

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในบทนี้กล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจากผู้ซื้อรถเก๋งมือสอง จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง กับผู้ที่ใช้รถยนต์มือสอง รถยนต์นั่งไม่เกิน 7 คนหรือรถเก๋ง ที่ได้ทำการโอนกรรมสิทธิ์ที่สำนักงานขนส่งอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2547 และนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับรายละเอียดพื้นฐานข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย แสดงรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 แสดงเกี่ยวกับรายละเอียดพื้นฐานข้อมูลส่วนตัว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	298	74.5
หญิง	102	25.5
อายุ		
21 - 30 ปี	96	24.00
31 - 40 ปี	149	37.25
41 - 50 ปี	115	28.75
51 ปีขึ้นไป	40	10.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	43	10.75
10,001 – 20,000 บาท	218	54.50
20,001 – 30,000 บาท	105	26.25
30,001 – 50,000 บาท	25	6.25
50,001 บาท ขึ้นไป	9	2.25
อาชีพ		
พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ/ราชการ	136	34.00
ค้าขาย	80	20.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	67	16.75
รับจ้าง	65	16.25
นักศึกษา	29	7.25
เกษตรกร	12	3.00
อื่นๆ (ข้าราชการบำนาญ, แม่บ้าน)	11	2.75
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	177	44.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.	89	22.25
อนุปริญญา, ปวส.	71	17.75
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	52	13.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	11	2.75
สถานภาพ		
สมรส	301	75.25
โสด	78	19.50
หม้าย/หย่า/แยก	21	5.25

ตาราง 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
1 - 2 คน	43	10.75
3 - 4 คน	212	53.00
5 - 6 คน	126	31.50
7 คน ขึ้นไป	19	4.75
ลักษณะที่พักอาศัย		
บ้านเดี่ยว	305	76.25
ทาวน์เฮาส์	44	11.00
อาคารพาณิชย์	23	5.75
อื่นๆ (บ้านพักข้าราชการ, หอพัก)	21	5.25
คอนโดมิเนียม	7	1.75

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74.50 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.25 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.75 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่ำกว่า 30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 10.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท และต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 และร้อยละ 10.75 ตามลำดับ โดยประมาณ 1 ใน 3 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ อีกประมาณ 1 ใน 3 เช่นกัน ประกอบอาชีพค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว อีกร้อยละ 16.25 ร้อยละ 7.25 และร้อยละ 3.00 มีอาชีพรับจ้าง นักศึกษาและเกษตรกร ตามลำดับ โดยที่กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และอนุปริญญา ซึ่งในระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จากการศึกษาครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 13.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 75.25 และส่วนใหญ่จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีลักษณะที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ

76.25 ที่พักอาศัยเป็น ทาวน์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 11.00 และนอกเหนือจากนี้ อีกร้อยละ 12.75 มีที่พักอาศัยแบบอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมรถคันใจซื้อรถเก๋งมือสอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการครอบครองรถเก๋งมือสองในครัวเรือนจำนวน 2 คัน (ร้อยละ 56.75) รองลงมา มีการครอบครองรถเก๋งมือสองมีจำนวน 1 คัน (ร้อยละ 26.75) และนอกเหนือจากนี้จะมีจำนวนรถเก๋งมากกว่า 3 คันขึ้นไป (ร้อยละ 19.50) (ตาราง 4.2)

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละรถเก๋งมือสองของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนรถเก๋งมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	107	26.75
2 คัน	227	56.75
3 คัน	56	17.00
4 คันขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีพฤติกรรมใช้รถยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า (ร้อยละ 35.00) รองลงมา มีการใช้รถยนต์ยี่ห้อ โตโยต้า (ร้อยละ 23.00) และเลือกใช้ยี่ห้ออื่น (ร้อยละ 52.00) (ตาราง 4.3)

ตาราง 4.3 แสดงรายละเอียดยี่ห้อและร้อยละของรถยนต์ในกลุ่มตัวอย่างใช้คันล่าสุด

ยี่ห้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ฮอนด้า	140	35.00
โตโยต้า	92	23.00
สุนได	52	13.00
มิตซูบิชิ	48	12.00
นิสสัน	28	7.00
ฟอร์ด	20	5.00
ซูซูกิ	8	2.00
มาสด้า	8	2.00
โอเปิล	4	1.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการใช้รถยนต์เกียร์ธรรมดา (ร้อยละ 61.5) และรองลงมา นิยมใช้เกียร์อัตโนมัติ (ร้อยละ 38.50) (ตาราง 4.4)

ตาราง 4.4 แสดงลักษณะเกียร์ของรถเก๋งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

ลักษณะเกียร์รถ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมดา	246	61.50
อัตโนมัติ	154	38.50
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้รถเก๋งมือสองที่มี 4 ประตู (ร้อยละ 73.50) รองลงมามีการใช้รถเก๋งที่มี 5 ประตู (ร้อยละ 13.75) และมีผู้นิยมใช้รถเก๋งมือสองที่ไม่เกิน 3 ประตู (ร้อยละ 12.75) (ตาราง 4.5)

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประตुरुถแก้งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

จำนวนประตู	จำนวน	ร้อยละ
2 ประตู	13	3.25
3 ประตู	38	9.50
4 ประตู	294	73.50
5 ประตู	55	13.75
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการใช้รถสี่บรอนซ์ทองหรือน้ำตาล (ร้อยละ 36.00) รองลงมามีการใช้รถสี่บรอนซ์เงินหรือเทา (ร้อยละ 33.75) และมีการใช้รถสีอื่นๆ อีกหลากหลายสี (ร้อยละ 30.25) (ตาราง 4.6)

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของสีรถแก้งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

สีรถ	จำนวน	ร้อยละ
เทา / บรอนซ์เงิน	144	36.00
น้ำตาล / บรอนซ์ทอง	135	33.75
เขียว	28	7.00
น้ำเงิน / ฟ้า	26	6.50
ดำ	25	6.25
แดง	22	5.50
ขาว	15	3.75
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการใช้เครื่องยนต์ที่มีกำลังระหว่าง 1,300 - 1,600 CC (ร้อยละ 48.25) รองลงมามีการใช้เครื่องยนต์ที่มีกำลังระหว่าง 1,601 - 2,000 CC (ร้อยละ 27.50) ใช้เครื่องยนต์ที่มีกำลังต่ำกว่า 1,300 CC (ร้อยละ 5.50) และใช้เครื่องยนต์ที่มีกำลังมากกว่า 2,001 CC ขึ้นไป (ร้อยละ 18.75) น้อยที่สุด (ตาราง 4.7)

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกำลังเครื่องยนต์รถเก๋งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

กำลังเครื่องยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,300 CC	22	5.50
1,301 - 1,600 CC	193	48.25
1,601 - 2,000 CC	110	27.50
2,001 CC ขึ้นไป	75	18.75
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างประมาณ 1 ใน 3 มีการใช้รถเก๋งมือสองที่มีอายุระหว่าง 5 - 6 ปี (ร้อยละ 34.00) อีกประมาณ 1 ใน 3 เช่นกันมีการเลือกใช้รถเก๋งมือสองที่มีอายุมากกว่า 7 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 30.00) (ตาราง 4.8)

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุรถเก๋งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

จำนวนปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	5	1.25
1 - 2 ปี	64	16.00
3 - 4 ปี	75	18.75
5 - 6 ปี	136	34.00
7 ปีขึ้นไป	120	30.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างประมาณ 1 ใน 2 มีแหล่งที่มาของรถเก๋งมือสองจาก เด็นท์รถยนต์มือสอง (ร้อยละ 52.25) ประมาณ 1 ใน 5 มีแหล่งที่มาของรถเก๋งมือสองจากการประกาศขายทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 21.50) (ตาราง 4.9)

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่มาของรถเก๋งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

แหล่งที่มาของรถ	จำนวน	ร้อยละ
เด็นท์รถยนต์มือสอง	209	52.25
ประกาศขายทางอินเทอร์เน็ต	86	21.50
ญาติ/พี่น้อง	51	12.75
คนรู้จัก/เพื่อน	38	9.50
ตั้งขายตามบ้าน (รถบ้าน)	16	4.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อรถยนต์มือสองเพื่อใช้งานเอง (ร้อยละ 69.00) รองลงมา เพื่อใช้ในธุรกิจ (ร้อยละ 14.00) นอกเหนือจากนี้ยังมีอีกหลายเหตุผลในการเลือกซื้อ (ร้อยละ 17.00) (ตาราง 4.10)

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อรถเก๋งมือสอง

เหตุผลที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เอง	276	69.00
เพื่อใช้ในธุรกิจ	56	14.00
เพื่อเป็นของขวัญกำนันของขวัญ	44	11.00
เพื่อแสดงถึงฐานะ	16	4.00
เพื่อขายต่อ/แก๊งค์กำไร	8	2.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองนั้นนิยมตัดสินใจด้วยตัวเอง (ร้อยละ 80.00) หรือประมาณ 4 ใน 5 รองลงมา มีการในตัดสินใจเลือกซื้อจากบุคคลที่นับถือ (ร้อยละ 8.00) (ตาราง 4.11)

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้มีส่วนร่วมในตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	320	80.00
บุคคลที่นับถือ	32	8.00
ญาติ	30	7.50
เพื่อน	13	3.25
การโฆษณา	3	0.75
ผู้ชาย	2	0.50
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายรถเก๋งมือสองจากเต็นท์รถยนต์มือสองมากที่สุด (ร้อยละ 41.00) รองลงมา รับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 25.75) และนอกเหนือจากนี้มาจากแหล่งต่างๆ (ร้อยละ 33.25) (ตาราง 4.12)

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายรถเก๋งมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เต็นท์รถยนต์มือสอง	164	41.00
อินเทอร์เน็ต	103	25.75
แผ่นพับใบปลิว / สื่อสิ่งพิมพ์	72	18.00
การบอกต่อของบุคคลอื่น	61	15.25
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 91.50)
(ตาราง 4.13)

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง
เลือกซื้อ

การค้นหาข้อมูลรายการ	จำนวน	ร้อยละ
หาเพิ่มเติม	366	91.50
ไม่มีการค้นหาเพิ่มเติม	34	8.50
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยทำการ
ค้นหาเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 27.00) รองลงมามีการสำรวจตามเดินที่รถยนต์มือสอง
(ร้อยละ 28.00) และมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ (ร้อยละ 45) (ตาราง 4.14)

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างก่อน
การตัดสินใจซื้อ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
สำรวจตามเดินที่รถยนต์มือสอง	112	28.00
อินเทอร์เน็ต	108	27.00
สอบถามจากเพื่อน	73	18.25
สอบถามผู้ที่เคยซื้อ	68	17.00
นิตยสาร/วารสาร/สื่อสิ่งพิมพ์	39	9.75
รวม	400	100.00

ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากประมาณ 3 ใน 4 มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและ
ข้อมูลเพิ่มเติมนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 72.50) อีกประมาณ 1 ใน 4 ข้อมูลที่หาเพิ่มเติมนั้น
มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 25.50) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 2.00)
(ตาราง 4.15)

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างได้ค้นหาว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

การค้นหาข้อมูลรายการ	จำนวน	ร้อยละ
มีมาก	290	72.50
มี	102	25.50
ไม่มี	8	2.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการในการใช้ระยะเวลา 1 – 2 สัปดาห์ในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (ร้อยละ 60.50) รองลงมา มีการใช้ระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่า 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 22.00) และใช้ระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมน้อยกว่าสัปดาห์ (ร้อยละ 17.50) (ตาราง 4.16)

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์	70	17.50
1 – 2 สัปดาห์	242	60.50
มากกว่า 2 สัปดาห์	88	22.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของรถเก๋งมือสองก่อนการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 93.00) (ตาราง 4.17)

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของรถแก้งมือ
สองก่อนการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบ	372	93.00
ไม่เปรียบเทียบ	28	7.00
รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการชำระเงินด้วยเงินสด (ร้อยละ 79.00) รองลงมา มีการ
ชำระเงินด้วยเงินสด (ร้อยละ 21.00) (ตาราง 4.18)

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการซื้อรถแก้งมือสองที่กลุ่มตัวอย่าง
เลือกใช้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	84	21.00
เงินผ่อน	316	79.00
รวม	400	100.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสอง

จากผลการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสอง สามารถแยกออกได้ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้ผลดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านยี่ห้อรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในปัจจัยย่อยในเรื่องของชื่อเสียงหรือยี่ห้อ รุ่นของรถเก่าเฉลี่ย ปีที่ผลิต และให้ความสำคัญน้อยกว่าสถานที่ผลิต (ตาราง 4.19)

ตาราง 4.19 ปัจจัยด้านยี่ห้อรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านยี่ห้อรถยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ชื่อเสียงหรือยี่ห้อ	3.03	มาก
รุ่นของรถ	2.84	มาก
ปีที่ผลิต	2.64	มาก
สถานที่ผลิต	2.04	น้อย

ปัจจัยด้านความสวยงามของรูปร่างรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับสภาพความสมบูรณ์ของตัวรถแต่ให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยย่อยที่เหลือ (ตาราง 4.20)

ตาราง 4.20 ปัจจัยด้านความสวยงามของรูปทรงรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านความสวยงามของรูปทรงรถยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
สภาพความสมบูรณ์ ของตัวรถ	3.39	มากที่สุด
รูปทรงสวยงาม	3.13	มาก
ความสะดวกสบาย ภายในห้องโดยสาร	3.11	มาก
สีต้นสวยงาม	2.99	มาก
ความสวยงามของวัสดุตกแต่งภายในรถ	2.68	มาก
ความสวยงามของวัสดุตกแต่งภายนอก	2.56	มาก

ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในทุกๆ ปัจจัยย่อย (ตาราง 4.21)

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ความเป็นรถยนต์อนุกรมประสิทธิ์ใช้งานได้สารพัดประโยชน์	2.74	มาก
สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้เป็นเจ้าของ	2.73	มาก
ประโยชน์ใช้สอยเมื่อเทียบกับรถยนต์กระบะ	2.72	มาก

ปัจจัยด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับอัตราเร่งหรือความแรงของเครื่องยนต์ และ อัตราเร่งหรือความแรงของเครื่องยนต์ แล้วในส่วนปัจจัยที่เหลือให้ความสำคัญมาก (ตาราง 4.22)

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ระบบการทำงานของเครื่องยนต์	3.55	มากที่สุด
อัตราเร่งหรือความแรงของเครื่องยนต์	3.38	มากที่สุด
รถยนต์วิ่งได้ทุกสภาพถนน	3.13	มาก
ปัญหาจุกจิกของรถยนต์	2.67	มาก
ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม	2.54	มาก

ปัจจัยด้านการประหยัดน้ำมันที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยเรื่อง การประหยัดน้ำมันและการประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถและให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อยเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียภาษีและค่าทะเบียนรถ (ตาราง 4.23)

ตาราง 4.23 ปัจจัยด้านการประหยัดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านการประหยัด	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ประหยัดน้ำมัน	3.58	มากที่สุด
ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถ	3.32	มากที่สุด
ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียภาษีและค่าทะเบียนรถ	2.99	มาก

ปัจจัยด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยในเรื่อง เครื่องปรับอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีระบบเครื่องเสียง (ค่าเฉลี่ย 2.79) มีไฟฟ้าภายในห้องโดยสารให้แสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.67) และมีเครื่องกรองอากาศ (ค่าเฉลี่ย 2.63) (ตาราง 4.24)

ตาราง 4.24 ปัจจัยด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
เครื่องปรับอากาศ	3.21	มาก
เครื่องเสียง	2.79	มาก
ไฟฟ้าภายในห้องโดยสารให้แสงสว่างเพียงพอ	2.67	มาก
เครื่องกรองอากาศ	2.63	มาก

ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยเรื่องของระบบเบรก ความแข็งแรงทนทานของตัวรถ การมีเข็มขัดนิรภัย และให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องระบบไฟฟ้า, ไฟเลี้ยว, ไฟเบรกได้มาตรฐานและระบบล้อคปลอดภัย (ตาราง 4.25)

ตาราง 4.25 ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ระบบเบรก	3.56	มากที่สุด
ความแข็งแรงทนทานของตัวรถ	3.51	มากที่สุด
เข็มขัดนิรภัย	3.34	มากที่สุด
ระบบไฟฟ้า, ไฟเลี้ยว, ไฟเบรกได้มาตรฐาน	3.27	มาก
ระบบล้อคปลอดภัย	3.20	มาก

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาอะไหล่รถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับทุกปัจจัยย่อย คืออะไหล่หาได้ง่าย โดยเฉพาะอะไหล่แท้ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ราคาอะไหล่รถเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และอะไหล่หาได้ง่าย โดยเฉพาะอะไหล่ปลอม (ค่าเฉลี่ย 3.32) (ตาราง 4.26)

ตาราง 4.26 ปัจจัยด้านราคาอะไหล่รถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านราคาอะไหล่รถยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
อะไหล่หาได้ง่าย โดยเฉพาะอะไหล่แท้	3.43	มากที่สุด
ราคาอะไหล่รถเหมาะสม	3.37	มากที่สุด
อะไหล่หาได้ง่าย โดยเฉพาะอะไหล่ปลอม	3.32	มากที่สุด

ปัจจัยด้านราคารถยนต์ใหม่, รถยนต์ประเภทอื่นๆ และราคาน้ำมันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยเรื่องของราคารถยนต์นั่งส่วนบุคคล (เก๋ง) ใหม่ มีผลต่อการซื้อ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่องของราคาน้ำมันถูก/แพง ถูก มีผลต่อการซื้อ และให้ความสำคัญน้อย กับปัจจัยย่อยในเรื่องของราคารถยนต์กระบะมีผลต่อการซื้อ และราคารถยนต์อื่นๆ มีผลต่อการซื้อ (ตาราง 4.27)

ตาราง 4.27 ปัจจัยด้านราคารถยนต์ใหม่, รถยนต์ประเภทอื่นๆ และราคาน้ำมัน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านราคารถยนต์ใหม่ รถยนต์ประเภทอื่นๆ และราคาน้ำมัน	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ราคารถยนต์นั่งส่วนบุคคล(เก๋ง)ใหม่ มีผลต่อการซื้อ	3.59	มากที่สุด
ราคาน้ำมันถูก/แพงมีผลต่อการซื้อ	3.27	มาก
ราคารถยนต์กระบะมีผลต่อการซื้อ	2.04	น้อย
ราคารถยนต์อื่นๆมีผลต่อการซื้อ	1.90	น้อย

ปัจจัยด้านการขายต่อในท้องตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในทุกตัวแปรย่อยในเรื่อง ความต้องการของตลาดกับรุ่นของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ความต้องการของตลาดกับตราหือรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ราคาขายต่อในท้องตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17) ความต้องการของตลาดกับสีของรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และความต้องการของตลาดกับปีที่ผลิตรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.03) (ตาราง 4.28)

ตาราง 4.28 ปัจจัยด้านการขายต่อในท้องตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านการขายต่อในท้องตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ความต้องการของตลาดกับรุ่นของรถยนต์	3.19	มาก
ความต้องการของตลาดกับตราหือรถยนต์	3.18	มาก
ราคาขายต่อในท้องตลาด	3.17	มาก
ความต้องการของตลาดกับสีของรถยนต์	3.11	มาก
ความต้องการของตลาดกับปีที่ผลิตรถยนต์	3.03	มาก

ปัจจัยด้านการรับซื้อแลกรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดทุกปัจจัยย่อยในเรื่องของ ราคาในการรับแลกซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการรับซื้อแลกรถยนต์มีผลต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.46) (ตาราง 4.29)

ตาราง 4.29 ปัจจัยด้านการรับซื้อแลกรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยการรับซื้อแลกรถยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ราคาในการรับแลกซื้อ มีผลต่อการซื้อ	3.56	มากที่สุด
การรับซื้อแลกรถยนต์ มีผลต่อการซื้อ	3.46	มากที่สุด

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่ขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยในเรื่อง ทำเลหรือสถานที่ขายรถยนต์มือสองมีผลต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.14) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายรถยนต์มือสอง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) และผู้แนะนำมีผลต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.87) (ตาราง 4.30)

ตาราง 4.30 ปัจจัยด้านสถานที่ขายที่มีอิทธิพลต่อความต้องการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านสถานที่ขาย	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ทำเลหรือสถานที่ขายรถยนต์มือสองมีผลต่อการซื้อ	3.14	มาก
ความน่าเชื่อถือของผู้ขายรถยนต์มือสอง	3.13	มาก
ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ขาย	3.12	มาก
ผู้แนะนำมีผลต่อการซื้อ	2.87	มาก

ปัจจัยการบริการหลังการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่าปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากคือ การบริการของผู้ขายรถยนต์ เนื่องไปการรับประกันเป็นที่น่าพอใจ การรับประกันหลังการขาย และให้ความสำคัญน้อยในเรื่องของ ศูนย์หรืออู่ซ่อมหลังการขายมีผลต่อการซื้อ (ตาราง 4.31)

ตาราง 4.31 ปัจจัยด้านการบริการหลังการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
การบริการของผู้ขายรถยนต์	3.16	มาก
เงื่อนไขการรับประกันเป็นที่น่าพอใจ	3.15	มาก
การรับประกันหลังการขาย	3.09	มาก
ศูนย์หรืออู่ซ่อมหลังการขาย มีผลต่อการซื้อ	2.41	น้อย

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ปัจจัยด้านการมีของแถมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องของ การแถมประกันภัยชั้นหนึ่ง, พรบ., ต่อภาษีประจำปี การแถมการโอนรถที่ขนส่ง การแถมอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ (ตาราง 4.32)

ตาราง 4.32 ปัจจัยด้านการมีของแถม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยการมีของแถม	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
การแถมประกันภัยชั้นหนึ่ง, พรบ., ต่อภาษีประจำปี	2.95	มาก
การแถมการโอนรถที่ขนส่ง	2.76	มาก
การอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	2.60	มาก
แถมสินค้าอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับรถยนต์	2.00	น้อย

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือการเปรียบเทียบราคารถใหม่กับรถยนต์มือสอง ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากคือ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโฆษณาต่างๆ การมีพนักงานต้อนรับสุภาพและเป็นมิตร มีการระบุป้ายราคา ปีผลิต และให้ความสำคัญน้อยกับปัจจัยย่อยที่เหลือ (ตาราง 4.33)

ตาราง 4.33 ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
การเปรียบเทียบราคารถใหม่กับรถยนต์มือสอง	3.49	มากที่สุด
การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโฆษณาต่างๆ	2.85	มาก
พนักงานต้อนรับสุภาพและเป็นมิตร	2.78	มาก
การระบุป้ายราคา ปีผลิต	2.68	มาก
การจัดรายการส่งเสริมการขาย	2.33	น้อย
การบริการให้คำแนะนำมีความเข้าใจชัดเจน	2.10	น้อย

ปัจจัยด้านบริษัทไฟแนนซ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องของ ความสะดวกในการชำระค่างวดและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสินเชื่อและกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยในปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของบริษัทไฟแนนซ์รถยนต์ (ตาราง 4.34)

ตาราง 4.34 ปัจจัยด้านบริษัทไฟแนนซ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยด้านบริษัทไฟแนนซ์	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ความสะดวกในการชำระค่างวด	3.16	มาก
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสินเชื่อ	3.13	มาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัทไฟแนนซ์รถยนต์	2.22	น้อย

ปัจจัยด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยในเรื่องของ อัตราดอกเบี้ยในการชำระเงินผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.13) อัตราเงินค่างาน (ค่าเฉลี่ย 3.11) การชำระเงินด้วยเงินผ่อน (ค่าเฉลี่ย 2.79) และการชำระด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.65) (ตาราง 4.35)

ตาราง 4.35 ปัจจัยด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสอง

ปัจจัยเงื่อนไขการชำระเงิน	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
อัตราดอกเบี้ยในการชำระเงินผ่อน	3.13	มาก
อัตราเงินค่างาน	3.11	มาก
การชำระด้วยเงินสด	2.65	มาก
การชำระด้วยเงินผ่อน	2.79	มาก

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสองที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถ
เก๋งมือสองพบว่า 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดกับการรับซื้อแลกรถยนต์ รองลงมา
ด้านระบบความปลอดภัย และ ราคาอะไหล่รถยนต์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ในระดับที่มาก มีอยู่จำนวน 13 ปัจจัย ได้แก่ การขายต่อในท้องตลาด สถานที่ขาย สมรรถนะของ
เครื่องยนต์ ความสวยงามของรูปทรงรถยนต์ การบริการหลังการขาย เงื่อนไขการชำระเงิน บริษัท
ไฟแนนซ์ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ประโยชน์ใช้สอย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ราคารถยนต์
ใหม่, รถยนต์ประเภทอื่นๆ และราคาน้ำมัน ยี่ห้อรถยนต์และการมีของแถม ตามลำดับ (ตาราง 4.36)

ตาราง 4.36 สรุปปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสอง

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
การรับซื้อแลกรถยนต์	3.51	มากที่สุด
ระบบความปลอดภัย	3.38	มากที่สุด
ราคาอะไหล่รถยนต์	3.37	มากที่สุด
การขายต่อในท้องตลาด	3.14	มาก
สถานที่ขาย	3.07	มาก
สมรรถนะของเครื่องยนต์	3.05	มาก
ความสวยงามของรูปทรงรถยนต์	2.98	มาก
การบริการหลังการขาย	2.95	มาก
เงื่อนไขการชำระเงิน	2.92	มาก
บริษัทไฟแนนซ์	2.84	มาก
อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	2.83	มาก
ประโยชน์ใช้สอย	2.73	มาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.71	มาก
ราคารถยนต์ใหม่, รถยนต์ประเภทอื่นๆ และราคาน้ำมัน	2.70	มาก
ยี่ห้อรถยนต์	2.64	มาก
การมีของแถม	2.58	มาก