

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 ตัวอย่างโดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลออกได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้รถจักรยานยนต์ฮอนด้าหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่และอัตราร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 1 - 10

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 11 - 17

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 18 - 41

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 42 - 50

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 51-52

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	102	51.00
หญิง	98	49.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	11	5.50
21 – 25 ปี	40	20.00
26 – 30 ปี	61	30.50
31 – 40 ปี	68	34.00
41 ปีขึ้นไป	20	10.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 อายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 และไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	108	54.00
สมรส	90	45.00
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 45.00 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาต้น	67	33.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	92	46.00
ปวส./อนุปริญญา	29	14.50
ปริญญาตรีและสูงกว่า	12	6.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 33.50 ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 14.50 ระดับปริญญาตรีและสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	12	6.00
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	7.50
พนักงานบริษัทเอกชน	104	52.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	50	25.00
รับจ้างทั่วไป	19	9.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.50 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.50 และประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	72	36.00
10,001 – 15,000 บาท	72	36.00
15,001 – 20,000 บาท	35	17.50
20,001 – 30,000 บาท	12	6.00
30,001 - 35,000 บาท	5	2.50
35,001 - 40,000 บาท	2	1.00
มากกว่า 40,000 บาท	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ

6.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้รถจักรยานยนต์  
 สอนค้าหัวฉีดพีซีเอ็ม-เอฟไอ

รุ่นของรถจักรยานยนต์สอนค้า	ราคา	จำนวน	ร้อยละ
สอนค้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i)	48,500	54	27.00
สอนค้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i)	45,500	50	25.00
สอนค้า รุ่นแอร์เบลด ไอ (Airblade-i)	56,000	7	3.50
สอนค้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX)	69,800	14	7.00
สอนค้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i)	40,500	40	20.00
สอนค้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT)	44,000	12	6.00
สอนค้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i)	50,000	23	11.50
สอนค้า รุ่นซี แซด ไอ (CZI 110)	37,000	0	0
รวม		200	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 25.00 รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 20.00 รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 11.50 รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 7.00 รถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 6.00 และรถจักรยานยนต์สอนค้า รุ่น แอร์เบลด ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	151	75.50
พ่อ/แม่	10	5.00
สามี/ภรรยา/ลูก	3	1.50
พี่น้อง	10	5.00
ญาติ	1	0.50
เพื่อน	12	6.00
พนักงานขาย	13	6.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา คือ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 6.50 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.00 พ่อ/แม่และพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 5.00 สามี/ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 1.50 และ ญาติ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ

ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	124	62.00
วิทยุ	3	1.50
ป้ายโฆษณา	17	8.50
หนังสือพิมพ์	1	0.50
แผ่นพับ	1	0.50
สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา	15	7.50
อินเทอร์เน็ต	3	1.50
บุคคลที่รู้จัก	36	18.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 18.00 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 8.50 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 7.50 วิทยุและอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.50 และ หนังสือพิมพ์ และแผ่นพับคิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ



ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ซับซ้อนง่าย สะดวกต่อการใช้งาน	121 (60.50)	69 (34.50)	9 (4.50)	0 (0)	1 (0.50)	4.54 (มากที่สุด)	1
มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย	115 (57.50)	57 (28.50)	25 (12.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.42 (มาก)	2
มีความสวยงาม	112 (56.00)	56 (28.00)	31 (15.50)	1 (0.50)	0 (0)	4.39 (มาก)	3
รูปแบบมีความทันสมัย	107 (53.50)	64 (32.00)	27 (13.50)	2 (1.00)	0 (0)	4.38 (มาก)	5
มีสีให้เลือกหลากหลาย	99 (49.50)	59 (29.50)	38 (19.00)	4 (2.00)	0 (0)	4.26 (มาก)	8
น้ำหนักของตัวรถ	77 (38.50)	59 (29.50)	56 (28.00)	6 (3.00)	2 (1.00)	4.01 (มาก)	13
ซีซีของรถ	66 (33.00)	65 (32.50)	46 (23.00)	18 (9.00)	5 (2.50)	3.84 (มาก)	15
ที่นั่งที่วางเท้า	65 (32.50)	80 (40.0)	43 (21.50)	11 (5.50)	1 (0.50)	3.98 (มาก)	14
การทรงตัว	79 (39.50)	82 (41.00)	35 (17.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	4.17 (มาก)	11
สมรรถนะของรถ	91 (45.50)	72 (36.00)	33 (16.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	4.24 (มาก)	9
ความแข็งแรง คงทนต่อตัวรถ	77 (38.50)	92 (46.00)	29 (14.50)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.21 (มาก)	10
ความประหยัดน้ำมัน	102 (51.00)	77 (38.50)	19 (9.50)	2 (1.00)	0 (0)	4.39 (มาก)	4

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด



ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ	74 (37.00)	78 (38.00)	44 (22.00)	4 (2.00)	0 (0)	4.11 (มาก)	12
มีการรับประกันสินค้า	87 (43.50)	86 (43.00)	24 (12.00)	3 (1.50)	0 (0)	4.28 (มาก)	6
ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน	85 (42.50)	89 (44.50)	23 (11.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.28 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.23 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อมอเตอร์ไซด์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.54) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการรับประกันสินค้า และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความแข็งแรงทนต่อตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.21) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.11) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	84 (42.00)	76 (38.00)	38 (19.00)	2 (1.00)	0 (0)	4.21 (มาก)	1
สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ	83 (41.50)	75 (37.50)	39 (19.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.19 (มาก)	2
มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด	62 (31.00)	61 (30.50)	44 (22.00)	26 (13.00)	7 (3.50)	3.72 (มาก)	6
มีระบบผ่อนชำระ	66 (33.00)	71 (35.50)	45 (22.50)	16 (8.00)	2 (1.00)	3.91 (มาก)	4
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	59 (29.50)	48 (24.00)	59 (29.50)	28 (14.00)	6 (3.00)	3.63 (มาก)	8
บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อลูกค้ากับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ	73 (36.50)	71 (35.50)	46 (23.00)	10 (5.00)	0 (0)	4.03 (มาก)	3
ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง	63 (31.50)	60 (30.00)	62 (31.00)	13 (6.50)	1 (0.50)	3.87 (มาก)	5
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง	63 (31.50)	42 (21.00)	65 (32.50)	26 (13.00)	4 (2.00)	3.67 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda รุ่น Honda PC150E โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.19) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อลูกค้ากับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง

(ค่าเฉลี่ย 3.87) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.72) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.67) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	77 (38.50)	76 (38.00)	36 (18.00)	3 (1.50)	8 (4.00)	4.05 (มาก)	3
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	88 (44.00)	71 (35.50)	35 (17.50)	6 (3.00)	0 (0)	4.20 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	85 (42.50)	82 (41.00)	31 (15.50)	2 (1.00)	0 (0)	4.25 (มาก)	1
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	58 (29.00)	79 (39.50)	50 (25.00)	13 (6.50)	0 (0)	3.91 (มาก)	4
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	60 (30.00)	76 (38.00)	49 (24.50)	8 (4.00)	7 (3.50)	3.87 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอไฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	79 (39.50)	94 (47.00)	27 (13.50)	0 (0)	0 (0)	4.26 (มาก)	1
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่น ใหม่	66 (33.00)	80 (40.00)	42 (21.00)	6 (3.00)	6 (3.00)	3.97 (มาก)	4
มีบริการทดลองขับฟรี	49 (24.50)	60 (30.00)	62 (31.00)	20 (10.00)	9 (4.50)	3.60 (มาก)	8
มีบริการหลังการขายที่ดี	71 (35.50)	83 (41.50)	41 (20.50)	5 (2.50)	0 (0)	4.10 (มาก)	2
มีบริการส่งรถถึงบ้าน	78 (39.00)	70 (35.00)	42 (21.00)	9 (4.50)	1 (0.50)	4.07 (มาก)	3
มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	63 (31.50)	84 (42.00)	37 (18.50)	15 (7.50)	1 (0.50)	3.96 (มาก)	5
คุณภาพของของแถมที่ได้รับ	58 (29.00)	72 (36.00)	51 (25.50)	18 (9.00)	1 (0.50)	3.84 (มาก)	6
การจัดให้มีการชิงโชค	39 (19.50)	34 (17.00)	73 (36.50)	38 (19.00)	16 (8.00)	3.21 (ปานกลาง)	11
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	56 (28.00)	48 (24.00)	58 (29.00)	31 (15.5)	7 (3.50)	3.57 (มาก)	9
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	59 (29.5)	30 (15.00)	47 (23.50)	41 (20.50)	23 (11.50)	3.30 (ปานกลาง)	10
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน กำหนด	63 (31.50)	58 (29.00)	43 (21.50)	29 (14.50)	7 (3.50)	3.70 (มาก)	7
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	34 (17.00)	45 (22.50)	54 (27.00)	46 (23.00)	21 (10.5)	3.12 (ปานกลาง)	12
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.96) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.60) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.30) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.21) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย(แปล ผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	63 (31.50)	67 (33.50)	44 (22.00)	21 (10.50)	5 (2.50)	3.81 (มาก)	7
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว	60 (30.00)	71 (35.50)	57 (28.50)	10 (5.00)	2 (1.00)	3.88 (มาก)	5
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้านำรถไปเลือก ชำระได้ในหลายวิธี	59 (29.50)	89 (44.50)	40 (20.00)	12 (6.00)	0 (0)	3.97 (มาก)	3
การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	70 (35.00)	74 (37.00)	47 (23.50)	9 (4.50)	0 (0)	4.02 (มาก)	2
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ	65 (32.50)	61 (30.50)	61 (30.50)	11 (5.50)	2 (1.00)	3.88 (มาก)	6
มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่	74 (37.00)	56 (28.00)	55 (27.50)	13 (6.50)	2 (1.00)	3.93 (มาก)	4
มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจาก หมดระยะเวลาประกัน	72 (36.00)	79 (39.50)	36 (18.00)	12 (6.00)	1 (0.50)	4.04 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.93 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกรถได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	65 (32.50)	91 (45.50)	44 (22.00)	0 (0)	0 (0)	4.10 (มาก)	7
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	80 (40.00)	76 (38.00)	38 (19.00)	6 (3.00)	0 (0)	4.15 (มาก)	6
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า	84 (42.00)	76 (38.00)	38 (19.00)	2 (1.00)	0 (0)	4.21 (มาก)	3
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	85 (42.50)	81 (40.50)	31 (15.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.24 (มาก)	2
พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	98 (49.00)	74 (37.00)	25 (12.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.33 (มาก)	1
พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย	67 (33.50)	81 (40.50)	37 (18.50)	10 (5.00)	5 (2.50)	3.97 (มาก)	8
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	74 (37.00)	85 (42.50)	40 (20.00)	1 (0.50)	0 (0)	4.16 (มาก)	5
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	77 (38.50)	84 (42.00)	37 (18.50)	2 (1.00)	0 (0)	4.18 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.16 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานให้บริการทั้งก่อน



และหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

**ตารางที่ 16** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า	80 (40.00)	76 (38.00)	38 (19.00)	6 (3.00)	0 (0)	4.15 (มาก)	2
มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย	81 (40.50)	85 (42.50)	31 (15.50)	3 (1.50)	0 (0)	4.22 (มาก)	1
ความสะอาดภายในร้าน	72 (36.00)	82 (41.00)	42 (21.00)	4 (2.00)	0 (0)	4.11 (มาก)	3
บรรยากาศภายในร้าน	67 (33.50)	80 (40.00)	49 (24.50)	4 (2.00)	0 (0)	4.05 (มาก)	5
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	61 (30.50)	89 (44.50)	50 (25.00)	0 (0)	0 (0)	4.05 (มาก)	6
ความสะอาดของห้องน้ำ	61 (30.50)	93 (46.50)	46 (23.00)	0 (0)	0 (0)	4.07 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.11 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.22) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะอาด

ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.07) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมของปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.23	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.16	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.11	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.05	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.93	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.90	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งเรียงจากรายอันดับอันดับระบบ หัวใจพีจีเอ็ม-เอฟไอ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดมาหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สออนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สออนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
จับขีงาย สะดวกต่อการใช้งาน	4.58 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	4.54 (มากที่สุด)
มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย	4.42 (มาก)	2	4.41 (มาก)	2	4.42 (มาก)
มีความสวยงาม	4.40 (มาก)	3	4.38 (มาก)	5	4.39 (มาก)
รูปแบบมีความทันสมัย	4.35 (มาก)	5	4.40 (มาก)	4	4.38 (มาก)
มีสีให้เลือกหลากหลาย	4.14 (มาก)	10	4.38 (มาก)	6	4.26 (มาก)
น้ำหนักของตัวรถ	3.97 (มาก)	13	4.06 (มาก)	13	4.01 (มาก)
ซีซีของรถ	3.74 (มาก)	15	3.94 (มาก)	15	3.84 (มาก)
ที่นั่งที่วางเท้า	3.94 (มาก)	14	4.03 (มาก)	14	3.98 (มาก)
การทรงตัว	4.09 (มาก)	11	4.25 (มาก)	11	4.17 (มาก)
สมรรถนะของรถ	4.17 (มาก)	8	4.31 (มาก)	8	4.24 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ	4.15 (มาก)	9	4.27 (มาก)	10	4.21 (มาก)
ความประหยัดน้ำมัน	4.37 (มาก)	4	4.41 (มาก)	3	4.39 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ	4.02 (มาก)	12	4.19 (มาก)	12	4.11 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า	4.22 (มาก)	7	4.34 (มาก)	7	4.28 (มาก)
ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน	4.24 (มาก)	6	4.31 (มาก)	9	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19 (มาก)		4.28 (มาก)		4.23 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.58) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.09) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.02) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการรับประกันสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 4.34) สมรรถนะของรถ และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความแข็งแรง  
คงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.27) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.25) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย  
4.19) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

**ตารางที่ 19** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตาม  
เพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคา	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.14 (มาก)	2	4.27 (มาก)	1	4.21 (มาก)
สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ	4.17 (มาก)	1	4.20 (มาก)	2	4.19 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด	3.65 (มาก)	7	3.79 (มาก)	6	3.72 (มาก)
มีระบบผ่อนชำระ	3.87 (มาก)	4	3.95 (มาก)	4	3.91 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	3.57 (มาก)	8	3.68 (มาก)	7	3.63 (มาก)
บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับ ไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ	3.95 (มาก)	3	4.12 (มาก)	3	4.03 (มาก)
ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่า ซ่อมบำรุง	3.83 (มาก)	5	3.91 (มาก)	5	3.87 (มาก)
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง	3.75 (มาก)	6	3.58 (มาก)	8	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)		3.93 (มาก)		3.90 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจี  
เอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียง  
ตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ราคาเหมาะสมกับ

คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.14) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการ ติดต่อกู้กับ ไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.95 ) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.65) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.27) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการ ติดต่อกู้กับ ไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.79) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.58)

**ตารางที่ 20** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า	4.08 (มาก)	3	4.02 (มาก)	3	4.05 (มาก)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	4.19 (มาก)	2	4.21 (มาก)	2	4.20 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	4.27 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.25 (มาก)
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	3.94 (มาก)	4	3.87 (มาก)	4	3.91 (มาก)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	3.92 (มาก)	5	3.81 (มาก)	5	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)		4.02 (มาก)		4.05 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีทำเล ที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) จัดเรียงสินค้าเป็น หมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการ จัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทน จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.81)



ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.24 (มาก)	1	4.27 (มาก)	1	4.26 (มาก)
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	3.91 (มาก)	4	4.03 (มาก)	4	3.97 (มาก)
มีบริการทดลองขับ	3.57 (มาก)	8	3.62 (มาก)	9	3.60 (มาก)
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.11 (มาก)	2	4.08 (มาก)	3	4.10 (มาก)
มีบริการส่งรถถึงบ้าน	4.02 (มาก)	3	4.12 (มาก)	2	4.07 (มาก)
มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	3.91 (มาก)	5	4.02 (มาก)	5	3.96 (มาก)
คุณภาพของของแถมที่ได้รับ	3.74 (มาก)	6	3.93 (มาก)	6	3.84 (มาก)
การจัดให้มีการชิงโชค	3.14 (ปานกลาง)	11	3.27 (ปานกลาง)	10	3.21 (ปานกลาง)
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	3.50 (มาก)	9	3.64 (มาก)	8	3.57 (มาก)
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.26 (ปานกลาง)	10	3.34 (ปานกลาง)	11	3.30 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด	3.64 (มาก)	7	3.76 (มาก)	7	3.70 (มาก)
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	3.10 (ปานกลาง)	12	3.14 (ปานกลาง)	12	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)		3.76 (มาก)		3.72 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม

การตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์ รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระ ครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.57) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.14) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.10)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.02) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.93) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.76) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.34) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.27) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.14)

**ตารางที่ 22** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	3.86 (มาก)	6	3.75 (มาก)	7	3.81 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว	3.86 (มาก)	7	3.90 (มาก)	5	3.88 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้า สามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี	3.94 (มาก)	3	4.01 (มาก)	3	3.97 (มาก)
การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.99 (มาก)	2	4.06 (มาก)	1	4.02 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือ จดหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร สำคัญ	3.93 (มาก)	5	3.82 (มาก)	6	3.88 (มาก)
มีระบบการให้บริการลูกค้านอก สถานที่	3.94 (มาก)	4	3.92 (มาก)	4	3.93 (มาก)
การให้บริการที่ดีเมื่อกรณีมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลารับประกัน	4.02 (มาก)	1	4.06 (มาก)	2	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)		3.93 (มาก)		3.93 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการที่ดีเมื่อกรณีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.99) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3/86) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.86)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.06) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

**ตารางที่ 23** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า	4.10 (มาก)	6	4.10 (มาก)	7	4.10 (มาก)
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	4.10 (มาก)	7	4.19 (มาก)	4	4.15 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า	4.18 (มาก)	3	4.23 (มาก)	3	4.21 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	4.23 (มาก)	2	4.24 (มาก)	2	4.24 (มาก)
พนักงานมีความสุขภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.33 (มาก)	1	4.33 (มาก)	1	4.33 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย	4.02 (มาก)	8	3.91 (มาก)	8	3.97 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	4.14 (มาก)	5	4.17 (มาก)	6	4.16 (มาก)
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ	4.17 (มาก)	4	4.18 (มาก)	5	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)		4.16 (มาก)		4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.02)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.91)

**ตารางที่ 24** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนก ต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการ ติดต่อสำหรับลูกค้า	4.12 (มาก)	2	4.17 (มาก)	2	4.15 (มาก)
มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย	4.20 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	4.22 (มาก)
ความสะอาดภายในร้าน	4.11 (มาก)	3	4.10 (มาก)	5	4.11 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.02 (มาก)	4	4.07 (มาก)	6	4.05 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	4.00 (มาก)	6	4.11 (มาก)	4	4.05 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ	4.01 (มาก)	5	4.13 (มาก)	3	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)		4.14 (มาก)		4.11 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.11) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่



ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.19 (มาก)	1	4.28 (มาก)	1	4.23 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.86 (มาก)	6	3.93 (มาก)	5	3.90 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.08 (มาก)	3	4.02 (มาก)	4	4.05 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67 (มาก)	7	3.76 (มาก)	7	3.72 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.93 (มาก)	5	3.93 (มาก)	6	3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.15 (มาก)	2	4.16 (มาก)	2	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.08 (มาก)	4	4.14 (มาก)	3	4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67)



พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 3.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครใน การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สอณดำระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้าน ผลิตภัณฑ์	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21 – 25 ปี	ลำดับ	26 – 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปีขึ้นไป	ลำดับ	รวม
ขับขีง่าย สะดวกต่อการ ใช้งาน	4.54 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1	4.61 (มากที่สุด)	1	4.25 (มาก)	1	4.54 (มากที่สุด)
มีรุ่น ให้ เลือ ก หลากหลาย	4.09 (มาก)	10	4.37 (มาก)	3	4.44 (มาก)	3	4.57 (มากที่สุด)	2	4.10 (มาก)	6	4.42 (มาก)
มีความสวยงาม	4.45 (มาก)	2	4.35 (มาก)	5	4.47 (มาก)	2	4.38 (มาก)	10	4.25 (มาก)	2	4.39 (มาก)
รูปแบบมีความทันสมัย	4.09 (มาก)	11	4.40 (มาก)	2	4.44 (มาก)	4	4.42 (มาก)	8	4.15 (มาก)	3	4.38 (มาก)
มีสีให้เลือ กหลากหลาย	4.27 (มาก)	5	4.20 (มาก)	7	4.27 (มาก)	6	4.44 (มาก)	6	3.75 (มาก)	11	4.26 (มาก)
น้ำหนักของตัวรถ	3.81 (มาก)	14	4.22 (มาก)	6	4.00 (มาก)	14	4.11 (มาก)	13	3.40 (ปานกลาง)	15	4.01 (มาก)
สีซีของรถ	3.45 (ปาน กลาง)	15	3.85 (มาก)	15	3.86 (มาก)	15	3.95 (มาก)	15	3.60 (มาก)	13	3.84 (มาก)
ที่นั่งที่วางเท้า	4.27 (มาก)	6	4.00 (มาก)	14	4.01 (มาก)	13	4.05 (มาก)	14	3.45 (ปานกลาง)	14	3.98 (มาก)
การทรงตัว	4.09 (มาก)	12	4.07 (มาก)	12	4.08 (มาก)	10	4.36 (มาก)	11	4.05 (มาก)	7	4.17 (มาก)
สมรรถนะของรถ	4.36 (มาก)	3	4.10 (มาก)	10	4.22 (มาก)	7	4.44 (มาก)	7	3.85 (มาก)	10	4.24 (มาก)
ความแข็งแรง คงทน ของตัวรถ	4.00 (มาก)	13	4.20 (มาก)	8	4.08 (มาก)	11	4.39 (มาก)	9	4.15 (มาก)	4	4.21 (มาก)
ความประหยัดน้ำมัน	4.18 (มาก)	7	4.37 (มาก)	4	4.39 (มาก)	5	4.51 (มากที่สุด)	4	4.15 (มาก)	5	4.39 (มาก)
คุณภาพของศูนย์บริการ ซ่อมรถ	4.18 (มาก)	8	4.05 (มาก)	13	4.08 (มาก)	12	4.29 (มาก)	12	3.65 (มาก)	12	4.11 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า	4.36 (มาก)	4	4.20 (มาก)	9	4.21 (มาก)	8	4.48 (มาก)	5	3.95 (มาก)	9	4.28 (มาก)
ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ ของร้าน	4.18 (มาก)	9	4.10 (มาก)	11	4.21 (มาก)	9	4.52 (มากที่สุด)	3	4.05 (มาก)	8	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)		4.20 (มาก)		4.22 (มาก)		4.37 (มาก)		3.92 (มาก)		4.23 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.45) สมรรถนะ ของรถ และ มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีสีให้เลือกหลากหลาย และที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความประหยัดน้ำมัน และคุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย รูปแบบมีความทันสมัย และการทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.00) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และปัจจัย ย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีรุ่นให้เลือก หลากหลาย และความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.35) น้ำหนักของตัว รถ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีสีให้เลือกหลากหลาย ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ และ มีการรับประกัน สินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) สมรรถนะของรถ และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) การทรง ตัว (ค่าเฉลี่ย 4.07) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ซีซี ของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.59) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย และรูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีสีให้เลือก หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการรับประกันสินค้า และชื่อเสียง หรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) การทรงตัว ความแข็งแรงคงทนของตัวรถ และคุณภาพของ ศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ซี ซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.57) ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.51) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีสีให้เลือกหลากหลาย และสมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.38) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.36) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.29) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน และมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.25) รูปแบบมีความทันสมัย ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) การทรงตัว และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคา	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21-25 ปี	ลำดับ	26-30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปีขึ้นไป	ลำดับ	รวม
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.18 (มาก)	1	3.97 (มาก)	2	4.13 (มาก)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	3.95 (มาก)	2	4.21 (มาก)
สามารถชำระเงินได้หลาย รูปแบบ	4.09 (มาก)	2	4.12 (มาก)	1	4.08 (มาก)	2	4.38 (มาก)	2	4.05 (มาก)	1	4.19 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงิน สด	2.81 (ปาน กลาง)	8	3.60 (มาก)	7	3.78 (มาก)	5	4.00 (มาก)	6	3.35 (ปาน กลาง)	6	3.72 (มาก)
มีระบบผ่อนชำระ	3.72 (มาก)	3	3.80 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	4.05 (มาก)	5	3.50 (มาก)	5	3.91 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระต่ำ	3.09 (ปาน กลาง)	7	3.55 (มาก)	8	3.63 (มาก)	8	4.00 (มาก)	7	2.80 (ปาน กลาง)	8	3.63 (มาก)
บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อผู้ กับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ	3.63 (มาก)	5	3.90 (มาก)	3	4.03 (มาก)	3	4.29 (มาก)	3	3.65 (มาก)	3	4.03 (มาก)
ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง	3.72 (มาก)	4	3.87 (มาก)	4	3.75 (มาก)	6	4.08 (มาก)	4	3.60 (มาก)	4	3.87 (มาก)
ราคาขายต่อรถมือสองมีราคา สูง	3.18 (ปาน กลาง)	6	3.62 (มาก)	6	3.75 (มาก)	7	3.91 (มาก)	8	2.95 (ปาน กลาง)	7	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 (มาก)		3.80 (มาก)		3.89 (มาก)		4.15 (มาก)		3.48 (ปาน กลาง)		3.90 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีระบบผ่อนชำระ และราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.72) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อผู้กับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง

(ค่าเฉลี่ย 3.18) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.09) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.81)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกู้กับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.60) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.08) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกู้กับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.78) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.75) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.38) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกู้กับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.91)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียง



ตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.95) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.35) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 2.95) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้าน การจัดจำหน่าย	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21-25 ปี	ลำดับ	26-30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปี ขึ้นไป	ลำดับ	รวม
มีหลายสาขาเพื่อ อำนวยความสะดวก ลูกค้า	3.72 (มาก)	4	3.97 (มาก)	3	4.14 (มาก)	3	4.29 (มาก)	3	3.30 (ปาน กลาง)	3	4.05 (มาก)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่ สะดวกสำหรับลูกค้า	3.81 (มาก)	2	4.12 (มาก)	2	4.16 (มาก)	2	4.36 (มาก)	2	4.15 (มาก)	1	4.20 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของ ตัวแทนจำหน่าย	4.27 (มาก)	1	4.15 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.44 (มาก)	1	3.95 (มาก)	2	4.25 (มาก)
วันและเวลาเปิด-ปิด ทำการของตัวแทน จำหน่าย	3.81 (มาก)	3	3.87 (มาก)	4	3.95 (มาก)	5	4.10 (มาก)	4	3.25 (ปาน กลาง)	5	3.91 (มาก)
จัดเรียงสินค้าเป็น หมวดหมู่และเป็น ระเบียบ	3.45 (ปาน กลาง)	5	3.67 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	4.10 (มาก)	5	3.30 (ปาน กลาง)	4	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)		3.95 (มาก)		4.08 (มาก)		4.25 (มาก)		3.59 (มาก)		4.05 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์รุ่นดี ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27)



มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.00) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.30) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

**ตารางที่ 29** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ต่ำกว่า 21	21 – 25 ปี	ต่ำกว่า 26	26 – 30 ปี	ต่ำกว่า 31	31-40 ปี	ต่ำกว่า 41	41 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 42	รวม
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.00 (มาก)	2	4.27 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1	4.41 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.26 (มาก)
การจัดสาธิตและแนะนำ รถจักรยานยนต์รุ่นใหม่	4.09 (มาก)	1	3.87 (มาก)	4	3.86 (มาก)	4	4.17 (มาก)	5	3.70 (มาก)	4	3.97 (มาก)
มีบริการทดลองขับขี่	3.72 (มาก)	6	3.25 (ปานกลาง)	9	3.62 (มาก)	8	3.88 (มาก)	9	3.20 (ปานกลาง)	8	3.60 (มาก)
มีบริการหลังการขายที่ดี	3.81 (มาก)	5	4.05 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2	4.32 (มาก)	3	3.90 (มาก)	3	4.10 (มาก)
มีบริการส่งรถถึงบ้าน	4.00 (มาก)	3	3.97 (มาก)	3	3.78 (มาก)	6	4.38 (มาก)	2	4.15 (มาก)	2	4.07 (มาก)
มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	4.00 (มาก)	4	3.72 (มาก)	5	3.98 (มาก)	3	4.23 (มาก)	4	3.45 (ปานกลาง)	5	3.96 (มาก)
คุณภาพของของแถมที่ ได้รับ	3.72 (มาก)	7	3.67 (มาก)	6	3.78 (มาก)	7	4.13 (มาก)	6	3.40 (ปานกลาง)	6	3.84 (มาก)
การจัดให้มีการชิงโชค	3.54 (มาก)	8	3.00 (ปานกลาง)	12	3.18 (ปานกลาง)	11	3.50 (มาก)	11	2.55 (ปานกลาง)	11	3.21 (ปาน กลาง)
การจัดให้มีการลดราคา สินค้า	3.54 (มาก)	9	3.45 (ปานกลาง)	8	3.37 (ปานกลาง)	8	4.01 (มาก)	7	2.95 (ปานกลาง)	9	3.57 (มาก)
การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย	2.90 (ปานกลาง)	12	3.20 (ปานกลาง)	10	3.26 (ปานกลาง)	10	3.67 (มาก)	10	2.60 (ปานกลาง)	10	3.30 (ปาน กลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อน ชำระครบก่อนกำหนด	3.09 (ปานกลาง)	11	3.47 (ปานกลาง)	7	3.81 (มาก)	5	3.94 (มาก)	8	3.35 (ปานกลาง)	7	3.70 (มาก)
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนใน งานการกุศล	3.36 (ปานกลาง)	10	3.20 (ปานกลาง)	11	3.11 (ปานกลาง)	12	3.22 (ปาน กลาง)	12	2.55 (ปานกลาง)	12	3.12 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)		3.59 (มาก)		3.65 (มาก)		3.98 (มาก)		3.33 (ปานกลาง)		3.72 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีบริการส่งรถถึงบ้าน และมีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีบริการทดลองขับฟรี คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การจัดให้มีการชิงโชค และการจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.36) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.09) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 2.90)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.97) การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.72) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.47) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.25) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย และการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.20) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีบริการส่งรถถึงบ้านและคุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดให้มีการลดราคาสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.37) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.18) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.11)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ 4.23 การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.88) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.67) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.22)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.45) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.20) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.95) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 2.60) การจัดให้มีการชิงโชคและการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.55)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้าน กระบวนการให้บริการ	อายุ										รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21 – 25 ปี	ลำดับ	26 – 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปี ขึ้นไป	ลำดับ	
ขั้นตอนการซื้อไม่ ซับซ้อน	3.36 (ปานกลาง)	7	3.72 (มาก)	6	3.95 (มาก)	4	4.00 (มาก)	7	3.15 (ปาน กลาง)	7	3.81 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณา สินเชื่อรวดเร็ว	3.54 (มาก)	5	3.87 (มาก)	5	3.94 (มาก)	5	4.07 (มาก)	6	3.30 (ปาน กลาง)	6	3.88 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระ ได้ในหลายวิธี	3.45 (ปานกลาง)	6	3.95 (มาก)	3	4.01 (มาก)	3	4.14 (มาก)	3	3.60 (มาก)	3	3.97 (มาก)
การให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	4.00 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1	4.00 (มาก)	2	4.14 (มาก)	4	3.65 (มาก)	1	4.02 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทาง โทรศัพท์หรือจดหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ	3.81 (มาก)	2	3.70 (มาก)	7	3.90 (มาก)	6	4.11 (มาก)	5	3.40 (ปาน กลาง)	5	3.88 (มาก)
มีระบบการให้บริการ ลูกค้า นอกสถานที่	3.81 (มาก)	3	3.92 (มาก)	4	3.81 (มาก)	7	4.19 (มาก)	1	3.50 (มาก)	4	3.93 (มาก)
มีการให้บริการที่ดีเมื่อ กรณีปัญหาหลังจากหมด ระยะเวลาประกัน	3.64 (มาก)	4	4.05 (มาก)	2	4.08 (มาก)	1	4.19 (มาก)	2	3.65 (มาก)	2	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)		3.89 (มาก)		3.95 (มาก)		4.12 (มาก)		3.46 (ปาน กลาง)		3.93 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ และมีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัย



ย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.45) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.87) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ

หัวข้อพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) การชำระเงินค่าเช่าซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธีการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.30) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.15)

**ตารางที่ 31** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21 – 25 ปี	ลำดับ	26 – 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปีขึ้นไป	ลำดับ	รวม
พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์- เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการ ลูกค้า	4.09 (มาก)	1	3.95 (มาก)	7	4.01 (มาก)	8	4.30 (มาก)	7	4.00 (มาก)	1	4.10 (มาก)
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและ หลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่ สัญญาไว้	3.90 (มาก)	5	4.00 (มาก)	6	4.08 (มาก)	6	4.44 (มาก)	4	3.80 (มาก)	7	4.15 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า	3.81 (มาก)	7	4.07 (มาก)	4	4.16 (มาก)	3	4.48 (มาก)	2	3.90 (มาก)	5	4.21 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมในการ ให้บริการลูกค้า	3.90 (มาก)	6	4.17 (มาก)	2	4.18 (มาก)	2	4.47 (มาก)	3	3.95 (มาก)	3	4.24 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็น มิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.09 (มาก)	2	4.27 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1	4.54 (มากที่สุด)	1	4.00 (มาก)	2	4.33 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทันท่วงที กันทุกราย	3.72 (มาก)	8	3.95 (มาก)	8	4.04 (มาก)	7	4.16 (มาก)	8	3.30 (ปาน กลาง)	8	3.97 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะ ให้บริการ	4.00 (มาก)	4	4.02 (มาก)	5	4.11 (มาก)	4	4.36 (มาก)	6	3.95 (มาก)	4	4.16 (มาก)
พนักงานให้บริการด้วยความ ถูกต้องแม่นยำ	4.09 (มาก)	3	4.15 (มาก)	3	4.09 (มาก)	5	4.38 (มาก)	5	3.85 (มาก)	6	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)		4.07 (มาก)		4.12 (มาก)		4.39 (มาก)		3.84 (มาก)		4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานมีความสุข มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.72)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความสุข มีความเป็นมิตร และมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลัง การขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัย ในการบริการลูกค้า และพนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.95)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความสุข มีความเป็นมิตร และมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและ หลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ย

อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.16)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบ หัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้าและ พนักงานมีความสุขภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าทักทายกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ										รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	ต่ำ ระดับ	21- 25 ปี	ต่ำ ระดับ	26-30 ปี	ต่ำ ระดับ	31-40 ปี	ต่ำ ระดับ	41 ปี ขึ้นไป	ต่ำ ระดับ	
จัดแผนผังที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการ ติดต่อสำหรับลูกค้า	4.00 (มาก)	3	3.95 (มาก)	4	4.16 (มาก)	1	4.35 (มาก)	2	3.90 (มาก)	3	4.15 (มาก)
มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย	4.36 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.09 (มาก)	2	4.36 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.22 (มาก)
ความสะอาดภายในร้าน	4.09 (มาก)	2	3.90 (มาก)	5	4.06 (มาก)	3	4.32 (มาก)	3	3.95 (มาก)	2	4.11 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.72 (มาก)	5	3.90 (มาก)	6	4.06 (มาก)	4	4.26 (มาก)	5	3.75 (มาก)	4	4.05 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	3.72 (มาก)	6	4.00 (มาก)	3	4.06 (มาก)	5	4.25 (มาก)	6	3.65 (มาก)	6	4.05 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.81 (มาก)	4	4.05 (มาก)	2	4.00 (มาก)	6	4.29 (มาก)	4	3.75 (มาก)	5	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)		4.00 (มาก)		4.07 (มาก)		4.31 (มาก)		3.83 (มาก)		4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.81) บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการ สร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้

ดังนั้น มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความสะอาดภายในร้านและบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.36) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.29) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21-25 ปี	ลำดับ	26-30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปีขึ้นไป	ลำดับ	รวม
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.37 (มาก)	2	3.92 (มาก)	1	4.23 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.55 (มาก)	7	3.80 (มาก)	6	3.89 (มาก)	6	4.15 (มาก)	5	3.48 (ปานกลาง)	5	3.90 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	3.81 (มาก)	4	3.95 (มาก)	4	4.08 (มาก)	3	4.25 (มาก)	4	3.59 (มาก)	4	4.05 (มาก)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	3.64 (มาก)	6	3.59 (มาก)	7	3.65 (มาก)	7	3.98 (มาก)	7	3.33 (ปานกลาง)	7	3.72 (มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	3.65 (มาก)	5	3.89 (มาก)	5	3.95 (มาก)	5	4.12 (มาก)	6	3.46 (ปานกลาง)	6	3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ	3.95 (มาก)	2	4.07 (มาก)	2	4.12 (มาก)	2	4.39 (มาก)	1	3.84 (มาก)	2	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.95 (มาก)	3	4.00 (มาก)	3	4.07 (มาก)	4	4.31 (มาก)	3	3.83 (มาก)	3	4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.55)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95)



ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.98)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33)

3.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครใน การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สออนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ล่ำ 10,001-15,000 บาท	ล่ำ 15,001-20,000 บาท	ล่ำ 20,001-30,000 บาท	ล่ำ 30,001-35,000 บาท	ล่ำ 35,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	ล่ำ	รวม						
ขับขี่ง่าย สะดวกต่อ การใช้งาน	4.33 (มาก)	1	4.70 (มากที่สุด)	1	4.65 (มากที่สุด)	1	4.58 (มากที่สุด)	1	4.20 (มาก)	8	5.00 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	4.54 (มากที่สุด)
มีรุ่นให้เลือก หลากหลาย	4.27 (มาก)	2	4.59 (มากที่สุด)	2	4.45 (มาก)	4	4.50 (มากที่สุด)	2	4.00 (มาก)	15	4.00 (มาก)	4	3.50 (มาก)	12	4.42 (มาก)
มีความ สวยงาม	4.15 (มาก)	6	4.56 (มากที่สุด)	4	4.54 (มากที่สุด)	2	4.41 (มาก)	3	4.40 (มาก)	2	4.00 (มาก)	5	4.50 (มากที่สุด)	2	4.39 (มาก)
รูปแบบมี ความ ทันสมัย	4.23 (มาก)	3	4.59 (มากที่สุด)	3	4.28 (มาก)	8	4.41 (มาก)	4	4.20 (มาก)	9	4.00 (มาก)	6	4.00 (มาก)	9	4.38 (มาก)
มีสีให้เลือก หลากหลาย	4.06 (มาก)	8	4.45 (มาก)	7	4.34 (มาก)	5	4.41 (มาก)	5	4.20 (มาก)	10	3.50 (มาก)	15	3.00 (ปาน กลาง)	15	4.26 (มาก)
น้ำหนักของ ตัวรถ	3.62 (มาก)	14	4.30 (มาก)	13	4.11 (มาก)	13	4.25 (มาก)	13	4.40 (มาก)	3	4.00 (มาก)	7	3.50 (มาก)	13	4.01 (มาก)
สีซีของรถ	3.40 (ปาน กลาง)	15	4.15 (มาก)	15	3.94 (มาก)	15	4.16 (มาก)	14	4.20 (มาก)	11	4.00 (มาก)	8	4.00 (มาก)	10	3.84 (มาก)
ที่นั่งที่วาง เท้า	3.66 (มาก)	13	4.18 (มาก)	14	4.20 (มาก)	11	4.00 (มาก)	15	4.40 (มาก)	4	4.00 (มาก)	9	3.50 (มาก)	14	3.98 (มาก)
การทรงตัว	3.79 (มาก)	12	4.43 (มาก)	9	4.31 (มาก)	7	4.41 (มาก)	6	4.40 (มาก)	5	4.00 (มาก)	10	4.50 (มากที่สุด)	3	4.17 (มาก)
สมรรถนะ ของรถ	3.94 (มาก)	10	4.48 (มาก)	6	4.34 (มาก)	6	4.33 (มาก)	10	4.20 (มาก)	12	4.00 (มาก)	11	4.50 (มากที่สุด)	4	4.24 (มาก)
ความ แข็งแรง คงทนของ ตัวรถ	3.98 (มาก)	9	4.43 (มาก)	10	4.11 (มาก)	14	4.41 (มาก)	7	4.40 (มาก)	6	4.50 (มากที่สุด)	2	4.50 (มากที่สุด)	5	4.21 (มาก)
ความ ประหยัด น้ำมัน	4.22 (มาก)	4	4.52 (มากที่สุด)	5	4.48 (มาก)	3	4.41 (มาก)	8	4.40 (มาก)	7	4.50 (มากที่สุด)	3	4.00 (มาก)	11	4.39 (มาก)
คุณภาพของ ศูนย์บริการ ซ่อมรถ	3.77 (มาก)	11	4.31 (มาก)	12	4.25 (มาก)	9	4.33 (มาก)	11	4.20 (มาก)	13	4.00 (มาก)	12	4.50 (มากที่สุด)	6	4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด



ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท	40,001- 45,000 บาท	45,001- 50,000 บาท	50,001- 55,000 บาท	55,001- 60,000 บาท	60,001- 65,000 บาท	65,001- 70,000 บาท	รวม	
มีการ รับประกัน สินค้า	4.11 (มาก)	7	4.45 (มาก)	8	4.22 (มาก)	10	4.33 (มาก)	12	4.60 (มาก ที่สุด)	1	4.00 (มาก)	13	4.50 (มาก ที่สุด)	7	4.28 (มาก)
ชื่อเสียงหรือ ภาพพจน์ของ ร้าน	4.16 (มาก)	5	4.43 (มาก)	11	4.17 (มาก)	12	4.41 (มาก)	9	4.20 (มาก)	14	4.00 (มาก)	14	4.50 (มาก ที่สุด)	8	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		4.44 (มาก)		4.29 (มาก)		4.36 (มาก)		4.29 (มาก)		4.10 (มาก)		4.10 (มาก)		4.23 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมอเตอร์ไซด์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.98) สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 3.79) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถมอเตอร์ไซด์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.70) มีรุ่นให้เลือกหลากหลายและรูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.59) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีสีให้เลือกหลากหลายและมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย

4.45) การทรงตัวและความแข็งแรงคงทนของตัวรถ และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.43) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.31) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.65) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.54) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีสีให้เลือกหลากหลาย และสมรรถนะของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.34) การทรงตัว (ค่าเฉลี่ย 4.31) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) น้ำหนักของตัวรถ และความแข็งแรงคงทนของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.58) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความสวยงาม รูปแบบมีความทันสมัย มีสีให้เลือกหลากหลาย การทรงตัว ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ และความประหยัดน้ำมัน และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.41) สมรรถนะของรถ คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถและมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) น้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ซีซีของรถ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความสวยงาม น้ำหนักของตัวรถ ที่นั่งที่วางเท้า การทรงตัว ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ และความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ขับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน รูปแบบมีความทันสมัย มีสีให้เลือกหลากหลาย ซีซีของรถ สมรรถนะของรถ

และคุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 5.00) ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ และความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย มีความสวยงาม รูปแบบมีความทันสมัย น้ำหนักของตัวรถ ซีซีของรถ ที่นั่งที่วางเท้า การทรงตัว สมรรถนะของรถ คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ มีการรับประกันสินค้า และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน มีความสวยงาม การทรงตัว สมรรถนะของรถ ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ มีการรับประกันสินค้า และชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ รูปแบบมีความทันสมัย ซีซีของรถ และความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย น้ำหนักของตัวรถและ ที่นั่งที่วางเท้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ลำดับ	10,001- 15,000 บาท	ลำดับ	15,001- 20,000 บาท	ลำดับ	20,001- 30,000 บาท	ลำดับ	30,001- 35,000 บาท	ลำดับ	35,001- 40,000 บาท	ลำดับ	มากกว่า 40,000 บาท	ลำดับ	รวม
ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ	3.94 (มาก)	2	4.44 (มาก)	1	4.22 (มาก)	2	4.41 (มาก)	1	4.00 (มาก)	2	4.50 (มาก ที่สุด)	1	4.00 (มาก)	1	4.21 (มาก)
สามารถ ชำระหนี้ได้ หลาย รูปแบบ	4.04 (มาก)	1	4.37 (มาก)	2	4.22 (มาก)	3	4.25 (มาก)	5	3.80 (มาก)	5	4.00 (มาก)	2	3.00 (ปาน กลาง)	4	4.19 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อ ชำระเป็นเงิน สด	3.23 (ปาน กลาง)	6	4.09 (มาก)	6	3.82 (มาก)	5	4.33 (มาก)	3	3.60 (มาก)	6	4.00 (มาก)	3	2.50 (ปาน กลาง)	6	3.72 (มาก)
มีระบบก่อน ชำระ	3.48 (ปาน กลาง)	5	4.25 (มาก)	4	4.14 (มาก)	4	4.25 (มาก)	6	3.60 (มาก)	7	3.50 (มาก)	4	2.50 (ปาน กลาง)	7	3.91 (มาก)
อัตรา ดอกเบี้ยใน การก่อน ชำระต่ำ	3.09 (ปาน กลาง)	8	4.06 (มาก)	7	3.77 (มาก)	8	4.16 (มาก)	7	3.40 (ปาน กลาง)	8	3.50 (มาก)	5	2.00 (น้อย)	8	3.63 (มาก)
บริษัทผู้ขาย สามารถ อำนวยความสะดวก ในการติดต่อผู้ กับไฟแนนซ์ แทนผู้ซื้อ	3.66 (มาก)	3	4.26 (มาก)	3	4.25 (มาก)	1	4.41 (มาก)	2	4.20 (มาก)	1	3.50 (มาก)	6	3.00 (ปาน กลาง)	5	4.03 (มาก)
ราคาของค่า อะไหล่ รวมทั้งค่า ซ่อมบำรุง	3.56 (มาก)	4	4.16 (มาก)	5	3.82 (มาก)	6	4.16 (มาก)	8	4.00 (มาก)	3	3.50 (มาก)	7	3.50 (มาก)	3	3.87 (มาก)
ราคาขายต่อ รถมือสองมี ราคาสูง	3.11 (ปาน กลาง)	7	4.02 (มาก)	8	3.80 (มาก)	7	4.33 (มาก)	4	4.00 (มาก)	4	3.50 (มาก)	8	4.00 (มาก)	2	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)		4.20 (มาก)		4.00 (มาก)		4.29 (มาก)		3.83 (มาก)		3.75 (มาก)		3.06 (ปาน กลาง)		3.90 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

All rights reserved

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.94) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.56) และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.23) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.11) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.44) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.37) บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.09) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดและราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.82) ราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.80) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและ บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด



และราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.33) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบและมีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.25) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำและราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง และราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และมีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบและมีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีระบบผ่อนชำระ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง และราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและราคาขายต่อรถมือสองมีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบและบริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดและมีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 2.50) และปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ลำดับ	10,001- 15,000 บาท	ลำดับ	15,001- 20,000 บาท	ลำดับ	20,001- 30,000 บาท	ลำดับ	30,001- 35,000 บาท	ลำดับ	35,001- 40,000 บาท	ลำดับ	มากกว่า 40,000 บาท	ลำดับ	รวม
มีหลายสาขา เพื่ออำนวยความสะดวก ลูกค้า	3.65 (มาก)	3	4.29 (มาก)	3	4.31 (มาก)	2	4.25 (มาก)	4	4.40 (มาก)	3	3.50 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	4.05 (มาก)
มีทำเลที่ ตั้งอยู่ในจุดที่ สะดวก สำหรับลูกค้า	3.88 (มาก)	1	4.48 (มาก)	2	4.20 (มาก)	3	4.33 (มาก)	2	4.40 (มาก)	4	4.00 (มาก)	3	4.50 (มากที่สุด)	1	4.20 (มาก)
ความ น่าเชื่อถือ ของตัวแทน จำหน่าย	3.87 (มาก)	2	4.50 (มากที่สุด)	1	4.37 (มาก)	1	4.41 (มาก)	1	4.60 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	2	4.25 (มาก)
วันและเวลา เปิด-ปิดทำ การของ ตัวแทน จำหน่าย	3.48 (ปาน กลาง)	4	4.13 (มาก)	4	4.02 (มาก)	4	4.33 (มาก)	3	4.40 (มาก)	5	4.50 (มากที่สุด)	2	4.50 (มากที่สุด)	3	3.91 (มาก)
จัดเรียง สินค้าเป็น หมวดหมู่ และเป็น ระเบียบ	3.40 (ปาน กลาง)	5	4.13 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	4.25 (มาก)	5	4.60 (มากที่สุด)	2	4.00 (มาก)	4	4.50 (มากที่สุด)	4	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)		4.31 (มาก)		4.18 (มาก)		4.31 (มาก)		4.48 (มาก)		4.10 (มาก)		4.40 (มาก)		4.06 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.48) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.40)



พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าและจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่ายและจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้าและวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และวันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	10,001- 15,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	15,001- 20,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	20,001- 30,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	30,001- 35,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	35,001- 40,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	มากกว่า 40,000 บาท	ล่ำ ต่ำ	รวม
การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	4.04 (มาก)	1	4.51 (มาก ที่สุด)	1	4.11 (มาก)	2	4.25 (มาก)	3	4.60 (มาก ที่สุด)	1	4.00 (มาก)	1	5.00 (มาก ที่สุด)	1	4.26 (มาก)
การจัดสารคดีและ แนะนำ รถจักรยานยนต์รุ่น ใหม่	3.83 (มาก)	2	4.12 (มาก)	5	3.85 (มาก)	4	4.16 (มาก)	4	4.20 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2	3.50 (มาก)	3	3.97 (มาก)
มีบริการทดลองขับ ขี่	3.37 (ปาน กลาง)	8	3.73 (มาก)	10	3.65 (มาก)	9	4.16 (มาก)	5	3.80 (มาก)	9	2.50 (ปาน กลาง)	8	3.00 (ปาน กลาง)	7	3.60 (มาก)
มีบริการหลังการ ขายที่ดี	3.70 (มาก)	4	4.37 (มาก)	2	4.20 (มาก)	1	4.33 (มาก)	1	4.60 (มาก ที่สุด)	2	4.00 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2	4.10 (มาก)
มีบริการส่งรถถึง บ้าน	3.93 (มาก)	2	4.33 (มาก)	3	3.82 (มาก)	5	4.33 (มาก)	2	4.20 (มาก)	4	3.00 (ปาน กลาง)	7	3.50 (มาก)	4	4.07 (มาก)
มีของแถมพิเศษเมื่อ ซื้อรถ	3.68 (มาก)	5	4.25 (มาก)	4	3.97 (มาก)	3	4.08 (มาก)	6	4.00 (มาก)	7	3.50 (มาก)	4	3.50 (มาก)	5	3.96 (มาก)
คุณภาพของของ แถมที่ได้รับ	3.52 (มาก)	6	4.11 (มาก)	6	3.82 (มาก)	6	4.08 (มาก)	7	4.20 (มาก)	5	3.50 (มาก)	5	3.50 (มาก)	6	3.84 (มาก)
การจัดให้มีการชิง โชค	2.73 (ปาน กลาง)	11	3.50 (มาก)	11	3.37 (ปาน กลาง)	11	3.75 (มาก)	11	4.00 (มาก)	8	2.50 (ปาน กลาง)	9	2.50 (ปาน กลาง)	10	3.21 (ปาน กลาง )
การจัดให้มีการลด ราคาสินค้า	3.00 (ปาน กลาง)	9	3.97 (มาก)	8	3.80 (มาก)	7	4.08 (มาก)	8	4.20 (มาก)	6	2.00 (น้อย)	11	3.00 (ปาน กลาง)	8	3.57 (มาก)
การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่มี ดอกเบี้ย	2.59 (ปาน กลาง)	12	3.81 (มาก)	9	3.60 (มาก)	10	4.00 (มาก)	9	3.20 (ปาน กลาง)	12	2.00 (น้อย)	12	2.50 (ปาน กลาง)	11	3.30 (ปาน กลาง )
การให้ส่วนลดเมื่อ ผ่อนชำระครบก่อน กำหนด	3.41 (ปาน กลาง)	7	3.98 (มาก)	7	3.74 (มาก)	8	4.00 (มาก)	10	3.40 (ปาน กลาง)	11	3.50 (มาก)	6	2.50 (ปาน กลาง)	12	3.70 (มาก)
การร่วมเป็น ผู้สนับสนุนในงาน การกุศล	2.81 (ปาน กลาง)	10	3.45 (ปาน กลาง)	12	3.28 (ปาน กลาง)	12	2.41 (น้อย)	12	3.60 (มาก)	10	2.50 (ปาน กลาง)	10	3.00 (ปาน กลาง)	9	3.12 (ปาน กลาง )
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปาน กลาง)		4.01 (มาก)		3.76 (มาก)		3.96 (มาก)		4.00 (มาก)		3.08 (ปาน กลาง)		3.29 (ปาน กลาง)		3.71 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.93) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.68) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.41) บริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.37) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.81) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.73) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 2.59)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.12) คุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีบริการทดลองขับฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.73) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.45)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีบริการส่งรถถึงบ้านและคุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.82) การจัดให้มีการลดราคาสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 3.80) การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีบริการทดลองขับจี้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.37) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.28)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีบริการหลังการขายที่ดี และมีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่และมีบริการทดลองขับจี้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ คุณภาพของของแถมที่ได้รับและการจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.41)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์และมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.60) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ มีบริการส่งรถถึงบ้าน คุณภาพของของแถมที่ได้รับและการจัดให้มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถและการจัดให้มีการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการทดลองขับจี้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.40) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.20)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่และมีบริการหลังการขายที่ดี



(ค่าเฉลี่ย 4.00) มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ คุณภาพของของแถมที่ได้รับ และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีบริการทดลองขับฟรี การจัดให้มีการชิงโชค และการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.50) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การจัดให้มีการลดราคาสินค้า และการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 2.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 5.00) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดสาธิต และแนะนำรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ มีบริการส่งรถถึงบ้าน มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถและคุณภาพของของแถมที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการทดลองขับฟรี การจัดให้มีการลดราคาสินค้า และการร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดให้มีการชิงโชค การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย และการให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อน (ค่าเฉลี่ย 2.50)

**ตารางที่ 38** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000	15,001- 20,000 บาท	ต่ำกว่า 20,000	20,001- 30,000 บาท	ต่ำกว่า 30,000	30,001- 35,000 บาท	ต่ำกว่า 35,000	35,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000	มากกว่า 40,000	ต่ำกว่า 40,000	รวม
ขั้นตอนการซื้อไม่ ซับซ้อน	3.30 (ปาน กลาง)	7	4.05 (มาก)	6	4.08 (มาก)	2	4.33 (มาก)	1	4.40 (มาก)	1	3.50 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	3.81 (มาก)
ขั้นตอนการพิจารณา สินเชื่อรวดเร็ว	3.52 (มาก)	6	4.16 (มาก)	5	3.97 (มาก)	4	4.16 (มาก)	4	4.00 (มาก)	3	3.50 (มาก)	2	3.50 (มาก)	5	3.88 (มาก)
การชำระเงินค่าเช่า ซื้อ ลูกค้าสามารถ เลือกชำระได้ใน หลายวิธี	3.59 (มาก)	4	4.27 (มาก)	3	4.05 (มาก)	3	4.25 (มาก)	2	4.00 (มาก)	4	3.50 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2	3.97 (มาก)
การให้บริการลูกค้า ด้วยความรวดเร็ว	3.62 (มาก)	3	4.33 (มาก)	1	4.17 (มาก)	1	4.25 (มาก)	3	4.20 (มาก)	2	3.50 (มาก)	4	3.50 (มาก)	6	4.02 (มาก)
มีการติดต่อลูกค้าทาง โทรศัพท์หรือ จดหมายเพื่อแจ้ง ข่าวสาร	3.54 (มาก)	5	4.18 (มาก)	4	3.97 (มาก)	5	4.16 (มาก)	5	3.80 (มาก)	7	2.50 (ปาน กลาง)	5	3.50 (มาก)	7	3.88 (มาก)
มีระบบการให้บริการ ลูกค้านอกสถานที่	3.90 (มาก)	1	4.05 (มาก)	7	3.77 (มาก)	7	4.08 (มาก)	6	4.00 (มาก)	5	2.50 (ปาน กลาง)	6	4.00 (มาก)	3	3.93 (มาก)
มีการให้บริการที่ดี เมื่อกรณีปัญหา หลังจากหมด ระยะเวลาประกัน	3.84 (มาก)	2	4.33 (มาก)	2	3.94 (มาก)	6	4.08 (มาก)	7	4.00 (มาก)	6	2.50 (ปาน กลาง)	7	4.00 (มาก)	4	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)		4.19 (มาก)		3.99 (มาก)		4.18 (มาก)		4.05 (มาก)		3.07 (ปาน กลาง)		3.78 (มาก)		3.93 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้บริการที่ดีเมื่อกรณีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.62) การชำระเงินค่าเช่าซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.30)



พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน และมีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.08) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว และมีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว และมีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้าน

กระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.40) การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี และการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 2.50)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกชำระได้ในหลายวิธี มีระบบการให้บริการลูกค้านอกสถานที่ และมีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหาหลังจากหมดระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และมีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	10,001- 15,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	15,001- 20,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	20,001- 30,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	30,001- 35,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	35,001- 40,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	มากกว่า 40,000 บาท	ล่ำ ดั่ง ดั่ง	รวม
พนักงานสามารถใช้ อุปกรณ์-เครื่องมือที่ ทันสมัยในการ บริการลูกค้า	3.90 (มาก)	7	4.34 (มาก)	7	3.94 (มาก)	8	4.50 (มาก ที่สุด)	1	3.80 (มาก)	8	4.00 (มาก)	1	4.00 (มาก)	6	4.10 (มาก)
พนักงานให้บริการ ทั้งก่อนและหลังการ ขายได้ ตรงตามเวลา ที่สัญญาไว้	3.97 (มาก)	5	4.36 (มาก)	5	4.02 (มาก)	7	4.25 (มาก)	3	4.40 (มาก)	1	4.00 (มาก)	2	4.00 (มาก)	7	4.15 (มาก)
พนักงานมีความเอา ใจใส่ลูกค้า	4.04 (มาก)	3	4.41 (มาก)	3	4.11 (มาก)	5	4.25 (มาก)	4	4.40 (มาก)	2	3.50 (มาก)	5	4.50 (มาก ที่สุด)	1	4.21 (มาก)
พนักงานมีความ พร้อมในการ ให้บริการลูกค้า	4.11 (มาก)	2	4.44 (มาก)	2	4.14 (มาก)	3	4.16 (มาก)	8	4.20 (มาก)	5	3.50 (มาก)	6	4.50 (มาก ที่สุด)	2	4.24 (มาก)
พนักงานมีความ สุภาพ มีความเป็น มิตร และมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.20 (มาก)	1	4.54 (มาก ที่สุด)	1	4.22 (มาก)	1	4.25 (มาก)	5	4.40 (มาก)	3	3.50 (มาก)	7	4.50 (มาก ที่สุด)	3	4.33 (มาก)
พนักงานให้บริการ ลูกค้าทัดเทียมกันทุก ราย	3.55 (มาก)	8	4.19 (มาก)	8	4.22 (มาก)	2	4.25 (มาก)	6	4.40 (มาก)	4	3.50 (มาก)	8	4.50 (มาก ที่สุด)	4	3.97 (มาก)
พนักงานมีความ เชี่ยวชาญที่จะ ให้บริการ	3.94 (มาก)	6	4.36 (มาก)	6	4.14 (มาก)	4	4.33 (มาก)	2	4.00 (มาก)	7	4.00 (มาก)	3	4.50 (มาก ที่สุด)	5	4.16 (มาก)
พนักงานให้บริการ ด้วยความถูกต้อง แม่นยำ	3.98 (มาก)	4	4.40 (มาก)	4	4.11 (มาก)	6	4.25 (มาก)	7	4.20 (มาก)	6	4.00 (มาก)	4	4.00 (มาก)	8	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)		4.38 (มาก)		4.11 (มาก)		4.28 (มาก)		4.22 (มาก)		3.75 (มาก)		4.31 (มาก)		4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงาน

สามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานให้บริการลูกค้า  
 ทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.55)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับ  
 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
 รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้าน  
 บุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร  
 และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่  
 ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย  
 4.44) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ  
 (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และ  
 พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่  
 ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34) พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย  
 4.19)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับ  
 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
 รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้าน  
 บุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความ  
 สุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและพนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย  
 (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะ  
 ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า และพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง  
 แม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้  
 (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับ  
 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
 รถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้าน  
 บุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่  
 ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่  
 ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33)  
 พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ พนักงานมีความเอาใจใส่  
 ลูกค้า พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พนักงานให้บริการลูกค้า

ทัดเทียมกันทุกราย และพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และพนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ และพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและพนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า พนักงานให้บริการลูกค้าทัดเทียมกันทุกราย และพนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัยในการบริการลูกค้า พนักงานให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายได้ ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ และ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000- 15,000 บาท	ต่ำกว่า 15,001- 20,000 บาท	ต่ำกว่า 20,001- 30,000 บาท	ต่ำกว่า 30,001- 35,000 บาท	ต่ำกว่า 35,001- 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	ต่ำกว่า 40,000 บาท	รวม
จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้ง ของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อสะดวกต่อการติดต่อ สำหรับลูกค้า	4.04 (มาก)	2	4.31 (มาก)	4	4.02 (มาก)	1	4.25 (มาก)	3	4.00 (มาก)	5	4.00 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.15 (มาก)
มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย	4.18 (มาก)	1	4.37 (มาก)	1	4.00 (มาก)	3	4.41 (มาก)	1	4.00 (มาก)	6	4.00 (มาก)	2	3.50 (มาก)	6	4.22 (มาก)
ความสะอาดภายในร้าน	3.88 (มาก)	3	4.36 (มาก)	2	4.02 (มาก)	2	4.16 (มาก)	6	4.20 (มาก)	2	4.00 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2	4.11 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.80 (มาก)	5	4.30 (มาก)	5	3.94 (มาก)	6	4.25 (มาก)	4	4.20 (มาก)	3	4.00 (มาก)	4	4.00 (มาก)	3	4.05 (มาก)
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	3.80 (มาก)	6	4.29 (มาก)	6	4.00 (มาก)	4	4.33 (มาก)	2	4.20 (มาก)	4	3.50 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	4.05 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.83 (มาก)	4	4.33 (มาก)	3	3.97 (มาก)	5	4.25 (มาก)	5	4.40 (มาก)	1	3.50 (มาก)	6	4.00 (มาก)	5	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)		4.33 (มาก)		3.99 (มาก)		4.28 (มาก)		4.17 (มาก)		3.83 (มาก)		3.92 (มาก)		4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.18) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.83) บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.33) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ



ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้าและความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย และความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.97) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดบริเวณรอบร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.20) จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้าและมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียง

ตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย ความสะอาดภายในร้าน และบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดบริเวณรอบร้าน และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดบริเวณรอบร้าน และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

**ตารางที่ 41** แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-35,000 บาท	35,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม							
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	1	4.44 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1	4.36 (มาก)	1	4.29 (มาก)	2	4.10 (มาก)	1	4.10 (มาก)	3	4.23 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.51 (มาก)	6	4.20 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	4.29 (มาก)	3	3.83 (มาก)	7	3.75 (มาก)	4	3.06 (ปานกลาง)	7	3.90 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.66 (มาก)	4	4.31 (มาก)	4	4.18 (มาก)	2	4.31 (มาก)	2	4.48 (มาก)	1	4.10 (มาก)	2	4.40 (มาก)	1	4.06 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38 (ปานกลาง)	7	4.01 (มาก)	7	3.76 (มาก)	7	3.96 (มาก)	7	4.00 (มาก)	6	3.08 (ปานกลาง)	6	3.29 (ปานกลาง)	6	3.71 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.61 (มาก)	5	4.19 (มาก)	6	3.99 (มาก)	5	4.18 (มาก)	6	4.05 (มาก)	5	3.07 (ปานกลาง)	7	3.78 (มาก)	5	3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.96 (มาก)	2	4.38 (มาก)	2	4.11 (มาก)	3	4.28 (มาก)	4	4.22 (มาก)	3	3.75 (มาก)	5	4.31 (มาก)	2	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.92 (มาก)	3	4.33 (มาก)	3	3.99 (มาก)	6	4.28 (มาก)	5	4.17 (มาก)	4	3.83 (มาก)	3	3.92 (มาก)	4	4.11 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 = มากที่สุด, 3.50 - 4.49 = มาก, 2.50 - 3.49 = ปานกลาง, 1.50 - 2.49 = น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.38)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.01)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.31) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.48) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.08) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามเพศ

รุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	ราคา	เพศ				
		ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i)	48,500	31 (30.39)	1	23 (23.47)	2	54 (27.00)
ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i)	45,500	11 (10.78)	4	39 (39.80)	1	50 (25.00)
ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลด ไอ (Airblade-i)	56,000	6 (5.88)	6	1 (1.02)	7	7 (3.50)
ฮอนด้า รุ่นพีซีเอกซ์ (PCX)	69,800	11 (10.78)	5	3 (3.06)	6	14 (7.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i)	40,500	21 (20.59)	2	19 (19.39)	3	40 (20.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT)	44,000	6 (5.88)	7	6 (6.12)	5	12 (6.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i)	50,000	16 (15.69)	3	7 (7.14)	4	23 (11.50)
ฮอนด้า รุ่นซี แซด ไอ (CZI 110)	37,000	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)
รวม		102 (100.00)		98 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.39 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 20.59 สอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 15.69 สอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) และสอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 10.78 สอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) และสอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ สอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 23.47 สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 19.39 สอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 7.14 สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 6.12 สอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 3.06 และสอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 1.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สอนต้า จำแนกตามเพศ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สอนต้า	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
ตัวเอง	83 (81.37)	1	68 (69.39)	1	151 (75.50)
พ่อ/แม่	4 (3.92)	4	6 (6.12)	4	10 (5.00)
สามี/ภรรยา/ลูก	0 (0.00)	7	3 (3.06)	6	3 (1.50)
พี่น้อง	3 (2.94)	5	7 (7.14)	3	10 (5.00)
ญาติ	1 (0.98)	6	0 (0.00)	7	1 (0.50)
เพื่อน	6 (5.88)	2	6 (6.12)	5	12 (6.00)
พนักงานขาย	5 (4.90)	3	8 (8.16)	2	13 (6.50)
รวม	102 (100.00)		98 (100.00)		200 (100.00)



จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.37 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.88 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 4.90 พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 3.92 และพี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 2.94 และญาติ คิดเป็นร้อยละ 0.98 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.39 รองลงมา คือ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 8.16 พี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 7.14 พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 6.12 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.12 และสามี/ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 3.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	เพศ				
	ชาย	ลำดับ	หญิง	ลำดับ	รวม
โทรทัศน์	65 (63.73)	1	59 (60.20)	1	124 (62.00)
วิทยุ	1 (0.98)	5	2 (2.04)	5	3 (1.50)
ป้ายโฆษณา	12 (11.76)	2	5 (5.10)	3	17 (8.50)
หนังสือพิมพ์	1 (0.98)	6	0 (0.00)	7	1 (0.50)
แผ่นพับ	1 (0.98)	7	0 (0.00)	8	1 (0.50)
สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา	10 (9.80)	4	5 (5.10)	4	15 (7.50)
อินเตอร์เน็ต	1 (0.98)	8	2 (2.04)	6	3 (1.50)
บุคคลที่รู้จัก	11 (10.78)	3	25 (25.51)	2	36 (18.00)
รวม	102 (100.00)		98 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 44 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.73 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.76 บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 10.78 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 9.80 วิทยูและหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 0.98 แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 0.98 และอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.98 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.20 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25.51 ป้ายโฆษณาและสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 5.10 วิทยูและอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 2.04 ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามอายุ

รุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	ราคา	อายุ										
		ไม่เกิน 20 ปี	ต่ำกว่า 21	21-25 ปี	ต่ำกว่า 26	26-30 ปี	ต่ำกว่า 31	31-40 ปี	ต่ำกว่า 41	41 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 42	รวม
ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i)	48,500	4 (36.36)	1	13 (32.50)	2	17 (27.87)	1	18 (26.47)	1	2 (10.00)	4	54 (27.00)
ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopyi)	45,500	3 (27.27)	2	17 (42.50)	1	17 (27.87)	2	13 (19.12)	3	0 (0.00)	7	50 (25.00)
ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i)	56,000	0 (0.00)	6	1 (2.50)	6	2 (3.28)	6	3 (4.41)	7	1 (5.00)	5	7 (3.50)
ฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX)	69,800	2 (18.18)	3	2 (5.00)	5	3 (4.92)	5	6 (8.82)	5	1 (5.00)	6	14 (7.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110i)	40,500	1 (9.09)	4	4 (10.00)	3	15 (24.59)	3	16 (23.53)	2	4 (20.00)	3	40 (20.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอเอที (Wave 110i AT)	44,000	1 (9.09)	5	0 (0.00)	7	1 (1.64)	7	4 (5.88)	6	6 (30.00)	1	12 (6.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125i)	50,000	0 (0.00)	7	3 (7.50)	4	6 (9.84)	4	8 (11.76)	4	6 (30.00)	2	23 (11.50)
ฮอนด้า รุ่นซีแซด ไอ (CZI 110)	37,000	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)
รวม		11 (100.00)		40 (100.00)		61 (100.00)		68 (100.00)		20 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 27.27 สอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 18.18 สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) และสอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์สอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 32.50 สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 10.00 สอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 7.50 สอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) และสอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.87 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 24.59 สอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 9.84 สอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 4.92 สอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 3.28 และสอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 1.64 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.47 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 23.53 สอนต้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 19.12 สอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 11.76 สอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 8.82 สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 5.88 และสอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 4.41 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) และสอนต้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ สอนต้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 20.00 สอนต้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 10.00 สอนต้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) และสอนต้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามอายุ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ลำดับ	21 – 25 ปี	ลำดับ	26 – 30 ปี	ลำดับ	31-40 ปี	ลำดับ	41 ปีขึ้นไป	ลำดับ	รวม
ตัวเอง	6 (54.55)	1	29 (72.50)	1	45 (73.77)	1	56 (82.35)	1	15 (75.00)	1	151 (75.50)
พ่อ/แม่	3 (27.27)	2	3 (7.50)	2	3 (4.92)	5	0 (0.00)	6	1 (5.00)	3	10 (5.00)
สามี/ภรรยา/ลูก	0 (0.00)	5	1 (2.50)	6	0 (0.00)	6	1 (1.47)	5	1 (5.00)	4	3 (1.50)
พี่/น้อง	0 (0.00)	6	2 (5.00)	3	4 (6.56)	3	3 (4.41)	4	1 (5.00)	5	10 (5.00)
ญาติ	0 (0.00)	7	1 (2.50)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	6	1 (0.50)
เพื่อน	1 (9.09)	3	2 (5.00)	4	5 (8.20)	2	4 (5.88)	2	0 (0.00)	7	12 (6.00)
พนักงานขาย	1 (9.09)	4	2 (5.00)	5	4 (6.56)	4	4 (5.88)	3	2 (10.00)	2	13 (6.50)
รวม	11 (100.00)		40 (100.00)		61 (100.00)		68 (100.00)		20 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา คือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 27.27 เพื่อน และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมา คือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 7.50 พี่/น้อง เพื่อน และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสามี/ภรรยา/ลูก และญาติ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.77 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.20 พี่/น้อง และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 6.56 และพ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 4.92 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.35 รองลงมา คือ เพื่อน และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.88 พี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 4.41 และสามี/ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปี คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 10.00 พ่อ/ สามี/แม่ภรรยา/ลูก และพี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 47** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามอายุ

ประเภทของสื่อ ที่มีอิทธิพลต่อ การรับทราบ ข้อมูลข่าวสาร	อายุ										
	ไม่เกิน 20 ปี	ล่ำ ดับ	21 – 25 ปี	ล่ำ ดับ	26 – 30 ปี	ล่ำ ดับ	31-40 ปี	ล่ำ ดับ	41 ปีขึ้นไป	ล่ำ ดับ	รวม
โทรทัศน์	7 (63.64)	1	21 (52.50)	1	42 (68.85)	1	42 (61.76)	1	12 (60.00)	1	124 (62.00)
วิทยุ	0 (0.00)	4	1 (2.50)	6	0 (0.00)	5	1 (1.47)	5	1 (5.00)	3	3 (1.50)
ป้ายโฆษณา	2 (18.18)	2	3 (7.50)	3	3 (4.92)	4	9 (13.24)	2	0 (0.00)	5	17 (8.50)
หนังสือพิมพ์	0 (0.00)	5	1 (2.50)	7	0 (0.00)	6	0 (0.00)	7	0 (0.00)	6	1 (0.50)
แผ่นพับ	0 (0.00)	6	1 (2.50)	8	0 (0.00)	7	0 (0.00)	8	0 (0.00)	7	1 (0.50)
สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา	0 (0.00)	7	3 (7.50)	4	5 (8.20)	3	6 (8.82)	4	1 (5.00)	4	15 (7.50)
อินเตอร์เน็ต	0 (0.00)	8	2 (5.00)	5	0 (0.00)	8	1 (1.47)	6	0 (0.00)	8	3 (1.50)
บุคคลที่รู้จัก	2 (18.18)	3	8 (20.00)	2	11 (18.03)	2	9 (13.24)	3	6 (30.00)	2	36 (18.00)
รวม	11 (100.00)		40 (100.00)		61 (100.00)		68 (100.00)		20 (100.00)		200 (100.00)



จากตารางที่ 47 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา และบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 20.00 ป้ายโฆษณา และสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 7.50 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 5.00 วิทยุและหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.85 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 18.03 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 8.20 และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 4.92 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา และบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 13.24 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 8.82 วิทยุ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 30.00 วิทยุ และสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	ราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														รวม
		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-15,000 บาท	15,000-20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,000-35,000 บาท	35,000-40,000 บาท	40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม						
ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i)	48,500	18 (25.00)	2	21 (29.17)	1	11 (31.43)	1	2 (16.67)	2	2 (40.00)	2	0 (0.00)	2	0 (0.00)	3	54 (27.00)
ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i)	45,500	17 (23.61)	3	20 (27.78)	2	9 (25.71)	2	4 (33.33)	1	0 (0.00)	3	0 (0.00)	3	0 (0.00)	4	50 (25.00)
ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลด ไอ (Airblade-i)	56,000	3 (4.17)	6	3 (4.17)	6	1 (2.86)	5	0 (0.00)	7	0 (0.00)	4	0 (0.00)	4	0 (0.00)	5	7 (3.50)
ฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX)	69,800	2 (2.78)	7	2 (2.78)	7	5 (14.29)	4	1 (8.33)	5	3 (60.00)	1	0 (0.00)	5	1 (50.00)	1	14 (7.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i)	40,500	19 (26.39)	1	12 (16.67)	3	7 (20.00)	3	2 (16.67)	3	0 (0.00)	5	0 (0.00)	6	0 (0.00)	6	40 (20.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT)	44,000	5 (6.94)	5	5 (6.94)	5	1 (2.86)	6	1 (8.33)	6	0 (0.00)	6	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	12 (6.00)
ฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i)	50,000	8 (11.11)	4	9 (12.50)	4	1 (2.86)	7	2 (16.67)	4	0 (0.00)	7	2 (100.00)	1	1 (50.00)	2	23 (11.50)
ฮอนด้า รุ่นซีแซด ไอ (CZ1 110)	37,000	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	0 (0.00)
รวม		72 (100.00)		72 (100.00)		35 (100.00)		12 (100.00)		5 (100.00)		2 (100.00)		2 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.39 รองลงมา คือ ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 25.00 ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 23.61 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 11.11 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 6.94 ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลด ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 4.17 และฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมา คือ ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 27.78 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 16.67 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 12.50 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 6.94 ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) คิดเป็นร้อยละ 4.17 และฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.43 รองลงมา คือ ฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) คิดเป็นร้อยละ 25.71 ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) คิดเป็นร้อยละ 20.00 ฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) คิดเป็นร้อยละ 14.29 ฮอนด้า รุ่นแอร์เบลค ไอ (Airblade-i) ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) และฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นสคูปี ไอ (scoopy-i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) ฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ (Wave 110 i) และฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) คิดเป็นร้อยละ 16.67 ฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) และฮอนด้า รุ่นเวฟ 110 ไอ เอที (Wave 110i AT) คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ฮอนด้า รุ่นคลิก ไอ (Click-i) คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ในปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นพีซีเอ็กซ์ (PCX) และฮอนด้า รุ่นเวฟ 125 ไอ (Wave 125 i) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-35,000 บาท		35,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ตัวเอง	46 (63.89)	1	60 (83.33)	1	25 (71.43)	1	12 (100.00)	1	4 (80.00)	1	2 (100.00)	1	2 (100.00)	1	151 (75.50)
พ่อแม่	4 (5.56)	5	3 (4.17)	3	3 (8.57)	3	0 (0.00)	2	0 (0.00)	3	0 (0.00)	2	0 (0.00)	2	10 (5.00)
สามี/ภรรยา/ลูก	2 (2.78)	6	1 (1.39)	5	0 (0.00)	6	0 (0.00)	3	0 (0.00)	4	0 (0.00)	3	0 (0.00)	3	3 (1.50)
พี่น้อง	5 (6.94)	4	1 (1.39)	6	4 (11.43)	2	0 (0.00)	4	0 (0.00)	5	0 (0.00)	4	0 (0.00)	4	10 (5.00)
ญาติ	1 (1.39)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	5	0 (0.00)	6	0 (0.00)	5	0 (0.00)	5	1 (0.50)
เพื่อน	8 (11.11)	2	3 (4.17)	4	1 (2.86)	5	0 (0.00)	6	0 (0.00)	7	0 (0.00)	6	0 (0.00)	6	12 (6.00)
พนักงานขาย	6 (8.33)	3	4 (5.56)	2	2 (5.71)	4	0 (0.00)	7	1 (20.00)	2	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	13 (6.50)
รวม	72 (100.00)		72 (100.00)		35 (100.00)		12 (100.00)		5 (100.00)		2 (100.00)		2 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.89 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 11.11 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 8.33 พี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 6.94 พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 5.56 สามี/ภรรยา/ลูก คิดเป็นร้อยละ 2.78 และญาติ คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมา คือ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.56 พ่อ/แม่ และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.17 สามี/ภรรยา/ลูก และพี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ พี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 11.43 พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 8.57 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.71 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คือ ตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

**ตารางที่ 50** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														รวม
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-35,000 บาท	35,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท								
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	35 (48.61)	1	47 (65.28)	1	25 (71.43)	1	11 (91.67)	1	3 (60.00)	1	2 (100.00)	1	1 (50.00)	1	124 (62.00)
วิทยุ	2 (2.78)	5	1 (1.39)	5	0 (0.00)	4	0 (0.00)	3	0 (0.00)	4	0 (0.00)	2	0 (0.00)	3	3 (1.50)
ป้ายโฆษณา	6 (8.33)	4	5 (6.94)	4	5 (14.29)	2	0 (0.00)	4	1 (20.00)	2	0 (0.00)	3	0 (0.00)	4	17 (8.50)
หนังสือพิมพ์	0 (0.00)	8	1 (1.39)	6	0 (0.00)	5	0 (0.00)	5	0 (0.00)	5	0 (0.00)	4	0 (0.00)	5	1 (0.50)
แผ่นพับ	1 (1.39)	6	0 (0.00)	8	0 (0.00)	6	0 (0.00)	6	0 (0.00)	6	0 (0.00)	5	0 (0.00)	6	1 (0.50)
สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา	7 (9.72)	3	8 (11.11)	3	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	6	0 (0.00)	7	15 (7.50)
อินเตอร์เน็ต	1 (1.39)	7	1 (1.39)	7	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	1 (20.00)	3	0 (0.00)	7	0 (0.00)	8	3 (1.50)
บุคคลที่รู้จัก	20 (27.78)	2	9 (12.50)	2	5 (14.29)	3	1 (8.33)	2	0 (0.00)	8	0 (0.00)	8	1 (50.00)	2	36 (18.00)
รวม	72 (100.00)		72 (100.00)		35 (100.00)		12 (100.00)		5 (100.00)		2 (100.00)		2 (100.00)		200 (100.00)

จากตารางที่ 50 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.61 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 27.78 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ

9.72 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 8.33 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 2.78 แผ่นพับ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.28 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 12.50 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.11 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 6.94 วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000บาท คือ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา และบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000บาท คือ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมา คือ บุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-40,000 บาท คือ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คือ โทรทัศน์ และบุคคลที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00



### ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากแบบสอบถามที่ผู้ตอบคำถามปลายเปิดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดและพบข้อเสนอแนะดังนี้

#### ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		
1. ควรเพิ่มช่องเก็บของให้มีความกว้างมากขึ้นกว่าเดิม ทรายรถจักรยานยนต์ควรมีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น	8	13.56
2. ควรจะมีการผลิตตัวรถจักรยานยนต์ให้ใหญ่ขึ้นกว่าเดิม รวมไปถึงเบาะรถจักรยานยนต์ควรมีการเพิ่มขนาดให้กว้างขึ้นกว่าเดิม และควรเพิ่มรุ่นที่มีล้อแม็ก	4	6.78
3. ควรมีการออกแบบรถที่มีคุณภาพ ผลิตรถจักรยานยนต์เพื่ออนาคตลดภาวะโลกร้อนและมีซีซีที่แรง ให้สมกับรถคันใหญ่และแพง ซึ่งปัจจุบันเป็นรถคันใหญ่ แต่ซีซีน้อยและรถรุ่นกลางๆ เช่น Scoopy , Click , Air Blade ควรมีซีซี มากกว่า 110	13	22.03
<b>ด้านราคา</b>		
1. ควรจะมีการลดราคาจักรยานยนต์ให้มีราคาที่ถูกลงกว่านี้	5	8.47
2. ควรจะมีการจัดโปรโมชั่นดอกเบี้ยต่ำๆ และมีส่วนลดเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม	5	8.47
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>		
1. ควรจะมีการเพิ่มสาขาให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการเข้ารับบริการ	3	5.08
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
1. ควรจะมีการจัดโปรโมชั่นใหม่ๆ	2	3.39
2. ของแถมของสมนาคุณน่าจะมีให้เลือกหลากหลาย และมีคุณภาพมากกว่านี้	9	15.25
3. ควรจะมีการให้ส่วนลดเมื่อจ่ายชำระค่างวดครบก่อนกำหนด	1	1.69

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านกระบวนการให้บริการ	0	0.00
<b>ด้านบุคลากร</b>		
1. พนักงานควรจะมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกว่านี้ ควรจะยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าอย่างเป็นกันเองกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	3	5.08
2. พนักงานควรจะให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการบำรุงรักษา และการเปลี่ยนอะไหล่รถ เพื่อยืดอายุการใช้งานของรถจักรยานยนต์	3	5.08
<b>ด้านกายภาพ</b>		
1. ควรจะขยายร้าน เพื่อความสะดวกในการชมสินค้ามากขึ้น	1	1.69
2. ควรจะมีการปรับปรุงบรรยากาศภายในร้านให้เหมือนกับอยู่ในศูนย์บริการรถยนต์	2	3.39
รวม	59	100.00

ดังนั้น จากผลการศึกษามีปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ออนไลน์ระบบหัวข้อพีจีเอ็ม-เอฟไอ ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาเรียงตามลำดับได้ดังนี้

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ออนไลน์ระบบหัวข้อพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ซับซ้อน สะดวกต่อการใช้งาน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.54	มากที่สุด
มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.42	มาก
มีความสวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.39	มาก
ความประหยัดน้ำมัน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.39	มาก
รูปแบบมีความทันสมัย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	มาก

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
พนักงานมีความสุขภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.33	มาก
มีการรับประกันสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
ชื่อเสียงหรือภาพพจน์ของร้าน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
มีสีให้เลือกหลากหลาย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	มาก
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.26	มาก
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	4.25	มาก
สมรรถนะของรถ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	มาก
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.24	มาก
มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.22	มาก
ความแข็งแรง คงทนต่อตัวรถ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ด้านราคา	4.21	มาก
พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.21	มาก
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกสำหรับลูกค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	4.2	มาก
สามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ	ด้านราคา	4.19	มาก
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.18	มาก
การทรงตัว	ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	มาก
พนักงานมีความเชี่ยวชาญที่จะให้บริการ	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.16	มาก
พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ได้ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.15	มาก
จัดแผนผังในร้านหรือที่ตั้งของแผนกต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสำหรับลูกค้า	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.15	มาก

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	มาก
ความสะอาดภายในร้าน	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.11	มาก
มีบริการหลังการขายที่ดี	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10	มาก
พนักงานใช้อุปกรณ์-เครื่องมือที่ทันสมัย ในการบริการลูกค้า	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.10	มาก
มีบริการส่งรถถึงบ้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.07	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำ	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.07	มาก
มีหลายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวก ลูกค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	4.05	มาก
บรรยากาศภายในร้าน	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.05	มาก
ความสะอาดบริเวณรอบร้าน	ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.05	มาก
มีการให้บริการที่ดีเมื่อรถมีปัญหา หลังจากหมดระยะเวลาประกัน	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.04	มาก
บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวก ในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ	ด้านราคา	4.03	มาก
การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.02	มาก
น้ำหนักรถของตัวรถ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	มาก
ที่นั่งที่วางเท้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	มาก
การจัดสาธิตและแนะนำรถจักรยานยนต์ รุ่นใหม่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าหัดเทียบกันทุก ราย	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.97	มาก
การชำระเงินค่าเช่า-ซื้อ ลูกค้าสามารถ เลือกชำระได้ในหลายวิธี	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.97	มาก

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
มีของแถมพิเศษเมื่อซื้อรถ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.96	มาก
มีการให้บริการนอกสถานที่	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.93	มาก
มีระบบผ่อนชำระ	ด้านราคา	3.91	มาก
วันและเวลาเปิด-ปิดทำการของตัวแทนจำหน่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	3.91	มาก
ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.88	มาก
มีการติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์หรือจดหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญ	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.88	มาก
ราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุง	ด้านราคา	3.87	มาก
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.87	มาก
ซีซีของรถ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.84	มาก
คุณภาพของของแถมที่ได้รับ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.84	มาก
ขั้นตอนการซื้อไม่ซับซ้อน	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	มาก
มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด	ด้านราคา	3.72	มาก
การให้ส่วนลดเมื่อผ่อนชำระครบก่อนกำหนด	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	มาก
มีบริการทดลองขับขี่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	มาก
การจัดให้มีการลดราคาสินค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.30	ปานกลาง
การจัดให้มีการชิงโชค	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21	ปานกลาง
การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.12	ปานกลาง

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda รุ่น Honda PCX 150 เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกดังนี้ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความประหยัดน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความมีชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีสีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ