

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า

บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด

Factors Affecting The Decision to buy used Cars from Customers of

AP Auto Master Co., Ltd.

นายสุวิทย์ ชอบประดู่ MR.SUWIT CHOBRADU

Received: Month DD, 2023

Revised: Month DD, 2023

Accepted: Month DD, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามลักษณะบุคคล ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าที่ซื้อรถยนต์มือสองของ บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำนวน 150 คน ระหว่างเดือนธันวาคม 2565 ถึง เดือน มิถุนายน 2566 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Selection ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 108 คน เป็นชาย 68 คน เป็นหญิง 40 คน

ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่าค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันระดับ

การศึกษาต่างกัน รายได้ต่อเดือนต่างกัน อาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งนี้ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องจัดหารถที่มีรูปลักษณะภายนอกที่ดึงดูดใจ รูปทรงสวยงามมีการออกแบบภายในที่สวยงาม ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม ต้องมีนโยบายกำหนดให้มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ และมีนโยบายกำหนดให้พนักงานให้บริการบริการอย่างเป็นระบบ มีความรวดเร็วในการให้บริการมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: รถยนต์มือสอง, การตัดสินใจ

Abstract

A research study on factors affecting customers' decision to buy used cars of AP Auto Master Co., Ltd. The purpose of this study was to study and to compare the buying decisions of customers of AP Auto Master Co., Ltd. classified by personal characteristics. The

---

population used in the study were 150 customers who bought used cars of AP Auto Master Co., Ltd. Between December 2022 and June 2023. By using convenience selection random sampling, the sample size was 108 people, 68 males and 40 females.

The overall results of the research revealed that the average decision to buy used cars of customers of AP Auto Master Co., Ltd. was generally at a high level. Hypothesis testing of used car purchase decision of customers of AP Auto Master Co., Ltd. classified by gender. It was found that the sample group of different genders had opinions on the decision to buy used cars of customers of AP Auto Master Co., Ltd. overall. The difference was statistically significant at the .05 level. As for the samples of different ages, different educational levels different monthly incomes, different occupations, the decision to buy used cars of customers of AP Auto Master Co., Ltd. is no different.

Recommendations for this study on products the management of AP Auto Master Co., Ltd. had to provide a car with an attractive exterior, beautiful shape with a beautiful interior design and use modern technology. There is a price that is suitable for the quality. Give the appropriate repayment period. There must be a policy requiring privileged cards for use in service and has a policy requiring employee to provide services systematically. There is a speed in providing service, there is a clear explanation of after-sales service procedures.

Keywords: used cars, decision

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์มือสองว่า ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจถดถอยจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ตลาตรรถยนต์มือสองกลับเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความต้องการใช้รถยนต์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น แต่แบรนด์รถยนต์ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาการผลิตรถยนต์ใหม่จากการขาดแคลนชิปเซตและชิ้นส่วนสำคัญ ซึ่งคาดว่าตลาตรรถยนต์มือสองในปี 2565 เติบโตเพิ่มขึ้น 3-5% หรือราว 600,000 - 700,000 คัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและรายได้ครัวเรือนโดยรวมฟื้นตัว เช่นเดียวกับปัจจัยของอัตราเงินเฟ้อที่ยังคงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ลูกค้าหันมาพิจารณาเลือกซื้อรถยนต์มือสองมากกว่ารถใหม่ ในปัจจุบันรถยนต์เป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากรถยนต์นั้นมีความจำเป็นมากในการดำรงชีวิตประจำวัน การทำงาน และการประกอบธุรกิจ ซึ่งมนุษย์มีความต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งรถยนต์นั้นก็เป็พพาหนะที่มนุษย์ได้เลือกนำมาใช้มากที่สุด ปัจจุบันรถยนต์มีตลาดที่กว้างขวางมากขึ้นมีผู้ต้องการใช้มากขึ้น และมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสมัยนิยมมากขึ้น การแข่งขันของค่ายผลิตรถยนต์ต่าง ๆ ก็มีการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของตนมากขึ้นด้วย และในขณะที่การบริการขนส่งมวลชนของรัฐบาลมีไม่พอเพียง จึงก่อให้เกิดเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ต้องการมีรถยนต์ส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น รถยนต์นอกจากจะมีบทบาทหลักในการเป็นพาหนะ

อำนวยความสะดวกแก่มนุษย์แล้วรถยนต์ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตขึ้นด้วย นอกจากนี้รถยนต์ยังเป็นตัวบ่งบอกฐานะของผู้เป็นเจ้าของอีกด้วย

รถยนต์มือสองหรือรถยนต์ใช้แล้ว เข้ามามีบทบาททดแทนรถยนต์ใหม่ ซึ่งนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่หาซื้อรถยนต์ไว้ในครอบครัวได้ในราคาที่เพียงพอกับรายได้ ตลาดรถยนต์มือสองหรือรถยนต์ใช้แล้ว จึงได้รับความสนใจและมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นต่อไปได้อีก แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศจะตกต่ำหรือผันผวนไปเพียงใดก็ตาม แต่ความต้องการในการเดินทางเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนไทยโดยเฉพาะในภาวะที่เศรษฐกิจดีขึ้น ก็มีการแข่งขันทางธุรกิจด้านนี้มากขึ้น ดังนั้น ความจำเป็นในการใช้รถยนต์จึงทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นตามลำดับ ผสมกับความจำเป็นด้านความมีหน้าตาในสังคม ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปหันมาซื้อรถยนต์กันมากยิ่งขึ้น ซึ่งเห็นได้จากโฆษณารถยนต์ที่แข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ

ตลาดรถยนต์มือสอง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ๆ เกิดขึ้นเสมอ และมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กลยุทธ์ทางการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ สามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์การที่วางไว้อย่างได้ผล และยังคงเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้น ผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องรู้ข้อมูลความต้องการขององค์การ พฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การขายและบริการ รวมทั้งการบริหารจัดการเพื่อสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงประเด็น ฉะนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรู้และเข้าใจถึงปัจจัยการตลาดอันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน

ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เช่น ปรับกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มือสอง ตลอดจนการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการโดยภาพรวมให้ประสบผลสำเร็จต่อไปในอนาคตรวดเร็ว

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ผลวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการทางด้านรถยนต์มือสอง เพื่อนำผลวิจัยที่ศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด และส่งเสริมการตลาดรถยนต์มือสองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกัน
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

รถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกัน

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกัน

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกัน

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกัน

#### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าที่ซื้อรถยนต์มือสองของ บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำนวน 150 คน ระหว่างเดือน ธันวาคม 2565 ถึง เดือน มิถุนายน 2566 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Selection ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครซี (Krejcie) และมอร์แกน (Morgan) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 108 คน เป็นผู้ชาย 68 คน เป็นผู้หญิง 40 คน

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด

2. ทราบถึงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด

3. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า

4. ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อ-ขายรถยนต์มือสอง ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคได้ เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนให้กับธุรกิจซื้อ-ขายรถยนต์มือสองให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

5. ผู้บริโภค ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคได้มองถึงปัจจัยในเรื่องใดบ้าง เช่น วิธีการเลือกซื้อรถยนต์มือสองสภาพดี ราคาที่ซื้อ-ขาย ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับราคาเท่าไร ฯลฯ เพื่อที่ตนจะได้นำไปพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค

รถยนต์มือสอง หมายถึง รถที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว โดยไม่รวมถึงจำนวนคนใช้มาแล้วก็คนที่เรียกรถยนต์มือสอง

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงามมีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนังตรา

ยี่ห้อ มีภาพลักษณ์ดี มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน

ด้านราคา หมายถึง เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ลูกค้าจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อขายที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ เงินดาวนั้นมีหลายอัตราให้เลือก ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่นการให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางสร้างจากลูกค้าทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้ว จนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้แต่ถ้าไม่สามารถจะซื้อได้อย่างสะดวก ส่วนใหญ่ก็จะเลิกล้มความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ต้องใช้พนักงานขาย เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ

ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานขายหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยคุณลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลเหล่านี้ ได้แก่ บุคลิกภาพ ความรู้เกี่ยวกับ

รถยนต์ ความจริงใจ มนุษย์สัมพันธ์ และการใส่ใจในการให้บริการ พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ พนักงานอภัยยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการพนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง

ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง กระบวนการอันเป็นขั้นตอนในการขาย ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า การให้ข้อมูล การบริการหลังการขาย วิธีการชำระเงิน และการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย มีความรวดเร็วในการให้บริการมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอนมีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของสถานประกอบการรถยนต์ใช้แล้ว ได้แก่ พื้นที่การให้บริการ การตกแต่งสถานที่สำหรับลูกค้า รวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาดตกแต่งสวยงามทันสมัยศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้ามีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ

#### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าที่ซื้อรถยนต์มือสองของ บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำนวน 150 คน ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2565 ถึง เดือน ธันวาคม 2565 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Selection ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครซี่ (Krejcie) และมอร์แกน (Morgan) ได้

ขนาดตัวอย่างจำนวน 108 คน เป็นผู้ชาย 68 คน เป็นผู้หญิง 40 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากประชาชนที่ซื้อรถยนต์มือสองจำนวน 150 คน ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2565 ถึงเดือน ธันวาคม 2565 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 108 คน เป็นชาย 68 คน เป็นหญิง 40 คน

2. นำข้อมูลของแบบสอบถาม ไปลงตารางโปรแกรมสำเร็จรูป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด เป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating scale) โดยกำหนดเกณฑ์การประมาณค่าดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และค้นคว้า จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการร่างเป็นแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำร่างแบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง ถ้ามี ข้อแก้ไข ดำเนินตามคำแนะนำ หลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเป็นแบบสอบถาม

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ (Try out) กับลูกค้าไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.75

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ใช้การหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองจำแนกตามเพศ โดยการทดสอบค่า (t-test Independent)

2. เปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในแต่ละด้านจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทำการเปรียบเทียบรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่าง โดยใช้ Post Hoc

Procedures เพื่อระบุว่ามีความแตกต่างกัน

#### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป และได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 62.96 เป็นเพศหญิง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 36 - 45 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.82 มีอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.89 และน้อยที่สุดมีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37 รองลงมาจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 43.52 และน้อยที่สุดจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.22 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.23 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001 – 80,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.59 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 80,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 56.48 รองลงมาประกอบอาชีพอาชีพส่วนตัว/รับจ้าง/อื่น ๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.15 และน้อยที่สุดประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.37

ตอนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.91$ ,  $S.D.=0.212$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด มากกว่าด้านอื่น ( $\bar{X}=4.22$ ,  $S.D.=0.321$ ) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}=4.15$ ,  $S.D.=4.15$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}=3.96$ ,  $S.D.=0.377$ ) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ( $\bar{X}=3.94$ ,  $S.D.=0.505$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{X}=3.93$ ,  $S.D.=0.307$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}=3.66$ ,  $S.D.=0.474$ ) ตามลำดับ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำกัดน้อยที่สุด ( $\bar{X}=4.22$ ,  $S.D.=0.321$ )

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.66$ ,  $S.D.=0.474$ ) เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ ( $\bar{X}=4.31$ ,  $S.D.=0.888$ )

รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องมีระบบความปลอดภัยดีน่าเชื่อถือ ส่วนประเด็นคำถามเรื่องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ในด้านนี้น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันหรืออื่น ส่วนประเด็นคำถามเรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ในด้านนี้น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องมีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ ส่วนประเด็นคำถามเรื่องป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่ายกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้ น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ด้าน

การส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าเรื่องมีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้า บริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องการจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ ส่วนประเด็นคำถามเรื่องมีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องพนักงานให้บริการบริการอย่างเป็นระบบเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องพนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี ส่วนประเด็นคำถามเรื่องพนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้องกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องมีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย ส่วนประเด็นคำถามเรื่องมีการโทรติดต่อ



ลูกค้า แรงความคับหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้น้อยที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้มากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมาคือประเด็นคำถามเรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ส่วนประเด็นคำถามเรื่องภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาดตกแต่งสวยงาม ทันสมัย กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดในด้านนี้น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุก ๆ ด้าน ยกเว้นด้านราคา

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่องรูปลักษณะภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม ส่วนด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านราคา เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่อง ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ เงินดาวน์มีหลายอัตราให้เลือก และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่องที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ บ้ายแสดงข้อมูลศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจน สังกะต่ง่ายการให้ข้อมูลและข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่องมีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น

มอเตอร์ไซค์ และการจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ซิงโคร/แจกของขวัญ ส่วนด้านบุคลากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ด้านบุคลากร เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่องพนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ พนักงานอริยาไยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความ ต้องการ และพนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกประเด็นคำถามเรื่องมีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน เป็นลำดับขั้นตอน มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา และมีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นการตัดสินใจซื้อรถมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะเรื่องภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาดตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยอภิปรายได้ว่าค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด มากกว่าด้านอื่นโดยเฉพาะเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พันธศักดิ์ จินดามัย (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง

ของผู้บริโภค ในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองและอิงอร ชัยยันต์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะเรื่องมีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ ด้านกระบวนการให้บริการโดยเฉพาะเรื่องมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะเรื่องมีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านบุคลากรโดยเฉพาะเรื่องพนักงานให้บริการบริการอย่างเป็นระบบ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม ตามลำดับ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด น้อยที่สุดโดยเฉพาะเรื่องป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย

จากการการทดสอบสมมติฐานอภิปรายได้ว่าการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุก ๆ ด้าน ยกเว้นด้านราคา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มี

ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

#### 1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องเน้นการจัดหารถมือสองที่มีรูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงามมีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่นเบาะหนังตรายีห้อมีภาพลักษณ์ดี มีระบบความปลอดภัยดีน่าเชื่อถือใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน

1.2 ด้านราคา ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีการกำหนดราคารถมือสองที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับเงินดาวน์มีหลายอัตราให้เลือกตลอดจนการให้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ที่เหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีนโยบายกำหนดให้มีจำนวนศูนย์จัดจำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศและเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายทาง online ซึ่งมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน

1.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีนโยบายกำหนดให้มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น

มอเตอร์ไซค์ให้มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ การสนับสนุนการขายผ่านทางช่องทาง Online

1.5 ด้านบุคลากร ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีนโยบายกำหนดให้พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ พนักงานอธยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานพาคม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการพนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีนโยบายกำหนดให้มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย มีความรวดเร็วในการให้บริการมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน เป็นลำดับขั้นตอนมีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา

1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้บริหารของบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ต้องมีนโยบายกำหนดให้ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาดตกแต่งสวยงามทันสมัยศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้ามีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ

## 2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาเรื่องการตลาดตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ควรมีการศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของพนักงานร่วมด้วย เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

2.2 ในการศึกษาเรื่องการตลาดตัดสินใจซื้อรถมือสองของลูกค้า บริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มีต่อการทำงานของพนักงานบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด เพิ่มเติมด้วย

3. ควรมีการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท เอพี ออโต้ มาสเตอร์ จำกัด เพิ่มเติม เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานต่อไป

4. ควรมีการศึกษาถึงความสำคัญของตลาด Online ที่มีผลกระทบต่อการทำตลาดของสินค้ารถยนต์มือสอง โดยการเปรียบเทียบยอดขายรถยนต์มือสองที่มียอดขายจากผู้ซื้อ Online และแบบ Offline

เอกสารอ้างอิง

กันยา สุวรรณแสง. (2532). จิตวิทยาทั่วไป.

กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

เกรียงศักดิ์ สุไพบุลย์พิพัฒน์ (2546). ปัจจัยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าบริษัท สินการยนต์ จำกัด. การค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จุรี ทรัพย์ปัญญากุล. (2545). พฤติกรรมทางเลือก

ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค.

กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฐพล ศรีไทย. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ ของลูกค้าใน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

- ศรีอยุธยา.  
ถวิล ธาราโกชน. (2532). จิตวิทยาสังคม.  
กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.  
ทวีศักดิ์ กุศลธรรมรัตน์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร. การ  
ค้นคว้าอิสระการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิต  
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.  
ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรม  
ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์.  
พันธ์ศักดิ์ จินตามัย. (2549). ความต้องการและ  
ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือ  
สองของผู้บริโภคในทัศนะของผู้ประกอบ  
การธุรกิจรถยนต์มือสอง. วิทยานิพนธ์ คุ  
ศาสตร  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต. (ธุรกิจอุตสาหกรรม).  
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.  
ฟิลิป คอตเลอร์. (2541). การบริหารการตลาด. แปล  
โดย ภาควิชาการ คู่แข่ง บิสซิเนส สจูล.  
กรุงเทพฯ: Simon and Schuster.  
เรวัตร์ ชาตวิศิษฎ์. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์.  
กรุงเทพฯ: อินเฮาส์โนว์เวส.  
วัลดา ปัญญาสถาพร. (2546). ปัจจัยที่มี  
ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์  
นั่งใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด  
ขอนแก่น. ปริญ ญา นี พ น ธ์ ศ .  
ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). ขอนแก่น: บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค.  
กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์.  
กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาด.  
กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแสง.  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2543). หลักการ  
ตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.  
สมจิตร์ ล้วนจาเจริญ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค  
ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.  
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุค  
ใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.  
สุนิสา วิลัยรักษ์ และสุปัญญา วิลัยรักษ์. (2538).  
หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ:  
พี.เอ.ลีฟวิ่ง.  
สุชิน นะตาปา. (2541). หลักการตลาด.  
กรุงเทพมหานคร : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.  
สุชัย ไตรโลกา. (2547). ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัย  
ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของ  
ลูกค้าบริษัท วจักรยนต์ จำกัด สาขา  
พหลโยธิน. สารนิพนธ์การศึกษา  
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาธุรกิจศึกษา,  
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ.  
เสรี วงษ์มณฑา (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรม  
ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซ  
เท็กซ์.  
อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค.  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.  
อิงอร ชัยยันต์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความ  
ต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคใน  
เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศ.ม.  
(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ:  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ.  
เอกศิลป์ รุจิระกำจรชัย. (2548). ปัจจัยที่มี

---

ความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรถยนต์นั่ง  
ขนาดเล็กของคนวัยทำงานในเขต  
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.  
ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ