

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษา ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว และยี่ห้อรถจักรยานยนต์ในครอบครัว (ตารางที่ 2-10)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ชนิดและยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อในครั้งล่าสุด ค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ วัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย วันและเวลาในการซื้อ ลักษณะของร้านที่เลือกซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ วิธีการชำระเงิน วิธีจัดการรถจักรยานยนต์คันเดิม ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อ การแนะนำผู้อื่นให้เลือกซื้อ แผนการซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ (ตาราง 11-33)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน (ตารางที่ 34-37)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน (ตารางที่ 38)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 39-63) จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 64-84) และจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 85-107)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 108-111) จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 112-115) และจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 116-119)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 154 | 39.2 |
| หญิง | 239 | 60.8 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.8 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 44 | 11.2 |
| 20-25 ปี | 130 | 33.1 |
| 26-30 ปี | 113 | 28.8 |
| 31-35 ปี | 51 | 12.9 |
| 36-40 ปี | 37 | 9.4 |
| มากกว่า 40 ปี | 18 | 4.6 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-25 ปี ร้อยละ 33.1 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 28.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

| การศึกษาสูงสุด | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 53 | 13.5 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 101 | 25.7 |
| อนุปริญญา/ปวส. | 111 | 28.2 |
| ปริญญาตรี | 116 | 29.5 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 12 | 3.1 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 29.5 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 28.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

| สถานภาพการสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|------------|--------------|
| โสด | 251 | 63.9 |
| สมรส | 142 | 36.1 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 63.9 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 36.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 44 | 11.2 |
| 5,000-10,000 บาท | 196 | 49.9 |
| 10,001-15,000 บาท | 99 | 25.2 |
| 15,001-20,000 บาท | 28 | 7.1 |
| 20,001-25,000 บาท | 18 | 4.6 |
| มากกว่า 25,000 บาท | 8 | 2.0 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 49.9 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 25.2

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------------|
| นักเรียน/นักศึกษา | 55 | 14.0 |
| ข้าราชการ | 45 | 11.5 |
| พนักงานบริษัท | 149 | 37.9 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 44 | 11.2 |
| รัฐวิสาหกิจ | 33 | 8.4 |
| รับจ้าง | 59 | 15.0 |
| อื่นๆ | 8 | 2.0 |
| รวม | 393 | 100.0 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ พนักงานของรัฐ 3 คน เกษตรกร 5 คน

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 37.9 รองลงมา มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------------|
| 1 คน | 11 | 2.8 |
| 2 คน | 78 | 19.8 |
| 3 คน | 101 | 25.7 |
| มากกว่า 3 คน | 203 | 51.7 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน ร้อยละ 51.7 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน ร้อยละ 25.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว

| จำนวนรถจักรยานยนต์ที่มีในครอบครัว | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------------|
| 1 คัน | 104 | 26.5 |
| 2 คัน | 165 | 42.0 |
| 3 คัน | 89 | 22.6 |
| มากกว่า 3 คัน | 35 | 8.9 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว 2 คัน ร้อยละ 42.0 รองลงมา มีจำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว 1 คัน ร้อยละ 26.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ใน
ครอบครัว

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่มีในครอบครัว | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-------|--------|
| ยามาฮ่า | 166 | 42.2 |
| ฮอนด้า | 337 | 85.8 |
| คาวาซากิ | 12 | 3.1 |
| ซูซูกิ | 30 | 7.6 |
| คาจิวา | 6 | 1.5 |
| ไทเกอร์ | 9 | 2.3 |
| เจอาร์ดี | 12 | 3.1 |
| อื่นๆ | 1 | 0.3 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน
อื่นๆ ได้แก่ เวสป้า 1 คน

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ในครอบครัว
ยี่ห้อฮอนด้า 337 คัน ร้อยละ 85.8 รองลงมามีรถจักรยานยนต์ในครอบครัวยี่ห้อยามาฮ่า 166 คัน ร้อย
ละ 42.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด

| ประเภทรถจักรยานยนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|--------------|
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 249 | 63.4 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 129 | 32.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต | 11 | 2.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 4 | 1.0 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา 249 คัน ร้อยละ 63.4 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ 129 คัน ร้อยละ 32.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| ยามาฮ่า | 84 | 21.4 |
| ฮอนด้า | 291 | 74.0 |
| คาวาซากิ | 3 | 0.8 |
| ซูซูกิ | 9 | 2.3 |
| คาจิวา | 1 | 0.2 |
| ไทเกอร์ | 2 | 0.5 |
| เจอาร์ดี | 3 | 0.8 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ในครั้งล่าสุด 291 คัน ร้อยละ 74.0 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮา 84 คัน ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด

| ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (ราคารถจักรยานยนต์) | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 40,000 | 117 | 29.8 |
| 40,000-50,000 บาท | 199 | 50.6 |
| 50,001-60,000 บาท | 71 | 18.1 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 6 | 1.5 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ (ราคารถจักรยานยนต์) 40,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 50.6 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ต่ำกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 29.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์

| ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 100 ซีซี | 38 | 9.7 |
| 100-125 ซีซี | 254 | 64.6 |
| 126-150 ซีซี | 84 | 21.4 |
| มากกว่า 150 ซีซี | 17 | 4.3 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 100-125 ซีซี ร้อยละ 64.6 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 126-150 ซีซี ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์

| วัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) | 201 | 51.2 |
| ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม | 127 | 32.3 |
| ซื้อเพื่อเปลี่ยนกับของเดิม | 69 | 17.6 |
| ซื้อตามเพื่อน | 11 | 2.8 |
| ซื้อให้คนในครอบครัว | 97 | 24.7 |
| ซื้อเพราะรูปทรง | 31 | 7.9 |
| ซื้อเพราะคุณสมบัติ | 56 | 14.3 |
| ซื้อเพื่อความทันสมัย | 28 | 7.1 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ เนื่องจากจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตนเอง) ร้อยละ 51.2 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์เพื่อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 32.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์

| คุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ดี | 204 | 51.9 |
| รูปร่าง | 210 | 53.4 |
| ประโยชน์ใช้สอย | 248 | 63.1 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 163 | 41.5 |
| ความคงทน | 252 | 64.1 |
| การทำงานได้หลากหลาย | 130 | 33.1 |
| ราคา | 225 | 57.3 |
| ความปลอดภัย | 143 | 36.4 |
| ตราสินค้า | 103 | 26.2 |
| อื่นๆ | 3 | 0.8 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

อื่นๆ ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะ 3 คน

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณาคุณสมบัติในการซื้อรถจักรยานยนต์จากความคงทน ร้อยละ 64.1 รองลงมาพิจารณาคุณสมบัติจากประโยชน์การใช้สอย ร้อยละ 63.1

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| ตนเอง | 297 | 75.6 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 62 | 15.8 |
| บิดา มารดา | 198 | 50.4 |
| ญาติพี่น้อง | 47 | 12.0 |
| สามี ภรรยา | 100 | 25.5 |
| บุตรหลาน | 29 | 7.4 |
| พนักงานขาย | 42 | 10.7 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตนเอง ร้อยละ 75.6 รองลงมา คือ บิดามารดา ร้อยละ 50.4

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์

| ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------------|
| ตนเอง | 220 | 56.0 |
| บุคคลในครอบครัว | 72 | 18.3 |
| ตนเองและบุคคลในครอบครัว | 101 | 25.7 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตนเอง ร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์

| วันที่เลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 80 | 20.3 |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์ | 57 | 14.5 |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 18 | 4.6 |
| ไม่แน่นอน | 238 | 60.6 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 19 พบว่าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่นอนว่าจะเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันใด ร้อยละ 60.6 รองลงมาเลือกซื้อในวันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

| เวลาที่เลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------------|
| 8.00-12.00 น. | 105 | 26.7 |
| 12.01-17.00 น. | 56 | 14.2 |
| หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป | 7 | 1.8 |
| ไม่แน่นอน | 225 | 57.3 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 20 พบว่าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่นอนว่าจะเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาใด ร้อยละ 57.3 รองลงมาเลือกซื้อเวลา 8.00-12.00 ร้อยละ 26.7

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด

| ลักษณะของร้าน | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| พื้นที่กว้างขวาง สะดวก สบาย | 169 | 43.0 |
| มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | 246 | 62.6 |
| มีพนักงานแนะนำสินค้า | 196 | 49.9 |
| สินค้านี้มีราคาถูกและมีของแถม | 200 | 50.9 |
| มีการรับประกันและบริการหลังการขาย | 270 | 68.7 |
| มีบริการผ่อนชำระรายเดือน | 189 | 48.1 |
| ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 164 | 41.7 |
| มีบริการส่งถึงบ้าน | 115 | 29.3 |
| มีสินค้าทันสมัย | 140 | 35.6 |
| ร้านค้ำมีชื่อเสียงยาวนาน | 111 | 28.2 |
| ร้านค้ำมีผู้แนะนำ | 89 | 22.6 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านที่มีการรับประกันและมีบริการหลังการขาย ร้อยละ 68.7 รองลงมาชอบซื้อรถจักรยานยนต์จากร้านที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 62.6

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์

| สถานที่เลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------------|
| ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ | 130 | 33.1 |
| โชว์รูมรถจักรยานยนต์ | 223 | 56.7 |
| ตัวแทนขายตรง(พนักงานขายอิสระ) | 40 | 10.2 |
| รวม | 393 | 100.0 |

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์คือร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่นำรถจักรยานยนต์จากดีลเลอร์รายใหญ่มาจำหน่าย โชว์รูมรถจักรยานยนต์ คือดีลเลอร์จำหน่ายรถจักรยานยนต์รายใหญ่ที่มีสินค้าจัดแสดงภายในร้าน ตัวแทนขายตรง(พนักงานขายอิสระ) คือพนักงานขายที่ออกไปติดต่อลูกค้าด้วยตนเอง

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากโชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 56.7 รองลงมาเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 33.1

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

| การศึกษาข้อมูลก่อนซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|------------|--------------|
| มี | 366 | 93.1 |
| ไม่มี | 27 | 6.9 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 93.1 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 6.9

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์

| แหล่งข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| โทรทัศน์ | 169 | 46.2 |
| วิทยุ | 12 | 3.3 |
| หนังสือพิมพ์ นิตยสาร | 148 | 40.4 |
| อินเทอร์เน็ต | 144 | 39.3 |
| แผ่นพับ ใบปลิว | 154 | 42.1 |
| เพื่อน คนรู้จัก | 142 | 38.8 |
| พนักงานขาย | 176 | 48.1 |
| บุคคลในครอบครัว | 96 | 26.2 |
| อื่นๆ | 2 | 0.5 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 366 คน

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์จากการสอบถามพนักงานขาย ร้อยละ 48.1 รองลงมา คือ ค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์จากโทรทัศน์ ร้อยละ 46.2

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์

| วิธีการชำระเงิน | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------------|
| เงินสด | 143 | 36.4 |
| ผ่อนชำระรายเดือน | 243 | 61.8 |
| บัตรเครดิต | 7 | 1.8 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์โดยผ่อนชำระรายเดือน ร้อยละ 61.8 รองลงมาชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 36.4

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์

| เงื่อนไขเงินค่างวด | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| 10% | 63 | 25.2 |
| 15% | 27 | 10.8 |
| 20% | 52 | 20.8 |
| 25% | 41 | 16.4 |
| 30% | 36 | 14.4 |
| มากกว่า 30% | 31 | 12.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบผ่อนชำระ รายเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 25.2 รองลงมาชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์ 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 20.8

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์

| ระยะเวลาผ่อนชำระ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| 6 เดือน | 18 | 7.2 |
| 12 เดือน | 36 | 14.4 |
| 18 เดือน | 16 | 6.4 |
| 24 เดือน | 91 | 36.4 |
| 30 เดือน | 12 | 4.8 |
| 36 เดือน | 64 | 25.6 |
| มากกว่า 36 เดือน | 13 | 5.2 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบผ่อนชำระ รายเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระยะเวลาในการผ่อนชำระค่ารถจักรยานยนต์ 24 เดือน ร้อยละ 36.4 รองลงมาเลือกระยะเวลาในการผ่อนชำระค่ารถจักรยานยนต์ 36 เดือน ร้อยละ 25.6

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่

| วิธีการกับรถจักรยานยนต์เดิม | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| ขาย | 77 | 19.6 |
| เก็บสำรองไว้ใช้ | 294 | 74.8 |
| นำไปแลกซื้อคันใหม่ | 76 | 19.3 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เก็บสำรองรถจักรยานยนต์เดิมไว้ใช้ ร้อยละ 74.8 รองลงมาคือขาย ร้อยละ 19.6

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์

| ความพึงพอใจหลังการซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|------------|--------------|
| พอใจมาก | 130 | 33.1 |
| พอใจ | 224 | 57.0 |
| เฉยๆ | 34 | 8.6 |
| ไม่พอใจ | 5 | 1.3 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความพอใจ ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือพอใจมาก ร้อยละ 33.1

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ได้ตนเองได้ซื้อมาใช้แล้ว

| การแนะนำเพื่อน / คนรู้จัก | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------------|
| แนะนำ | 237 | 60.3 |
| เฉยๆ | 139 | 35.4 |
| ไม่แนะนำ | 17 | 4.3 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ได้ตนเองได้ซื้อมาใช้แล้ว ร้อยละ 60.3 รองลงมาคือเฉยๆ ร้อยละ 35.4

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต

| แผนที่จะซื้อในอนาคต | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| มี | 258 | 65.6 |
| ไม่มี | 135 | 34.4 |
| รวม | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแผนซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 65.6 และไม่มีแผนซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 34.4

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต

| ประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 115 | 44.6 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 112 | 43.4 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต | 9 | 3.5 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 16 | 6.2 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 44.6 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 43.4

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| ยามาฮ่า | 67 | 25.9 |
| ฮอนด้า | 211 | 81.8 |
| คาวาซากิ | 14 | 5.4 |
| ซูซูกิ | 18 | 6.9 |
| คาจิวา | 2 | 0.8 |
| ไทเกอร์ | 5 | 1.9 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 81.8 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮ่า ร้อยละ 25.9

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ระดับความสำคัญของข้อมูล | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เช่น มีให้เลือกหลายรุ่น หลายสี | - (-) | 2 (0.5) | 80 (20.4) | 182 (46.3) | 129 (32.8) | 4.11 (มาก) |
| ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม | 2 (0.5) | 8 (2.0) | 89 (22.6) | 176 (44.8) | 118 (30) | 4.02 (มาก) |
| สมรรถนะด้านการประหยัด น้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ | 2 (0.5) | 6 (1.5) | 61 (15.5) | 136 (34.6) | 188 (42.8) | 4.28 (มาก) |
| สินค้ามีความทันสมัย | 1 (0.3) | 8 (2.0) | 80 (20.4) | 185 (47.1) | 119 (30.3) | 4.65 (มากที่สุด) |
| สินค้ามีการรับประกัน | 1 (0.3) | 6 (1.5) | 39 (9.9) | 132 (33.6) | 215 (54.7) | 4.41 (มาก) |
| มีบริการหลังการขาย เช่น มี บริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี | 3 (0.8) | 11 (2.8) | 50 (12.7) | 130 (33.1) | 199 (50.6) | 4.30 (มาก) |
| อะไหล่ราคาไม่แพงและมี มาตรฐาน | 2 (0.5) | 16 (4.1) | 92 (23.4) | 131 (33.3) | 152 (38.7) | 4.06 (มาก) |
| อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ | 30 (7.6) | 51 (13.0) | 147 (37.4) | 116 (29.5) | 49 (12.5) | 3.26 (ปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล | | | | | | 4.06 (มาก) |

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยแต่ละปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ สินค้ามีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.65) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เช่น มีให้เลือกหลายรุ่น หลายสี (ค่าเฉลี่ย 4.11) ะไหล่ราคาไม่แพงและมีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม (ค่าเฉลี่ย 4.02)

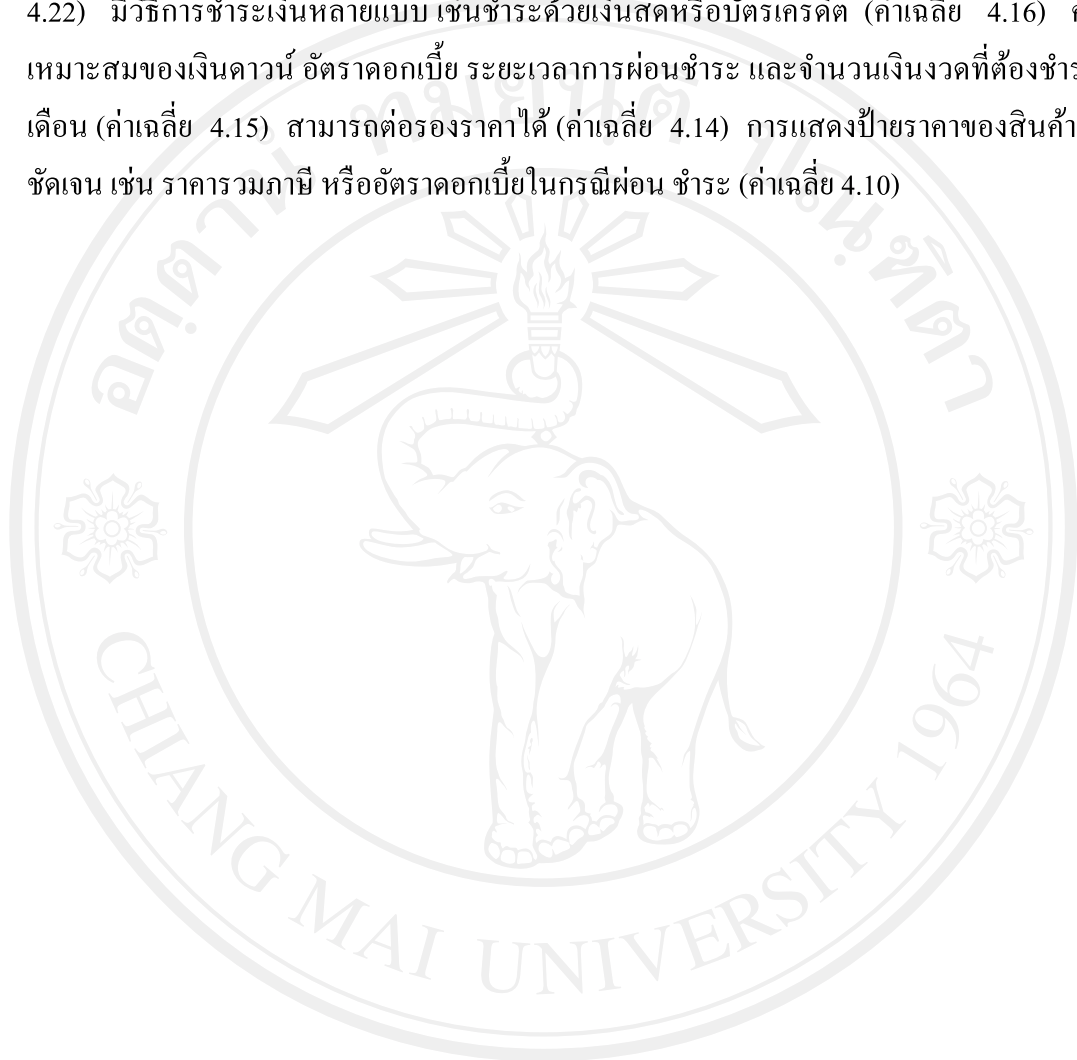
ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา | ระดับความสำคัญของข้อมูล | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น | 1 (0.3) | 12 (3.1) | 80 (20.4) | 108 (27.5) | 192 (48.9) | 4.22 (มาก) |
| ระดับราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า | - (-) | 3 (0.8) | 63 (16.0) | 133 (33.8) | 194 (49.4) | 4.32 (มาก) |
| การแสดงป้ายราคาของสินค้าอย่าง ชัดเจน เช่น ราคารวมภาษี หรืออัตราดอกเบี้ยในกรณีผ่อนชำระ | 4 (1.0) | 9 (2.3) | 86 (21.9) | 137 (34.9) | 157 (39.9) | 4.10 (มาก) |
| การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า | 2 (0.5) | 12 (3.1) | 71 (18.1) | 122 (31.0) | 186 (47.3) | 4.22 (มาก) |
| มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต | 3 (0.8) | 8 (2.0) | 79 (20.1) | 138 (35.1) | 165 (42.0) | 4.16 (มาก) |
| ความเหมาะสมของเงินค่างวด อัตรာ ดอกเบี้ย ระยะเวลาการ ผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้อง ชำระต่อเดือน | 4 (1.0) | 4 (1.0) | 89 (22.6) | 129 (32.8) | 167 (42.5) | 4.15 (มาก) |
| สามารถต่อรองราคาได้ | 2 (0.5) | 17 (4.3) | 81 (20.6) | 118 (30.0) | 175 (44.5) | 4.14 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล | | | | | | 4.19 (มาก) |

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยแต่ละปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22) การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความเหมาะสมของเงินเดือน อัตราราคอเบียร์ ระยะเวลาการผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การแสดงป้ายราคาของสินค้าอย่างชัดเจน เช่น ราคารวมภาษี หรืออัตราราคอเบียร์ในกรณีผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.10)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | ระดับความสำคัญของข้อมูล | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือ ที่ทำงาน | 1 (0.3) | 8 (2.0) | 105 (26.7) | 144 (36.6) | 135 (34.4) | 4.03 (มาก) |
| การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ | - (-) | 10 (2.5) | 104 (26.5) | 155 (39.4) | 124 (31.6) | 4.00 (มาก) |
| ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็น หมวดหมู่ | - (-) | 10 (2.5) | 113 (28.8) | 156 (39.7) | 114 (29.0) | 3.95 (มาก) |
| ภายในร้านมีการตกแต่งบรรยากาศ ให้ดูทันสมัยและสะอาด | 2 (0.5) | 11 (2.8) | 123 (31.3) | 161 (41.0) | 96 (24.4) | 3.86 (มาก) |
| ร้านค้ามีหลายสาขา | 15 (3.8) | 28 (7.1) | 104 (26.5) | 150 (38.2) | 96 (24.4) | 3.72 (มาก) |
| ร้านค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก | - (-) | 25 (6.4) | 98 (24.9) | 163 (41.5) | 107 (27.2) | 3.90 (มาก) |
| ระยะเวลาเปิดให้บริการ เช่น ปิดดึก กว่าร้านอื่น | 7 (1.8) | 43 (10.9) | 136 (34.6) | 105 (26.7) | 102 (26.0) | 3.64 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล | | | | | | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีความสำคัญต่อการซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (3.87) โดยแต่ละปัจจัยย่อยมี
ค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ร้านค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ภายในร้านมีการตกแต่งบรรยากาศให้ดูทันสมัยและสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.86) ร้านค้ามีหลายสาขา (ค่าเฉลี่ย 3.72) ระยะเวลาเปิดให้บริการ เช่น ปิดดีกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.64)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | ระดับความสำคัญของข้อมูล | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด | 1 (0.3) | 10 (2.5) | 74 (18.8) | 126 (32.1) | 182 (46.3) | 4.22 (มาก) |
| มีการโฆษณา ให้ข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สม่ำเสมอ | 6 (1.5) | 24 (6.1) | 113 (28.8) | 153 (38.9) | 97 (24.7) | 3.79 (มาก) |
| มีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ คุณสมบัติ และราคาของรถจักรยานยนต์ | 4 (1.0) | 12 (3.1) | 130 (33.1) | 141 (35.9) | 106 (27.0) | 3.95 (มาก) |
| มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า | 1 (0.3) | 7 (1.8) | 87 (22.1) | 154 (39.2) | 144 (36.6) | 4.10 (มาก) |
| พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน | 2 (0.5) | 10 (2.5) | 78 (19.8) | 132 (33.6) | 171 (43.5) | 4.17 (มาก) |
| มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย | 3 (0.8) | 12 (3.1) | 83 (21.1) | 161 (41.0) | 134 (34.1) | 4.05 (มาก) |
| มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ | 9 (2.3) | 30 (7.6) | 133 (33.8) | 137 (34.9) | 84 (21.4) | 3.36 (ปานกลาง) |
| รถรุ่นที่ต้องการมีการโฆษณาทางทีวี | 3 (0.8) | 13 (3.3) | 121 (30.8) | 141 (35.9) | 115 (29.3) | 3.90 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล | | | | | | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยแต่ละปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ โบปปลิว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติ และราคาของรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รถรุ่นที่ต้องการมีการโฆษณาทางทีวี (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการโฆษณาให้ข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การโฆษณากลับผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน
 ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการซื้อ
 รถจักรยานยนต์

| ปัญหา | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| มีสินค้าให้เลือกน้อย | 186 | 47.3 |
| อะไหล่ราคาแพง | 157 | 39.9 |
| สินค้ามีราคาแพง | 144 | 36.6 |
| ติดป้ายราคาไม่ชัดเจน เช่น ราคาไม่รวมภาษี | 140 | 35.6 |
| ไม่มีบริการหลังการขาย | 137 | 34.9 |
| พนักงานขายไม่สนใจลูกค้า | 125 | 31.8 |
| ร้านปิดบริการเร็วกว่าเวลาเลิกงาน | 121 | 30.8 |
| ส่งซ่อมนาน | 117 | 29.8 |
| ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย | 104 | 26.5 |
| มีการโฆษณาเกินจริง | 101 | 25.7 |
| ไม่สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้า | 96 | 24.4 |
| ไม่มีการทดสอบสินค้าก่อนซื้อ | 91 | 23.2 |
| บริเวณที่จอดรถไม่เพียงพอ | 90 | 22.9 |
| พนักงานมีไม่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้า | 85 | 21.6 |
| พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 81 | 20.6 |
| สินค้าตกชั้น | 69 | 17.6 |
| สินค้าไม่มีคุณภาพ | 62 | 15.8 |
| สินค้าไม่มีการรับประกัน | 56 | 14.2 |
| การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ | 46 | 11.7 |
| สินค้ามีความซับซ้อนในการใช้งาน | 44 | 11.2 |
| ไม่มีปัญหา | 28 | 7.1 |
| อื่นๆ | 2 | 0.5 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานขายไม่สุภาพ 2 คน

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ มีสินค้าให้เลือกน้อย ร้อยละ 47.3 รองลงมาอะไหล่ราคาแพง ร้อยละ 39.9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้

5.1 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามเพศ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|------------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 98 | 63.6 | 151 | 63.2 | 249 | 63.4 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 49 | 31.8 | 80 | 33.5 | 129 | 32.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวยิ่งสปอร์ต | 5 | 3.2 | 6 | 2.5 | 11 | 2.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 2 | 1.3 | 2 | 0.8 | 4 | 1.0 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดาในครั้งล่าสุด ร้อยละ 63.6 รองลงมา ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 31.8

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดาในครั้งล่าสุด ร้อยละ 63.2 รองลงมา ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 33.5

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามเพศ

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|---------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 28 | 18.2 | 57 | 23.8 | 84 | 21.4 |
| ฮอนด้า | 114 | 74.0 | 177 | 74.1 | 291 | 74.0 |
| คาวาซากิ | 2 | 1.3 | 1 | 0.4 | 3 | 0.8 |
| ซูซูกิ | 7 | 4.5 | 2 | 0.8 | 9 | 2.3 |
| คาจิวา | 0 | 0.0 | 1 | 0.4 | 1 | 0.2 |
| ไทเกอร์ | 2 | 1.3 | 0 | 0.0 | 2 | 0.5 |
| เจอาร์ดี | 1 | 0.6 | 2 | 0.8 | 3 | 0.8 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 74.0 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮ่า ร้อยละ 18.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 74.1 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮ่า ร้อยละ 23.8

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด จำแนกตามเพศ

| ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (ราคารถจักรยานยนต์) | เพศ | | | | | |
|---|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 40,000 | 48 | 31.2 | 69 | 28.9 | 117 | 29.8 |
| 40,000-50,000 บาท | 77 | 50.0 | 122 | 51.0 | 199 | 50.6 |
| 50,001-60,000 บาท | 27 | 17.5 | 44 | 18.4 | 71 | 18.1 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 2 | 1.3 | 4 | 1.7 | 6 | 1.5 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด 40,000-50,000 บาท ร้อยละ 50.0 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ต่ำกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 31.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด 40,000-50,000 บาท ร้อยละ 51.0 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ ต่ำกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 28.9

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|--------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 100 ซีซี | 23 | 14.9 | 15 | 6.3 | 38 | 9.7 |
| 100-125 ซีซี | 98 | 63.6 | 156 | 65.3 | 254 | 64.6 |
| 126-150 ซีซี | 25 | 16.2 | 59 | 24.7 | 84 | 21.4 |
| มากกว่า 150 ซีซี | 8 | 5.2 | 9 | 3.8 | 17 | 4.3 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่อง 100-125 ซีซี ร้อยละ 63.6 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่อง 126-150 ซีซี ร้อยละ 16.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่อง 100-125 ซีซี ร้อยละ 65.3 รองลงมาซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดเครื่อง 126-150 ซีซี ร้อยละ 24.7

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| วัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|--|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) | 78 | 50.6 | 123 | 51.5 | 201 | 51.2 |
| ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม | 50 | 32.5 | 77 | 32.2 | 127 | 32.3 |
| ซื้อเพื่อเปลี่ยนกับของเดิม | 25 | 16.2 | 44 | 18.4 | 69 | 17.6 |
| ซื้อตามเพื่อน | 6 | 3.9 | 5 | 2.1 | 11 | 2.8 |
| ซื้อให้คนในครอบครัว | 40 | 26.0 | 57 | 23.8 | 97 | 24.7 |
| ซื้อเพราะรูปทรง | 20 | 13.0 | 11 | 4.6 | 31 | 7.9 |
| ซื้อเพราะคุณสมบัติ | 27 | 17.5 | 29 | 12.1 | 56 | 14.3 |
| ซื้อเพื่อความทันสมัย | 10 | 6.5 | 18 | 7.5 | 28 | 7.1 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน เป็นเพศชาย 154 คน เพศหญิง 239 คน

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 50.6 รองลงมา คือ ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 32.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 32.2

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| คุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อ รถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|---|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| สี | 70 | 45.5 | 134 | 56.1 | 204 | 51.9 |
| รูปร่าง | 77 | 50.0 | 133 | 55.6 | 210 | 53.4 |
| ประโยชน์ใช้สอย | 98 | 63.6 | 150 | 62.8 | 248 | 63.1 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 59 | 38.3 | 104 | 43.5 | 163 | 41.5 |
| ความคงทน | 97 | 63.0 | 155 | 64.9 | 252 | 64.1 |
| การทำงานได้หลากหลาย | 53 | 34.4 | 77 | 32.2 | 130 | 33.1 |
| ราคา | 94 | 61.0 | 131 | 54.8 | 225 | 57.3 |
| ความปลอดภัย | 42 | 27.3 | 101 | 42.3 | 143 | 36.4 |
| ตราสินค้า | 37 | 24.0 | 63 | 26.4 | 103 | 26.2 |
| อื่นๆ | 2 | 1.3 | 1 | 0.4 | 3 | 0.8 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน เป็นเพศชาย 154 คน เพศหญิง 239 คน

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพิจารณาคุณสมบัติในการซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ ประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 63.6 รองลงมา พิจารณาคุณสมบัติความคงทน ร้อยละ 63.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพิจารณาคุณสมบัติในการซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ ความคงทน ร้อยละ 64.9 รองลงมา พิจารณาคุณสมบัติประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 62.8

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ | เพศ | | | | | |
|-------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตนเอง | 126 | 81.8 | 171 | 71.5 | 297 | 75.6 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 24 | 15.6 | 38 | 15.9 | 62 | 15.8 |
| บิดา มารดา | 59 | 38.3 | 139 | 58.2 | 198 | 50.4 |
| ญาติพี่น้อง | 19 | 12.3 | 28 | 11.7 | 47 | 12.0 |
| สามี ภรรยา | 40 | 26.0 | 60 | 25.1 | 100 | 25.5 |
| บุตรหลาน | 12 | 7.8 | 17 | 7.1 | 29 | 7.4 |
| พนักงานขาย | 16 | 10.4 | 26 | 10.9 | 42 | 10.7 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน เป็นเพศชาย 154 คน เพศหญิง 239 คน

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 81.8 รองลงมา ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือ บิดา มารดา ร้อยละ 38.3

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 71.5 รองลงมา ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือ บิดา มารดา ร้อยละ 58.2

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย | เพศ | | | | | |
|-------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตนเอง | 89 | 57.8 | 131 | 54.8 | 220 | 56.0 |
| บุคคลในครอบครัว | 28 | 18.2 | 44 | 18.4 | 72 | 18.3 |
| ตนเองและบุคคลในครอบครัว | 37 | 24.0 | 63 | 26.4 | 101 | 25.7 |
| รวม | 0 | 0.0 | 1 | 0.4 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 24.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 26.4

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| วันที่เลือกซื้อ | เพศ | | | | | |
|---------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 23 | 14.9 | 57 | 23.8 | 80 | 20.3 |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์ | 23 | 14.9 | 34 | 14.2 | 57 | 14.5 |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 4 | 2.6 | 14 | 5.9 | 18 | 4.6 |
| ไม่แน่นอน | 104 | 67.5 | 134 | 56.1 | 238 | 60.6 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 67.5 รองลงมาเลือกซื้อ วันจันทร์-วันศุกร์ และวันเสาร์-วันอาทิตย์ เท่ากัน ร้อยละ 14.9

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีวันที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 56.1 รองลงมาเลือกซื้อ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 23.8

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| เวลาที่เลือกซื้อ | เพศ | | | | | |
|-------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | n=239 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 8.00-12.00 น. | 44 | 28.6 | 61 | 25.5 | 105 | 26.7 |
| 12.01-17.00 น. | 21 | 13.6 | 35 | 14.6 | 56 | 14.2 |
| หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป | 2 | 1.3 | 5 | 2.1 | 7 | 1.8 |
| ไม่แน่นอน | 87 | 56.5 | 138 | 57.7 | 225 | 57.3 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาที่ไม่นาน ร้อยละ 56.5 รองลงมาเลือกซื้อเวลา 8.00-12.00 น. ร้อยละ 28.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ ในเวลาที่ไม่นาน ร้อยละ 57.7 รองลงมาเลือกซื้อเวลา 8.00-12.00 น. ร้อยละ 25.5

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด จำแนกตามเพศ

| ลักษณะของร้าน | เพศ | | | | | |
|-----------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พื้นที่กว้างขวาง สะดวก สบาย | 65 | 42.2 | 104 | 43.5 | 169 | 43.0 |
| มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | 88 | 57.1 | 158 | 66.1 | 246 | 62.6 |
| มีพนักงานแนะนำสินค้า | 69 | 44.8 | 127 | 53.1 | 196 | 49.9 |
| สินค้ามีราคาถูกและมีของแถม | 77 | 50.0 | 123 | 51.5 | 200 | 50.9 |
| มีการรับประกันและบริการหลังการขาย | 91 | 59.1 | 179 | 74.9 | 270 | 68.7 |
| มีบริการผ่อนชำระรายเดือน | 76 | 49.4 | 113 | 47.3 | 189 | 48.1 |
| ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 60 | 39.0 | 104 | 43.5 | 164 | 41.7 |
| มีบริการส่งถึงบ้าน | 43 | 27.9 | 72 | 30.1 | 115 | 29.3 |
| มีสินค้าทันสมัย | 45 | 29.2 | 95 | 39.7 | 140 | 35.6 |
| ร้านค้ามีชื่อเสียงมายาวนาน | 36 | 23.4 | 75 | 31.4 | 111 | 28.2 |
| ร้านค้ามีผู้แนะนำ | 35 | 22.7 | 53 | 22.2 | 89 | 22.6 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน เป็นเพศชาย 154 คน เพศหญิง 239 คน

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ที่มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 57.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ที่มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 74.9 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 66.1

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| สถานที่เลือกซื้อ | เพศ | | | | | |
|-------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ | 56 | 36.4 | 74 | 31.0 | 130 | 33.1 |
| โชว์รูมรถจักรยานยนต์ | 87 | 56.5 | 136 | 56.9 | 223 | 56.7 |
| ตัวแทนขายตรง(พนักงานขายอิสระ) | 11 | 7.1 | 29 | 12.1 | 40 | 10.2 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่โชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 56.5 รองลงมาเลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ ร้อยละ 36.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่โชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 56.9 รองลงมาเลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ ร้อยละ 31.0

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| การศึกษาข้อมูลก่อนซื้อ | เพศ | | | | | |
|------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มี | 147 | 95.5 | 219 | 91.6 | 366 | 93.1 |
| ไม่มี | 7 | 4.5 | 20 | 8.4 | 27 | 6.9 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 95.5 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 4.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 91.6 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 8.4

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหา ข้อมูลรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|--|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=147 | | N=219 | | N=366 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| โทรทัศน์ | 70 | 47.6 | 99 | 45.2 | 169 | 46.2 |
| วิทยุ | 4 | 2.7 | 8 | 3.7 | 12 | 3.3 |
| หนังสือพิมพ์ นิตยสาร | 63 | 42.9 | 85 | 38.8 | 148 | 40.4 |
| อินเทอร์เน็ต | 76 | 51.7 | 68 | 31.1 | 144 | 39.3 |
| แผ่นพับ ใบปลิว | 63 | 42.9 | 91 | 41.6 | 154 | 42.1 |
| เพื่อน คนรู้จัก | 56 | 38.1 | 86 | 39.3 | 142 | 38.8 |
| พนักงานขาย | 68 | 46.3 | 110 | 50.2 | 176 | 48.1 |
| บุคคลในครอบครัว | 27 | 18.4 | 69 | 31.5 | 96 | 26.2 |
| อื่นๆ | 2 | 1.4 | 0 | - | 2 | 0.5 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 366 คน เป็นเพศชาย 147 คน เพศหญิง 219 คน

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายค้นหาแหล่งข้อมูลรถจักรยานยนต์จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 51.7 รองลงมาคือโทรทัศน์ ร้อยละ 47.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงค้นหาแหล่งข้อมูลรถจักรยานยนต์จาก พนักงานขาย ร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 45.2

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ | เพศ | | | | | |
|---------------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เงินสด | 56 | 36.4 | 87 | 36.4 | 143 | 36.4 |
| ผ่อนชำระรายเดือน | 95 | 61.7 | 148 | 61.9 | 243 | 61.8 |
| บัตรเครดิต | 3 | 1.9 | 4 | 1.7 | 7 | 1.8 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์โดย ผ่อนชำระรายเดือน ร้อยละ 61.7 รองลงมาคือเงินสด ร้อยละ 36.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์โดย ผ่อนชำระรายเดือน ร้อยละ 61.9 รองลงมาคือเงินสด ร้อยละ 36.4

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| เงื่อนไขเงินค่างวด | เพศ | | | | | |
|--------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=98 | | n=152 | | n=250 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 10% | 20 | 20.4 | 43 | 28.3 | 63 | 25.2 |
| 15% | 10 | 10.2 | 17 | 11.2 | 27 | 10.8 |
| 20% | 19 | 19.4 | 33 | 21.7 | 52 | 20.8 |
| 25% | 18 | 18.4 | 23 | 15.1 | 41 | 16.4 |
| 30% | 16 | 16.3 | 20 | 13.2 | 36 | 14.4 |
| มากกว่า 30% | 15 | 15.3 | 16 | 10.5 | 31 | 12.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบผ่อนชำระ รายเดือนและบัตรเครดิต เป็นเพศชาย 98 คน เพศหญิง 152 คน

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีเงื่อนไขในการชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์คือ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 20.4 รองลงมา ชำระเงินค่างวด 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 19.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีเงื่อนไขในการชำระเงินค่างวดรถจักรยานยนต์คือ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 28.3 รองลงมา ชำระเงินค่างวด 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 21.7

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| ระยะเวลาผ่อนชำระ | เพศ | | | | | |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=98 | | n=152 | | n=250 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 6 เดือน | 8 | 8.2 | 10 | 6.6 | 18 | 7.2 |
| 12 เดือน | 13 | 13.3 | 23 | 15.1 | 36 | 14.4 |
| 18 เดือน | 6 | 6.1 | 10 | 6.6 | 16 | 6.4 |
| 24 เดือน | 39 | 39.8 | 52 | 34.2 | 91 | 36.4 |
| 30 เดือน | 6 | 6.1 | 6 | 3.9 | 12 | 4.8 |
| 36 เดือน | 22 | 22.4 | 42 | 27.6 | 64 | 25.6 |
| มากกว่า 36 เดือน | 4 | 4.1 | 7 | 4.6 | 11 | 4.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบผ่อนชำระ รายเดือนและบัตรเครดิต เป็นเพศชาย 98 คน เพศหญิง 152 คน

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 39.8 รองลงมาเลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์ 36 เดือน ร้อยละ 22.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 34.2 รองลงมาเลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์ 36 เดือน ร้อยละ 27.6

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ จำแนกตามเพศ

| วิธีการกับรถจักรยานยนต์เดิม | เพศ | | | | | |
|-----------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ชาย | 34 | 22.1 | 43 | 18.0 | 77 | 19.6 |
| เก็บสำรองไว้ใช้ | 113 | 73.4 | 181 | 75.7 | 294 | 74.8 |
| นำไปแลกซื้อคันใหม่ | 24 | 15.6 | 52 | 21.8 | 76 | 19.3 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน เป็นเพศชาย 154 คน เพศหญิง 239 คน

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีวิธีการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ ชาย ร้อยละ 22.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีวิธีการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 75.7 รองลงมาคือ นำไปแลกซื้อคันใหม่ ร้อยละ 21.8

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจหลังการใช้ | เพศ | | | | | |
|-----------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พอใจมาก | 49 | 31.8 | 81 | 33.9 | 130 | 33.1 |
| พอใจ | 89 | 57.8 | 135 | 56.5 | 224 | 57.0 |
| เฉยๆ | 14 | 9.1 | 20 | 8.4 | 34 | 8.6 |
| ไม่พอใจ | 2 | 1.3 | 3 | 1.3 | 5 | 1.3 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่พอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์โดย พอใจ ร้อยละ 57.8 รองลงมา พอใจมาก ร้อยละ 31.8

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่พอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์โดย พอใจ ร้อยละ 56.5 รองลงมา พอใจมาก ร้อยละ 33.9

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาใช้แล้ว จำแนกตามเพศ

| การแนะนำเพื่อน / คนรู้จัก | เพศ | | | | | |
|---------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| แนะนำ | 85 | 55.2 | 152 | 63.6 | 237 | 60.3 |
| เฉยๆ | 61 | 39.6 | 78 | 32.6 | 139 | 35.4 |
| ไม่แนะนำ | 8 | 5.2 | 9 | 3.8 | 17 | 4.3 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาใช้แล้ว คือ แนะนำ ร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ เฉยๆ ร้อยละ 39.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาใช้แล้ว คือ แนะนำ ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ เฉยๆ ร้อยละ 32.6

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ใน
อนาคต จำแนกตามเพศ

| แผนที่จะซื้อในอนาคต | เพศ | | | | | |
|---------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มี | 103 | 66.9 | 155 | 64.9 | 258 | 65.6 |
| ไม่มี | 51 | 33.1 | 84 | 35.1 | 135 | 34.4 |
| รวม | 154 | 100.0 | 239 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อ
รถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 66.9 รองลงมา ไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ
33.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต
ร้อยละ 64.9 รองลงมา ไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 35.1

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต จำแนกตามเพศ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | เพศ | | | | | |
|-------------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=103 | | n=155 | | n=258 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 45 | 43.7 | 70 | 45.2 | 115 | 44.6 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 39 | 37.9 | 73 | 47.1 | 112 | 43.4 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต | 5 | 4.9 | 4 | 2.6 | 9 | 3.5 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 10 | 9.7 | 6 | 3.9 | 16 | 6.2 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่จะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ประเภทเกียร์ธรรมดา ร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 37.9

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่จะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ประเภทเกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 45.2

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต จำแนกตามเพศ

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | เพศ | | | | | |
|-------------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=103 | | n=155 | | n=258 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 31 | 30.1 | 36 | 23.2 | 67 | 26.0 |
| ฮอนด้า | 81 | 78.6 | 130 | 83.9 | 211 | 81.8 |
| คาวาซากิ | 9 | 8.7 | 5 | 3.2 | 14 | 5.4 |
| ซูซูกิ | 8 | 7.8 | 10 | 6.5 | 18 | 7.0 |
| คาจิวา | 0 | - | 2 | 1.3 | 2 | 0.8 |
| ไทเกอร์ | 4 | 3.9 | 1 | 0.6 | 5 | 1.9 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต โดยเลือกยี่ห้อ ฮอนด้า ร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 30.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต โดยเลือกยี่ห้อ ฮอนด้า ร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 23.2

5.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ประเภทรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 156 | 65.0 | 93 | 60.8 | 249 | 63.4 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 78 | 32.5 | 51 | 33.3 | 129 | 32.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต | 5 | 2.1 | 6 | 3.9 | 11 | 2.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 1 | 0.4 | 3 | 2.0 | 4 | 1.0 |
| รวม | 240 | 10.00 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อรถจักรยานยนต์ครั้งล่าสุดคือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 65.0 รองลงมา รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 32.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ซื้อรถจักรยานยนต์ครั้งล่าสุดคือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 60.8 รองลงมา รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 52 | 21.7 | 32 | 20.9 | 84 | 21.4 |
| ฮอนด้า | 178 | 74.2 | 113 | 73.9 | 291 | 74.0 |
| กาวาซากิ | 2 | 0.8 | 1 | 0.7 | 3 | 0.8 |
| ซูซูกิ | 5 | 2.1 | 4 | 2.6 | 9 | 2.3 |
| คาจิวา | 0 | 0.0 | 1 | 0.7 | 1 | 0.2 |
| ไทเกอร์ | 1 | 0.4 | 1 | 0.7 | 2 | 0.5 |
| เจอาร์ดี | 2 | 0.8 | 1 | 0.7 | 3 | 0.8 |
| รวม | 240 | 10.00 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุดคือ ฮอนด้า ร้อยละ 74.2 รองลงมา ยามาฮ่า ร้อยละ 21.7

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุดคือ ฮอนด้า ร้อยละ 73.9 รองลงมา ยามาฮ่า ร้อยละ 20.9

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (ราคาจักรยานยนต์) | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 40,000 | 83 | 34.6 | 34 | 22.2 | 117 | 29.8 |
| 40,000-50,000 บาท | 120 | 50.0 | 79 | 51.6 | 199 | 50.6 |
| 50,001-60,000 บาท | 35 | 14.6 | 36 | 23.5 | 71 | 18.1 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 2 | 0.8 | 4 | 2.6 | 6 | 1.5 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท ร้อยละ 50.0 รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ต่ำกว่า 40,000 ร้อยละ 34.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท ร้อยละ 51.6 รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ 50,001-60,000 บาท ร้อยละ 23.5

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|--------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 100 ซีซี | 28 | 11.7 | 10 | 6.5 | 38 | 9.7 |
| 100-125 ซีซี | 151 | 62.9 | 103 | 67.3 | 254 | 64.6 |
| 126-150 ซีซี | 53 | 22.1 | 31 | 20.3 | 84 | 21.4 |
| มากกว่า 150 ซีซี | 8 | 3.3 | 9 | 5.9 | 17 | 4.3 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ 100-125 ซีซี ร้อยละ 62.9 รองลงมาคือ ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ 126-150 ซีซี ร้อยละ 22.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ 100-125 ซีซี ร้อยละ 67.3 รองลงมาคือ ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ 126-150 ซีซี ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| วัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|--|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) | 132 | 55.0 | 69 | 45.1 | 201 | 51.2 |
| ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม | 67 | 27.9 | 60 | 39.2 | 127 | 32.3 |
| ซื้อเพื่อเปลี่ยนกับของเดิม | 38 | 15.8 | 31 | 20.3 | 69 | 17.6 |
| ซื้อตามเพื่อน | 9 | 3.8 | 2 | 1.3 | 11 | 2.8 |
| ซื้อให้คนในครอบครัว | 57 | 23.8 | 40 | 26.1 | 97 | 24.7 |
| ซื้อเพราะรูปทรง | 18 | 7.5 | 13 | 8.5 | 31 | 7.9 |
| ซื้อเพราะคุณสมบัติ | 37 | 15.4 | 19 | 12.4 | 56 | 14.3 |
| ซื้อเพื่อความทันสมัย | 18 | 7.5 | 10 | 6.5 | 28 | 7.1 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 55.0 รองลงมา ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 27.9

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือ จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 45.1 รองลงมา ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 39.2

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| คุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ดี | 129 | 53.8 | 75 | 49.0 | 204 | 51.9 |
| รูปร่าง | 130 | 54.2 | 80 | 52.3 | 210 | 53.4 |
| ประโยชน์ใช้สอย | 151 | 63.2 | 97 | 63.4 | 248 | 63.1 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 90 | 37.5 | 73 | 47.7 | 163 | 41.5 |
| ความคงทน | 157 | 65.4 | 95 | 62.1 | 252 | 64.1 |
| การทำงานได้หลากหลาย | 77 | 32.1 | 53 | 34.6 | 130 | 33.1 |
| ราคา | 127 | 52.9 | 98 | 64.1 | 225 | 57.3 |
| ความปลอดภัย | 91 | 37.9 | 52 | 34.0 | 143 | 36.4 |
| ตราสินค้า | 64 | 26.7 | 36 | 23.5 | 103 | 26.2 |
| อื่นๆ | 2 | 0.8 | 1 | 0.7 | 3 | 0.8 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือความคงทน ร้อยละ 65.4 รองลงมา ประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 63.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ราคา ร้อยละ 64.1 รองลงมา ประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 63.4

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|----------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตนเอง | 176 | 73.3 | 121 | 79.1 | 297 | 75.6 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 38 | 15.8 | 24 | 15.7 | 62 | 15.8 |
| บิดา มารดา | 137 | 57.1 | 61 | 39.9 | 198 | 50.4 |
| ญาติพี่น้อง | 30 | 12.5 | 17 | 11.1 | 47 | 12.0 |
| สามี ภรรยา | 46 | 19.2 | 54 | 35.3 | 100 | 25.5 |
| บุตรหลาน | 4 | 1.7 | 25 | 16.3 | 29 | 7.4 |
| พนักงานขาย | 24 | 10.0 | 18 | 11.8 | 42 | 10.7 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ บิดา มารดา ร้อยละ 57.1

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 79.1 รองลงมาคือ บิดา มารดา ร้อยละ 39.9

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตนเอง | 120 | 50.0 | 100 | 65.4 | 220 | 56.0 |
| บุคคลในครอบครัว | 59 | 24.6 | 13 | 8.5 | 72 | 18.3 |
| ตนเองและบุคคลในครอบครัว | 61 | 25.4 | 39 | 26.2 | 101 | 25.7 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 25.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| วันที่เลือกซื้อ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 49 | 20.4 | 31 | 20.3 | 80 | 20.3 |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์ | 36 | 15.0 | 21 | 13.7 | 57 | 14.5 |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 13 | 5.4 | 5 | 3.3 | 18 | 4.6 |
| ไม่แน่นอน | 142 | 59.2 | 96 | 62.7 | 238 | 60.6 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 59.2 รองลงมา คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 20.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 62.7 รองลงมา คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| เวลาที่เลือกซื้อ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 8.00-12.00 น. | 63 | 26.3 | 42 | 27.5 | 105 | 26.7 |
| 12.01-17.00 น. | 33 | 13.8 | 23 | 15.0 | 56 | 14.2 |
| หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป | 5 | 2.1 | 2 | 1.3 | 7 | 1.8 |
| ไม่แน่นอน | 139 | 57.9 | 86 | 56.2 | 225 | 57.3 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 57.9 รองลงมาเลือกซื้อเวลา 8.00-12.00 น. ร้อยละ 26.3

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 56.2 รองลงมาเลือกซื้อเวลา 8.00-12.00 น. ร้อยละ 27.5

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบเข้าไปชื้อมากที่สุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ลักษณะของร้าน | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พื้นที่กว้างขวาง สะดวก สบาย | 98 | 40.8 | 71 | 46.4 | 169 | 43.0 |
| มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | 155 | 64.6 | 91 | 59.5 | 246 | 62.6 |
| มีพนักงานแนะนำสินค้า | 118 | 49.2 | 78 | 51.0 | 196 | 49.9 |
| สินค้ามีราคาถูกและมีของแถม | 111 | 46.3 | 89 | 58.2 | 200 | 50.9 |
| มีการรับประกันและบริการหลังการขาย | 168 | 70.0 | 102 | 66.7 | 270 | 68.7 |
| มีบริการผ่อนชำระรายเดือน | 114 | 47.5 | 75 | 49.0 | 189 | 48.1 |
| ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 94 | 39.2 | 70 | 45.8 | 164 | 41.7 |
| มีบริการส่งถึงบ้าน | 68 | 28.3 | 47 | 30.7 | 115 | 29.3 |
| มีสินค้าทันสมัย | 87 | 36.3 | 53 | 34.6 | 140 | 35.6 |
| ร้านค้ามีชื่อเสียงยาวนาน | 65 | 27.1 | 46 | 30.1 | 111 | 28.2 |
| ร้านค้ามีผู้แนะนำ | 3 | 22.1 | 35 | 22.9 | 89 | 22.6 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 70.0 รองลงมา คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 64.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 66.7 รองลงมา คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 59.5

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| สถานที่เลือกซื้อ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-------------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ | 86 | 35.8 | 44 | 28.8 | 130 | 33.1 |
| โชว์รูมรถจักรยานยนต์ | 126 | 52.5 | 97 | 63.4 | 223 | 56.7 |
| ตัวแทนขายตรง(พนักงานขายอิสระ) | 28 | 11.7 | 12 | 7.9 | 40 | 10.2 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่โชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ ร้อยละ 35.8

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่โชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 63.4 รองลงมา คือ ตัวแทนจำหน่ายของดีลเลอร์ ร้อยละ 28.8

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| การศึกษาข้อมูลก่อนซื้อ | เพศ | | | | | |
|------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | | รวม | |
| | n=154 | | N=239 | | N=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มี | 220 | 91.7 | 146 | 95.4 | 366 | 93.1 |
| ไม่มี | 20 | 8.3 | 7 | 4.6 | 27 | 6.9 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 91.7 รองลงมาคือ ไม่มี ร้อยละ 8.3

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 95.4 รองลงมาคือ ไม่มี ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหา ข้อมูลรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|--|--------------------|--------|----------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=147 | | N=219 | | N=366 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| โทรทัศน์ | 93 | 63.3 | 76 | 34.7 | 169 | 46.2 |
| วิทยุ | 7 | 4.8 | 5 | 2.3 | 12 | 3.3 |
| หนังสือพิมพ์ นิตยสาร | 85 | 57.8 | 63 | 28.8 | 148 | 40.4 |
| อินเทอร์เน็ต | 66 | 44.9 | 78 | 35.6 | 144 | 39.3 |
| แผ่นพับ ใบปลิว | 85 | 57.8 | 69 | 31.5 | 154 | 42.1 |
| เพื่อน คนรู้จัก | 77 | 52.4 | 65 | 29.7 | 142 | 38.8 |
| พนักงานขาย | 118 | 80.3 | 60 | 27.4 | 176 | 48.1 |
| บุคคลในครอบครัว | 67 | 45.6 | 29 | 13.2 | 96 | 26.2 |
| อื่นๆ | 0 | 0.0 | 2 | 0.9 | 2 | 0.5 |

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 366 คน เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือ พนักงานขาย ร้อยละ 80.3 รองลงมา โทรทัศน์ ร้อยละ 63.3

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 35.6 รองลงมา โทรทัศน์ ร้อยละ 34.7

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เงินสด | 85 | 35.4 | 58 | 37.9 | 143 | 36.4 |
| ผ่อนชำระรายเดือน | 155 | 64.6 | 88 | 57.5 | 243 | 61.8 |
| บัตรเครดิต | 0 | 0.0 | 7 | 4.6 | 7 | 1.8 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์แบบ ผ่อนชำระรายเดือน ร้อยละ 64.6 รองลงมา เงินสด ร้อยละ 35.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์แบบ ผ่อนชำระรายเดือน ร้อยละ 57.5 รองลงมา เงินสด ร้อยละ 37.9

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงินค่าน้ำรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| เงื่อนไขเงินค่าน้ำ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|--------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=155 | | n=95 | | n=250 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 10% | 48 | 31.0 | 15 | 15.8 | 63 | 25.2 |
| 15% | 17 | 11.0 | 10 | 10.5 | 27 | 10.8 |
| 20% | 35 | 22.6 | 17 | 17.9 | 52 | 20.8 |
| 25% | 21 | 13.5 | 20 | 21.1 | 41 | 16.4 |
| 30% | 20 | 12.9 | 16 | 16.8 | 36 | 14.4 |
| มากกว่า 30% | 14 | 9.0 | 17 | 17.9 | 31 | 12.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบพออนชำระรายเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกเงื่อนไขในการชำระเงินค่าน้ำรถจักรยานยนต์ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 22.6

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกเงื่อนไขในการชำระเงินค่าน้ำรถจักรยานยนต์คือ 25 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ 20 เปอร์เซ็นต์ และมากกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน ร้อยละ 17.9

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ระยะเวลาผ่อนชำระ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|------------------|--------------------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาทขึ้นไป | | รวม | |
| | n=155 | | n=95 | | n=250 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 6 เดือน | 10 | 6.5 | 8 | 8.4 | 18 | 7.2 |
| 12 เดือน | 15 | 9.7 | 21 | 22.1 | 36 | 14.4 |
| 18 เดือน | 9 | 5.8 | 7 | 7.4 | 16 | 6.4 |
| 24 เดือน | 60 | 38.7 | 31 | 32.6 | 91 | 36.4 |
| 30 เดือน | 8 | 5.2 | 4 | 4.2 | 12 | 4.8 |
| 36 เดือน | 45 | 29.0 | 19 | 20.0 | 64 | 25.6 |
| มากกว่า 36 เดือน | 7 | 4.5 | 4 | 4.2 | 11 | 4.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คนที่ตอบแบบผ่อนชำระรายเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 38.7 รองลงมา 36 เดือน ร้อยละ 29.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 32.6 รองลงมา 12 เดือน ร้อยละ 22.1

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| วิธีการจัดการรถจักรยานยนต์เดิม | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|--------------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ขาย | 42 | 17.5 | 35 | 22.9 | 77 | 19.6 |
| เก็บสำรองไว้ใช้ | 180 | 75.0 | 114 | 74.5 | 294 | 74.8 |
| นำไปแลกซื้อคันใหม่ | 52 | 21.7 | 24 | 15.7 | 76 | 19.3 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 75.0 รองลงมา นำไปแลกซื้อคันใหม่ ร้อยละ 21.7

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 74.5 รองลงมา ขาย ร้อยละ 22.9

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ความพึงพอใจหลังการใช้ | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-----------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พอใจมาก | 84 | 35.0 | 46 | 30.1 | 130 | 33.1 |
| พอใจ | 130 | 54.2 | 94 | 61.4 | 224 | 57.0 |
| เฉยๆ | 23 | 9.6 | 11 | 7.2 | 34 | 8.6 |
| ไม่พอใจ | 3 | 1.3 | 2 | 1.3 | 5 | 1.3 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ โดย พอใจ ร้อยละ 54.2 รองลงมา พอใจมาก ร้อยละ 35.0

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ โดย พอใจ ร้อยละ 61.4 รองลงมา พอใจมาก ร้อยละ 30.1

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| การแนะนำเพื่อน / คนรู้จัก | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| แนะนำ | 148 | 61.7 | 89 | 58.2 | 237 | 60.3 |
| เฉยๆ | 82 | 34.2 | 57 | 37.3 | 139 | 35.4 |
| ไม่แนะนำ | 10 | 4.2 | 7 | 4.6 | 17 | 4.3 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว ร้อยละ 61.7 รองลงมา เฉยๆ ร้อยละ 34.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว ร้อยละ 58.2 รองลงมา เฉยๆ ร้อยละ 37.3

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| แผนที่จะซื้อในอนาคต | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|---------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=240 | | n=153 | | n=393 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มี | 162 | 67.5 | 96 | 62.7 | 258 | 65.6 |
| ไม่มี | 78 | 32.5 | 57 | 37.3 | 135 | 34.4 |
| รวม | 240 | 100.0 | 153 | 100.0 | 393 | 100.0 |

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 67.5 รองลงมา ไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 32.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 62.7 รองลงมา ไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 37.3

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=162 | | n=96 | | n=258 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 80 | 49.4 | 35 | 36.5 | 115 | 44.6 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 67 | 41.4 | 45 | 46.9 | 112 | 43.4 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวกึ่งสปอร์ต | 4 | 2.5 | 5 | 5.2 | 9 | 3.5 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 9 | 5.6 | 7 | 7.3 | 16 | 6.2 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 49.4 รองลงมา รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 41.4

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 46.9 รองลงมา รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 36.5

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | รายได้ต่อเดือน | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | | 10,000 บาท ขึ้นไป | | รวม | |
| | n=162 | | n=96 | | n=258 | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 38 | 23.5 | 29 | 30.2 | 67 | 26.0 |
| ฮอนด้า | 136 | 84.0 | 75 | 78.1 | 211 | 81.8 |
| คาวาซากิ | 6 | 3.7 | 8 | 8.3 | 14 | 5.4 |
| ซูซูกิ | 16 | 9.9 | 2 | 2.1 | 18 | 7.0 |
| คาจิวา | 1 | 0.6 | 1 | 1.0 | 2 | 0.8 |
| ไทเกอร์ | 3 | 1.9 | 2 | 2.1 | 5 | 1.9 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคตคือ ฮอนด้า ร้อยละ 84.0 รองลงมา ยามาฮ่า ร้อยละ 23.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคตคือ ฮอนด้า ร้อยละ 78.1 รองลงมา ยามาฮ่า ร้อยละ 30.2

5.3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่น | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 35 | 52 | 89 | 24 | 49 | 249 |
| | 63.6 | 66.7 | 59.7 | 54.5 | 73.1 | 63.4 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 19 | 25 | 53 | 19 | 13 | 129 |
| | 34.5 | 32.1 | 35.6 | 43.2 | 19.4 | 32.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวยิ่ง สปอร์ต | 1 | 0 | 5 | 1 | 4 | 11 |
| | 1.8 | 0.0 | 3.4 | 2.3 | 6.0 | 2.8 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 | 4 |
| | 0.0 | 1.3 | 1.3 | 0.0 | 1.5 | 1.0 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 63.6 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 34.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 32.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 59.7 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 35.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 43.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 73.1 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 19.4

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหรือรถจักรยานยนต์ที่ซื้อครั้งล่าสุด จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|---------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 12 | 10 | 34 | 15 | 13 | 84 |
| | 21.8 | 12.8 | 22.8 | 34.1 | 19.4 | 21.4 |
| ฮอนด้า | 42 | 62 | 106 | 28 | 53 | 291 |
| | 76.4 | 79.5 | 71.1 | 63.6 | 79.1 | 74.0 |
| คาวาซากิ | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 | 3 |
| | 0.0 | 0.0 | 1.3 | 0.0 | 1.5 | .8 |
| ซูซูกิ | 0 | 3 | 5 | 1 | 0 | 9 |
| | 0.0 | 3.8 | 3.4 | 2.3 | 0.0 | 2.3 |
| คาจิวา | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 0.0 | 1.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | .3 |
| ไทเกอร์ | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | 0.0 | 2.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | .5 |
| เจอาร์ดี | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 |
| | 1.8 | 0.0 | 1.3 | 0.0 | 0.0 | .8 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อหรือรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ ฮอนด้า ร้อยละ 76.4 รองลงมา คือ ยามาฮ่า ร้อยละ 21.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกซื้อหรือรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ ฮอนด้า ร้อยละ 79.5 รองลงมา คือ ยามาฮ่า ร้อยละ 12.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ ฮอนด้า ร้อยละ 71.1 รองลงมา คือ ยามาฮ่า ร้อยละ 22.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ ฮอนด้า ร้อยละ 63.6 รองลงมา คือ ยามาฮ่า ร้อยละ 34.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ มากที่สุด คือ ฮอนด้า ร้อยละ 79.1 รองลงมา คือ ยามาฮ่า ร้อยละ 19.4

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุด จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (ราคารถจักรยานยนต์) | อาชีพ | | | | | |
|--|-------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 40,000 | 17 | 15 | 50 | 7 | 28 | 117 |
| | 30.9 | 19.2 | 33.6 | 15.9 | 41.8 | 29.8 |
| 40,000-50,000 บาท | 31 | 45 | 66 | 26 | 31 | 199 |
| | 56.4 | 57.7 | 44.3 | 59.1 | 46.3 | 50.6 |
| 50,001-60,000 บาท | 7 | 17 | 31 | 9 | 7 | 71 |
| | 12.7 | 21.8 | 20.8 | 20.5 | 10.4 | 18.1 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 0 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 |
| | 0.0 | 1.3 | 1.3 | 4.5 | 1.5 | 1.5 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 56.4 รองลงมา ต่ำกว่า 40,000 ร้อยละ 30.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 57.7 รองลงมา 50,001-60,000 ร้อยละ 21.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.3 รองลงมา ต่ำกว่า 40,000 ร้อยละ 33.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 59.1 รองลงมา 50,001-60,000 ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ในครั้งล่าสุดคือ 40,000-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.3 รองลงมา ต่ำกว่า 40,000 ร้อยละ 41.8

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|--------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 100 ซีซี | 6 | 3 | 15 | 6 | 8 | 38 |
| | 10.9 | 3.8 | 10.1 | 13.6 | 11.9 | 9.7 |
| 100-125 ซีซี | 37 | 57 | 101 | 24 | 35 | 254 |
| | 67.3 | 73.1 | 67.8 | 54.5 | 52.2 | 64.6 |
| 126-150 ซีซี | 10 | 13 | 31 | 11 | 19 | 84 |
| | 18.2 | 16.7 | 20.8 | 25.0 | 28.4 | 21.4 |
| มากกว่า 150 ซีซี | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 17 |
| | 3.6 | 6.4 | 1.3 | 6.8 | 7.5 | 4.3 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี มากที่สุด ร้อยละ 67.3 รองลงมา 126-150 ซีซี ร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี มากที่สุด ร้อยละ 71.3 รองลงมา 126-150 ซีซี ร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี มากที่สุด ร้อยละ 67.8 รองลงมา 126-150 ซีซี ร้อยละ 20.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี มากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมา 126-150 ซีซี ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกขนาดเครื่องยนต์ 100-125 ซีซี มากที่สุด ร้อยละ 52.2 รองลงมา 126-150 ซีซี ร้อยละ 28.4

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| จำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็น ของตัวเอง) | 23 | 39 | 84 | 19 | 36 | 201 |
| | 41.8 | 50.0 | 56.4 | 43.2 | 53.7 | 51.1 |
| ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม | 24 | 28 | 40 | 20 | 15 | 127 |
| | 43.6 | 35.9 | 26.8 | 45.5 | 22.4 | 32.3 |
| ซื้อเพื่อเปลี่ยนกับของเดิม | 7 | 14 | 19 | 9 | 20 | 69 |
| | 12.7 | 17.9 | 12.8 | 20.5 | 29.9 | 17.6 |
| ซื้อตามเพื่อน | 3 | 2 | 4 | 0 | 2 | 11 |
| | 5.5 | 2.6 | 2.7 | .0 | 3.0 | 2.8 |
| ซื้อให้คนในครอบครัว | 13 | 14 | 41 | 9 | 20 | 97 |
| | 23.6 | 17.9 | 27.5 | 20.5 | 29.9 | 24.7 |
| ซื้อเพราะรูปทรง | 5 | 8 | 15 | 2 | 1 | 31 |
| | 9.1 | 10.3 | 10.1 | 4.5 | 1.5 | 7.9 |
| ซื้อเพราะคุณสมบัติ | 11 | 10 | 25 | 4 | 6 | 56 |
| | 20.0 | 12.8 | 16.8 | 9.1 | 9.0 | 14.2 |
| ซื้อเพื่อความทันสมัย | 5 | 3 | 13 | 3 | 4 | 28 |
| | 9.1 | 3.8 | 8.7 | 6.8 | 6.0 | 7.1 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 43.6 รองลงมาจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 41.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 50.0 รองลงมาซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 35.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 56.4 รองลงมาซื้อให้คนในครอบครัว ร้อยละ 27.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม ร้อยละ 45.5 รองลงมาจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 43.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือจำเป็นต้องใช้และยังไม่เคยมี(เป็นของตัวเอง) ร้อยละ 53.7 รองลงมาซื้อเพื่อเปลี่ยนกับของเดิม และซื้อให้คนในครอบครัวเท่ากัน ร้อยละ 29.9

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| คุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|---|-------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| สี | 33 | 35 | 78 | 26 | 32 | 204 |
| | 60.0 | 44.9 | 52.3 | 59.1 | 47.8 | 51.9 |
| รูปร่าง | 36 | 38 | 79 | 25 | 32 | 210 |
| | 65.5 | 48.7 | 53.0 | 56.8 | 47.8 | 53.4 |
| ประโยชน์ใช้สอย | 30 | 51 | 98 | 23 | 46 | 248 |
| | 54.5 | 65.4 | 65.8 | 52.3 | 69.7 | 63.3 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 25 | 33 | 65 | 18 | 22 | 163 |
| | 45.5 | 42.3 | 43.6 | 40.9 | 32.8 | 41.5 |
| ความคงทน | 37 | 48 | 93 | 20 | 54 | 252 |
| | 67.3 | 61.5 | 62.4 | 45.5 | 80.6 | 64.1 |
| การทำงานได้หลากหลาย | 26 | 25 | 50 | 8 | 21 | 130 |
| | 47.3 | 32.1 | 33.6 | 18.2 | 31.3 | 33.1 |
| ราคา | 30 | 51 | 80 | 24 | 40 | 225 |
| | 54.5 | 65.4 | 53.7 | 54.5 | 59.7 | 57.3 |
| ความปลอดภัย | 25 | 19 | 55 | 17 | 27 | 143 |
| | 45.5 | 24.4 | 36.9 | 38.6 | 40.3 | 36.4 |
| ตราสินค้า | 16 | 18 | 40 | 12 | 17 | 103 |
| | 29.1 | 23.1 | 26.8 | 27.3 | 25.4 | 25.4 |
| อื่นๆ | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 |
| | 1.8 | 0.0 | 0.7 | 2.3 | 0.0 | 0.8 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือความคงทน ร้อยละ 67.3 รองลงมา รูปร่าง ร้อยละ 65.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือประโยชน์ใช้สอย และราคาเท่ากัน ร้อยละ 65.4 รองลงมาความคงทน ร้อยละ 61.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 65.8 รองลงมา ความคงทน ร้อยละ 62.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือสี ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ รูปร่าง ร้อยละ 56.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกคุณสมบัติที่พิจารณาในการซื้อรถจักรยานยนต์ คือความคงทน ร้อยละ 80.6 รองลงมา ประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 69.7

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|--|-------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ตนเอง | 35 | 67 | 113 | 31 | 51 | 297 |
| | 63.6 | 85.9 | 75.8 | 70.5 | 76.1 | 75.6 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 12 | 16 | 15 | 9 | 10 | 62 |
| | 21.8 | 20.5 | 10.1 | 20.5 | 14.9 | 15.8 |
| บิดา มารดา | 44 | 33 | 73 | 18 | 30 | 198 |
| | 80.0 | 42.3 | 49.0 | 40.9 | 44.8 | 50.4 |
| ญาติพี่น้อง | 14 | 11 | 8 | 4 | 10 | 47 |
| | 25.5 | 14.1 | 5.4 | 9.1 | 14.9 | 12.0 |
| สามี ภรรยา | 4 | 22 | 34 | 19 | 21 | 100 |
| | 7.3 | 28.2 | 22.8 | 43.2 | 31.3 | 25.4 |
| บุตรหลาน | 0 | 11 | 7 | 4 | 7 | 29 |
| | 0.0 | 14.1 | 4.7 | 9.1 | 10.4 | 7.4 |
| พนักงานขาย | 9 | 9 | 9 | 8 | 7 | 42 |
| | 16.4 | 11.5 | 6.0 | 18.2 | 10.4 | 10.7 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ บิดา มารดา ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ ตนเอง ร้อยละ 63.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 85.9 รองลงมา คือบิดา มารดา ร้อยละ 42.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท มีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 75.8 รองลงมา คือบิดา มารดา ร้อยละ 49.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ สามี ภรรยา ร้อยละ 43.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ มีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 76.1 รองลงมา คือบิดา มารดา ร้อยละ 44.8

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย | อาชีพ | | | | | |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ตนเอง | 8 | 55 | 96 | 24 | 37 | 220 |
| | 14.5 | 70.5 | 64.4 | 54.5 | 55.2 | 56.0 |
| บุคคลในครอบครัว | 38 | 5 | 21 | 6 | 2 | 72 |
| | 69.1 | 6.4 | 14.1 | 13.6 | 3.0 | 18.3 |
| ตนเองและบุคคลในครอบครัว | 9 | 18 | 32 | 14 | 28 | 101 |
| | 16.4 | 23.1 | 21.5 | 31.8 | 41.8 | 25.4 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 69.1 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงาน มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 23.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 64.4 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 21.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 31.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์คือ ตนเอง ร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ ตนเองและบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 41.8

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ และจำแนกตามอาชีพ

| วันที่เลือกซื้อ | อาชีพ | | | | | |
|---------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| วันจันทร์-วันศุกร์ | 3 | 14 | 36 | 11 | 16 | 80 |
| | 5.5 | 17.9 | 24.2 | 25.0 | 23.9 | 20.4 |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์ | 8 | 12 | 24 | 7 | 6 | 57 |
| | 14.5 | 15.4 | 16.1 | 15.9 | 9.0 | 14.5 |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 0 | 5 | 5 | 1 | 7 | 18 |
| | 0.0 | 6.4 | 3.4 | 2.3 | 10.4 | 4.6 |
| ไม่แน่นอน | 44 | 47 | 84 | 25 | 38 | 238 |
| | 80.0 | 60.3 | 56.4 | 56.8 | 56.7 | 60.6 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 14.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 17.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 24.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในวันไม่แน่นอน ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 23.9

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| เวลาที่เลือกซื้อ | อาชีพ | | | | | |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| 8.00-12.00 น. | 9 | 25 | 42 | 10 | 19 | 105 |
| | 16.4 | 32.1 | 28.2 | 22.7 | 28.4 | 26.7 |
| 12.01-17.00 น. | 7 | 12 | 23 | 5 | 9 | 56 |
| | 12.7 | 15.4 | 15.4 | 11.4 | 13.4 | 14.2 |
| หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป | 0 | 0 | 2 | 1 | 4 | 7 |
| | 0 | 0 | 1.3 | 2.3 | 6.0 | 1.8 |
| ไม่แน่นอน | 39 | 41 | 82 | 28 | 35 | 225 |
| | 70.9 | 52.6 | 55.0 | 63.6 | 52.2 | 57.3 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 70.9 รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 52.6 รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 32.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 28.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 22.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. ร้อยละ 28.4

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. 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 95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบเข้าไปชื้อมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

| ลักษณะของร้าน | อาชีพ | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| พื้นที่กว้างขวาง สะดวก สบาย | 24 | 34 | 65 | 16 | 30 | 169 |
| | 43.6 | 43.6 | 43.6 | 36.4 | 44.8 | 43.0 |
| มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | 40 | 40 | 97 | 26 | 43 | 246 |
| | 72.7 | 51.3 | 65.1 | 59.1 | 64.2 | 62.6 |
| มีพนักงานแนะนำสินค้า | 32 | 33 | 71 | 22 | 38 | 196 |
| | 58.2 | 42.3 | 47.7 | 50.5 | 56.7 | 49.9 |
| สินค้ามีราคาถูกและมีของแถม | 29 | 36 | 78 | 21 | 36 | 200 |
| | 52.7 | 46.2 | 52.3 | 47.7 | 53.7 | 50.9 |
| มีการรับประกันและบริการหลังการขาย | 41 | 50 | 100 | 30 | 49 | 270 |
| | 74.5 | 64.1 | 67.1 | 68.2 | 73.1 | 68.7 |
| มีบริการผ่อนชำระรายเดือน | 25 | 33 | 70 | 25 | 36 | 189 |
| | 45.5 | 42.3 | 47.0 | 56.8 | 53.7 | 48.1 |
| ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | 30 | 33 | 61 | 17 | 23 | 164 |
| | 54.5 | 42.3 | 40.9 | 38.6 | 34.3 | 41.7 |
| มีบริการส่งถึงบ้าน | 21 | 19 | 44 | 14 | 17 | 115 |
| | 38.2 | 24.4 | 29.5 | 31.8 | 25.4 | 29.3 |
| มีสินค้าทันสมัย | 24 | 23 | 54 | 12 | 27 | 140 |
| | 43.6 | 29.5 | 36.2 | 27.3 | 40.3 | 35.6 |
| ร้านค้ำมีชื่อเสียงมาช้านาน | 20 | 17 | 40 | 15 | 19 | 111 |
| | 36.4 | 21.8 | 26.8 | 34.1 | 28.4 | 28.2 |
| ร้านค้ำมีผู้แนะนำ | 15 | 16 | 26 | 12 | 19 | 88 |
| | 27.3 | 20.5 | 17.4 | 27.3 | 28.4 | 22.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด คือ มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 72.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด คือ มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 64.1 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 51.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด คือ มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 67.1 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 65.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด คือ มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 68.2 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 59.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกลักษณะร้านขายรถจักรยานยนต์ ที่ชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด คือ มีการรับประกันและบริการหลังการขาย ร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 64.2

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| สถานที่เลือกซื้อ | อาชีพ | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ | 24 | 29 | 33 | 20 | 24 | 130 |
| | 43.6 | 37.2 | 22.1 | 45.5 | 35.8 | 33.1 |
| โชว์รูมรถจักรยานยนต์ | 26 | 44 | 100 | 17 | 36 | 223 |
| | 47.3 | 56.4 | 67.1 | 38.6 | 53.7 | 56.7 |
| ตัวแทนขายตรง(พนักงานขาย อิสระ) | 5 | 5 | 16 | 7 | 7 | 39 |
| | 9.1 | 6.4 | 10.7 | 15.9 | 10.4 | 9.9 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จากโชว์รูมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ ร้อยละ 43.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จากโชว์รูมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ ร้อยละ 37.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จากโชว์รูมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 67.1 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ ร้อยละ 22.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จากตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ มากที่สุด ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ โชว์รูมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 38.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ จากโชว์รูมรถจักรยานยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายของคิลเลอร์ ร้อยละ 35.8

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| การศึกษาข้อมูลก่อนซื้อ | อาชีพ | | | | | |
|------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| มี | 50 | 72 | 143 | 41 | 60 | 366 |
| | 90.9 | 92.3 | 96.0 | 93.2 | 89.6 | 93.1 |
| ไม่มี | 5 | 6 | 6 | 3 | 7 | 27 |
| | 9.1 | 7.7 | 4.0 | 6.8 | 10.4 | 6.9 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 90.9 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 92.3 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 96.0 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 4.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 93.2 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 6.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 89.6 และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|--|------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียนนักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| โทรทัศน์ | 29 | 37 | 62 | 18 | 23 | 169 |
| | 52.7 | 47.4 | 41.6 | 40.9 | 34.3 | 43.0 |
| วิทยุ | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 12 |
| | 5.5 | 1.3 | 2.7 | 2.3 | 4.5 | 3.1 |
| หนังสือพิมพ์ นิตยสาร | 23 | 31 | 56 | 12 | 26 | 148 |
| | 41.8 | 39.7 | 37.6 | 27.3 | 38.8 | 37.7 |
| อินเทอร์เน็ต | 16 | 35 | 61 | 15 | 17 | 144 |
| | 29.1 | 44.9 | 40.9 | 34.1 | 25.4 | 36.6 |
| แผ่นพับ โบปปลิว | 25 | 30 | 52 | 19 | 28 | 154 |
| | 45.5 | 38.5 | 34.9 | 43.2 | 41.8 | 39.2 |
| เพื่อน คนรู้จัก | 23 | 33 | 42 | 22 | 22 | 142 |
| | 41.8 | 42.3 | 28.2 | 50.0 | 32.8 | 36.1 |
| พนักงานขาย | 23 | 31 | 68 | 20 | 36 | 178 |
| | 41.8 | 39.7 | 45.6 | 45.5 | 53.7 | 45.3 |
| บุคคลในครอบครัว | 19 | 23 | 28 | 13 | 13 | 96 |
| | 34.5 | 29.5 | 18.8 | 29.5 | 19.4 | 24.4 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 2.3 | 0.0 | 0.5 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 393 คน

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือโทรทัศน์ มากที่สุด ร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ แผ่นพับใบปลิว ร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือโทรทัศน์ มากที่สุด ร้อยละ 47.4 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 44.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือพนักงานขาย มากที่สุด ร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 41.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือเพื่อน คนรู้จัก มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลรถจักรยานยนต์คือพนักงานขาย มากที่สุด ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ แผ่นพับ ใบปลิว ร้อยละ 41.8

ตารางที่ 99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ | อาชีพ | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียนนักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| เงินสด | 22 | 28 | 62 | 10 | 21 | 143 |
| | 40.0 | 35.9 | 41.6 | 22.7 | 31.3 | 36.4 |
| ผ่อนชำระรายเดือน | 33 | 46 | 87 | 32 | 45 | 243 |
| | 60.0 | 59.0 | 58.4 | 72.7 | 67.2 | 61.8 |
| บัตรเครดิต | 0 | 4 | 0 | 2 | 1 | 7 |
| | 0.0 | 5.1 | 0.0 | 4.5 | 1.5 | 1.8 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษาใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยการผ่อนชำระรายเดือนมากที่สุด ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 40.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยการผ่อนชำระรายเดือน มากที่สุด ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 35.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยการผ่อนชำระรายเดือน มากที่สุด ร้อยละ 58.4 รองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 41.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยการผ่อนชำระรายเดือน มากที่สุด ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 22.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ใช้วิธีการชำระเงินในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยการผ่อนชำระรายเดือน มากที่สุด ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 31.3

ตารางที่ 100 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| เงื่อนไขเงินคาวน | อาชีพ | | | | | |
|------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=33 | n=50 | n=87 | n=34 | n=46 | N=250 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| 10% | 7 | 13 | 25 | 7 | 11 | 63 |
| | 21.2 | 26.0 | 28.7 | 20.6 | 23.9 | 25.2 |
| 15% | 6 | 8 | 7 | 2 | 4 | 27 |
| | 18.2 | 16.0 | 8.0 | 5.9 | 8.7 | 10.8 |
| 20% | 9 | 7 | 18 | 6 | 12 | 52 |
| | 27.3 | 14.0 | 20.7 | 17.6 | 26.1 | 20.8 |
| 25% | 7 | 11 | 12 | 6 | 5 | 41 |
| | 21.2 | 22.0 | 13.8 | 17.6 | 10.9 | 16.4 |
| 30% | 3 | 7 | 12 | 6 | 8 | 36 |
| | 9.1 | 14.0 | 13.8 | 17.6 | 17.4 | 14.4 |
| มากกว่า 30% | 1 | 4 | 13 | 7 | 6 | 31 |
| | 3.0 | 8.0 | 14.9 | 20.6 | 13.0 | 12.4 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน ที่ตอบแบบผ่อนชำระเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ใช้เงื่อนไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ 10 เปอร์เซ็นต์ และ 25 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน ร้อยละ 21.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้เงื่อนไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ 25 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ใช้เงินไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 20.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ใช้เงินไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์มากที่สุด คือ 10 เปอร์เซ็นต์ และมากกว่า 30 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 20.6 รองลงมาคือ 20 เปอร์เซ็นต์ 25 เปอร์เซ็นต์ 30 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน ร้อยละ 17.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ใช้เงินไขในการชำระเงินคาวนรถจักรยานยนต์มากที่สุดคือ 20 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 26.1 รองลงมาคือ 10 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 23.9

ตารางที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ระยะเวลาผ่อนชำระ | อาชีพ | | | | | |
|------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=33 | n=50 | n=87 | n=34 | n=46 | N=250 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| 6 เดือน | 2 | 5 | 5 | 4 | 2 | 18 |
| | 6.1 | 10.0 | 5.7 | 11.8 | 4.3 | 7.2 |
| 12 เดือน | 4 | 11 | 14 | 2 | 5 | 36 |
| | 12.1 | 22.0 | 16.1 | 5.9 | 10.9 | 14.4 |
| 18 เดือน | 2 | 9 | 0 | 2 | 3 | 16 |
| | 6.1 | 18.0 | - | 5.9 | 6.5 | 6.4 |
| 24 เดือน | 15 | 12 | 38 | 12 | 14 | 91 |
| | 45.5 | 24.0 | 43.7 | 35.3 | 30.4 | 36.4 |
| 30 เดือน | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 12 |
| | 9.1 | 2.0 | 4.6 | 2.9 | 6.5 | 4.8 |
| 36 เดือน | 5 | 11 | 22 | 10 | 16 | 64 |
| | 15.2 | 22.0 | 25.3 | 29.4 | 34.8 | 25.6 |
| มากกว่า 36 เดือน | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 11 |
| | 6.1 | 2.0 | 4.6 | 2.9 | 6.5 | 2.8 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน ที่ตอบแบบผ่อนชำระเดือนและบัตรเครดิต

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ 36 เดือน ร้อยละ 15.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ 12 เดือน และ 36 เดือน ร้อยละ 22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ 36 เดือน ร้อยละ 25.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 24 เดือน ร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 36 เดือน ร้อยละ 29.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกระยะเวลาในการผ่อนรถจักรยานยนต์คือ 36 เดือน ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ 24 เดือน ร้อยละ 30.4

ตารางที่ 102 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| วิธีการจัดการกับรถจักรยานยนต์เดิม | อาชีพ | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียนนักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ขาย | 11 | 21 | 23 | 6 | 16 | 77 |
| | 20.0 | 26.9 | 15.4 | 13.6 | 23.9 | 19.6 |
| เก็บสำรองไว้ใช้ | 40 | 51 | 120 | 34 | 49 | 294 |
| | 72.7 | 65.4 | 80.5 | 77.3 | 73.1 | 74.8 |
| นำไปแลกซื้อคันใหม่ | 11 | 18 | 18 | 11 | 18 | 76 |
| | 20.0 | 23.1 | 12.1 | 25.0 | 26.9 | 19.3 |

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่มีวิธีจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ขายและนำไปแลกซื้อคันใหม่ ร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีวิธีจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ ขาย ร้อยละ 26.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีวิธีจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 80.5 รองลงมาคือ ขาย ร้อยละ 15.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีวิธีจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ นำไปแลกซื้อคันใหม่ ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีวิธีจัดการรถจักรยานยนต์เดิมภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ คือ เก็บสำรองไว้ใช้ ร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ นำไปแลกซื้อคันใหม่ ร้อยละ 26.9

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

| ความพึงพอใจหลังการใช้ | อาชีพ | | | | | |
|-----------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|------------|-------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| | พอใจมาก | 23 41.8 | 20 25.6 | 47 31.5 | 16 36.4 | 24 35.8 |
| พอใจ | 27 49.1 | 48 61.5 | 86 57.7 | 27 61.4 | 36 53.7 | 224 57.0 |
| เฉยๆ | 4 7.3 | 9 11.5 | 13 8.7 | 1 2.3 | 7 10.4 | 34 8.7 |
| ไม่พอใจ | 1 1.8 | 1 1.3 | 3 2.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 5 1.3 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่มีความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 49.1 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 41.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 25.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 31.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 36.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีความพอใจภายหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 35.8

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว จำแนกตามอาชีพ

| การแนะนำเพื่อน / คนรู้จัก | อาชีพ | | | | | |
|---------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------|--------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=55 | n=78 | n=149 | n=44 | n=67 | N=393 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| | แนะนำ | 38 69.1 | 48 61.5 | 80 53.7 | 30 68.2 | 41 61.2 |
| เฉยๆ | 15 27.3 | 26 33.3 | 63 42.3 | 12 27.3 | 23 34.3 | 139 35.4 |
| ไม่แนะนำ | 2 3.6 | 4 5.1 | 6 4.0 | 2 4.5 | 3 4.5 | 17 4.3 |
| รวม | 55 100.0 | 78 100.0 | 149 100.0 | 44 100.0 | 67 100.0 | 393 100.0 |

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว มากที่สุด ร้อยละ 69.1 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว มากที่สุด ร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 42.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์ หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว มากที่สุด ร้อยละ 68.2 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อรถจักรยานยนต์หลังจากที่ตนเองได้ซื้อมาแล้ว มากที่สุด ร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ พ่อใจมาก ร้อยละ 34.3

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต จำแนกตามอาชีพ

| แผนที่จะซื้อในอนาคต | อาชีพ | | | | | |
|---------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| มี | 42 | 54 | 85 | 33 | 44 | 258 |
| | 76.4 | 69.2 | 57.0 | 75.0 | 65.7 | 65.6 |
| ไม่มี | 13 | 24 | 64 | 11 | 23 | 135 |
| | 23.6 | 30.8 | 43.0 | 25.0 | 34.3 | 34.4 |
| รวม | 55 | 78 | 149 | 44 | 67 | 393 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 76.4 และไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 23.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 69.2 และไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 30.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 57.0 และไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 43.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 75.0 และไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 65.7 และไม่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคต ร้อยละ 34.3

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | อาชีพ | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=42 | n=54 | n=85 | n=33 | n=44 | N=258 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา | 20 | 23 | 36 | 15 | 21 | 115 |
| | 47.6 | 42.6 | 42.4 | 45.5 | 47.7 | 44.6 |
| รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ | 18 | 22 | 39 | 14 | 19 | 112 |
| | 42.9 | 40.7 | 45.9 | 42.4 | 43.2 | 43.4 |
| รถจักรยานยนต์แบบครอบครัวยุค สปอร์ต | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 9 |
| | 2.4 | 7.4 | 2.4 | 3.0 | 2.3 | 3.5 |
| รถจักรยานยนต์แบบสปอร์ต | 2 | 4 | 6 | 2 | 2 | 16 |
| | 4.8 | 7.4 | 7.1 | 6.1 | 4.5 | 6.2 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 47.6 รองลงมาคือรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 42.6 รองลงมาคือรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 40.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 42.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 42.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ รถจักรยานยนต์เกียร์ธรรมดา ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ร้อยละ 43.2

ตารางที่ 107 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต และจำแนกตามอาชีพ

| ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต | อาชีพ | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------|--------|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | พนักงานบริษัท | ธุรกิจส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | n=42 | n=54 | n=85 | n=33 | n=44 | N=258 |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน |
| | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ | ร้อยละ |
| ยามาฮ่า | 9 | 14 | 25 | 7 | 12 | 67 |
| | 21.4 | 25.9 | 29.4 | 21.2 | 27.3 | 26.0 |
| ฮอนด้า | 38 | 42 | 66 | 27 | 38 | 211 |
| | 90.5 | 77.8 | 77.6 | 81.8 | 86.4 | 81.8 |
| คาวาซากิ | 1 | 5 | 6 | 1 | 1 | 14 |
| | 2.4 | 9.3 | 7.1 | 3.0 | 2.3 | 5.4 |
| ซูซูกิ | 4 | 4 | 7 | 1 | 2 | 18 |
| | 9.5 | 7.4 | 8.2 | 3.0 | 4.5 | 7.0 |
| คาจิวา | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | 2.4 | 1.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.9 |
| ไทเกอร์ | 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 5 |
| | 2.4 | 0.0 | 4.7 | 0.0 | 0.0 | 1.3 |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนจะซื้อรถจักรยานยนต์ในอนาคตทั้งหมด 258 คน

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 90.5 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 21.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 25.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 77.6 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 29.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 21.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เลือกยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่จะซื้อในอนาคต คือ ฮอนด้า ร้อยละ 86.4 รองลงมาคือ ยามาฮ่า ร้อยละ 27.3

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน
จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัด
ลำพูน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | เพศ | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ชาย | หญิง | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เช่น มีให้เลือก หลายรุ่น หลายสี | 4.09 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.11 (มาก) |
| ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม | 3.97 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.02 (มาก) |
| สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาด เครื่องยนต์ | 4.23 (มาก) | 4.31 (มาก) | 4.28 (มาก) |
| สินค้ามีความทันสมัย | 4.03 (มาก) | 4.06 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| สินค้ามีการรับประกัน | 4.36 (มาก) | 4.44 (มาก) | 4.41 (มาก) |
| มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็ค สภาพให้ฟรี | 4.25 (มาก) | 4.33 (มาก) | 4.30 (มาก) |
| อะไหล่ราคาไม่แพงและมีมาตรฐาน | 4.05 (มาก) | 4.06 (มาก) | 4.06 (มาก) |
| อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ | 3.26 (ปานกลาง) | 3.26 (ปานกลาง) | 3.26 (ปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.03 (มาก) | 4.08 (มาก) | 4.06 (มาก) |

จากตารางที่ 108 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.25) และสมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านราคา | เพศ | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ชาย | หญิง | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น | 4.21 (มาก) | 4.22 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า | 4.29 (มาก) | 4.33 (มาก) | 4.32 (มาก) |
| การแสดงป้ายราคาของสินค้าอย่างชัดเจน เช่น ราคารวมภาษี หรืออัตราดอกเบี้ยในกรณีผ่อนชำระ | 3.97 (มาก) | 4.19 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า | 4.23 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงิน สดหรือบัตรเครดิต | 4.12 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.16 (มาก) |
| ความเหมาะสมของเงินดาวน์ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการ ผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อ เดือน | 4.06 (มาก) | 4.20 (มาก) | 4.15 (มาก) |
| สามารถต่อรองราคาได้ | 4.12 (มาก) | 4.15 (มาก) | 4.14 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.15 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.19 (มาก) |

จากตารางที่ 109 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) และระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 110 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | เพศ | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ชาย | หญิง | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน | 3.98 (มาก) | 4.06 (มาก) | 4.03 (มาก) |
| การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ | 3.92 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.00 (มาก) |
| ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ | 3.88 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.95 (มาก) |
| ภายในร้านมีการตกแต่งบรรยากาศให้ดูทันสมัยและสะอาด | 3.81 (มาก) | 3.89 (มาก) | 3.86 (มาก) |
| ร้านค้ำมีหลายสาขา | 3.65 (มาก) | 3.77 (มาก) | 3.72 (มาก) |
| ร้านค้ำมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก | 3.89 (มาก) | 3.90 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ระยะเวลาเปิดให้บริการ เช่น ปิดคึกกว่าร้านอื่น | 3.56 (มาก) | 3.69 (มาก) | 3.64 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 3.81 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 110 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาการเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และร้านค้ำมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาการเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | เพศ | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ชาย | หญิง | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด | 4.22 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีการโฆษณาให้ข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สม่ำเสมอ | 3.69 (มาก) | 3.86 (มาก) | 3.79 (มาก) |
| มีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติ และราคาของรถจักรยานยนต์ | 3.87 (มาก) | 3.83 (มาก) | 3.85 (มาก) |
| มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า | 4.05 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน | 4.19 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.17 (มาก) |
| มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย | 3.97 (มาก) | 4.10 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ | 3.58 (มาก) | 3.70 (มาก) | 3.65 (มาก) |
| รถรุ่นที่ต้องการมีการโฆษณาทางทีวี | 3.79 (มาก) | 3.96 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 3.92 (มาก) | 3.99 (มาก) | 3.97 (มาก) |

จากตารางที่ 111 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัด
ลำพูน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 112 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | รายได้ต่อเดือน | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 บาทขึ้นไป | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เช่น มีให้เลือก หลายรุ่น หลายสี | 4.13 (มาก) | 4.09 (มาก) | 4.11 (มาก) |
| ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม | 4.02 (มาก) | 4.02 (มาก) | 4.02 (มาก) |
| สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาด เครื่องยนต์ | 4.24 (มาก) | 4.34 (มาก) | 4.28 (มาก) |
| สินค้ามีความทันสมัย | 4.07 (มาก) | 4.02 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| สินค้ามีการรับประกัน | 4.41 (มาก) | 4.41 (มาก) | 4.41 (มาก) |
| มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็ค สภาพให้ฟรี | 4.29 (มาก) | 4.32 (มาก) | 4.30 (มาก) |
| อะไหล่ราคาไม่แพงและมีมาตรฐาน | 4.07 (มาก) | 4.04 (มาก) | 4.06 (มาก) |
| อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ | 3.35 (ปานกลาง) | 3.13 (ปานกลาง) | 3.26 (ปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.07 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.06 (มาก) |

จากตารางที่ 112 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา มีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.29) และสมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีบริการหลังการขาย เช่น มีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 113 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านราคา | รายได้ต่อเดือน | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 บาทขึ้นไป | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น | 4.08 (มาก) | 4.42 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| ระดับราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า | 4.28 (มาก) | 4.38 (มาก) | 4.32 (มาก) |
| การแสดงป้ายราคาของสินค้าอย่างชัดเจน เช่น ราคารวมภาษี หรืออัตราดอกเบี้ยในกรณีผ่อนชำระ | 4.10 (มาก) | 4.11 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า | 4.18 (มาก) | 4.27 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต | 4.12 (มาก) | 4.22 (มาก) | 4.16 (มาก) |
| ความเหมาะสมของเงินค่างวด อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อเดือน | 4.15 (มาก) | 4.14 (มาก) | 4.15 (มาก) |
| สามารถต่อรองราคาได้ | 4.02 (มาก) | 4.32 (มาก) | 4.14 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.13 (มาก) | 4.27 (มาก) | 4.19 (มาก) |

จากตารางที่ 113 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และความเหมาะสมของเงินเดือน อัตราคอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 114 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | รายได้ต่อเดือน | | |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 บาทขึ้นไป | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ที่ตั้งของร้านห่างไกลที่พักรหรือที่ทำงาน | 3.99 (มาก) | 4.08 (มาก) | 4.03 (มาก) |
| การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ | 3.98 (มาก) | 4.03 (มาก) | 4.00 (มาก) |
| ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ | 3.96 (มาก) | 3.93 (มาก) | 3.95 (มาก) |
| ภายในร้านมีการตกแต่งบรรยากาศให้ดูทันสมัยและสะอาด | 3.89 (มาก) | 3.82 (มาก) | 3.86 (มาก) |
| ร้านค้ำมีหลายสาขา | 3.81 (มาก) | 3.58 (มาก) | 3.72 (มาก) |
| ร้านค้ำมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก | 3.90 (มาก) | 3.89 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ระยะเวลาเปิดให้บริการ เช่น ปิดดึกกว่าร้านอื่น | 3.65 (มาก) | 3.63 (มาก) | 3.64 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 3.88 (มาก) | 3.85 (มาก) | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 114 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือที่ตั้งของร้านห่างไกลที่พักรหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | รายได้ต่อเดือน | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 บาทขึ้นไป | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด | 4.15 (มาก) | 4.33 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีการโฆษณาให้ข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สม่าเสมอ | 3.84 (มาก) | 3.72 (มาก) | 3.79 (มาก) |
| มีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติ และราคาของรถจักรยานยนต์ | 3.87 (มาก) | 3.81 (มาก) | 3.85 (มาก) |
| มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า | 4.12 (มาก) | 4.08 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อน โยน | 4.17 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.17 (มาก) |
| มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย | 4.06 (มาก) | 4.02 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ | 3.73 (มาก) | 3.54 (มาก) | 3.65 (มาก) |
| รถรุ่นที่ต้องการมีการโฆษณาทางทีวี | 3.91 (มาก) | 3.88 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 3.98 (มาก) | 3.94 (มาก) | 3.97 (มาก) |

จากตารางที่ 115 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.15) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

6.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคในจังหวัด
ลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 116 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | อาชีพ | | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เช่น มีให้เลือกหลายรุ่น หลายสี | 4.11 (มาก) | 3.94 (มาก) | 4.17 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.11 (มาก) |
| ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม | 3.96 (มาก) | 3.92 (มาก) | 3.99 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.02 (มาก) |
| สมรรถนะด้านการประหยัด น้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ | 4.22 (มาก) | 4.10 (มาก) | 4.29 (มาก) | 4.34 (มาก) | 4.46 (มาก) | 4.28 (มาก) |
| สินค้ามีความทันสมัย | 4.18 (มาก) | 3.96 (มาก) | 4.06 (มาก) | 4.02 (มาก) | 4.04 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| สินค้ามีการรับประกัน | 4.47 (มาก) | 4.24 (มาก) | 4.43 (มาก) | 4.34 (มาก) | 4.55 (มากที่สุด) | 4.41 (มาก) |
| มีบริการหลังการขาย เช่น มี บริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี | 4.49 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.23 (มาก) | 4.51 (มากที่สุด) | 4.30 (มาก) |
| อะไหล่ราคาไม่แพงและมี มาตรฐาน | 4.11 (มาก) | 3.87 (มาก) | 4.03 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.06 (มาก) |
| อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ | 3.64 (มาก) | 3.27 (ปานกลาง) | 3.15 (ปานกลาง) | 3.30 (ปานกลาง) | 3.16 (ปานกลาง) | 3.26 (ปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.15 (มาก) | 3.93 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.09 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.06 (มาก) |

จากตารางที่ 116 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีบริการหลังการขาย เช่นมีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมา สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.47) และสมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา มีบริการหลังการขาย เช่นมีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.13) และสมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือสินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีบริการหลังการขาย เช่นมีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ และสินค้ามีการรับประกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาบริการหลังการขาย เช่นมีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.23) และตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่นิยม (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สินค้ามีการรับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา มีบริการหลังการขาย เช่นมีบริการตรวจเช็คสภาพให้ฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.51) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ สมรรถนะด้านการประหยัดน้ำมัน และขนาดเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตารางที่ 117 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านราคา | อาชีพ | | | | | |
|---|-----------------------|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น | 4.15 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.19 (มาก) | 4.41 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| ระดับราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า | 4.29 (มาก) | 4.26 (มาก) | 4.27 (มาก) | 4.39 (มาก) | 4.48 (มาก) | 4.32 (มาก) |
| การแสดงป้ายราคาของสินค้า อย่างชัดเจน เช่น ราคารวมภาษี หรืออัตราดอกเบี้ยในกรณีผ่อน ชำระ | 4.04 (มาก) | 4.04 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า | 4.27 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต | 4.15 (มาก) | 4.12 (มาก) | 4.11 (มาก) | 4.23 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.16 (มาก) |
| ความเหมาะสมของเงินดาวน์ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการ ผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ ต้องชำระต่อเดือน | 4.15 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.07 (มาก) | 4.20 (มาก) | 4.39 (มาก) | 4.15 (มาก) |
| สามารถต่อรองราคาได้ | 4.11 (มาก) | 3.96 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.31 (มาก) | 4.14 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.16 (มาก) | 4.10 (มาก) | 4.16 (มาก) | 4.27 (มาก) | 4.30 (มาก) | 4.19 (มาก) |

จากตารางที่ 117 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) และระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น มีวิธีการชำระเงินหลายแบบ เช่น ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต และความเหมาะสมของเงินคาวน้อัตรดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) และระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือระดับราคาต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา ระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.39) และการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า สามารถต่อรองราคาได้(ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือระดับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาความเหมาะสมของเงินคาวน้อัตรดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ และจำนวนเงินงวดที่ต้องชำระต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ตารางที่ 118 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | อาชีพ | | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน | 4.02 (มาก) | 4.01 (มาก) | 3.95 (มาก) | 3.93 (มาก) | 4.28 (มาก) | 4.03 (มาก) |
| การเดินทางสะดวก และมีที่จอด รถ | 4.04 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.97 (มาก) | 3.91 (มาก) | 4.21 (มาก) | 4.00 (มาก) |
| ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็น หมวดหมู่ | 4.04 (มาก) | 3.83 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.91 (มาก) | 4.15 (มาก) | 3.95 (มาก) |
| ภายในร้านมีการตกแต่ง บรรยากาศให้ดูทันสมัยและ สะอาด | 3.91 (มาก) | 3.79 (มาก) | 3.82 (มาก) | 3.82 (มาก) | 4.01 (มาก) | 3.86 (มาก) |
| ร้านค้ำมีหลายสาขา | 3.85 (มาก) | 3.55 (มาก) | 3.68 (มาก) | 3.64 (มาก) | 3.96 (มาก) | 3.72 (มาก) |
| ร้านค้ำมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก | 4.09 (มาก) | 3.79 (มาก) | 3.89 (มาก) | 3.95 (มาก) | 3.84 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ระยะเวลาเปิดให้บริการ เช่น ปิด ดึกกว่าร้านอื่น | 3.71 (มาก) | 3.50 (มาก) | 3.58 (มาก) | 3.80 (มาก) | 3.78 (มาก) | 3.64 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 3.95 (มาก) | 3.77 (มาก) | 3.83 (มาก) | 3.85 (มาก) | 4.03 (มาก) | 3.87 (มาก) |

จากตารางที่ 118 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ร้านค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ และภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ร้านค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ และ ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านหาง่าย ใกล้ที่พัก หรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 119 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | อาชีพ | | | | | |
|---|-----------------------|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | นักเรียน นักศึกษา | ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัท | ธุรกิจ ส่วนตัว | อื่นๆ | รวม |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด | 4.20 (มาก) | 4.09 (มาก) | 4.17 (มาก) | 4.27 (มาก) | 4.43 (มาก) | 4.22 (มาก) |
| มีการโฆษณาให้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ สม่ำเสมอ | 3.93 (มาก) | 3.72 (มาก) | 3.66 (มาก) | 3.98 (มาก) | 3.93 (มาก) | 3.79 (มาก) |
| มีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ โบปปลิว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติ และราคาของรถจักรยานยนต์ | 3.96 (มาก) | 3.73 (มาก) | 3.77 (มาก) | 4.05 (มาก) | 3.93 (มาก) | 3.85 (มาก) |
| มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า | 4.15 (มาก) | 3.96 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.25 (มาก) | 4.24 (มาก) | 4.10 (มาก) |
| พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน | 4.29 (มาก) | 4.13 (มาก) | 4.05 (มาก) | 4.23 (มาก) | 4.34 (มาก) | 4.17 (มาก) |
| มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย | 4.11 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.99 (มาก) | 4.18 (มาก) | 4.19 (มาก) | 4.05 (มาก) |
| มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ | 3.80 (มาก) | 3.54 (มาก) | 3.54 (มาก) | 3.80 (มาก) | 3.84 (มาก) | 3.65 (มาก) |
| รถรุ่นที่ต้องการมีการโฆษณาทางทีวี | 3.91 (มาก) | 3.82 (มาก) | 3.90 (มาก) | 4.07 (มาก) | 3.85 (มาก) | 3.90 (มาก) |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | 4.04 (มาก) | 3.86 (มาก) | 3.89 (มาก) | 4.10 (มาก) | 4.09 (มาก) | 3.97 (มาก) |

จากตารางที่ 119 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า และพนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ มีการจัดแสดงสินค้า ฉุกเฉิน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา พนักงานขายในร้านมีความสุภาพ อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)