

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคใน อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากรที่ซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั้ง 5 ร้าน ประกอบด้วย 1) ร้านธวัชยนต์ 2) ร้าน ต.สหมอเตอร์ 3) บริษัทนิคมพานิช สาขาเถิน 4) ร้านนพรัตน์ 5) ร้านวิโรจน์ยนต์ ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง จำนวน 250 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-40 ปี ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพรับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ ฮอนด้า และรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ขณะนี้มีกำลังเครื่องยนต์ คือ 100 ซีซี ราคาของรถจักรยานยนต์คันล่าสุดที่ซื้อด้วยเงินสดหรือเงินผ่อน 35,000-40,000 บาท การจ่ายเงินซื้อรถจักรยานยนต์คันล่าสุด คือ เงินสด สำหรับผู้ที่จ่ายเงินผ่อนส่วนใหญ่ ผ่อนชำระใช้เงินค่างวดในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ 0-10 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่รถจักรยานยนต์ที่ครอบครองในครอบครัวยุค คือ คันที่ 2 โดยเหตุผลในการซื้อรถจักรยานยนต์คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยม และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ ตัวท่านเอง การทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ คือ โทรทัศน์ และรายการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด คือ ของแถม โดยของแถมที่ชอบมากที่สุดคือ หมวกกันน็อก ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ซื้อรถเพิ่มในอนาคตมากที่สุด ส่วนผู้ที่คาดว่าจะซื้อในอนาคตยี่ห้อที่จะซื้อ คือ ฮอนด้า

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากทุกปัจจัยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และกำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และราคาอะไหล่

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และคุณภาพของแถมที่ได้รับ และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ และความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน และ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

### **ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์**

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ รองลงมาคือ ขนาดรถจักรยานยนต์เล็กเกินไป และตัวแทนจำหน่ายไม่มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น เท่ากัน และ ขนาดรถจักรยานยนต์ใหญ่เกินไป

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ รถจักรยานยนต์มีราคาแพง และอะไหล่มีราคาแพง เท่ากัน รองลงมาคือ เงินค่างวดสูง และราคาขายต่อรถมือสองในตลาดมีราคาต่ำ เท่ากัน และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ตัวแทนจำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายมีน้อย และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ รองลงมาคือ ไม่มีการจัดให้มีการชิงโชค และไม่มีการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่คิดดอกเบี้ย และของแถมที่ได้รับไม่มีคุณภาพ เท่ากัน

**ปัญหาด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความสุขในการให้บริการลูกค้า และพนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และ พนักงานไม่มีความเอาใจใส่ลูกค้า

**ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัย รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านตัวแทนจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า และ ไม่มีเครื่องมือในศูนย์บริการที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือมีขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีขั้นตอนการซื้อ-ขายที่ซับซ้อน และไม่มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ**

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และการบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ) รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และกำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และราคาอะไหล่

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่างาน และ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และการจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และคุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน และความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

#### 4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

##### จำแนกตามอาชีพ

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และรับจ้าง ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น รองลงมาคือ ทรายี่ห้อรถ และขนาดและรูปร่าง สีสนัและลวดลาย การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ สีสนัและลวดลาย และร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และขนาดและรูปร่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และขนาด และรูปร่าง กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรถ รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และ กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และทรายี่ห้อรถ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ และมีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง และ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายคาวนั

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำมัน เท่ากัน และมีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคา รถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และจำนวนเงินที่ต้องจ่ายค่าน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคา รถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และราคาอะไหล่

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี หลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และมี ทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวก สำหรับลูกค้า และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี หลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า และ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ รองลงมาคือ การโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบ ก่อนกำหนด เท่ากัน และ การจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ รองลงมาคือ การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์ รุ่นใหม่ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การจัดให้มีการชิงโชค การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน กำหนด การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ และการจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การจัดสวัสดิคและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ และคุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การจัดสวัสดิคและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน และพนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ เท่ากัน และพนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย



ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ และบรรยากาศภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ และความสะอาดภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน และ บรรยากาศภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ และความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงานเท่ากัน และ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี เท่ากัน รองลงมาคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน และขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน และการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจาก รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

#### 4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้  
ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อ  
การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้  
ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด รองลงมาคือ อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะ  
รุ่น ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น เท่ากัน และ ขนาดและรูปร่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทรายี่ห้อรด รองลงมาคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลาย  
รูปแบบ หลายรุ่น และกำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ระยะเวลา  
การรับประกันคุณภาพ และการประหยัดน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น รองลงมาคือ  
การบริการหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คฟรี และสีสันและลวดลาย อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น  
เท่ากัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้  
ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคา  
สินค้าชัดเจน และราคาอะไหล่

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายดาวน์ และ  
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,001 บาท ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ รองลงมาคือ ราคาอะไหล่ และจำนวนเงินที่  
ต้องจ่ายดาวน์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคารถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และ ค่าซ่อมบำรุง

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย รองลงมาคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และการจัดให้มีการชิงโชค การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน

กำหนด เท่ากัน รองลงมาคือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา เท่ากัน และพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า เท่ากัน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน และความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ เท่ากัน และ ความสะอาดบริเวณรอบร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน เท่ากัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ และความสะอาดภายในร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ เท่ากัน และขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ มีการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน รองลงมาคือ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน เท่ากัน

## อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของรณจวน วรรณภีระ (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชาญณรงค์ พานิชนันทนกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ตรายี่ห้อรถ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของรณจวน วรรณภีระ (2548) และของพันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การประหยัดน้ำมัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชาญณรงค์ พานิชนันทนกุล (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพของรถจักรยานยนต์ การใช้งานและการประหยัดน้ำมัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรณจวน วรรณภีระ (2548) และพันฤทธิ์ กุลเลิศประเสริฐ (2547) และชาญณรงค์ พานิชนันทนกุล (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาจักรยานยนต์

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของรณจวน วรรณภีระ (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของศูนย์

จำหน่าย และศูนย์บริการอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพันธุธิกุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการซ่อมบำรุง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของบุญจวน วรรณภีระ (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ การประชาสัมพันธ์ โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพันธุธิกุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ส่วนลดเงินสด การรับซื้อรถเก่าในราคาที่เหมาะสมและการบริการแนะนำของพนักงานขาย

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีข้อค้นพบที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใ้ช้อยู่ในปัจจุบันคือยี่ห้อฮอนด้า และเหตุผลที่ใช้เพราะเป็นที่นิยม และมีรูปร่างที่สวยงาม และการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือตัวเอง จึงเห็นได้ว่าผู้ประกอบการขายรถจักรยานยนต์ควรจะรักษากลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ โดยการหากลยุทธ์มาตอบสนองลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

รายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุดคือการมีของแถม และรายการของแถมที่ชอบมากที่สุดคือหมวกกันน็อก



ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 48.8 ที่จะซื้อรถจักรยานยนต์เพิ่มในอนาคต และพบว่า ร้อยละ 71.3 ยี่ห้อที่จะซื้อในอนาคตคือยี่ห้อฮอนด้า

ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของลูกค้า พบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยด้านอื่น รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือมีบริการตีราคา และแลกเปลี่ยนรถมือสอง

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือค่าซ่อมบำรุง อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้าน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้าน การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือพนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้าน ความสะอาดบริเวณรอบร้าน ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้ายคือมีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์

ตารางที่ 59 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อย และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ ความสำคัญลำดับแรก	ปัญหา ที่พบลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	ตรายี่ห้อรถ	ไม่มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ
ด้านราคา	ราคารถจักรยานยนต์	รถจักรยานยนต์มีราคาแพง อะไหล่มี ราคาแพง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	ตัวแทนจำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	ไม่มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ
ด้านบุคลากร	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือ ที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	พนักงานไม่มีความสุภาพ ในการ ให้บริการลูกค้า พนักงานไม่มีความ เชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้า
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดภายในร้าน	ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ ทันสมัย
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมี ปัญหาหลังจากหมดระยะเวลา รับประกัน	มีขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อน

ตารางที่ 60 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเนิน จังหวัดลำปาง จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตราฮีโร่ (4.25: มาก)	ตราฮีโร่ (4.17: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคารถจักรยานยนต์ (4.27: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.15: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (4.00: มาก)	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (3.97: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.30: มาก)	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.30: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (4.19: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (4.34: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดภายในร้าน (3.90: มาก)	ความสะอาดภายในร้าน (3.93: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลาประกัน (4.09: มาก)	มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลาประกัน (4.14: มาก)

จากตารางที่ 59 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อจำแนกตามพบเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยในแต่ละด้านเป็นอันดับแรกเหมือนกันทุกปัจจัย

ตารางที่ 61 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ร้านตัวแทนจำหน่ายมี สินค้าให้เลือกหลาย รูปแบบ หลายรุ่น (4.32: มาก)	ตราฮี้อรอด (4.38: มาก)	ตราฮี้อรอด (4.43: มาก)	ตราฮี้อรอด (4.26: มาก)	ตราฮี้อรอด (4.08: มาก)	อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษ เฉพาะรุ่น (4.20: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคารถจักรยานยนต์ (4.20: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.25: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.27: มาก)	ราคา รถจักรยานยนต์ (4.20: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.19: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.16: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (3.88: มาก)	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (4.38: มาก)	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (4.09: มาก)	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (3.95: มาก)	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (3.96: มาก)	มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า (3.92: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การมีของแถมพิเศษ เมื่อซื้อรถ (4.36: มาก)	การมีของแถมพิเศษ เมื่อซื้อรถ (4.13: มาก)	การมีของแถมพิเศษ เมื่อซื้อรถ (4.52: มากที่สุด)	การโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.30: มาก)	การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.30: มาก)	การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.24: มาก)

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้าง	อื่นๆ
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยใน การบริการลูกค้า (4.36: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยใน การบริการลูกค้า (4.38: มาก)	พนักงานใช้ อุปกรณ์-เครื่องมือ ที่ทันสมัยในการ บริการลูกค้า (4.43: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัย ในการบริการลูกค้า (4.30: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัย ในการบริการลูกค้า (4.22: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยใน การบริการลูกค้า (4.08: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ความสะอาดภายใน ร้าน ความสะอาดของ ห้องน้ำ ความทันสมัย ของสำนักงาน เท่ากัน (3.92: มาก)	ความสะอาดของ ห้องน้ำ ความทันสมัย ของสำนักงาน เท่ากัน (3.88: มาก)	ความสะอาดภายใน ร้าน (4.20: มาก)	ความสะอาดภายใน ร้าน (4.02: มาก)	ความสะอาดภายใน ร้าน (3.81: มาก)	ความสะอาดภายใน ร้าน (3.76: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	มีการให้บริการที่ดีเมื่อ รถมีปัญหาหลังจาก หมดระยะเวลา รับประกัน (4.20: มาก)	ขั้นตอนการซื้อไม่ ซับซ้อน ขั้นตอนการ พิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือก ชำระได้ในหลายวิธี เท่ากัน (4.13: มาก)	ขั้นตอนการ ให้บริการไม่ ซับซ้อน (4.16: มาก)	ขั้นตอนการ ให้บริการไม่ซับซ้อน (4.14: มาก)	มีการให้บริการที่ดี เมื่อรถมีปัญหา หลังจากหมด ระยะเวลาประกัน (4.21: มาก)	มีการให้บริการที่ดีเมื่อ รถมีปัญหาหลังจาก หมดระยะเวลา รับประกัน (4.00: มาก)

จากตารางที่ 61 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อจำแนกตามอาชีพ ได้ผลสรุป ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และรับจ้าง ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรก คือ ตรายี่ห้อ ส่วนอาชีพข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรก คือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรก คือ อุปกรณ์ตกแต่งพิเศษเฉพาะรุ่น

**ด้านราคา** ทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคาเรอจ็กรยานยนต์

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ การมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อลด ส่วนอาชีพเกษตรกร รับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์

**ด้านบุคลากร** พบว่าทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ พนักงานใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ความสะอาดภายในร้าน ส่วนอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน

**ด้านกระบวนการ** พบว่า อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง และอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรก คือ ชับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่าซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับแรก คือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน

ตารางที่ 62 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเงิน จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตราฮีโร่รถ (4.20: มาก)	ตราฮีโร่รถ (4.27: มาก)	กำลัง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ (4.28: มาก)	ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น (4.33: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคารถจักรยานยนต์ (4.21: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.18: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.28: มาก)	ราคารถจักรยานยนต์ (4.20: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (3.98: มาก)	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (4.05: มาก)	มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (3.98: มาก)	ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (3.89: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.28: มาก)	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.36: มาก)	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (4.28: มาก)	คุณภาพของแถมที่ได้รับ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด เท่ากัน (4.28: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (4.33: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (4.24: มาก)	พนักงานให้บริการลูกค้า ทัดเทียมกันทุกราย พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการเท่ากัน (4.22: มาก)	พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (4.40: มาก)

ตารางที่ 62 (ต่อ) แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดภายในร้าน (3.94: มาก)	ความสะอาดภายในร้าน (4.02: มาก)	ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน ความ สะอาดของห้องน้ำ ความ ทันสมัยของสำนักงาน ความ ทันสมัยของเครื่องมือใน ศูนย์บริการ เท่ากัน (3.56: มาก)	ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของ สำนักงาน เท่ากัน (3.67: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณี ปัญหาหลังจากหมดระยะเวลา รับประกัน (4.08: มาก)	มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณี ปัญหาหลังจากหมดระยะเวลา รับประกัน (4.10: มาก)	มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณี ปัญหาหลังจากหมดระยะเวลา รับประกัน (4.44: มาก)	มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณี ปัญหาหลังจากหมด ระยะเวลาประกัน (4.13: มาก)



จากตารางที่ 62 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อจำแนกตามรายได้ ได้ผลสรุปดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ตรายี่ห้อรถ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ กำลิ่ง (ขนาดซีซี) เครื่องยนต์ และ อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ร้านตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ หลายรุ่น

**ด้านราคา** ทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคารถจักรยานยนต์

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ คุณภาพของแถมที่ได้รับ และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด

**ด้านบุคลากร** พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ พนักงานใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ความสะอาดภายในร้าน ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ ความทันสมัยของสำนักงาน และความทันสมัยของเครื่องมือในศูนย์บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดของห้องน้ำ และความทันสมัยของสำนักงาน

**ด้านกระบวนการ** พบว่า ทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์อยู่ในระดับที่สำคัญมาก ผู้ศึกษาจึงเห็นว่า ร้านตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ และศูนย์บริการ ตลอดจน โรงงานผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ควรปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการผลิตและการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ให้ได้ตรงตามต้องการของผู้บริโภคในภาวะปัจจุบัน โดยมีข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะในเรื่องของตรายี่ห้อ และมียี่ห้อให้เลือกหลายรูปแบบหลายรุ่น แต่ปัญหาที่พบมากคือ ไม่มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ ตัวแทนจำหน่ายไม่มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น และขนาดรถจักรยานยนต์เล็กลงไป ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรจะเลือกจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่หลากหลายยี่ห้อ โดยเฉพาะยี่ห้อที่เป็นขอยอดนิยม คือ ยี่ห้อฮอนด้า และยามาฮา โดยรถจักรยานยนต์ที่นำมาจำหน่ายควรมีขนาดไม่ใหญ่หรือเล็กลงไป มีสีสวย ลวดลายให้เลือกหลากหลาย รูปลักษณะของรถสวยงาม สีของรถจักรยานยนต์สวยงาม และอุปกรณ์ประกอบต่างๆ มีคุณภาพดี และเน้นในเรื่องของการประหยัดน้ำมัน นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลาการรับประกันคุณภาพสินค้าคือกำหนดระยะเวลาประกันให้มีระยะเวลานานขึ้น เช่นระยะเวลาการรับประกัน 2 ปีขึ้นไปเป็นต้น และตัวแทนจำหน่ายควรให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา โดยนำสินค้าที่ทันสมัย มีคุณภาพมาจำหน่าย และมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานของสินค้า

ในส่วนของผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ควรจะสร้างเทคโนโลยีใหม่ โดยไม่เน้นด้านสมรรถนะหรือความแรงของเครื่องยนต์มากเกินไปเพื่อความจำเป็น เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ราคาน้ำมันที่มีราคาแพง ควรเน้นการผลิตรถจักรยานยนต์ที่ใช้เพื่อชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ และพัฒนาให้สามารถใช้พลังงานทดแทนน้ำมันได้ เช่น ไฟฟ้า แบตเตอรี่ พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะในเรื่องราคาของรถจักรยานยนต์ แต่ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ รถจักรยานยนต์มีราคาแพงและอะไหล่มีราคาแพง ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรจะให้ความสำคัญเรื่อง ราคาของรถจักรยานยนต์ที่จำหน่ายให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน หากลูกค้าซื้อเงินสดควรมีส่วนลดให้ หรือหากลูกค้าซื้อเป็นเงินผ่อนควรให้เวลาผ่อนชำระยาวนานขึ้น นอกจากนี้ราคาค่าอะไหล่ค่าบริการในการตรวจเช็คไม่ควรแพงมาก

เกินไป ควรกำหนดราคาให้มีความเป็นมาตรฐาน และมีราคาให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า มีการติดป้ายราคาตัวรถจักรยานยนต์ให้ชัดเจน และควรติดป้ายกับอุปกรณ์ของรถจักรยานยนต์ทุกชนิด ทุกยี่ห้อให้ลูกค้าได้มองเห็นอย่างชัดเจนด้วย

**ด้านผู้ผลิตรถจักรยานยนต์** ควรคิดค้นในการปรับปรุงต้นทุนการผลิตให้มีราคาถูกลง แต่สินค้าต้องมีคุณภาพและได้มาตรฐาน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านนี้ในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะในด้านมีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า และความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย แต่ปัญหาที่พบมากคือ ตัวแทนจำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ และตัวแทนจำหน่ายมีน้อย ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายควรสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าในด้านการให้ข้อมูลของสินค้าและบริการให้ชัดเจน และควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับศูนย์บริการให้เพียงพอ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทาง มีสาขาย่อยกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่ และวันเวลาเปิด-ปิดทำการของร้านมีความเหมาะสม อยู่ใกล้ชุมชนไปมาสะดวก ไม่นั่นเรื่องจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

**ด้านผู้ผลิตรถจักรยานยนต์** ควรจะให้การสนับสนุนให้มีตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทุกพื้นที่

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ และการมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ และปัญหาที่พบมากคือ ไม่มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเถินควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีของแถมที่น่าสนใจและมีคุณภาพให้กับลูกค้า เช่น หมวกกันน็อก เสื้อแจ็กเก็ต เป็นต้น หรือมีการชิงโชคแลกของรางวัล นอกจากนั้นการโฆษณาผ่านสื่อควรเลือกใช้สื่อวิทยุ และหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อด้านอื่น ๆ หรือการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศลต่างๆ การจัดสาธิต แนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ เป็นต้น

**ด้านผู้ผลิตรถจักรยานยนต์** ควรให้ความสำคัญในการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะ พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ แต่ปัญหาที่พบมากที่สุดคือพนักงานไม่มีความสุขภาพในการให้บริการลูกค้า และพนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

ลูกค้า ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ ในการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างชัดเจน ตลอดจนมีการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการขาย พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย และพนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ พึงพอใจ และแนะนำ ลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้บริการในอนาคตได้

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ และความทันสมัยของสำนักงาน และปัญหาที่พบบ่อยคือไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัย และบรรยากาศในร้านตัวแทนจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ควรให้ความสำคัญในการนำอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัยมาใช้ในสำนักงานหรือในศูนย์บริการ และการจัดบรรยากาศภายในร้านให้เหมาะสมในการให้บริการลูกค้า ควรรักษาความสะอาดภายในบริเวณสถานที่จำหน่ายรถจักรยานยนต์และบริเวณรอบร้าน ทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งห้องน้ำที่ให้บริการลูกค้าให้มีความสะอาดตลอดเวลา

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนี้ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยเฉพาะมีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน และการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน และปัญหาที่พบบ่อยคือ มีขั้นตอนการให้บริการที่ซับซ้อน ทั้งขั้นตอนการซื้อ-ขายที่ซับซ้อน และไม่มีบริการที่ดีเมื่อกรณีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรให้ความสำคัญในการให้บริการที่ดี เช่น เมื่อรถของลูกค้ามีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน หรือมีวิธีการชำระเงินค่าเช่า-ซื้อที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี การลดขั้นตอนการให้บริการบางอย่างลงเพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อน เช่น การยื่นเอกสารที่ต้องผ่านในหลายขั้นตอนโดยลดขั้นตอนให้จบที่จุดเดียว และขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อควรลดขั้นตอนให้มีความรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ควรมีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น การติดตามเอกสารประกอบการจดทะเบียนหรือโอนกรรมสิทธิ์ และควรมีการให้บริการนอกสถานที่แก่ลูกค้าบ้างเป็นครั้งคราว