

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ของผู้บริโภคนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ของผู้บริโภคนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ของผู้บริโภคนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภค โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชาชนผู้มาที่ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 246 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ LSD. ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่โดยรวมทั้ง 6 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคนที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ยี่ห้อของรถที่ต้องการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคนที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ ราคาารถที่ตัดสินใจซื้อต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัย มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ผลดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่โดยรวมทั้ง 6 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากตราสัญลักษณ์และรุ่นของรถที่ออกจำหน่าย การออกแบบภายในและนอก และ อุปกรณ์มาตรฐานด้านความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมเกียรติ งามพาณิชย์ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าสำหรับปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคคือระบบความปลอดภัยของรถ และการออกแบบรูปทรงสวยงาม

1.2 ด้านราคา ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ระยะเวลาในการผ่อนชำระมีความเหมาะสม ค่าบำรุงรักษาและค่าซ่อมแซมมีความเหมาะสม และ ราคาขายต่อในราคามือสองมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉัตรชัย เศรษฐพิยานนท์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีโชว์รูมใกล้บ้าน มีโชว์รูมในศูนย์การค้า มีการตกแต่งโชว์รูมสวยงาม มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ และมีสถานที่การจำหน่ายผ่านตัวแทน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉัตรชัย เศรษฐพิยานนท์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการแถมประกันภัยชั้น 1 มีการให้ส่วนลดในการเข้ารับบริการ มีการให้ทดลองขับ และการผ่อนชำระแบบไม่มีดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉัตรชัย เศรษฐพิยานนท์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์

1.5 ด้านบุคลากรให้บริการ ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานแต่งกายเรียบร้อย มารยาทของพนักงาน และความมีน้ำใจของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการ เป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุก

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริโภคมีทัศนใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากให้ข้อมูลชัดเจน ให้ความเอาใจใส่ลูกค้า และ รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ผดุงศิลป์ แสงเพชร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุก

2. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เลือกซื้อ พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ยี่ห้อของรถที่ต้องการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ ราคารถที่ตัดสินใจซื้อ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่แตกต่างกัน เนื่องจาก

2.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

2.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากรให้บริการ ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

2.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากรให้บริการ ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

2.4 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันทุกด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาแตกต่างกัน

2.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงฤทัย นาคจินดา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน

2.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านราคา และ ด้านบุคลากรให้บริการ ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงฤทัย นาคจินดา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ด้านราคาและด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกัน

2.7 ผู้บริโภคที่ต้องการรถยี่ห้อต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงฤทัย นาคจินดา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ต้องการรถยี่ห้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ด้านราคาแตกต่างกัน

2.8 ผู้บริโภคที่มีการตัดสินใจซื้อรถในราคาที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันทุกด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงฤทัย

นาคจินดา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่ต้องการรถยี่ห้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขนาด 1 ตัน ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะให้ศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรสร้างความน่าเชื่อถือของตรายี่ห้อและรุ่นของรถที่ออกจำหน่าย การออกแบบภายในและนอก และ อุปกรณ์มาตรฐานด้านความปลอดภัย ลูกค้ายต้องการรถกระบะขนาดเล็ก และ ควรทำเป็นเครื่องเบนซิน

1.2 ด้านราคา ควรปรับให้รถมีราคาที่เหมาะสม เงินดาวน์และอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และ ค่าบำรุงรักษาและค่าซ่อมแซมมีความเหมาะสม

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มโชว์รูมให้มีจำนวนมากขึ้น มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ และมีสถานที่การจำหน่ายผ่านตัวแทน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการลดราคาขายของรถยนต์ มีการแถมประกันภัยชั้น 1 และ การผ่อนชำระแบบไม่มีดอกเบี้ย

1.5 ด้านบุคลากรให้บริการ ควรมีพนักงานเพียงพอกับการให้บริการ พุดจาไพเราะ แต่งกายเรียบร้อย และ ศูนย์จำหน่ายควรมีการติดตามดูแลและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย และ ให้ข้อมูลชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาร้อยต่อไป

2.1 ควรศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดอื่น ๆ เฉพาะเป็นรายด้าน เช่น ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ได้ผลการวิจัยในเชิงลึกและนำไปประยุกต์ใช้ในศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้อย่างมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่ (กระบะ 1 ตัน) เพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในศูนย์จำหน่ายรถบรรทุกใหม่นั้น ๆ