องค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล*

Elements of Making Decision in Choosing Motorcycles from Auction Company

ขวัญชัย สิทธิรัตน์ (Kwanchai Sittirat)**
ธีระวัฒน์ จันทึก (Thirawat Chuntuk)***

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประยุกต์เทคนิคการวิจัยอนาคต EDFR สำหรับพัฒนาองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน โดยนำผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (EDFR รอบ1) เป็นแนวโน้มนำไปสร้างแบบสอบถาม (EDFR รอบ2) แล้วนำแนวโน้มจากผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละข้อ ที่มีความเป็นไปได้ในระดับมากและมากที่สุด มาสรุปเป็นเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล คิดว่าบุคลากรและผู้ร่วมประมูลไม่ส่งผลต่อการซื้อ เพราะผู้ประมูลเป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อ โดยผู้ประมูลต้องการเงินทุนในการซื้อ และเรื่องเอกสารและสัญญาต้องการความถูกต้องครบถ้วน ด้านปัจจัยกระบวนการผู้ประมูลมีความเห็นว่าวิธีการประมูลแบบปัจจุบันโดยการใส่กล่องราคา แต่ต้องการให้กำหนดเวลาในการประมูล เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการประมูล ด้านปัจจัยผลผลิตผู้ประมูลมีความต้องการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่มีเลขไมล์น้อย เพราะการใช้งานของรถจักรยานยนต์น้อยและสภาพดี ด้านการส่งมอบผู้ประมูลต้องการให้มีระบบขนส่งหลังจากได้ทำการประมูลรถจักรยานยนต์มือสองแล้ว และต้องการความรวดเร็วในการออกเอกสารรับรถจักรยานยนต์มือสอง

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, รถจักรยานยนต์, บริษัทประมูล

---

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล

** นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student's Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University. E-mail: nong_firstfy@hotmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assistant Professor at Faculty of Management Science, Silpakorn University.

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

Abstract

The purpose of research is to study decision in choosing second-hand motorcycles from motorcycle auction centres, using EDFR. Researcher interviewed 17 professional persons auctioneers on the topic of "Development for Making Decision in Choosing Second-hand Motorcycles from Auction Company Centre" and used an EDFR questionnaire as a tool.

The result of this study found that all the auctioneers have the same answers both from the interview and the questionnaire has found that personnel and other auctioneers have no influences in making the decision. The auctioneer himself make his own decision and there is a need of the capital. Also, the documents and contracts must be completed and correct. For the procedure , the auctioneers have agreed that putting prices a box is already practical. but there should be a time limitation, for the faster and more convenient process. For the product faster, auctioneers desire to get the motorcycles with a lower number of mileage used due to the better condition and little usage. For the shipping system, auctioneers need a transportation from the centers of for the auction is finished and desire to have fast process in releasing documents of each motorcycles.

Keyword: Decision, Motorcycles, Auction Company

บทนำ

จากสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งมีสาเหตุจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศกำลังชะลอตัวลงสาเหตุหลักที่ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวลงได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นหรือราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้นราคารถจักรยานยนต์ในประเทศก็สูงขึ้นและแม้แต่ความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศเองก็เป็นสาเหตุให้เศรษฐกิจชะลอตัวลงได้ซึ่งจากสาเหตุดังกล่าวมีผลกระทบทำให้ผู้บริโภคต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยมีการพิจารณาไตร่ตรองถึงกำลังในการซื้อเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในสินค้าดังนั้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคก็จะส่งผลกระทบแบบลูกโซ่ต่ออุตสาหกรรมผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ตามไปด้วย (พันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ, 2547) ซึ่งในปัจจุบันรถจักรยานยนต์มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน เนื่องจากรถจักรยานยนต์ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางมากกว่ายานพาหนะแบบอื่นๆโดยเฉพาะการเดินทางภายในเมืองที่การจราจรแออัด เนื่องจากรถจักรยานยนต์มีขนาดที่เล็กเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว ยิ่งในชั่วโมงเร่งด่วนที่เราต้องเร่งรีบ ซึ่งรถจักรยานยนต์มีความสามารถในการคล่องตัวในกรณีที่การจราจรติดขัด (วิชยา ตั้งมีลาภ, 2556)

จะเห็นได้ว่ารถจักรยานยนต์ ความจำเป็นของคนในปัจจุบัน เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของทุกคนในครอบครัว ในครอบครัวส่วนใหญ่จึงต้องมี "รถจักยานยนต์" การใช้รถจักรยานยนต์ของชาวบ้านส่วนใหญ่ใช้ในถนน ซอยตามหมู่บ้าน ไว้ขับขี่ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่ วัยผู้ใหญ่ และวัยรุ่น และนักเรียนนักศึกษาทั่วไป สำหรับวัยรุ่น

นักเรียน นักศึกษา รถจักรยานยนต์ยังเป็นมากกว่าพาหนะในการเดินทาง เพราะนอกจากใช้ขับขี่ไปเรียน ‘รถจักยานยนต์’ ยังเป็นส่วนประกอบหนึ่งของชีวิตทางสังคม ตั้งแต่เป็นเครื่องมือที่ทำให้สามารถพาตัวเข้ากับกลุ่มเพื่อนหรือร่วมกิจกรรมทาง เป็นเครื่องแก้ความเบื่อ ความเหงาต่างๆ (ศิริพร สนามทอง, 2555 ออนไลน์) เนื่องจากเป็นช่วงเปิดเทอมของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่างๆทั่วประเทศ ซึ่งถือนักเรียนนักศึกษาว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง จึงทำให้มีความต้องการซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากจักรยานยนต์มือสองในปัจจุบันนี้มีคุณภาพดีและราคาประหยัด นอกจากนักเรียนนักศึกษาแล้วยังมีกลุ่มลูกค้าภาคการเกษตรที่เก็บเกี่ยวแล้วและเกษตรกรมีรายได้และมีกำลังซื้อจักรยานยนต์สำหรับใช้งานต่าง ๆ จึงทำให้ตลาดรถจักรยายนต์มือสองเริ่มมีโอกาสในการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องสาเหตุที่ทำให้ตลาดจักรยานยนต์มือสองเริ่มกลับมาคึกคักอีกครั้งเนื่องจากปัจจัยด้านราคาและคุณภาพที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ โดยเฉพาะราคาจักรยานยนต์มือสองจากการประมูลในช่วงที่ผ่านมาราคาในการประมูลไม่ได้สูงนัก ทำให้ระดับราคาจากการประมูลในปัจจุบันค่อนข้างต่ำ และจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และคาดว่าแนวโน้มของราคาประมูลจักรยานยนต์ในตลาดจักรยานยนต์มือสองเพิ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก ในช่วงที่ผ่านมากลุ่มผู้ซื้อรายย่อยหรือผู้ซื้อใช้เองเริ่มมีความต้องการซื้อที่รถจักรยานยนต์มือสองสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเน้นเรื่องราคาที่ประหยัดกว่าและคุณภาพที่ใกล้เคียงรถใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ตลาดประมูลรถมอเตอร์ไซค์มือสองมีแนวโน้มที่จะสดใสขึ้น (เอกพิทยา เอี่ยมคงเอก , 2555 ออนไลน์)

ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการพัฒนาองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล ภายใต้การประยุกต์เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR เพื่อนำเสนอข้อมูลเนื่องจากผลการศึกษาจำทำให้ทราบถึงความต้องการและปัจจัยในการเลือกประมูลรถจักรยานยนต์ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อประยุกต์เทคนิคการวิจัยอนาคต EDFR สำหรับศึกษาองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

คำถามในการวิจัย

อะไรคือองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

ขอบเขตงานวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)
2. ด้านปัจจัยกระบวนการ (Process)
3. ด้านปัจจัยผลผลิต (Output)
4. ด้านปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง โดยเลือกผู้เชี่ยวชาญเป็นบุคคลที่อยู่ในวงการประมูลรถจักรยานยนต์ จำนวน 17 คน ตามที่โทมัส แมคมิลแลน (Thomas T.Macmillan) เสนอว่า ถ้าใช้ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนมากกว่า 17 คนขึ้นไป อัตราความคลาดเคลื่อนจะยิ่งลดน้อยลง ผู้วิจัยแบ่งผู้ให้ข้อมูลหลักออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ทำการจัดการประมูลรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลจำนวน 2 คน โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นผู้ที่มีบทบาท หน้าที่ ในการประมูลรถจักรยานยนต์มือสอง2) ผู้จัดการในการประมูลรถจักรยานยนต์มือสอง 3) มีประสบการณ์ในการจัดประมูลรถจักรยานยนต์มือสองไม่ต่ำกว่า 5 ปี

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ทำการประมูลรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลในส่วนของร้านค้า จำนวน10 คน โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นผู้มีประสบการณ์การในการประมูลรถจักรยานยนต์มือสองไม่ต่ำกว่า 5 ปี 2) เป็นผู้ที่เคยร่วมการประมูลรถจักรยานยนต์มือสอง3) เป็นเจ้าของบริษัทหรือร้านขายรถรถจักรยานยนต์มือสอง

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ทำการประมูลรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลในส่วนของของบุคคลทั่วไป จำนวน 5 คน โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นผู้ที่ต้องการประมูลรถรถจักรยานยนต์มือสองนำไปใช้งานเอง 2) เป็นผู้ที่เคยร่วมการประมูลรถจักรยานยนต์มือสอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล
2. งานวิจัยอนาคต EDFR สำหรับศึกษาองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล” ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา ดังต่อไปนี้

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540, หน้า 187) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการคือ การชั่งใจ ไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดาเนินงานที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่งจากหลายๆทางเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ศิริวรรณ และคณะ (2545: 107-121) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

เกณฑ์ หมายถึง หลักที่กำหนดไว้ เช่น อายุเข้าเกณฑ์ หลักวินิจฉัย เช่น ถือความรู้เป็นเกณฑ์ ส่วน “การพัฒนา” นั้น หมายถึง การทำให้เจริญ เพาะฉะนั้น คำว่า “การพัฒนาเกณฑ์” จึงหมายถึง การทำให้หลักที่กำหนดไว้เจริญก้าวหน้าขึ้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

จุมพล พลูภัทรชีวิน (2548) เป็นเทคนิควิธีการวิจัยอนาคตที่ตอบสนองจุดมุ่งหมายและความเชื่อพื้นฐานของการวิจัยอนาคตมากที่สุดวิธีหนึ่งในปัจจุบัน ซึ่งเป็นเทคนิคการวิจัยที่รวมเอาจุดเด่นหรือข้อดีของเทคนิค EFR และเทคนิค Delphi เข้าด้วยกัน โดยหลักการเทคนิค EDFR คล้ายๆ กับเทคนิค Delphi เพียงแต่มีการปรับปรุงวิธีให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมมากขึ้น

ปฏิพัทธ์ พันธุบรรยงก์กุล (2554) วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติก ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่” การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติกของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติกของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงพรรณนาและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่าเห็นด้วยกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติก ทุกๆด้านมีระดับความคิดเห็น “เห็นด้วย” โดยแยกเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการออกแบบ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

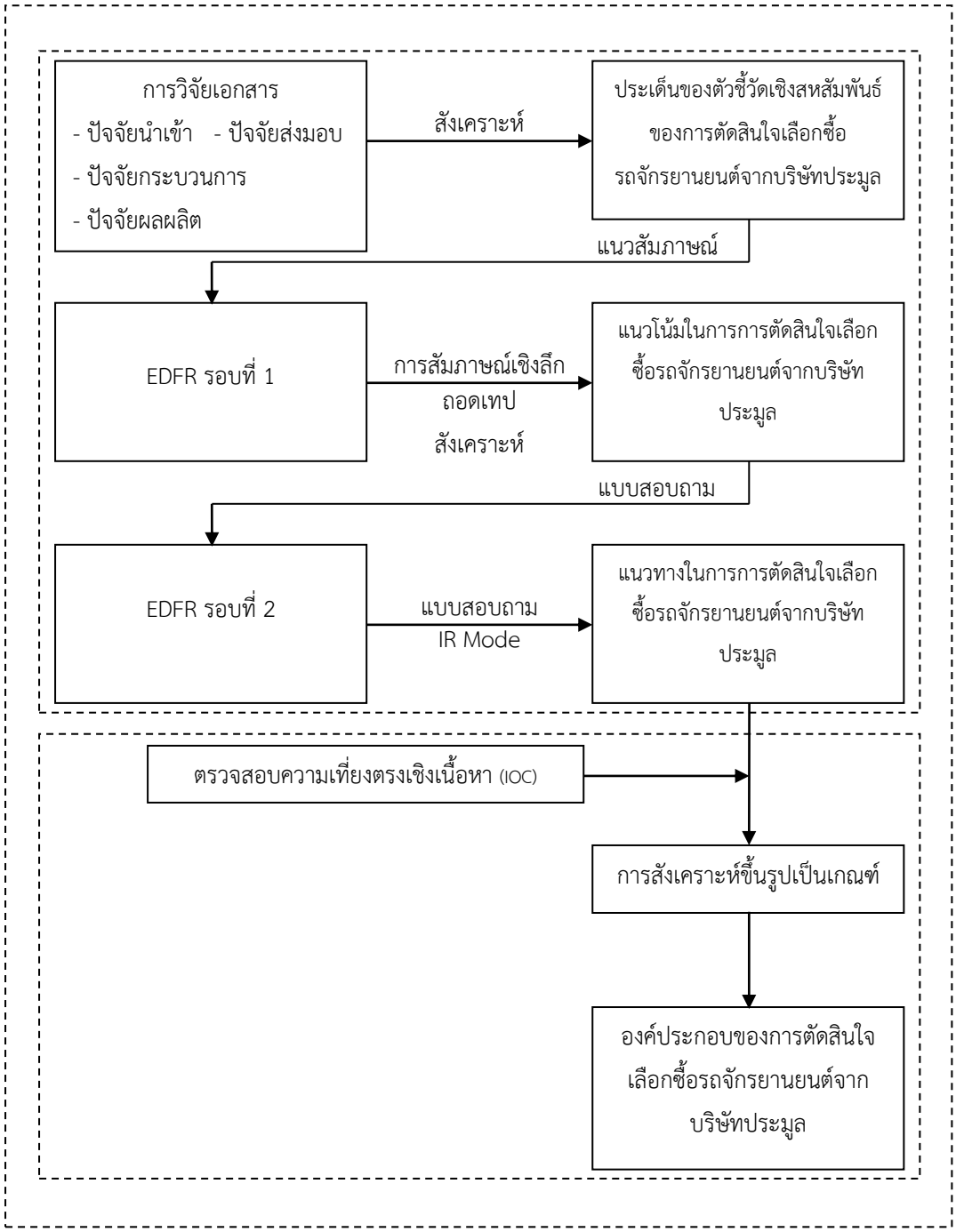
รณกร เงินวิเชียร (2555) วิจัยเรื่อง“การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่าของลูกค้า บริษัทคลินิกยานยนต์ จำกัด” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าของลูกค้าบริษัทคลินิกยานยนต์ จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าของลูกค้าบริษัทคลินิกยานยนต์ จำกัด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่ประมาณ 40-49 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการวิเคราะห์ภาพรวมระดับการตัดสินใจในการซื้อรถอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าระดับที่มากที่สุดมี2ด้านได้แก่ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และระดับปานกลางมี3ด้านได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการรับรูปถึงความต้องการ ด้านพฤติกรรมหลังการขาย

วิชยา ตั้งมีลาภ (2556) วิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของจังหวัดเชียงใหม่” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้วิธีวิจัยเชิงพรรณนา และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่คือ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40,000 อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมพบว่ารถที่ได้รับความนิยมที่สุดคือรถบิ๊กไบค์ประเภทสปอร์ต 800-1000cc. ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมคือ Kawasaki ราคาอยู่ในช่วง 150,000-350,000 บาท สถานที่ที่เลือกซื้อมากที่สุดคือตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อ อิทธิพลที่มีผลต่อการซื้อคือ ตนเอง ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้าน

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของยี่ห้อรถ ด้านราคา คือมีให้เลือกหลายราคา ด้านการจัดจำหน่าย คือ คำนึงถึงศูนย์บริการ ด้านส่งเสริมการขาย คือ คำนึงถึงของที่แจกด้านอุปกรณ์ป้องกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งแรก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งที่สองกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มเดิม โดยมีวิธีการดำเนินการขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1

การวิจัยเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยได้คัดเลือกเอกสารที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาวิเคราะห์ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นความจริง (authenticity) ใช้วิธีการสอบถามหรือตรวจสอบข้อมูลจากหน่วยงานราชการมีความน่าเชื่อถือ (credibility) ไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือนไปจากความเป็นจริงเป็นตัวแทนทางข้อมูล (representativeness) ให้กับข้อมูลเอกสารประเภทเดียวกันได้หรือไม่เป็นตัวแทนของประชากรได้หรือไม่ และสุดท้ายเอกสารต้องมีความหมาย (meaning) มีความชัดเจน เข้าใจง่าย พิจารณาข้อมูลเพื่อตีความข้อเท็จจริง สรุปสาระสำคัญ และตีความหมายแฝงที่ซ่อนอยู่ ผู้วิจัยได้วิจัยเอกสารเกี่ยวกับด้านปัจจัยนำเข้า ด้านปัจจัยกระบวนการ ด้านปัจจัยผลผลิต และด้านปัจจัยการส่งมอบ เพื่อนำมาสร้างแนวสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนการสัมภาษณ์หรือ EDFR รอบที่ 1

ผู้วิจัยส่งหัวข้อการสัมภาษณ์ให้ผู้ให้ข้อมูลหลักศึกษาล่วงหน้าก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ ลักษณะคำถามเป็นปลายเปิดและไม่ชี้นำ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้ คือ แนวสัมภาษณ์ (EDFR รอบที่ 1) มีแนวสัมภาษณ์ประเด็นหลักทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)
2. ด้านปัจจัยกระบวนการ (Process)
3. ด้านปัจจัยผลผลิต (Output)
4. ด้านปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แยกประเภทความคิดเห็นที่เหมือนหรือแตกต่างกัน จัดประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันไว้ในกลุ่มเดียวกันจึงได้แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลเพื่อไปสร้างแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการทำ EDFR ครั้งที่ 2

ขั้นตอนการทำ EDFR รอบที่ 2

เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเทคนิค EDFR รอบที่ 2 โดยการนำแบบสอบถามให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตรวจสอบอีกครั้ง แล้วพิจารณาตอบคำถามแนวทางการพัฒนาที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเคยให้ไว้จากการสัมภาษณ์เพื่อเป็นการยืนยันคำตอบเดิม

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ระหว่างควอไทล์ที่ 1 กับควอไทล์ที่ 3

ขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index Of Item Objective Congruence : IOC)

เมื่อผู้วิจัยได้แนวการพัฒนาเกณฑ์**การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล** มาจากกระบวนการ EDFR แล้ว จะนำมาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยวิเคราะห์เนื้อหาว่าสามารถเป็นเกณฑ์การเลือกที่เหมาะสมได้หรือไม่ โดยให้ผู้เชียวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบทดสอบเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับจุดประสงค์การเรียนรู้

ขั้นตอนการสังเคราะห์ขึ้นรูปองค์ประกอบ

เมื่อผู้วิจัยได้แนวทางการพัฒนาเกณฑ์เมื่อผู้วิจัยได้แนวการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล มาจากกระบวนการ EDFR แล้วนั้นก็นำมาเรียบเรียงและสังเคราะห์ขึ้นรูปเป็นองค์ประกอบที่เหมาะสม ที่จะกลายเป็นเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

ผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1

ผลการวิจัยเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยได้คัดเลือกเอกสารที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาวิเคราะห์ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นความจริง (authenticity) ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ว่าเอกสารมีการให้ข้อมูลที่แท้จริงหรือไม่ อาจใช้วิธีการสอบถามหรือตรวจสอบข้อมูลจากหน่วยงานราชการเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือและพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้มาสอดคล้องกับช่วงเวลาที่มีการบันทึกเอกสารหรือไม่ ยิ่งไปกว่านั้นเอกสารควรมีความน่าเชื่อถือ (credibility) ไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือนไปจากความเป็นจริง ไม่มีการสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนมากจนเกินไป ต่อมาเอกสารควรเป็นตัวแทนทางข้อมูล (representativeness) ระดับแรกผู้วิจัยควรพิจารณาว่าเอกสารนั้นเป็นตัวแทนให้กับข้อมูลเอกสารประเภทเดียวกันได้หรือไม่ ระดับที่สองข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นตัวแทนของประชาการได้หรือไม่ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ และสุดท้ายเอกสารต้องมีความหมาย (meaning) ผู้วิจัยควรคัดเลือกเอกสารที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย พิจารณาข้อมูลเพื่อตีความข้อเท็จจริง สรุปสาระสำคัญ และตีความหมายแฝงที่ซ่อนอยู่โดยในการวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล” นั้น ผู้วิจัยได้วิจัยเอกสาร (documentary research) โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) ปัจจัยกระบวนการ (Process) ปัจจัยผลผลิต (Output) และปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)

ผลการถอดเทปสัมภาษณ์ EDFR รอบที่ 1

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการจัดการประมูลรถจักรยานยนต์มือสอง จำนวน 2 คน 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการประมูลรถจักรยานยนต์มือสองในส่วนของร้านค้า จำนวน 10 คน 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการประมูลรถจักรยานยนต์มือสองในส่วนของของบุคคลทั่วไปจำนวน 5 คน ดังนั้นผู้วิจัยขอนำเสนอคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

ด้านปัจจัยนำเข้า

“บุคลากรเหล่านี้มีประโยชน์ต่อทางร้านเราเป็นอย่างมาก เพราะพวกเขาเหล่านี้จะเป็นผู้ช่วยที่คอยให้ความรู้ ให้คำชี้แนะ พร้อมทั้งคำแนะนำในการเลือกซื้อรถ ให้เหมาะสมกับความนิยมของตลาดในแต่ละช่วง ซึ่งจะช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจในการประมูลรถได้” (ปุญญพัฒน์ หลีอนุกูล, 2559)

“ในการประมูลรถในแต่ละครั้งนั้นหากเงินทุนเราเยอะ จะมีผลดีต่อการทำการประมูลครั้งนี้มากซึ่งอาจทำให้เรากล้าที่จะแข่งขันในการประมูล กล้าที่จะลงทุน กล้าที่จะเสี่ยงเพื่อให้ได้รถมาเยอะและเมื่อเรามีรถเยอะเราก็อาจได้ผลกำไรที่ตามมามากมายได้ ” (สานิต สิทธิรัตน์, 2559)

“ผู้เข้าร่วมประมูลก็เป็นตัวแปรที่สำคัญในการเลือกซื้อรถได้เช่นกัน ก่อนทำการประมูล ผู้ประมูลจะทำการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาด ความต้องการของลูกค้า และในเรื่องของการจะได้รถหรือไม่นั้นก็ต้องทำการแข่งขันกับผู้ประมูลรถเช่นกันเพื่อให้เราได้ซื้อรถนั้นมา” (สมชัย นรากรมังคลา, 2559)

“ในการประมูลรถในแต่ละครั้งหากการได้เอกสารและสัญญาซื้อขายที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์สะดวกรวดเร็วก็เท่ากับว่าเราได้ครอบครองเอกสารสิทธิ์นั้นอย่างเป็นที่เรียบร้อยถูกต้องแล้ว ไม่ต้องมารอเอกสารที่ล่าช้า หรือผิดพลาด หรืออาจต้องมีการทำการแก้ไข” (สมชัย นรากรมังคลา, 2559)

ด้านปัจจัยกระบวนการ

“วิธีการในการประมูลแบบใส่ราคาไว้ในกล่องที่วางไว้บนรถ ให้เวลาผู้ประมูลเลือกตรวจสอบสภาพรถ เช็คสภาพรถ ดูการใช้งานของรถที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว อย่างละเอียด ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีการที่ง่าย สะดวกรวดเร็วดี ผู้ประมูลมีเวลาตัดสินใจได้เอง ไม่ตื่นเต้น” (ปัญญา นิลโหมด, 2559)

“วิธีการในการประมูลแบบวิธีการ เขียนราคาแล้วใส่กล่องไว้ที่รถนั้นเป็นวิธีการที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว แต่ขอให้มีการปรับปรุงในเรื่องของการกำหนดเวลาในการประมูลให้ชัดเจน เวลาในการประมูลไม่ชัดเจนทำให้ต้องเสียเวลาในการรอ ” (สานิต สิทธิรัตน์, 2559)

“วิธีการประมูลแบบวิธีการ เขียนราคาแล้วใส่กล่องไว้ที่รถนั้นเป็นวิธีการที่ง่าย สะดวก รวดเร็วแต่วิธีการในการประมูลแบบการยกมือนั้น ผู้ประมูลมีความคิดเห็นโดยส่วนตัวว่าอาจมีการเกทับราคาในการประมูลรถกันได้หลายครั้งจนกว่าจะพอใจ” (ปุญญพัฒน์ หลีอนุกูล, 2559)

ด้านปัจจัยผลผลิต

“ทางผู้ประมูลจะเลือกสภาพรถที่ดีสวยงาม เลขไมล์น้อย ผ่านการใช้งานมาน้อย สภาพรถคงเดิมไม่มีการดัดแปลง ประมูลมาแล้วไม่ต้องทำการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมมากมายนัก ประมูลมาแล้วอาจขายต่อลูกค้าได้เลย” (ทวี ขันทอง, 2559)

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

“การตัดสินใจเลือกซื้อรถนั้น ทางผู้ประมูลต้องการรถ เลขไมล์น้อย ราคาไม่สูงมากนัก สามารถซื้อแล้วนำไปซ่อมนิดหน่อยขายได้เลย” (สนั่น เขียวไสว, 2559)

“ในการตัดสินใจเลือกซื้อรถนั้น ผู้ประมูลจะเลือกจากสภาพรถ เลขไมล์เน้นราคาไม่แพงมากนัก เนื่องจากในการซื้อรถ ถ้าซื้อรถราคาแพง จะทำให้เกิดการลงทุนสูงได้ อาจเสี่ยงกับภาวะเงินทุนจมอยู่รถที่ยังขายไม่ได้” (ปุญณิศา หนองน้อย, 2559)

ด้านปัจจัยการส่งมอบ

“การขนส่งในการประมูลตอนนี้ยังไม่มีระบบการขนส่งรถไปถึงมือลูกค้า จึงอยากแนะนำให้มีการขนส่งรถไปถึงร้านของผู้ประมูล เพื่อให้ผู้ประมูลได้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ไม่วุ่นวายไม่ต้องเป็นภาระในการรับรถ เมื่อประมูลเสร็จรอรับรถบ้านได้เลยถึงแม้อาจมีค่าใช้จ่ายบ้างก็ตาม” (สมชัย นรากรมังคลา, 2559)

“เหมาะสมดีแล้วแต่ควรปรับปรุงในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ประมูลนำรถไปใช้งานเอง เอกสารได้ครบถ้วน ถูกต้องสะดวก รวดเร็ว ผู้ใช้ได้มีความมั่นใจในการขับขี่บนท้องถนน” (ณัฐดนัย วิเศษไชยวงศา, 2559)

ผลการวิเคราะห์ EDFR รอบที่ 2

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการวิจัยแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล ด้านปัจจัยนำเข้า

ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)	ภาพอนาคต		มัธยฐาน	ฐานนิยม	Q3-Q1	แนวโน้มการพัฒนาเกณฑ์ที่เป็นไปได้	ความสอดคล้องของความเห็น
	A	B					
1) บุคลากรช่วยให้คำแนะนำเกี่ยวกับรถและรายละเอียดการซื้อ	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง
2) เงินทุนเยอะเลือกซื้อรถได้ในสภาพดี	100	0	5.0	5.0	0.0	มากที่สุด	สอดคล้อง
3) ตัดสินใจเลือกซื้อรถได้ด้วยตนเอง	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง
4) เอกสารถูกต้องสมบูรณ์	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิจัยแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล ด้านปัจจัยกระบวนการ

ด้านปัจจัยกระบวนการ (Process)	ภาพอนาคต		มัธยฐาน	ฐานนิยม	Q3-Q1	แนวโน้มการพัฒนาเกณฑ์ที่เป็นไปได้	ความสอดคล้องของความเห็น
	A	B					
1) การประมูลแบบเดิมเหมาะสมแล้ว แต่ให้กำหนดเวลา	100	0	5.0	5.0	1.0	มากที่สุด	สอดคล้อง
2) ต้องการปรับเปลี่ยนวิธีการประมูลเป็นแบบยกมือ	100	0	3.0	3.0	1.0	ปานกลาง	สอดคล้อง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิจัยแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัท ด้านปัจจัยผลผลิต

ด้านปัจจัยผลผลิต (Output)	ภาพอนาคต		มัธยฐาน	ฐานนิยม	Q3-Q1	แนวโน้มการพัฒนาเกณฑ์ที่เป็นไปได้	ความสอดคล้องของความเห็น
	A	B					
1) เลือกซื้อรถที่เลขไมล์ที่น้อย เพราะการใช้งานน้อย	100	0	4.5	5.0	1.0	มากที่สุด	สอดคล้อง
2) เลือกซื้อรถที่สภาพไม่ดีมาก ราคาถูก	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง
3) เลือกซื้อรถตามคำสั่งของลูกค้า	100	0	3.0	3.0	1.5	ปานกลาง	สอดคล้อง

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิจัยแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัท ด้านปัจจัยการส่งมอบ

ด้านปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)	ภาพอนาคต		มัธยฐาน	ฐานนิยม	Q3-Q1	แนวโน้มการพัฒนาเกณฑ์ที่เป็นไปได้	ความสอดคล้องของความเห็น
	A	B					
1) ให้มีการขนส่งรถถึงร้าน เพื่อให้เกิดความสะดวก	100	0	4.0	5.0	1.0	มากที่สุด	สอดคล้อง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

2) ขนส่งรถเองเพื่อความประหยัดค่าใช้จ่าย	100	0	3.0	3.0	1.0	ปานกลาง	สอดคล้อง
3) การส่งเอกสารรับรถต้องให้สะดวกและรวดเร็ว	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง
4) การส่งเอกสารรับรถต้องถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์	100	0	4.0	4.0	1.0	มาก	สอดคล้อง

ขั้นตอนที่ 2

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC)

หลังจากขั้นตอนการทำวิจัยด้วยกระบวนการวิจัยอนาคต แบบ EDFR ครบทั้ง 2 รอบผู้วิจัยได้แนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ หรือมีความเกี่ยวข้องในด้านการจัดการเรียนการสอนจำนวน 3 ท่าน ปรากฏว่าทุกประเด็นของแบบสอบถามได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปทุกประเด็น แสดงว่าแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลมีความเหมาะสม

ผลการสังเคราะห์ขึ้นรูปองค์ประกอบ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินแบบสอบถามในการทำ EDFR รอบที่ 2 เพื่อจัดองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ผลการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ด้านที่ 1 ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)					
1) บุคลากรช่วยให้คำแนะนำเกี่ยวกับรถ และรายละเอียดการซื้อ	1	1	1	1	สอดคล้อง
2) เงินทุนเยอะเลือกซื้อรถได้ในสภาพดี	1	1	1	1	สอดคล้อง
3) การตัดสินใจเลือกซื้อรถได้ด้วยตนเอง	1	1	1	1	สอดคล้อง
4) เอกสารถูกต้องสมบูรณ์ ผู้ประมูลยิ่งให้ความสนใจ	1	1	1	1	สอดคล้อง
ด้านที่ 2 ด้านปัจจัยกระบวนการ (Process)					
1) การประมูลแบบเดิมเหมาะสมแล้ว แต่ให้กำหนดเวลา	1	1	1	1	สอดคล้อง
2) ต้องการปรับเปลี่ยนวิธีการประมูลเป็นแบบยกมือ	1	0	1	0.67	สอดคล้อง

ด้านที่ 3 ด้านปัจจัยผลผลิต (Output)					
1) เลือกซื้อรถที่เลขไมล์ที่น้อย เพราะการใช้งานน้อย	1	1	1	1	สอดคล้อง
2) เลือกซื้อรถที่สภาพไม่ดีมาก ราคาถูก	1	1	1	1	สอดคล้อง
3) เลือกซื้อรถตามคำสั่งของลูกค้า	1	1	1	1	สอดคล้อง
ด้านที่ 4 ด้านปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)					
1) ให้มีการขนส่งรถถึงร้าน เพื่อให้เกิดความสะดวก	1	1	1	1	สอดคล้อง
2) ขนส่งรถเองเพื่อความประหยัดค่าใช้จ่าย	1	1	1	1	สอดคล้อง
3) การส่งเอกสารรับรถต้องให้สะดวกและรวดเร็ว	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
4) การส่งเอกสารรับรถต้องถูกต้องครบถ้วน	1	1	1	1	สอดคล้อง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินแบบสอบถามในการทำ EDFR รอบที่ 2 เพื่อจัดองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูลมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ผลการสังเคราะห์ขึ้นรูปองค์ประกอบ

ด้านที่ 1 ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)	1) บุคลากรช่วยให้คำแนะนำรายละเอียดการซื้อ
	2) เงินทุนเยอะเลือกซื้อรถได้ในสภาพดี
	3) การตัดสินใจเลือกรถเลือกซื้อได้ด้วยตนเอง
	4) เอกสารถูกต้องสมบูรณ์
ด้านที่ 2 ด้านปัจจัยกระบวนการ (Process)	1) การประมูลแบบใส่กล่อง แต่ให้กำหนดเวลา
	2) ต้องการปรับเปลี่ยนวิธีการประมูลเป็นแบบยกมือ
ด้านที่ 3 ด้านปัจจัยผลผลิต (Output)	1) เลือกซื้อรถที่เลขไมล์ที่น้อย เพราะการใช้งานน้อย
	2) เลือกซื้อรถที่สภาพไม่ดีมาก ราคาถูก
	3) เลือกซื้อรถตามคำสั่งของลูกค้า
ด้านที่ 4 ด้านปัจจัยการส่งมอบ (Delivery)	1) ให้มีการขนส่งรถถึงร้าน เพื่อให้เกิดความสะดวก
	2) ขนส่งรถเองเพื่อความประหยัดค่าใช้จ่าย
	3) การส่งเอกสารรับรถต้องให้สะดวกและรวดเร็ว
	4) การส่งเอกสารรับรถต้องถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยปรากฏว่า การตัดสินใจเลือกตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้จากผลการวิจัย มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิเกียรติ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

จันต๊ะคาด (2558) ในด้านปัจจัยนำเข้าของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล (Input) ว่า ความต้องการซื้อก็อาจขึ้นอยู่กับผู้ประมูลเป็นคนตัดสินใจเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาสินี จันทร์แจ่มใย (2556) ในด้านปัจจัยผลผลิตของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล (Output) ปรากฏว่า การพัฒนาเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูลว่า ผู้บริโภคต้องการซื้อรถที่มีเลขไมล์น้อย เพราะการใช้งานของรถจักรยานยนต์น้อย

ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านให้ความเห็นแต่ละแนวโน้มมีความสอดคล้องสำหรับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และมีแนวโน้มความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดโดยศึกษาตามแนวคิดทฤษฎี และกระบวนการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ดังนี้

ด้านปัจจัยนำเข้าของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล (Input) ผู้ประมูลคิดว่าบุคลากรและผู้ร่วมประมูลไม่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง เพราะผู้ประมูลเป็นคนตัดสินใจเอง โดยมีความต้องการด้านเงินทุนและส่วนในเรื่องเอกสารและสัญญาต้องการความถูกต้องครบถ้วน

ด้านปัจจัยกระบวนการของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ มือสองจากบริษัทประมูล (Process) ผู้ประมูลมีความเห็นว่าวิธีการประมูลแบบเดิมมีความเหมาะสมแล้ว แต่ต้องการให้กำหนดเวลาในการประมูลเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการประมูล

ด้านปัจจัยผลผลิตของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล (Output) ผู้ประมูลมีความต้องการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่มีเลขไมล์น้อย เพราะมีการใช้งานของรถจักรยานยนต์น้อย

ด้านการส่งมอบของผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองจากบริษัทประมูล (Delivery) ต้องการให้มีระบบขนส่งหลังจากได้รถจักรยานยนต์มือสองแล้วและต้องการความรวดเร็วในการออกเอกสารรับรถจักรยานยนต์มือสอง



ภาพที่ 1 สรุปแนวทางการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากบริษัทประมูล

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จุมพล พูลภัทรชีวิน. “เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบEDFR (Ethnographic Delphi Futures Research)”,เทคนิคการวิเคราะห์นโยบาย. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547 หน้า 76-86

ปฏิพัทธ์ พนัธุบรรยงก์กลุ. (2554). “การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทออโตเมติก ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่.”วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ. (2547).“ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รณกร เงินวิเชียร. (2555). “การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่าของลูกค้า บริษัทคลินิกยานยนต์จำกัด.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

วิชยา ตั้งมีลาภ. (2556). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิลาสินี จันทร์แจ่มใย. (2556). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ผ่านเต็นท์รถมือสอง.”วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ศิริพร สนามทอง (5 ตุลาคม 2555). รถจักรยานยนต์เป็นมากกว่าพาหนะ. *กรุงเทพธุรกิจ*, น.8.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: เทคบ็ค 187.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

สุทธิเกียรติ จันต๊ะคาด. (2558). “ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เอกพิทยา เอี่ยมคงเอก (24 กุมภาพันธ์ 2555). ความต้องการรถจักรยานยนต์มือสอง. *ผู้จัดการ*, น.17.