

บทที่ 1

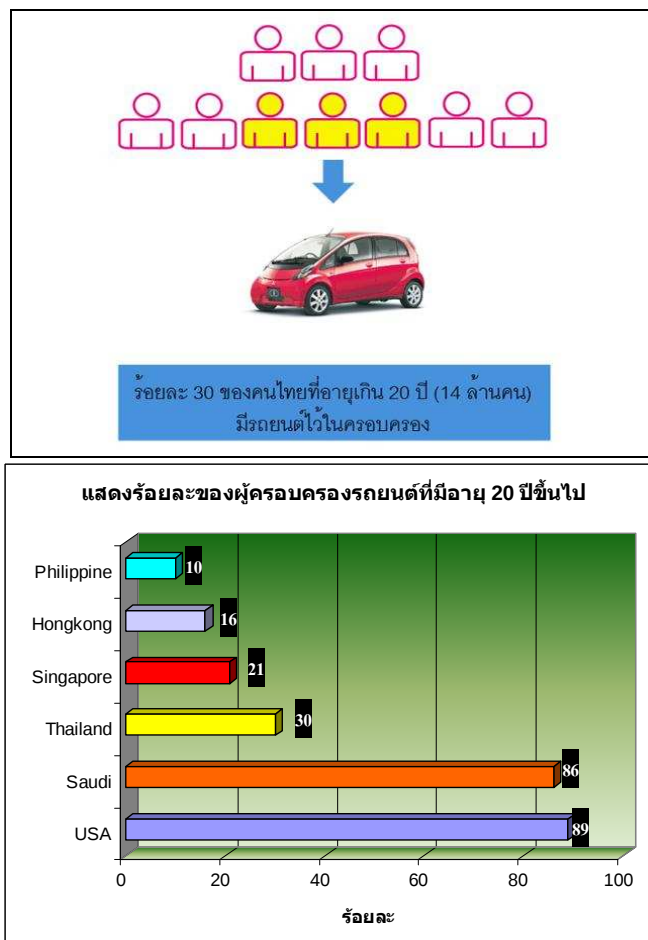
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์เปรียบเสมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน การหาซื้อรถยนต์เข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน จึงนับว่าเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่ผู้คนทุกกลุ่มทุกวัยต่างคำนึงถึง สำหรับประเทศไทยเป็นที่ทราบกันว่าระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ ไม่สามารถรองรับความต้องการของประชากรได้อย่างครอบคลุม รถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งจัดว่าเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่ผู้คนค่อนข้างให้ความสำคัญถึงแม้จะมีราคาค่อนข้างสูง บุคคลโดยทั่วไปถ้าพอมีกำลังทรัพย์ ก็มักจะซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลนี้มาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในด้านต่างๆ ให้แก่ตนเองและครอบครัว

ภาพที่ 1.1

แสดงอัตราการครอบครองรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศไทย



ที่มา : หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2436 18 มิถุนายน – 20 มิถุนายน 2552

ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2436 18 มิถุนายน – 20 มิถุนายน 2552 พบว่าอัตราการครอบครองรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศไทย ยังคงอยู่ในอัตราที่สูง โดยจากข้อมูลพบว่า ร้อยละ 30 ของคนไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป (ดังแสดงในภาพที่ 1.1) ซึ่งเท่ากับจำนวนประชากรคนไทย 14 ล้านคน มีรถยนต์ไว้ในครอบครอง จัดเป็นอันดับ 5 ของโลก

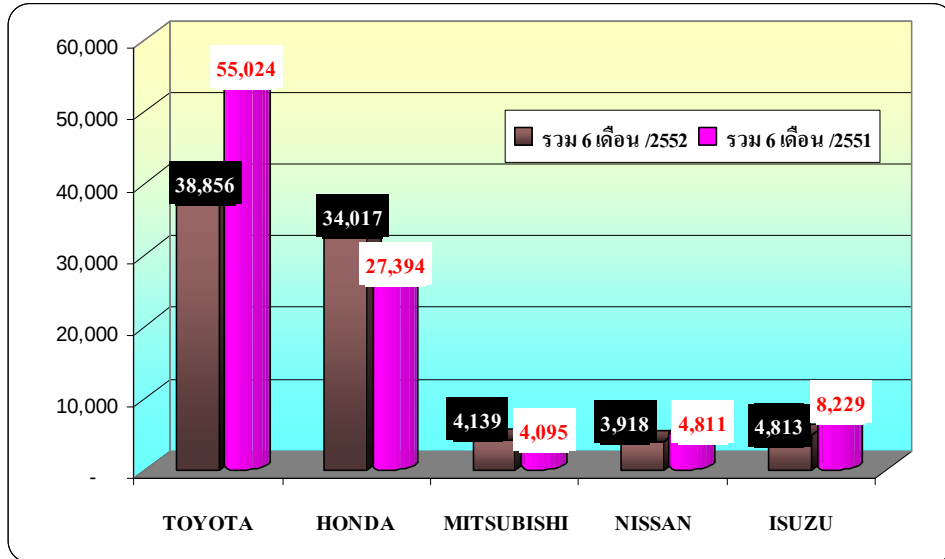
สำหรับรถยนต์ที่มีจำหน่ายในประเทศไทยนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ รถยนต์ใหม่ป้ายแดง และรถยนต์มือสอง

- รถยนต์ใหม่ป้ายแดง หมายถึง รถยนต์ที่จดทะเบียนใหม่ ซึ่งเป็นรถที่ไม่เคยจดทะเบียนจากที่ใดมาก่อนแต่มาจดทะเบียนตามกฎหมายเป็นครั้งแรก
- รถยนต์มือสอง หมายถึง รถยนต์ ที่เคยผ่านการใช้งานหรือเคยผ่านการจดทะเบียนรถยนต์มาก่อน

ในตลาดรถยนต์มือหนึ่งในปัจจุบันนี้ จากข้อมูลสถิติการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดไม่เกิน 7 คน ของกรมการขนส่งทางบก พบว่าในช่วงเวลา 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2552 ยี่ห้อรถยนต์ที่มียอดการจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า, ฮอนด้า, อีซูซุ, นิสสัน และมิตซูบิชิ และเมื่อเปรียบเทียบยอดการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ในช่วงเวลาเดียวกัน ของ พ.ศ. 2551 พบว่า แนวโน้มการจดทะเบียนรถยนต์ส่วนใหญ่ นั้น อยู่ในอัตราที่ไม่ขยายตัวจนถึงอยู่ในอัตราที่ลดลงเป็นส่วนใหญ่ (ยกเว้นรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า จะมีสถิติการจดทะเบียนในอัตราที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยของตัวผลิตภัณฑ์เองที่มีการปรับโฉมใหม่ในหลาย ๆ รุ่นของยี่ห้อฮอนด้า) (ดังแสดงในภาพที่ 1.2) อาจเนื่องด้วยจากวิกฤตเศรษฐกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในด้านต่างๆ และทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทของสินค้าฟุ่มเฟือยบางอย่างลดลงไป หรือบริโภคสินค้าทดแทนที่ใกล้เคียงกันแทนเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของตนเอง

ภาพที่ 1.2

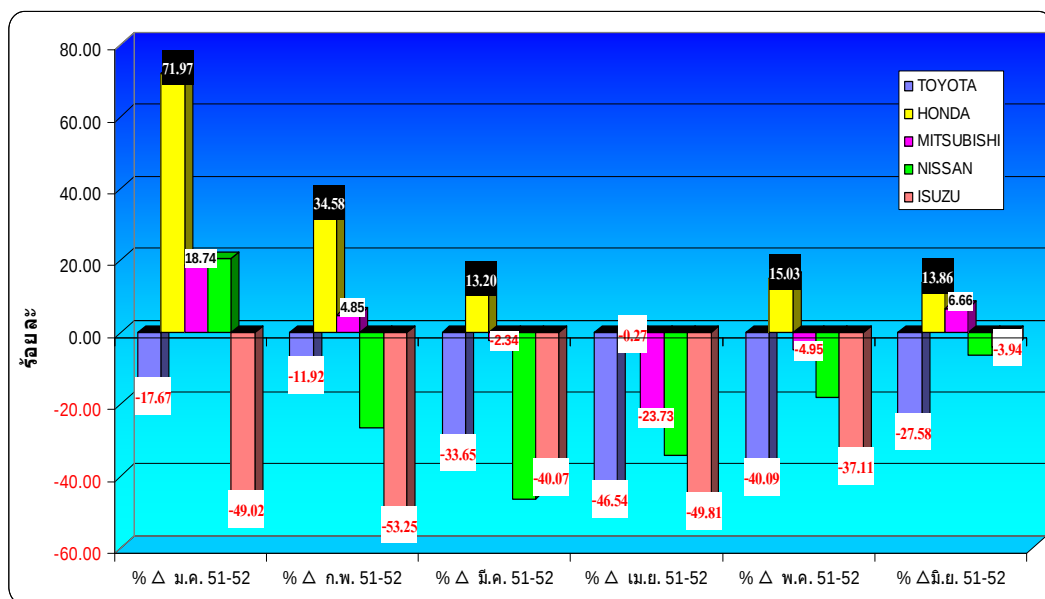
แสดงสถิติการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล
ขนาดไม่เกิน 7 คนของยี่ห้อรถยนต์ที่มีการจดทะเบียนสูงสุด 5 ยี่ห้อ
ในช่วงเดือน ม.ค. – มิ.ย. พ.ศ. 2551-2552



ที่มา : กรมการขนส่งทางบก <http://www.dlt.go.th/>

ภาพที่ 1.3

เปรียบเทียบอัตราการเปลี่ยนแปลงของสถิติการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ ประเภทรถยนต์
นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน ที่มีการจดทะเบียนสูงสุด 5 ยี่ห้อ
ในช่วงเดือน ม.ค. – มิ.ย. ของปี พ.ศ. 2552 / 2551



ที่มา : กรมการขนส่งทางบก <http://www.dlt.go.th/> , นำข้อมูลมาคำนวณ

จากภาพที่ 1.3 จะแสดงให้เห็นถึงสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ในช่วงเวลา 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2552 เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2551 โดยพบว่ายอดการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ในแต่ละเดือน รถยนต์เกือบทุกยี่ห้อ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รถยนต์ยี่ห้อฮิอุซึนั้น (ซึ่งเป็นยี่ห้อเดียวที่มีเฉพาะรถยนต์ประเภทกระบะ ที่มีขนาด 2,000 ซีซี ขึ้นไป) มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบกับช่วงเวลาดังกล่าวที่ติดลบค่อนข้างมากในทุกๆ เดือนจากช่วงเวลาดังกล่าว

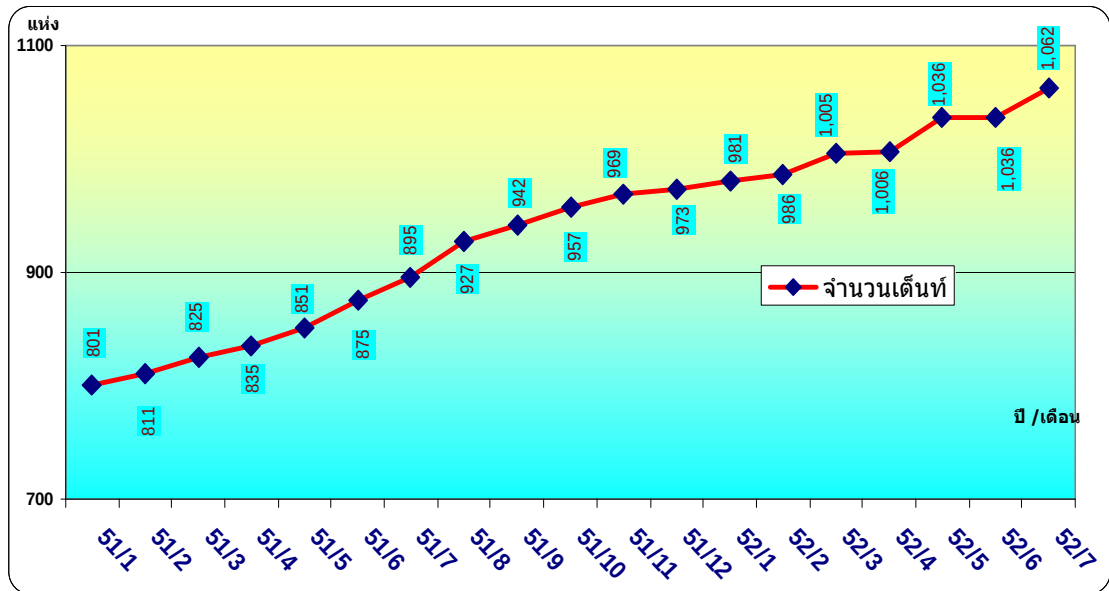
สำหรับตลาดรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง พบว่า ในปัจจุบันนี้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ตามข้อมูลของ บริษัท วันทูคาร์ จำกัด (เป็นบริษัทจัดทำเว็บไซต์รถยนต์มือสองที่มีผู้เข้าชมเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ระหว่างปี 2004-2007 จากการจัดอันดับของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (TrueHit.net)) ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการที่จำหน่ายรถยนต์มือสองที่เข้าเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้นมาก รวมถึงรถยนต์มือสองที่ลงประกาศบนเว็บไซต์ก็มีเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 พบว่าจำนวนเด็กรถยนต์มือสองที่เป็นสมาชิกที่ใช้บริการลงประกาศผ่านสื่อเว็บไซต์ www.one2car.com นั้น มีจำนวนเด็กรถที่เข้าเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันจำนวนรถยนต์มือสองจากเด็กรถต่างๆ ที่เป็นสมาชิกนี้ได้เข้ามาลงประกาศผ่านเว็บไซต์นั้นมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยดูข้อมูลได้จากภาพที่ 1.4 และภาพที่ 1.5 ที่แสดงจำนวนเด็กรถยนต์มือสองและจำนวนรถยนต์มือสองที่เป็นสมาชิกและลงผ่านสื่อเว็บไซต์ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2552

ภาพที่ 1.4

แสดงจำนวนเดินที่รถยนต์มือสองที่เป็นสมาชิกของ www.one2car.com

ตั้งแต่ มกราคม 2551- กุมภาพันธ์ 2552

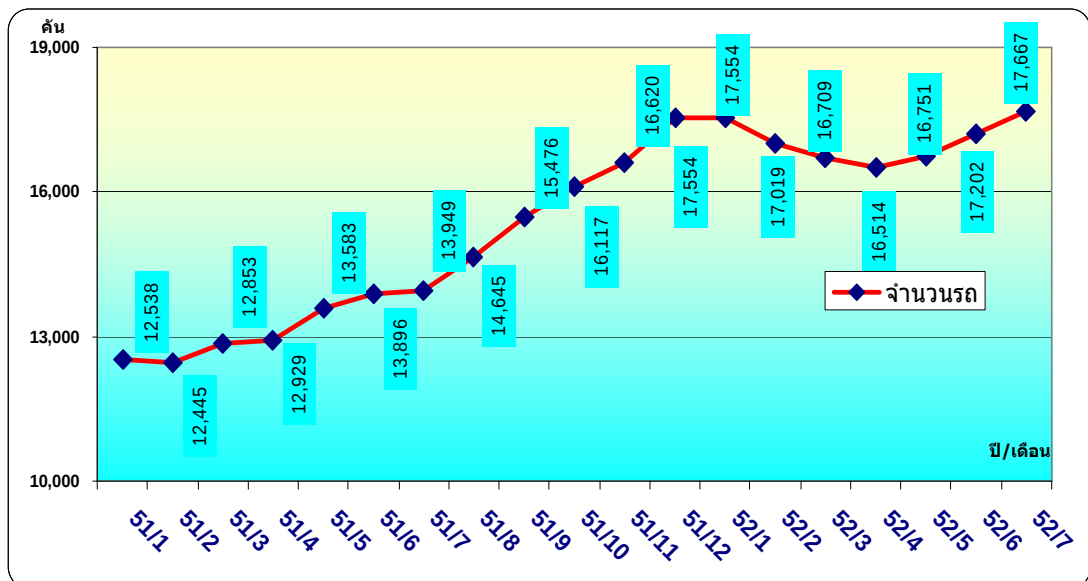


ที่มา : บริษัท วันทูคาร์ จำกัด

ภาพที่ 1.5

แสดงจำนวนรถยนต์มือสองของเดินที่รถยนต์ที่เป็นสมาชิกของ www.one2car.com

ตั้งแต่ มกราคม 2551- กุมภาพันธ์ 2552

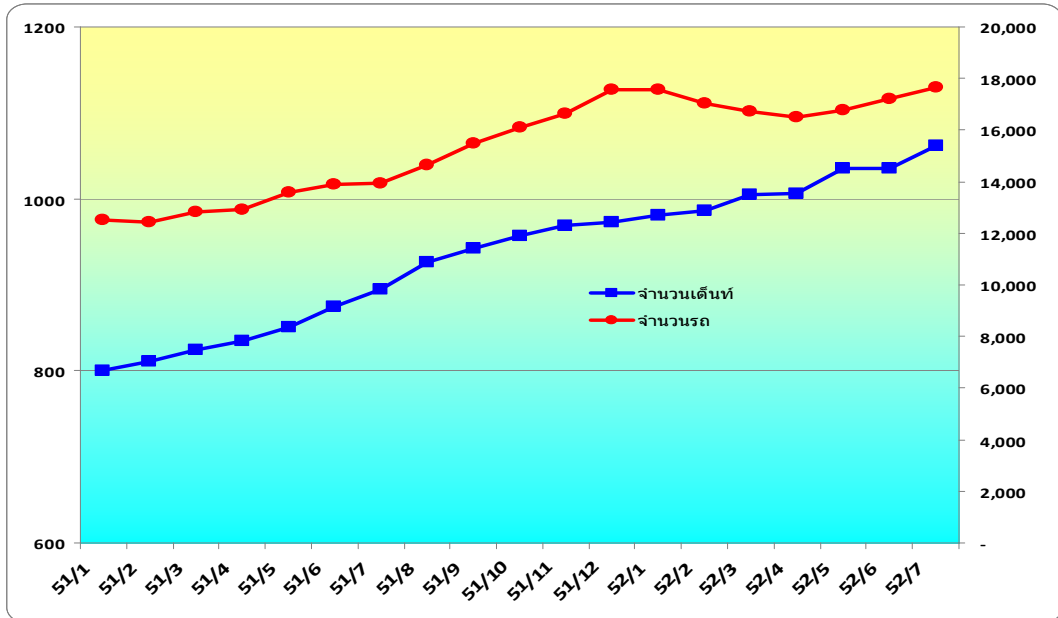


ที่มา : บริษัท วันทูคาร์ จำกัด

ภาพที่ 1.6

แสดงจำนวนเดินท์และรถยนต์มือสองของเดินท์รถยนต์ที่เป็นสมาชิกของ

www.one2car.com ตั้งแต่ มกราคม 2551- กุมภาพันธ์ 2552



ที่มา : บริษัท วันทูคาร์ จำกัด

ตารางที่ 1.1

แสดงร้อยละการเปลี่ยนแปลงของจำนวนเดินท์รถยนต์ และจำนวนรถยนต์มือสองที่เป็นสมาชิกและลงประกาศขายรถยนต์มือสองผ่านเว็บไซต์ www.one2car.com

เปรียบเทียบเดือนมกราคมถึงเดือนกรกฎาคม ของปี พ.ศ. 2552 กับปี พ.ศ. 2551

เดือน	จำนวนเดินท์		%Δ	จำนวนรถยนต์		%Δ
	2552	2551		2552	2551	
มกราคม	981	801	22.47	17,554	12,538	40.01
กุมภาพันธ์	986	811	21.58	17,019	12,445	36.75
มีนาคม	1005	825	21.82	16,709	12,853	30.00
เมษายน	1006	835	20.48	16,514	12,929	27.73
พฤษภาคม	1036	851	21.74	16,751	13,583	23.32
มิถุนายน	1036	875	18.40	17,202	13,896	23.79
กรกฎาคม	1062	895	18.66	17,667	13,949	26.65

ที่มา : บริษัท วันทูคาร์ จำกัด : และจากการคำนวณ

จากข้อมูลที่แสดงข้างต้น พบว่า จำนวนรถยนต์ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.one2car.com ในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2552 เปรียบเทียบกับ ช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2551 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วในทุกๆ เดือน ทั้งในด้านจำนวนคันและจำนวนรถยนต์มือสองที่ต่างมีอัตราการเติบโตในทิศทางบวก เช่นเดียวกัน (ดังแสดงในภาพที่ 1.6) ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าตลาดรถยนต์มือสองมีแนวโน้มการเติบโตของตลาดที่ขยายตัวมากขึ้น (จากตารางที่ 1.1) และประกอบกับการที่ราคาของรถยนต์มือสองมีราคาที่ต่ำกว่ารถยนต์ใหม่ป้ายแดงค่อนข้างมาก ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้น เพราะผู้บริโภคได้ใช้รถยนต์ ตามรุ่นและยี่ห้อที่ตนต้องการแต่มีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า ประกอบกับในปัจจุบันมีการผ่อนปรนเงื่อนไขสินเชื่อสำหรับรถยนต์มือสองมากขึ้น ทำให้การดำเนินการด้านสินเชื่อสะดวกรวดเร็วและไม่ต่างกับการขอสินเชื่อสำหรับรถยนต์ใหม่ป้ายแดง

ในด้านการซื้อขายสำหรับรถยนต์ทั้งรถยนต์ใหม่ป้ายแดงและรถยนต์มือสองนั้น ในปัจจุบันนี้พบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากเหมือนในอดีต ประกอบกับการที่บริษัทรถยนต์เอง ได้หันมาสนใจตลาดรถยนต์มือสอง จึงมีการจัดตั้งบริษัทจำหน่ายรถยนต์มือสองควบคู่กับรถยนต์ใหม่ป้ายแดง อาทิเช่น บริษัทBMW จะมีบริษัท พรีเมียม ซีเลคชั่น เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์มือสอง, เมอร์เซเดสเบนซ์ จะมีบริษัท ดี 1 เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์มือสอง, บริษัทโตโยต้า จะมีบริษัทโตโยต้า ซัวร์ เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์มือสอง, บริษัทเซฟโรเลต จะมีบริษัท เซฟวี โอเค เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์มือสอง และบริษัทมิตซูบิชิ จะมีบริษัทไดมอนด์ ยูสดีคาร์ เป็นผู้จำหน่ายรถยนต์มือสอง เป็นต้น ยังไม่รวมถึงบริษัทที่จำหน่ายรถยนต์มือสองอื่น ๆ ที่นับว่าเป็นผู้จัดจำหน่ายรถยนต์มือสองขนาดใหญ่ ได้แก่ เบนซ์เอ็นเค เป็นต้น รวมถึงในปัจจุบันนี้ ได้มีดำเนินการธุรกิจทางด้านเว็บไซต์เพื่อแนะนำและค้นหารถยนต์มือสองตามที่ยี่ห้อ รุ่น และสี ตามที่ตนเองต้องการ อาทิเช่น www.one2car.com เป็นต้น

ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์จึงมีทางเลือกในการซื้อรถยนต์มากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน ทั้งประเภทรถยนต์มือหนึ่ง ก็มียี่ห้อ รุ่นที่หลากหลาย อีกทั้งประเภทของรถยนต์มือสองที่ตลาดของรถยนต์ประเภทนี้มีความเติบโตค่อนข้างมากทำให้มีการพัฒนา ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่จำหน่าย การตรวจสอบคุณภาพสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้มีมาตรฐานที่ดีมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้ ก็ทำให้ผู้บริโภค มีโอกาสที่ดี ในการได้บริโภคสินค้าที่หลากหลาย ได้มีโอกาสเลือกตามความชื่นชอบ รสนิยม และที่สำคัญคือในด้านของราคา ที่

ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อมาเป็นเจ้าของได้ ตามกำลังทรัพย์จากรายได้ที่พึงมีของตนเองอย่างเหมาะสม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้อาจเป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านรถยนต์ในด้านต่างๆ เพราะจากการปรับตัวเพื่อรับมือกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน รวมถึงความผันผวนทางด้านราคาพลังงานเชื้อเพลิง การวางแผนในการเลือกซื้อรถยนต์นั้นผู้บริโภคจึงต้องมีความรอบคอบและพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากรูปลักษณ์ภายนอก อาทิ เช่น ราคาของรถยนต์, เงื่อนไขการชำระเงิน, ค่าดูแลและบำรุงรักษา, อัตราการใช้พลังงาน และรูปแบบของพลังงานที่ใช้ รวมไปถึงการดูแลเอาใจใส่ และความรับผิดชอบจากตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการ ทั้งนี้ เนื่องจากการที่ราคาของรถยนต์มีราคาที่สูง ดังนั้นการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อรถยนต์ จึงเป็นการตัดสินใจที่สำคัญเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูง รวมถึงอายุการใช้งานของรถยนต์ที่ยาวนานรองจากที่พักอาศัย การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันขององค์กรนั้นจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ลูกคามีส่วนสำคัญมาก การรักษาลูกค้าให้อยู่ได้นานเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต่างให้ความสนใจ การเข้าใจถึงความต้องการ การเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ศึกษาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับลูกค้า เพื่อให้องค์กรสามารถสร้างและรักษาความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า รวมถึงการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ ให้มากขึ้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร และยังสามารถเป็นผู้สร้างกำไรระยะยาวให้กับองค์กรได้

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.2.1 ศึกษาถึงปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง และความแตกต่างของพฤติกรรมและปัจจัยในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อระหว่างผู้ซื้อรถยนต์สองประเภทนี้

1.2.2 ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์ โดยมุ่งเน้นหาความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน ทั้งประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสองและความแตกต่างระหว่างผู้ซื้อรถยนต์สองประเภทนี้และทราบถึงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่เพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท

มือสอง และเป็นข้อมูลให้กับผู้สนใจที่กำลังจะซื้อรถยนต์ นอกเหนือจากนั้น ผู้ประกอบการอาจใช้เป็นข้อมูล แนวทางในการดำเนินนโยบายปรับปรุงคุณภาพ วางกลยุทธ์ทางการตลาด(ทั้งการรักษาฐานกลุ่มลูกค้าเดิม สร้างความภักดีต่อตราสินค้า และสามารถเพิ่มขยายกลุ่มลูกค้ารายใหม่) และยังช่วยส่งเสริมในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด วิเคราะห์ให้เข้าถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และที่สำคัญผู้บริโภคจะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

งานศึกษาในครั้งนี้ ศึกษาถึงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน ประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในกรณีผู้ที่ซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง จะต้องเป็นเจ้าของหรือครอบครองรถยนต์ และมีความเป็นอิสระในการเลือกซื้อรถยนต์

1.5 แหล่งข้อมูล

1.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดไม่เกิน 7 คน ประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง และผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อรถยนต์

1.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการค้นคว้า และรวบรวมสถิติต่าง ๆ จากเอกสารประเภทหนังสือ และข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานเอกชน และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม , บริษัทวันทูคาร์จำกัด และอื่น ๆ

1.6 วิธีการศึกษา

1.6.1 การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การศึกษาครั้งนี้ จะกำหนดขนาดตัวแทนของประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ซึ่งจากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยการสอบถามผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน แบ่งเป็นผู้ซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือหนึ่ง 200 ชุด, ผู้ซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง 200 ชุด

1.6.2 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ มาประมวลผลเชิงปริมาณเพื่อทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อรถยนต์ทั้งประเภทรถยนต์มือหนึ่งและรถยนต์มือสอง และความแตกต่างของปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ของผู้ซื้อระหว่างผู้ซื้อรถยนต์ 2 ประเภทนี้

1.6.3 วิเคราะห์ความน่าจะเป็นของปัจจัยและพฤติกรรมในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อรถยนต์ประเภทรถยนต์มือสอง โดยใช้แบบจำลองโลจิต (Logit Model)

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

- **รถยนต์มือหนึ่ง** (รถยนต์มือหนึ่ง / รถยนต์ป้ายแดง) หมายถึง รถที่จดทะเบียนใหม่เป็นรถที่ไม่เคยจดทะเบียน ที่ใดมาก่อน แต่มาจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ หรือกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกครั้งนี้เป็นครั้งแรก และได้ชำระภาษีแล้ว
- **รถยนต์มือสอง** หมายถึง รถยนต์ ที่เคยผ่านการใช้งานหรือเคยผ่านการจดทะเบียนรถยนต์มาก่อน
- **รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดไม่เกิน 7 คน** (รย.1) ในที่นี้รวมถึง รถกระบะหรือปิคอัพที่จดทะเบียนเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (ไม่ใช่รถยนต์ที่จดทะเบียนเป็นรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพื่อการพาณิชย์)
- **ผู้ซื้อ / ผู้บริโภค** ในที่นี้หมายถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของหรือครอบครองรถยนต์และเป็นผู้ที่มีความอิสระในการเลือกซื้อ