

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน กำลังเครื่องของรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ ราคาของรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ การซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุด การใช้เงินค่างวดในการซื้อรถจักรยานยนต์ รถจักรยานยนต์ในครอบครัวยุคที่ครอบครอง เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ รายการส่งเสริมการขายที่ชอบที่สุด ของแถมที่ชอบที่สุด การซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่คาดว่าจะซื้อในอนาคต (ตารางที่ 1-19)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ (ตารางที่ 20-27)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ (ตารางที่ 28-34)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 35-58)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	99	39.6
หญิง	151	60.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.4 เป็นเพศชาย ร้อยละ 39.6

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	16	6.4
20-25 ปี	35	14.0
26-30 ปี	20	8.0
31-35 ปี	28	11.2
36-40 ปี	65	26.0
41-45 ปี	49	19.6
46 ปี ขึ้นไป	37	14.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 36-40 ปีมากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมา คือ อายุ 41-45 ปี ร้อยละ 19.6 อายุ 46 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 14.8 อายุ 20-25 ปี ร้อยละ 14.0 อายุ 31-35 ปี ร้อยละ 11.2 อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 8.0 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	136	54.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	61	24.4
อนุปริญญาตรี/ปวส.	33	13.2
ปริญญาตรี	18	7.2
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 54.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 24.4 อนุปริญญาตรี/ปวส. ร้อยละ 13.2 ปริญญาตรี ร้อยละ 7.2 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	21	8.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.6
พนักงานบริษัทเอกชน	8	3.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	17.6
เกษตรกร	57	22.8
รับจ้าง	91	36.4
อื่นๆ	25	10.0
รวม	250	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ นักศึกษา (22 คน)นักเรียน (3 คน)

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 22.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.6 อื่นๆ ร้อยละ 10.0 รับราชการ ร้อยละ 8.4 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 3.2 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	120	48.0
5,000-10,000 บาท	97	38.8
10,001-15,000 บาท	18	7.2
15,001-20,000 บาท	11	4.4
มากกว่า 20,000 บาท	4	1.6
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 38.8 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 7.2 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 4.4 และมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ฮอนด้า	192	76.8
ยามาฮ่า	50	20.0
คาวาซากิ	3	1.2
ซูซูกิ	3	1.2
ไทเกอร์	2	0.8
เจ.อาร์.ดี	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า รถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อยู่ในปัจจุบันคือยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 76.8 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 20.0 คาวาซากิ และซูซูกิ เท่ากัน ร้อยละ 1.2 และไทเกอร์ ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกำลังเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

กำลังเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
100 ซีซี	120	48.0
110 ซีซี	48	19.2
125 ซีซี	53	21.2
135 ซีซี	3	1.2
อื่นๆ	26	10.4
รวม	250	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ 115 ซีซี (26 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่า รถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้มีกำลังเครื่องยนต์ 100 ซีซี ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ 125 ซีซี ร้อยละ 21.2 110 ซีซี ร้อยละ 19.2 อื่นๆ ร้อยละ 10.4 และ 135 ซีซี ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของรถจักรยานยนต์คันล่าสุดที่ซื้อ

ราคาของรถจักรยานยนต์คันล่าสุดที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 35,000 บาท	61	24.4
35,000-40,000 บาท	110	44.0
40,001-45,000 บาท	42	16.8
45,001-50,000 บาท	35	14.0
ตั้งแต่ 50,000 บาท	2	0.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ารถจักรยานยนต์คันล่าสุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อด้วยเงินสดหรือเงินผ่อน คือ ราคา 35,000-40,000 บาท ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 24.4 40,001-45,000 บาท ร้อยละ 16.8 45,001-50,000 บาท ร้อยละ 14.0 และตั้งแต่ 50,000 บาท ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจ่ายเงินซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุด

การจ่ายเงินซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	147	58.8
เงินผ่อน	103	41.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จ่ายเงินซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุดด้วยเงินสด ร้อยละ 58.8 ซื้อเงินผ่อน ร้อยละ 41.2

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาผ่อนชำระ

ระยะเวลาผ่อนชำระ	จำนวน	ร้อยละ
- 12 เดือน	23	22.3
- 18 เดือน	7	6.8
- 24 เดือน	23	22.3
- 36 เดือน	42	40.8
- 48 เดือน	3	2.9
อื่นๆ 3 เดือน 6 เดือน	5	4.9
รวม	103	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ระยะเวลาผ่อนชำระรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ 36 เดือน ร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 12 เดือน และ 24 เดือน เท่ากัน ร้อยละ 22.3 18 เดือน ร้อยละ 6.8 อื่นๆ 3 เดือน 6 เดือน ร้อยละ 4.9 และ 48 เดือน ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เงินคาวนในการซื้อรถจักรยานยนต์

การใช้เงินคาวนในการซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
0-10 เปอร์เซ็นต์	46	44.7
11-20 เปอร์เซ็นต์	43	41.7
21-30 เปอร์เซ็นต์	5	4.9
ตั้งแต่ 31 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป	9	8.7
รวม	103	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินคาวนในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ 0-10 เปอร์เซ็นต์มากที่สุด ร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ 11-20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 41.7 ตั้งแต่ 31 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป ร้อยละ 8.7 และ 21-30 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรถจักรยานยนต์ที่ครอบครองในครอบครัว

รถจักรยานยนต์ที่ครอบครองในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	65	26.0
2 คัน	155	62.0
3 คัน	25	10.0
4 คัน	5	2.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ที่ครอบครองในครอบครัวยุ่ จำนวน 2 คัน ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ 1 คัน ร้อยละ 26.0 3 คัน ร้อยละ 10.0 และ 4 คัน ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

เหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยม	123	49.2
รูปร่างสวยงาม	115	46.0
สีสันและลวดลายสวยงาม	80	32.0
มีอุปกรณ์ตกแต่งหลากหลาย	38	15.2
ประหยัดน้ำมัน	75	30.0
ราคาถูก	67	26.8
ค่าอะไหล่ถูก	22	8.8
ค่าซ่อมบำรุงถูก	24	9.6
หาซื้อได้ง่าย	54	21.6
ราคาขายต่อรถมือสองในตลาดมีราคาสูง	13	5.2
อื่นๆ	1	0.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ทนทานต่อการใช้งาน (1 คน)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยม ร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ รูปร่างสวยงาม ร้อยละ 46 สีสันและลวดลายสวยงาม ร้อยละ 32 ประหยัดน้ำมัน ร้อยละ 30 ราคาถูก ร้อยละ 26.8 หาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 21.6 มีอุปกรณ์ตกแต่งหลากหลาย ร้อยละ 15.2 ค่าซ่อมบำรุงถูก ร้อยละ 9.6 ค่าอะไหล่ถูก ร้อยละ 8.8 ราคาขายต่อรถมือสองในตลาดมีราคาสูง ร้อยละ 5.2 และอื่นๆ ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	116	46.4
สามี/ภรรยา	60	24.0
พ่อ/แม่	31	12.4
พี่/น้อง	8	3.2
ลูก	35	14.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวเอง ร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ สามี/ภรรยา ร้อยละ 24.0 ลูก ร้อยละ 14.0 พ่อ/แม่ ร้อยละ 12.4 และพี่/น้อง ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์

การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	111	44.4
วิทยุ	95	38.0
นิตยสาร	21	8.4
หนังสือพิมพ์	29	11.6
อินเทอร์เน็ต	23	9.2
ใบปลิว	86	34.4
โฆษณาประชาสัมพันธ์	49	19.6
อื่นๆ	3	1.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักมานานแล้ว (1 คน) ไปดูเองที่ร้าน (1 คน) มีคนบอก (1 คน)

จากตารางที่ 15 พบว่า แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบ คือ จากโทรทัศน์ ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 38 ใบปลิว ร้อยละ 34.4 โฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 19.6 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 11.6 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.2 นิตยสาร ร้อยละ 8.4 และอื่นๆ ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ ชอบมากที่สุด

รายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	145	58.0
การชิงโชค	111	44.4
การยกเว้นเงินดาวน์	23	9.2
ผ่อน โดยมีดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์	31	12.4
การให้ส่วนลดเงินสด	66	26.4
ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาว	26	10.4
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่า รายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชอบมากที่สุด คือ ของแถม ร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ การชิงโชค ร้อยละ 44.4 การให้ส่วนลดเงินสด ร้อยละ 26.4 ผ่อน โดยมีดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 12.4 ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาว ร้อยละ 10.4 การยกเว้นเงินดาวน์ ร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่ชอบมากที่สุด

ของแถมที่ชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
หมวกกันน็อก	74	29.6
เสื้อแจ้ตเก็ต	66	26.4
พรบ.	29	11.6
ประกันรถหาย	29	11.6
ทอง	18	7.2
คู่มือเงินสด	17	6.8
ตะกร้าหน้ารถ	5	2.0
อื่นๆ	12	4.8
รวม	250	100.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ร่ม (4 คน) กระเป๋า (5 คน) พัดลม (2 คน) หม้อหุงข้าว (1 คน)

จากตารางที่ 17 พบว่า ของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบมากที่สุด คือ หมวกกันน็อก ร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ เสื้อแจ้ตเก็ต ร้อยละ 26.4 พรบ. และประกันรถหาย เท่ากัน ร้อยละ 11.6 ทอง ร้อยละ 7.2 คู่มือเงินสด ร้อยละ 6.8 อื่นๆ ร้อยละ 4.58 และตะกร้าหน้ารถ ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อรถเพิ่มในอนาคต

การซื้อรถเพิ่มในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ซื้อ	128	51.2
ซื้อ	122	48.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ซื้อรถเพิ่มในอนาคต ร้อยละ 51.2 และซื้อ ร้อยละ 48.8

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่คาดว่าจะซื้อในอนาคต

ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่คาดว่าจะซื้อในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ฮอนด้า	87	71.4
ยามาฮ่า	29	23.8
คาวาซากิ	1	0.8
ซูซูกิ	1	0.8
ไทเกอร์	1	0.8
เจ.อาร์.ดี	1	0.8
อื่นๆ ได้แก่ ยังไม่รู้ (2 คน)	2	1.6
รวม	122	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 23.8 อื่นๆ ร้อยละ 1.6 และ คาวาซากิ ซูซูกิ ไทเกอร์ เจ.อาร์.ดี ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ตราชื่อรถ	90 (36.0)	125 (50.0)	30 (12.0)	5 (2.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
ขนาดและรูปร่าง	75 (30.0)	110 (44.0)	60 (24.0)	0 (0.0)	5 (2.0)	4.00 (มาก)	4
สีสันทันและลวดลาย	90 (36.0)	55 (22.0)	90 (36.0)	15 (6.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	6
กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์	100 (40.0)	75 (30.0)	60 (24.0)	10 (4.0)	5 (2.0)	4.02 (มาก)	3
การประหยัดน้ำมัน	80 (32.0)	75 (30.0)	75 (30.0)	20 (8.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	7
อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น	85 (34.0)	80 (32.0)	70 (28.0)	10 (4.0)	5 (2.0)	3.92 (มาก)	5
ระยะเวลาการรับประกัน คุณภาพ	75 (30.0)	85 (34.0)	65 (26.0)	20 (8.0)	5 (2.0)	3.82 (มาก)	8
การบริการหลังการขาย เช่น การ ตรวจเช็คฟรี	65 (26.0)	120 (48.0)	50 (20.0)	10 (4.0)	5 (2.0)	3.92 (มาก)	5
มีบริการตรวจราคาและแลกเปลี่ยน รถมือสอง	16 (6.4)	149 (59.6)	63 (25.2)	20 (8.0)	2 (0.8)	3.63 (มาก)	10
มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ	55 (22.0)	100 (40.0)	65 (26.0)	25 (10.0)	5 (2.0)	3.70 (มาก)	9
มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น	90 (36.0)	115 (46.0)	35 (14.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.14) กำล้าง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) กำล้าง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น และการบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.92) สีสันและลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) การประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีบริการตีราคาและแลกเปลี่ยนรถมือสอง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (Lampang) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคารถจักรยานยนต์	85 (34.0)	130 (52.0)	35 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
ราคาอะไหล่	20 (8.0)	150 (60.0)	75 (30.0)	5 (2.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	3
ค่าซ่อมบำรุง	25 (10.0)	85 (34.0)	135 (54.0)	0 (0.0)	5 (2.0)	3.50 (มาก)	8
มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน	75 (30.0)	80 (32.0)	60 (24.0)	30 (12.0)	5 (2.0)	3.76 (มาก)	2
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำ	30 (12.0)	155 (62.0)	45 (18.0)	0 (0.0)	20 (8.0)	3.70 (มาก)	4
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	40 (16.0)	100 (40.0)	80 (32.0)	10 (4.0)	20 (8.0)	3.52 (มาก)	7
จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด	60 (24.0)	85 (34.0)	60 (24.0)	20 (8.0)	25 (10.0)	3.54 (มาก)	6
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	45 (18.0)	100 (40.0)	65 (26.0)	15 (6.0)	25 (10.0)	3.50 (มาก)	8
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง	65 (26.0)	70 (28.0)	85 (34.0)	30 (12.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	5
	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)					3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคารถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.74) จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.68) จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด (ค่าเฉลี่ย 3.54) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และค่าซ่อมบำรุง อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	75 (30.0)	95 (38.0)	80 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	1
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	35 (14.0)	135 (54.0)	80 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82 (มาก)	3
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	75 (30.0)	80 (32.0)	85 (34.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	2
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	50 (20.0)	70 (28.0)	105 (42.0)	25 (10.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	4
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	40 (16.0)	75 (30.0)	90 (36.0)	40 (16.0)	5 (2.0)	3.42 (ปานกลาง)	6
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	40 (16.0)	80 (32.0)	85 (34.0)	40 (16.0)	5 (2.0)	3.44 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.69 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.44) และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	90 (36.0)	145 (58.0)	15 (6.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	1
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	40 (16.0)	150 (60.0)	60 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	5
มีบริการทดลองขับขี่ก่อนตัดสินใจซื้อ	50 (20.0)	100 (40.0)	85 (34.0)	15 (6.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	6
การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	90 (36.0)	105 (42.0)	50 (20.0)	5 (2.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	2
คุณภาพของแถมที่ได้รับ	60 (24.0)	145 (58.0)	45 (18.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	3
การจัดให้มีการชิงโชค	55 (22.0)	145 (58.0)	50 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	40 (16.0)	115 (46.0)	70 (28.0)	10 (4.0)	15 (6.0)	3.62 (มาก)	7
การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย	30 (12.0)	40 (16.0)	155 (62.0)	15 (6.0)	10 (4.0)	3.26 (ปานกลาง)	8
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด	60 (24.0)	145 (58.0)	45 (18.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	3
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	55 (22.0)	145 (58.0)	50 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.12) คุณภาพของแถมที่ได้รับ และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การจัดให้มีการชิงโชค และการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) การจัดสัปดาห์และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีบริการทดลองขับขี้อ่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถมอเตอร์ไซด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	115 (46.0)	110 (44.0)	10 (4.0)	10 (4.0)	5 (2.0)	4.28 (มาก)	1
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	70 (28.0)	135 (54.0)	40 (16.0)	0 (0.0)	5 (2.0)	4.06 (มาก)	4
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา	95 (38.0)	80 (32.0)	75 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	3
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	75 (30.0)	70 (28.0)	80 (32.0)	25 (10.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	4
พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	75 (30.0)	70 (28.0)	80 (32.0)	25 (10.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	7
พนักงานให้บริการลูกค้าหัดเทียบกันทุกราย	95 (38.0)	60 (24.0)	85 (34.0)	5 (2.0)	5 (2.0)	3.94 (มาก)	6
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	100 (40.0)	90 (36.0)	50 (20.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	2
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	80 (32.0)	100 (40.0)	55 (22.0)	15 (6.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานให้บริการลูกค้าตัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และพนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดภายในร้าน	65 (26.0)	120 (48.0)	50 (20.0)	10 (4.0)	5 (2.0)	3.92 (มาก)	1
บรรยากาศภายในร้าน	40 (16.0)	90 (36.0)	100 (40.0)	5 (2.0)	15 (6.0)	3.54 (มาก)	4
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	30 (12.0)	60 (24.0)	125 (50.0)	35 (14.0)	0 (0.0)	3.34 (ปานกลาง)	5
ความสะอาดของห้องน้ำ	50 (20.0)	100 (40.0)	90 (36.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	2
ความทันสมัยของสำนักงาน	50 (20.0)	100 (40.0)	90 (36.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	2
ความทันสมัยของเครื่องมือใน ศูนย์บริการ	20 (8.0)	135 (54.0)	90 (36.0)	5 (2.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.67 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ และความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	90 (36.0)	75 (30.0)	60 (24.0)	10 (4.0)	15 (6.0)	3.86 (มาก)	4
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ รวดเร็ว	90 (36.0)	75 (30.0)	60 (24.0)	10 (4.0)	15 (6.0)	3.86 (มาก)	4
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้า สามารถเลือกชำระได้ในหลาย วิธี	50 (20.0)	150 (60.0)	45 (18.0)	5 (2.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
ขั้นตอนการให้บริการไม่ ซับซ้อน	75 (30.0)	95 (38.0)	75 (30.0)	0 (0.0)	5 (2.0)	3.94 (มาก)	3
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความ รวดเร็ว	50 (20.0)	115 (46.0)	75 (30.0)	5 (2.0)	5 (2.0)	3.80 (มาก)	5
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์ หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสาร ประกอบการจดทะเบียนหรือ โอนกรรมสิทธิ์	55 (22.0)	115 (46.0)	60 (24.0)	5 (2.0)	15 (6.0)	3.76 (มาก)	6
มีการให้บริการนอกสถานที่	52 (20.8)	116 (46.4)	63 (25.2)	6 (2.4)	13 (5.2)	3.75 (มาก)	7
มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณี ปัญหาหลังจากหมดระยะเวลา รับประกัน	65 (26.0)	150 (60.0)	35 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.88 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.98) ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน และขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีการให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 27 สรุปค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.04	มาก	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.92	มาก	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.88	มาก	4
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69	มาก	5
ปัจจัยด้านราคา	3.68	มาก	6
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.67	มาก	7

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดรถจักรยานยนต์ใหญ่เกินไป	90	36.0
ขนาดรถจักรยานยนต์เล็กเกินไป	100	40.0
ไม่มีสีสันทันและลวดลายที่ต้องการ	75	30.0
เปลืองน้ำมันกว่ายี่ห้ออื่นๆ	40	16.0
ไม่มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ	105	42.0
อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่นไม่หลากหลาย	25	10.0
ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	30	12.0
ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพสินค้านั้นสั้นเกินไป	50	20.0
ไม่มีการบริการหลังขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี	25	10.0
ไม่มีบริการตีราคาและแลกเปลี่ยนรถมือสอง	23	9.2
ตัวแทนจำหน่ายไม่มียี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่หลากหลาย	75	30.0
ตัวแทนจำหน่ายไม่มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น	100	40.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือ ไม่มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ขนาดรถจักรยานยนต์เล็กเกินไป และตัวแทนจำหน่ายไม่มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น เท่ากัน ร้อยละ 40.0 ขนาดรถจักรยานยนต์ใหญ่เกินไป ร้อยละ 36.0 ไม่มีสีสันทันและลวดลายที่ต้องการ และตัวแทนจำหน่ายไม่มียี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่หลากหลาย เท่ากัน ร้อยละ 30.0 ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพสินค้านั้นสั้นเกินไป ร้อยละ 20.0 เปลืองน้ำมันกว่ายี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 16.0 ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ร้อยละ 12.0 ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้าและไม่มีการบริการหลังขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี เท่ากัน ร้อยละ 10.0 ไม่มีบริการตีราคาและแลกเปลี่ยนรถมือสอง ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
รถจักรยานยนต์มีราคาแพง	80	32.0
อะไหล่มีราคาแพง	80	32.0
ค่าใช้จ่ายในการซ่อมและบำรุงรักษามีราคาแพง	60	24.0
ไม่มีการติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	15	6.0
เงินค่าน้ำมันสูง	65	26.0
จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวดสูง	35	14.0
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง	40	16.0
ราคาขายต่อรถมือสองในตลาดมีราคาต่ำ	65	26.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือ รถจักรยานยนต์มีราคาแพง และอะไหล่มีราคาแพง เท่ากัน ร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ เงินค่าน้ำมันสูง และ ราคาขายต่อรถมือสองในตลาดมีราคาต่ำ เท่ากัน ร้อยละ 26.0 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง ร้อยละ 16.0 จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวดสูง ร้อยละ 14.0 และ ไม่มีการติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนจำหน่ายมีน้อย	70	28.0
ตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก	35	14.0
ตัวแทนจำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	95	38.0
วันและเวลาเปิด-ปิด ทำการของร้านตัวแทนจำหน่ายไม่ตรงตามความต้องการ	25	10.0
ไม่มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่	25	10.0
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	45	18.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือตัวแทนจำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายมีน้อย ร้อยละ 28.0 สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 18.0 ตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก ร้อยละ 14.0 วันและเวลาเปิด-ปิด ทำการของร้านตัวแทนจำหน่ายไม่ตรงตามความต้องการ และวันและเวลาเปิด-ปิด ทำการของร้านตัวแทนจำหน่ายไม่ตรงตามความต้องการ เท่ากัน ร้อยละ 10.0

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาอย่างต่อเนื่อง	25	10.0
ไม่มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง	10	4.0
ไม่มีการจัดการสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	15	6.0
ไม่มีรถจักรยานยนต์ให้ทดลองขับจีก่อนตัดสินใจซื้อ	40	16.0
ไม่มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	145	58.0
ของแถมที่ได้รับไม่มีคุณภาพ	85	34.0
ไม่มีการจัดให้มีการชิงโชค	92	36.8
ไม่มีการจัดให้มีการลดราคาสินค้า	45	18.0
ไม่มีการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	85	34.0
ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระค่าสินค้าครบก่อนกำหนด	25	10.0
ไม่มีการเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศลต่างๆ	5	2.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ลำดับแรกคือ ไม่มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ ร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ไม่มีการจัดให้มีการชิงโชค ร้อยละ 36.8 ไม่มีการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย และของแถมที่ได้รับไม่มีคุณภาพ เท่ากัน ร้อยละ 34.0 ไม่มีการจัดให้มีการลดราคาสินค้า ร้อยละ 18.0 ไม่มีรถจักรยานยนต์ให้ทดลองขับจีก่อนตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 16.0 ไม่มีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาอย่างต่อเนื่อง และไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระค่าสินค้าครบก่อนกำหนด ร้อยละ 10.0 ไม่มีการจัดการสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ร้อยละ 6.0 ไม่มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 4.0 และไม่มีการเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศลต่างๆ ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่สามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	50	20.0
พนักงานไม่สามารถให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	30	12.0
พนักงานไม่มีความเอาใจใส่ลูกค้า	70	28.0
พนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	75	30.0
พนักงานไม่มีความสุภาพ ในการให้บริการลูกค้า	80	32.0
พนักงานเลือกปฏิบัติกับลูกค้าแต่ละรายไม่เหมือนกัน	62	24.8
พนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้า	80	32.0
พนักงานไม่ได้ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้องและแม่นยำ	27	10.8

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือพนักงานไม่มีความสุภาพ ในการให้บริการลูกค้า และพนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน ร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ พนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า ร้อยละ 30.0 พนักงานไม่มีความเอาใจใส่ลูกค้า ร้อยละ 28.0 พนักงานเลือกปฏิบัติกับลูกค้าแต่ละรายไม่เหมือนกัน ร้อยละ 24.8 พนักงานไม่สามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า ร้อยละ 20.0 พนักงานไม่สามารถให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ ร้อยละ 12.0 พนักงานไม่ได้ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้องและแม่นยำ ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะอาดภายในร้าน	62	24.8
บรรยากาศภายในร้านตัวแทนจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า	90	36.0
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	55	22.0
ความสะอาดของห้องน้ำ	70	28.0
ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัย	95	38.0
ไม่มีเครื่องมือในศูนย์บริการที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า	85	34.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัย ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านตัวแทนจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า ร้อยละ 36.0 ไม่มีเครื่องมือในศูนย์บริการที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า ร้อยละ 34.0 ความสะอาดของห้องน้ำ ร้อยละ 28.0 ความสะอาดภายในร้าน ร้อยละ 24.8 ความสะอาดบริเวณรอบร้าน ร้อยละ 22.0

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
มีขั้นตอนการซื้อ-ขายที่ซับซ้อน	114	45.6
ใช้เวลาในการพิจารณาสินเชื่อนานเกินไป	80	32.0
ไม่มีทางเลือกในการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อให้ลูกค้าสามารถเลือกชำระ	75	30.0
ขาดความแม่นยำในการให้บริการ	35	14.0
มีขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อน	130	52.0
ลูกค้าต้องใช้เวลาในการรับบริการแต่ละครั้ง	45	18.0
ไม่มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์	33	13.2
ไม่มีการให้บริการนอกสถานที่	69	27.6
ไม่มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน	102	40.8

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 34 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือมีขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อน ร้อยละ 52.0 มีขั้นตอนการซื้อ-ขายที่ซับซ้อน ร้อยละ 45.6 ไม่มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน ร้อยละ 40.8 ไม่มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน ร้อยละ 32.0 ไม่มีทางเลือกในการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อให้ลูกค้าสามารถเลือกชำระ ร้อยละ 30.0 ไม่มีการให้บริการนอกสถานที่ ร้อยละ 27.6 ลูกค้าต้องใช้เวลาในการรับบริการแต่ละครั้ง ร้อยละ 18.0 ขาดความแม่นยำในการให้บริการ ร้อยละ 14.0 ไม่มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ ร้อยละ 13.2

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตราชื่อหรือรถ	4.25 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
ขนาดและรูปร่าง	3.98 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)
สีสันทันและลวดลาย	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)
การประหยัดน้ำมัน	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)
อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น	3.79 (มาก)	4.01 (มาก)	3.92 (มาก)
ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพ	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)
การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี	4.01 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการคิราคาและแลกเปลี่ยนรถมือสอง	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ มีสินค้ำให้เลือกลหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ มีสินค้ำให้เลือกลหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.12) และกำลั้ง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคารถจักรยานยนต์	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)
ราคาอะไหล่	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าซ่อมบำรุง	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำ	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	3.42 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	3.37 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76) และราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	3.36 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66, 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00, 3.97) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.92) และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.83)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการทดลองขับขึ้นก่อนตัดสินใจซื้อ	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)
การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)
คุณภาพของแถมที่ได้รับ	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
การจัดให้มีการชิงโชค	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	3.49 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.25 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ การจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และคุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	4.19 (มาก)	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	4.13 (มาก)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความสุข มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	4.09 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01, 4.06))

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดภายในร้าน	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของสำนักงาน	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63, 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.93) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ และความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.79) และความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65, 3.70)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน	3.83 (มาก)	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการให้บริการนอกสถานที่	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน	4.09 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63, 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.14) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.92, 4.02) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.83, 4.01)

ตารางที่ 42 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนทางประสมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคลากร	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71)

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตราสัญลักษณ์	4.12 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)
ขนาดและรูปร่าง	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
สีสັນและลวดลาย	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	3.72 (มาก)	4.02 (มาก)
การประหยัดน้ำมัน	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)
อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษ เฉพาะรุ่น	3.96 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)
ระยะเวลาการรับประกัน คุณภาพ	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	3.82 (มาก)
การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี	4.08 (มาก)	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการตีราคาและ แลกเปลี่ยนรถมือสอง	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.66 (มาก)	3.51 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอ กชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสินค้าให้เลือกหลายี่ห้อ	3.44 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลาย รูปแบบ หลายรุ่น	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.85, 3.95, 3.96, 3.88, 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.12) และขนาดและรูปร่าง สีสันและลวดลาย การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรีเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ สีสันและลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.18) และขนาดและรูปร่าง (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทราย
ขี้หอร์ด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.18) และขนาด
และรูปร่าง กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทราย
ขี้หอร์ด (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ กำลัง
(ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อุปกรณ์
ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย
4.16) และทรายขี้หอร์ด (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคารถจักรยานยนต์	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)
ราคาอะไหล่	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าซ่อมบำรุง	3.60 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้า ชัดเจน	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายคาวน	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.62 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระ ในแต่ละงวด	3.60 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระ	3.32 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาขายต่อรถมือสองมี ราคาสูง	3.56 (มาก)	4.13 (มาก)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62, 3.68, 3.69, 3.64, 3.75, 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.20, 4.18) รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.68, 3.75) และมีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างวด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างวด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างวด (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	3.88 (มาก)	4.38 (มาก)	4.09 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.72 (มาก)	4.25 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	2.88 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51, 3.73, 3.75, 3.72, 3.71, 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88, 4.09, 3.95, 3.96) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

(ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.80, 3.93, 3.89, 3.93) และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72, 3.73, 3.84,)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.28 (มาก)	3.88 (มาก)	4.43 (มาก)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
การจัดสาธิตและแนะนำ รถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการทดลองขับชี้ก่อน ตัดสินใจซื้อ	3.76 (มาก)	3.25 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)
การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อ รถ	4.36 (มาก)	4.13 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)
คุณภาพของแถมที่ได้รับ	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
การจัดให้มีการชิงโชค	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)
การจัดให้มีการลดราคา สินค้า	3.56 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)
การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย	2.96 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อน ชำระครบก่อนกำหนด	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนใน งานการกุศล	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96, 3.74, 4.04, 3.90, 3.88, 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ การจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การจัดให้มีการชิงโชค การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และการจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และคุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.12) และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอ กชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยในการ บริการลูกค้า	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.30 (มาก)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ตรงตาม เวลาที่สัญญาไว้	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ ลูกค้าตลอดเวลา	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมใน การให้บริการลูกค้า	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	3.98 (มาก)	4.21 (มาก)	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพ มี ความเป็นมิตร และมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)	4.09 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้า ทัดเทียมกันทุกราย	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญ ที่จะให้บริการ	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.05 (มาก)	4.20 (มาก)	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานให้บริการด้วย ความถูกต้องแม่นยำ	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08, 4.06, 4.15, 4.08, 4.00, 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และพนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ						
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดภายในร้าน	3.92 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	4.02 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)	3.92 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.44 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของสำนักงาน	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ	3.84 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.73 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.89, 3.67, 3.58, 3.59) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81, 3.76) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63, 3.72) และ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62, 3.63)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอ กชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	3.76 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.52 (มาก)	3.86 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณา สินเชื่อรวดเร็ว	3.76 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.52 (มาก)	3.86 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ ในหลายวิธี	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการไม่ ซับซ้อน	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)	3.94 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทาง โทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อ แจ้งข่าวสาร เช่น การ ติดตามเอกสาร ประกอบการจดทะเบียน หรือโอนกรรมสิทธิ์	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	4.14 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
มีการให้บริการนอก สถานที่	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	4.14 (มาก)	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน	4.20 (มาก)	3.63 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.84, 4.08, 3.90, 3.88, 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้ำสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้ำสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ มีการให้บริการลูกค้ำด้วยความรวดเร็ว มีการติดต่อลูกค้ำทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ มีการติดต่อลูกค้ำทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) และขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหาหลังจาก (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.00) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.97, 3.80) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.87, 3.72)

ตารางที่ 50 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนทางประสม การตลาด	อาชีพ						
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคลากร	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.73 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.85) และปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.84)

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตราชื่อหรือรถ	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	4.20 (มาก)
ขนาดและรูปร่าง	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
สีสันทันและลวดลาย	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์	3.91 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	3.73 (มาก)	4.02 (มาก)
การประหยัดน้ำมัน	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	4.17 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น	4.08 (มาก)	3.72 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพ	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	4.22 (มาก)	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)
การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการตีราคาและแลกเปลี่ยนรถมือสอง	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบหลายรุ่น	4.08 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.91, 3.95, 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ขนาดและรูปร่าง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.20) และกำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสีสันและลวดลาย อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคารถจักรยานยนต์	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
ราคาอะไหล่	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าซ่อมบำรุง	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายคาวน	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)	3.56 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)
จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด	3.48 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.77, 3.56, 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างวด (ค่าเฉลี่ย 3.86) และราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และจำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างวด (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ ค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	3.51 (มาก)	3.78 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	3.39 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.76, 3.47, 3.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98, 3.73) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.67) และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
มีบริการทดลองขับขึ้นก่อนตัดสินใจซื้อ	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)
การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)
คุณภาพของแถมที่ได้รับ	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	4.28 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)
การจัดให้มีการชิงโชค	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.17 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	4.28 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.93, 3.91, 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.20) รองลงมาคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.13) และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.08, 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ การจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,001 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.06 (มาก)	4.40 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	4.03 (มาก)	4.12 (มาก)	3.78 (มาก)	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าที่ดัดเทียมกันทุกราย	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	4.22 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05, 4.02, 3.98, 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,001 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดภายในร้าน	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.92 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	3.36 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของสำนักงาน	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.49 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.70, 3.69, 3.49, 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94, 4.02) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.79) และความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)	4.07 (มาก)	3.98 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน	4.01 (มาก)	3.92 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)
มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์	3.66 (มาก)	3.93 (มาก)	3.56 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการให้บริการนอกสถานที่	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.44 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.91, 3.78, 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.07) และขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 58 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนทางประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.49 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.93) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ย 15,001 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

- พื้นที่คับแคบควรขยายพื้นที่ให้กว้างขวางขึ้นมากกว่านี้ (4 คน)
- พนักงานควรให้บริการลูกค้า โดยให้มีความเอาใจใส่ลูกค้าให้มากขึ้น (1 คน)
- ควรออกให้บริการตรวจเช็ครถจักรยานยนต์นอกสถานที่ (2 ราย)
- ควรมีของแถมเป็นสื่อกันฝนและหมวกกันน็อกมากกว่าของแถมชนิดอื่น (3 ราย)
- ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน (1 ราย)
- เอกสารประกอบการซื้อควรลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไปบ้าง (1 ราย)