผมต้องการจะเปลี่ยนวัสดุสิ้นเปลือง เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง หรือว่าการเข้าศูนย์เซอร์วิสในแต่ละครั้ง อยากจะทราบค่าใช้จ่าย เพราะจะได้วาง Plan ได้”

³³สัมภาษณ์ ณัฐชนนท์ ณ ลำปาง, พนักงานบริษัทดีใจไทย เน็ตเวิร์ค จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

³⁴สัมภาษณ์ ณยา ใจกาวัง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม 2551.

³⁵สัมภาษณ์ รุจิภาส สมานหัตถ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท หัวกะทิทิงค์ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

³⁶สัมภาษณ์ กวิน ชัยเลิศ, ผู้จัดการฝ่ายไอที บริษัท Ini3 Digital จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

ชาลี เมธิกุลชนันท์³⁷ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า “ผมอยากได้รายละเอียดเกี่ยวกับบริการหลังการขาย เพราะในเว็บไซต์ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับตรงส่วนนี้ออก”

วิญญู ภูกิจวัฒนา³⁸ กล่าวว่า

“ดิฉันอยากได้ข้อมูลเรื่องการเช่าซื้อที่มีทางเลือกมากกว่าทางบริษัทจัดหามาให้ เพราะในหน้าเว็บไซต์ก็จะมีแต่ของบริษัท जिस ซึ่งของตัวเอง ซึ่งเราก็ไม่ทราบว่าเป็นข้อจำกัดของบริษัทหรือไม่ ถ้าเป็นไปได้บริษัทรถยนต์ น่าจะมีพันธมิตรว่าลิสซิ่งของธนาคารไหนมีโปรโมชั่นอะไรจะได้เป็นทางเลือกให้ลูกค้าตัดสินใจ”

บดีศร กษมางกูร³⁹ กล่าวว่า “ผมอยากได้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เคยใช้ หรือ ทดลองใช้รถแล้ว และมีเว็บบอร์ดเอาไว้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ใช้รถยนต์รุ่น jazz”

รุจิภาส สมานุหัตถ์⁴⁰ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า

“ผมอยากให้มีการแลกเปลี่ยนสนทนาในเรื่องของรถยนต์ หรือน่าจะมีคนในแวดวงสังคมมาช่วยแนะนำรถยนต์ด้านต่างๆ รวมถึงให้มีเว็บบอร์ดของรถยนต์ นอกจากนี้ยังอยากได้ข้อมูล โปรโมชั่นในแต่ละตัวแทนจำหน่ายบนหน้าเว็บไซต์ ทำให้ไม่ต้องโทรไป ถามหลายทีและทำให้ดูได้เลยจากหน้าเว็บไซต์”

กลุ่มตัวอย่างต้องการการนำเสนอรูปแบบใหม่

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 7 ใน 10 คน เพศชาย 3 คน เพศหญิง 4 คน มีความต้องการการนำเสนอรูปแบบใหม่จากเว็บไซต์ เช่น อยากให้สามารถดูภาพได้แบบ 360 องศา และสามารถแสดงรายละเอียดของภาพได้ทุกมุม การนำเสนอเทคนิครูปแบบมัลติมีเดียแบบใหม่ ต้องการให้มีทางเลือกในการเข้าชมเว็บไซต์ว่าจะชมแบบมัลติมีเดียหรือว่าแบบธรรมดา

³⁷สัมภาษณ์ ชาลี เมธิกุลชนันท์, ผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ บริษัท บี ยู จี สตูดิโอ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

³⁸สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์นิสสันที่ดำ, 2 พฤษภาคม 2551.

³⁹สัมภาษณ์ บดีศร กษมางกูร, พนักงานบริษัทเอกชน บริษัทตามาส ประเทศไทย, ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ฮอนด้าแฉีซ, 3 พฤษภาคม 2551.

⁴⁰สัมภาษณ์ รุจิภาส สมานุหัตถ์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท หัวกะทิทิงค์ จำกัด, ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์บีเอ็มดับเบิลยูซีรีส์สาม, 3 พฤษภาคม 2551.

นอกจากนี้อยากให้ภาพสามารถที่จะขยายซูมให้เห็นรายละเอียด อยากให้มีโปรแกรม MSN หรือ Hi5 และอยากให้ขนาดของตัวอักษรที่อยู่บนหน้าเว็บไซต์ใหญ่ขึ้น

ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์⁴¹ กล่าวว่า

“ดิฉันอยากให้เวลาดูรถยนต์ในเว็บไซต์ สามารถคลิกดูรถได้ 360 องศา ปกติเราจะเห็นรถในด้านที่บริษัทอยากโชว์อยากให้สามารถหมุนดูรอบๆ ได้ว่า รถหันหลังเป็นแบบนี้ด้านหน้าเป็นแบบนี้ นอกจากนี้ก็อยากให้มีรูปรถ และมีสีมาให้เลือก เมื่อคลิกไปที่สีใด สีนั้นก็จะไปอยู่ที่ตัวรถ รวมถึงอยากให้มีอุปกรณ์อื่นๆ ด้วย เมื่อคลิกไปที่อุปกรณ์ใด อุปกรณ์นั้นก็จะไปปรากฏอยู่ที่ตัวรถเช่นกัน ทำให้เรารู้ว่าถ้าต้องการแต่งรถ จะต้องแต่งอย่างไร”

ชาลี เมธิกุลชนันท์⁴² กล่าวว่า “ผมว่าน่าจะมีด้านมัลติมีเดียมากขึ้นน่าจะอยากได้ภาพหรือเสียงในมุมมองที่ไม่เคยเห็น หรือว่าเป็นรูปแบบการแต่งรถแบบใหม่”

กวิน ชัยเลิศ⁴³ กล่าวว่า “ผมคิดว่าจะมีให้เลือกว่าจะเลือกเข้าชมแบบมีมัลติมีเดีย หรือว่าเข้าชมแบบธรรมดา เพราะว่าบางทีนั่งอยู่ตามร้านกาแฟ หรือนอกสถานที่ที่อินเทอร์เน็ตไม่ได้เร็วเหมือนที่บ้าน หรือที่ออฟฟิศ จะได้ไม่มีปัญหาในการเข้าใช้เว็บไซต์”

วิญญู ภูกิจวัฒนา⁴⁴ กล่าวว่า “ดิฉันอยากได้ภาพที่มากกว่านี้ และภาพที่อยากได้ต้องเป็นภาพนิ่ง เพราะบางทีภาพที่มีให้เป็นภาพเคลื่อนไหว เวลาจะคลิกดูไม่สามารถคลิกได้ทัน”

ชนิดา ประสมสุข⁴⁵ กล่าวเสริมเพิ่มเติมว่า “อยากให้มีการขยายภาพหรือซูมภาพได้ เพื่อให้เห็นภายในทุกซอกทุกมุมได้มากกว่านี้ เพราะรถยนต์มีรายละเอียดมาก”

⁴¹สัมภาษณ์ ฐิติภรณ์ รัตนรัตน์, ประชาสัมพันธ์ บริษัทโพลีพลัส จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

⁴²สัมภาษณ์ ชาลี เมธิกุลชนันท์, ผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ บริษัท บี ยู จี สตูดิโอ จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

⁴³สัมภาษณ์ กวิน ชัยเลิศ, ผู้จัดการฝ่ายไอที บริษัท Ini3 Digital จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.

⁴⁴สัมภาษณ์ วิญญู ภูกิจวัฒนา, นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2 พฤษภาคม 2551.

⁴⁵สัมภาษณ์ ชนิดา ประสมสุข, ผู้ดำเนินรายการมันนี่ ชาแนล บริษัทแฟมมิลี่โนฮาว จำกัด, 2 พฤษภาคม 2551.

ณยา ใจกว้าง⁴⁶ กล่าวว่า “ดิฉันคิดว่าถ้าเป็นระบบออนไลน์ก็น่าจะดี คือ สามารถถาม
แล้วก็โต้ตอบกันได้เลย เป็นระบบเหมือน MSN หรือ Hi 5 “

ณัฐชนนท์ ณ ลำปาง⁴⁷ กล่าวว่า “ผมอยากให้ตัวอักษรที่อยู่บนหน้าเว็บไซต์ใหญ่ขึ้น”

กลุ่มตัวอย่าง 2 ใน 10 คน เพศชาย 1 คน เพศหญิง 1 คน ไม่มีความต้องการการ
นำเสนอรูปแบบใหม่จากเว็บไซต์รถยนต์ เพราะว่าปัจจุบันพึงพอใจกับรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์
รถยนต์ของตน

⁴⁶ สัมภาษณ์ ณยา ใจกว้าง, ผู้สื่อข่าวสายการเมือง บริษัทเนชั่นกรุ๊ป, 2 พฤษภาคม
2551.

⁴⁷ สัมภาษณ์ ณัฐชนนท์ ณ ลำปาง, พนักงานบริษัทเอกชน บริษัทดิจีไทย เน็ตเวิร์ค
จำกัด, 3 พฤษภาคม 2551.