

บทที่ 4



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถจากกรมการขนส่งทางบกในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถจากกรมการขนส่งทางบกในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ทำการศึกษได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการประมูลป้ายทะเบียนเลขสวย ครั้งที่ 19 ของสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 303 ราย แล้วทำการประเมินผลเป็นค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation) และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถ ด้วยค่าทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วมการประมูลทะเบียนรถ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	204	67.33
หญิง	99	32.67
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 67.33 และเป็นเพศหญิง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วมการประมุลทะเบียนรถ จำแนกตาม
อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 31 ปี	68	22.44
31- 40 ปี	87	28.71
41-50 ปี	106	34.98
51 – 60 ปี	42	13.86
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.98 รองลงมาคือ 31- 40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 28.71 ต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.44 และ 51 – 60 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วมการประมุลทะเบียนรถ จำแนกตาม
ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	2.97
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	4.95
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	37	12.21
อนุปริญญา / ปวส.	51	16.83
ปริญญาตรี	162	53.47
สูงกว่าปริญญาตรี	29	9.57
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 53.47 รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.83 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.21 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95 และประถมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วมการประมูตทะเบียนรถ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	46	15.18
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	50	16.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว (SME)	69	22.77
ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่	30	9.90
ค้าขาย	93	30.69
รับจ้างทั่วไป	15	4.95
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 30.69 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว (SME) จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.77 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.18 และ ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 รับจ้างทั่วไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วมการประมูตทะเลเบียนรด จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 25,001 บาท	131	43.23
25,001 - 50,000 บาท	64	21.12
50,001 - 75,000 บาท	72	23.76
75,001 - 100,000 บาท	34	11.22
มากกว่า 100,000 บาท	2	0.66
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 25,001 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.23 รองลงมาคือ 50,001 - 75,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 23.76 25,001 - 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.12 75,001 - 100,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.22 และมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมูตทะเลเบียนรด

ตารางที่ 4.6 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมูตทะเลเบียนรด จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูต

วัตถุประสงค์ในการเข้าประมูต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนำไปใช้เอง	144	47.52
เพื่อนำไปจำหน่าย	78	25.74
เพื่อนำไปเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น	45	14.85
เพื่อเป็นทรัพย์สิน	39	12.87
เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับรด	36	11.88
เพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล	40	13.20

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการประมวลทะเบียนเพื่อนำไปใช้เอง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 47.52 รองลงมาคือ เพื่อนำไปจำหน่าย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 25.74 เพื่อนำไปเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.85 เพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 เพื่อเป็นทรัพย์สิน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.87 และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับรถ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมวลทะเบียนรถ จำแนกตามกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

กลุ่มหมายเลขที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มที่ 1 หมายเลขเหมือนกัน 4 ตัว	62	20.46
กลุ่มที่ 2 หมายเลขตัวเดียว หมายเลขเหมือน 2 ตัว หมายเลขเหมือน 3 ตัว และหมายเลขคู่ 8 คู่ 9	114	37.62
กลุ่มที่ 3 หมายเลขหลักพัน หมายเลขเรียง หมายเลขที่ไม่มี มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย และหมายเลขที่มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย	135	44.55

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจหมายเลขกลุ่มที่ 3 หมายเลขหลักพัน หมายเลขเรียง หมายเลขที่ไม่มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย และหมายเลขที่มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 44.55 รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 หมายเลขตัวเดียว หมายเลขเหมือน 2 ตัว หมายเลขเหมือน 3 ตัว และหมายเลขคู่ 8 คู่ 9 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.62 และกลุ่มที่ 1 หมายเลขเหมือนกัน 4 ตัว จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมุลทะเบียนรถ
จำแนกตามระดับราคาที่สามารถประมูลได้

ระดับราคาที่สามารถประมูลได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,001 บาท	122	40.26
50,001 - 100,000 บาท	77	25.41
100,001 - 150,000 บาท	61	20.13
150,001 - 200,000 บาท	29	9.57
มากกว่า 300,000 บาท	14	4.62
รวม	303	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถประมูลได้ในราคาที่ต่ำกว่า 50,001 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26 รองลงมาคือ 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.41 100,001 - 150,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.13 150,001 - 200,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 และมากกว่า 300,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมุลทะเบียนรถ
จำแนกตามวิธีเลือกตัวเลขที่ประมูล

วิธีการเลือกตัวเลขที่ประมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความชอบส่วนตัว	143	47.19
เป็นเลขเหมือนกับที่ท่านหรือครอบครัวใช้อยู่	76	25.08
เป็นหมายเลขที่เป็นมงคลกับตัวท่านและครอบครัว	100	33.00
เลือกตามวันเกิดทางโหราศาสตร์ และความหมายดี	17	5.61
เลือกตามคำชวนของพิธีกรบนเวที หรือพิธีดี	8	2.64
ผลรวมของหมวดอักษรและตัวเลขรวมกันมีความหมายดี	45	14.85

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกตัวเลขที่ประมวลตามความชอบส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 47.19 รองลงมาคือ เป็นหมายเลขที่เป็นมงคลกับตัวท่านและครอบครัว จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เป็นเลขเหมือนกับที่ท่านหรือครอบครัวใช้อยู่ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.08 ผลรวมของหมวดอักษรและตัวเลขรวมกันมีความหมายดี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.85 เลือกตามวันเกิดทางโหราศาสตร์ และความหมายดี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.61 และเลือกตามคำชวนของพิธีกรบนเวที หรือพริดดี้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.64 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมวลทะเบียนรถ
จำแนกตามแหล่งข่าวการประมวลหมายเลขทะเบียนรถ**

แหล่งข่าวการประมวลหมายเลขทะเบียนรถ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์/วิทยุ	52	17.16
หนังสือพิมพ์	76	25.08
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ facebook	130	42.90
ป้ายโฆษณาตามแยกต่างๆ	163	53.80
รถแท็กซี่/แท็กซี่	144	47.52
ข้อความจาก SMS / LINE	9	2.97

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข่าวการประมวลหมายเลขทะเบียนรถจากป้ายโฆษณาตามแยกต่างๆ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาคือ รถแท็กซี่/แท็กซี่ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 47.52 อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ facebook จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 42.90 หนังสือพิมพ์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.08 โทรศัพท์/วิทยุ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16 และข้อความจาก SMS / LINE จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.97 ตามลำดับ

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการประมวลทะเบียนรถ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าประมวลทะเบียนรถส่วนใหญ่แล้วเพื่อนำไปใช้เอง สนใจกลุ่มที่ 3 หมายเลขหลักพัน หมายเลขเรียง หมายเลขที่ไม่มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย และหมายเลขที่มีเลข 0 หรือเลข 6 รวมอยู่ด้วย ระดับราคาที่สามารถได้ต่ำกว่า 50,001 บาท เลือกตัวเลขที่ประมวลจากความชอบส่วนตัวที่สุด และทราบแหล่งข่าวประมวลทะเบียนรถจากป้ายโฆษณาตามแยกต่างๆ

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ

ตารางที่ 4.11 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.429	มาก
ด้านราคา	3.78	0.585	มาก
ด้านสถานที่	4.21	0.698	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	0.568	มาก
ด้านบุคคล	4.28	0.462	มาก
ด้านกระบวนการจัดการ	4.19	0.604	มาก
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	3.94	0.525	มาก
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดรวมเฉลี่ย	4.10	0.388	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถ พบว่าปัจจัยย่อยทั้ง 7 ด้าน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านบุคคล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.28) รองลงมาคือด้านสถานที่ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.21) ด้านกระบวนการจัดการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.19) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.16) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.01) ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.94) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านราคา มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. อักษรนำหมายเลข หมวดอักษร	4.13	0.695	มาก
2. ความหมายของหมวดอักษร	3.98	0.842	มาก
3. กลุ่มหมายเลขที่นำมาประมูล จำนวน 301 หมายเลข	4.17	0.635	มาก
4. ภาพกราฟฟิคที่สวยงาม	3.91	0.738	มาก
5. การผ่านพิธีเสริมมงคล ปลุกเสก	4.28	0.607	มาก
6. สามารถเป็นมรดกทอดถึงทายาทได้ เป็น ทรัพย์สินที่สามารถซื้อ ขาย โอนหรือ เปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ได้	4.51	0.660	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.16	0.429	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถเป็นมรดกทอดถึงทายาทได้ เป็นทรัพย์สินที่สามารถซื้อ ขาย โอนหรือเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ได้ มีความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด (4.51) รองลงมาคือ การผ่านพิธีเสริมมงคล ปลุกเสก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.28) กลุ่มหมายเลขที่นำมาประมูล จำนวน 301 หมายเลข มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.17) อักษรนำหมายเลข หมวดอักษร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.13) ความหมายของหมวดอักษร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.98) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ภาพกราฟฟิคที่สวยงาม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การชำระเงินค่าประมูล การวางหลักประกัน และการรับเงินค่าประกันคืนสะดวก ไม่ยุ่งยาก	3.80	0.761	มาก
2. อัตราค่าบริการที่เรียกเก็บจากผู้ประมูลได้มีความเหมาะสม	3.62	0.722	มาก
3. ราคาเริ่มต้นประมูล การเพิ่มราคาประมูล มีความเหมาะสม	3.93	0.711	มาก
รวมเฉลี่ย	3.78	0.585	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านราคาเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ราคาเริ่มต้นประมูล การเพิ่มราคาประมูล มีความเหมาะสม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.93) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าประมูล การวางหลักประกัน และการรับเงินค่าประกันคืนสะดวก ไม่ยุ่งยาก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.80) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อัตราค่าบริการที่เรียกเก็บจากผู้ประมูลได้มีความเหมาะสม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. สถานที่จัดการประมูลเป็นที่รู้จัก	4.32	0.798	มาก
2. การจัดสถานที่มีความเป็นระเบียบ สะดวกต่อ การใช้บริการ	4.26	0.765	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทาง ไป-กลับ	4.11	0.821	มาก
4. สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่นั่งคอยรับบริการ ร้านอาหาร ระบบ อินเทอร์เน็ต (wifi)	4.13	0.772	มาก
รวมเฉลี่ย	4.21	0.698	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านสถานที่เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่จัดการประมูลเป็นที่รู้จัก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.32) รองลงมาคือ การจัดสถานที่มีความเป็นระเบียบ สะดวกต่อการใช้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.26) สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่นั่งคอยรับบริการ ร้านอาหาร ระบบอินเทอร์เน็ต (wifi) มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.13) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง ไป-กลับ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การให้บริการหลังจากประมูลหมายเลขได้ สะดวก รวดเร็ว	3.91	0.650	มาก
2. การผ่านชำระค่าป้ายทะเบียนเลขประมูลแบบ ไม่มีดอกเบี๊ยะ	4.01	0.783	มาก
3. ของที่ระลึกที่แจกมีคุณค่า สวยงาม	3.97	0.872	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.14	0.708	มาก
รวมเฉลี่ย	4.01	0.568	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.01) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.14) รองลงมาคือ การผ่านชำระค่าป้ายทะเบียนเลขประมูลแบบไม่มีดอกเบี๊ยะ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.01) ของที่ระลึกที่แจกมีคุณค่า สวยงาม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.97) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการหลังจากประมูลหมายเลขได้ สะดวก รวดเร็ว มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับป้ายประมูล สามารถ แนะนำการให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล	4.25	0.786	มาก
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และความสามารถในการ แก้ไขปัญหาในการให้บริการผู้เข้าร่วมประมูล	4.31	0.644	มาก
3. เจ้าหน้าที่เข้าใจในงานบริการ และมีจิต สาธารณะในการให้บริการ สร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้าร่วมประมูล	4.31	0.600	มาก
4. เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ	4.20	0.525	มาก
5. เจ้าหน้าที่แต่งกายด้วยชุดฟอร์มที่สังเกตง่าย	4.31	0.632	มาก
รวมเฉลี่ย	4.28	0.462	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรด ด้านบุคคลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการให้บริการผู้เข้าร่วมประมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.31) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่เข้าใจในงานบริการ และมีจิตสาธารณะในการให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.31) เจ้าหน้าที่แต่งกายด้วยชุดฟอร์มที่สังเกตง่าย มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.31) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับป้ายประมูลสามารถแนะนำการให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.25) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านกระบวนการจัดการ

ด้านกระบวนการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การประมูลกระทำโดยวิธีเสนอราคาคู้ยวจาก (เคาะไม้)	4.20	0.725	มาก
2. วันเวลา และสถานที่จัดการประมูล เสาร์- อาทิตย์	4.21	0.804	มาก
3. การรับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประมูล การให้ คำแนะนำ และการอำนวยความสะดวก	4.35	0.684	มาก
4. ความเป็นธรรมในการประมูล	4.00	0.678	มาก
รวมเฉลี่ย	4.19	0.604	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านกระบวนการจัดการเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประมูล การให้คำแนะนำ และการอำนวยความสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.35) รองลงมาคือ วันเวลา และสถานที่จัดการประมูล เสาร์-อาทิตย์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.21) การประมูลกระทำโดยวิธีเสนอราคาคู้ยวจาก (เคาะไม้) มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.20) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความเป็นธรรมในการประมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ

ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.11	0.644	มาก
2. ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนการให้บริการ	3.93	0.571	มาก
3. ขั้นตอนในการรับบริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.01	0.622	มาก
4. การจัดการประมูลตรงตามเวลา และกำหนดการ	3.83	0.764	มาก
5. พื้นที่สำหรับการประมูล และมีที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมประมูล	3.83	0.801	มาก
รวมเฉลี่ย	3.94	0.525	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.11) รองลงมาคือ ขั้นตอนในการรับบริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.01) ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง และแนะนำขั้นตอนการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.93) พื้นที่สำหรับการประมูล และมีที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้เข้าร่วมประมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.83) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดการประมูลตรงตามเวลา และกำหนดการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.83) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมุลทะเบียนรถกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถ

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมุลทะเบียนรถกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถ

พฤติกรรมการประมุล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด		กลุ่มหมายเลข ที่สนใจ	วัตถุประสงค์ใน การเข้าประมุล	ระดับราคา ที่สามารถ ประมุลได้	วิธีการเลือก ประมุลตัวเลข	แหล่งข่าวการ ประมุล หมายเลข ทะเบียน
ด้านผลิตภัณฑ์	Chi-square	3.670	4.039	3.151	4.680	6.739
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.721	0.983	0.925	0.968	0.874
ด้านราคา	Chi-square	8.022	8.076	5.742	13.386	12.585
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.236	0.779	0.676	0.342	0.4
ด้านสถานที่	Chi-square	8.407	14.892	7.953	16.277	15.554
	df	9	18	12	18	18
	Sig.	0.494	0.669	0.789	0.573	0.624
ด้านการส่งเสริม การตลาด	Chi-square	4.377	9.009	6.068	13.640	7.621
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.626	0.702	0.64	0.324	0.814
ด้านบุคคล	Chi-square	1.448	8.605	4.751	8.477	9.213
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.963	0.736	0.784	0.747	0.685
ด้านกระบวนการ จัดการ	Chi-square	2.319	9.231	3.776	8.688	11.530
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.888	0.683	0.877	0.729	0.484
ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพการ ให้บริการ	Chi-square	5.255	4.078	4.771	8.719	9.224
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.512	0.982	0.782	0.727	0.684
ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	Chi-square	7.978	6.342	5.988	10.431	7.395
	df	6	12	8	12	12
	Sig.	0.24	0.898	0.649	0.578	0.83

หมายเหตุ : * <.05 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4.19 หลังจากทำการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการประมูลทะเบียนรถ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการจัดการ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ กับตัวแปรพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการประมูลทะเบียนรถ ซึ่งประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล กลุ่มหมายเลขที่ท่่านสนใจ ระดับราคาที่ท่่านสามารถประมูลได้ วิธีการเลือกตัวเลขที่ประมูล และข่าวสารเกี่ยวกับการประมูล ได้ผลดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 3.670, $df = 6$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.721 แสดงว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 4.039, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.983 แสดงว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 3.151, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.925 แสดงว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมูลตัวเลข ค่าไคสแควร์มีค่า 4.680, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.968 แสดงว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมูลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 6.739, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.874 แสดงว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านราคากับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 8.022, $df = 6$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.236 แสดงว่าตัวแปรด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านราคากับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 8.076, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.779 แสดงว่าตัวแปรด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านราคากับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 5.742, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.676 แสดงว่าตัวแปรด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านราคากับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมูลตัวเลข ค่าไคสแควร์มีค่า 13.386, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.342 แสดงว่าตัวแปรด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมูลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านราคากับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 12.585, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.400 แสดงว่าตัวแปรด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 8.407, $df = 9$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.494 แสดงว่าตัวแปรด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 14.892, $df = 18$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.669 แสดงว่าตัวแปรด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่กับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 7.953, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.789 แสดงว่าตัวแปรด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่กับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมุลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 15.554, $df = 18$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.624 แสดงว่าตัวแปรด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมุลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 4.377, $df = 6$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.626 แสดงว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 9.009, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.702 แสดงว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรดด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 6.068, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.640 แสดงว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมูลตัวเลข ค่าไคสแควร์ มีค่า 13.640, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.324 แสดงว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมูลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 7.621, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.014 แสดงว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคลกับ
ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการประมัตตะเบียนรดด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 1.448, $df = 6$

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.963 แสดงว่าตัวแปรด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคลกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 8.605, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.736 แสดงว่าตัวแปรด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคลกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 4.751, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.784 แสดงว่าตัวแปรด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคลกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมูลตัวเลข ค่าไคสแควร์มีค่า 8.477, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.747 แสดงว่าตัวแปรด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมูลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคลกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 9.213, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.685 แสดงว่าตัวแปรด้านบุคคลกับไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการจัดการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 2.319, $df = 6$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.888 แสดงว่าตัวแปรด้านกระบวนการจัดการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการจัดการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 9.231, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.683 แสดงว่าตัวแปรด้านกระบวนการจัดการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการจัดการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 3.776, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.877 แสดงว่าตัวแปรด้านกระบวนการจัดการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการจัดการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียนค่าไคสแควร์มีค่า 11.530, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.484 แสดงว่าตัวแปรด้านกระบวนการจัดการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพการให้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 5.255, $df = 6$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.512 แสดงว่าตัวแปรด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรดด้านวัตถุประสงค้ในการเข้าประมุล ค่าไคสแควร์มีค่า 4.078, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.982 แสดงว่าตัวแปรด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค้ในการเข้าประมุล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 4.771, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.782 แสดงว่าตัวแปรด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมุลตัวเลข ค่าไคสแควร์มีค่า 8.719, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.727 แสดงว่าตัวแปรด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมุลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการกับตัวแปรพฤติกรรมการประมุลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมุลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 9.224, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.684 แสดงว่า

ตัวแปรด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านกลุ่มหมายเลขที่สนใจ ค่าไคสแควร์มีค่า 7.978, $df = 6$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.240 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรกลุ่มหมายเลขที่สนใจ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล ค่าไคสแควร์มีค่า 6.342, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.898 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเข้าประมูล

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านระดับราคาที่สามารถประมูลได้ ค่าไคสแควร์มีค่า 5.988, $df = 8$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.649 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรระดับราคาที่สามารถประมูลได้

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านวิธีการเลือกประมูลตัวเลข ค่าไคสแควร์มีค่า 10.431, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.578 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรวิธีการเลือกประมูลตัวเลข

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยกับตัวแปรพฤติกรรมการประมูลทะเบียนรถด้านแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน ค่าไคสแควร์มีค่า 7.395, $df = 12$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.830 แสดงว่าตัวแปรปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแหล่งข่าวการประมูลหมายเลขทะเบียน