

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ที่ตั้งใจจะซื้อ หรือซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติไปใช้งานแล้วในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบริเวณโชว์รูมรถจักรยานยนต์ งานแสดงสินค้า หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.50 มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 25.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 71.00 การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 46.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 36.50 รู้จักรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) มากที่สุด ร้อยละ 80.00 มีรถจักรยานยนต์ในครอบครัวยานจำนวน 1 คัน ร้อยละ 40.50 ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) มากที่สุด ร้อยละ 34.50 โดยมีเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ โดยเลือกจากรูปแบบหรือรุ่นของรถมากที่สุด ร้อยละ 33.00 ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ

70.50 และรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติส่วนใหญ่จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 86.50

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีผลในระดับมาก ยกเว้น มีบริการส่งรถถึงบ้าน มีผลในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีผลในระดับมาก ยกเว้น บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ มีผลในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และราคาเช่าซ่อม และค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยปัจจัยย่อยทุกด้านมีผลในระดับสำคัญมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย และสถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีผลในระดับมาก ยกเว้น มีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม มีผลในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) และพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.86)

โดยสรุปปัจจัยย่อยด้านการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดอันดับแรกคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก (เพศชาย ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.66, 3.64, 3.69 และเพศหญิง ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.77, 3.81, 3.78)

เพศชาย

เพศชายตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.57

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ยกเว้น มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และน้ำหนักของตัวรถ (ค่าเฉลี่ย 3.43) อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชายและค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และรูปแบบมีความทันสมัย รวมทั้งมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านราคาแทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ยกเว้น ราคาในการขายต่อเป็นรถมือสองสูง (ค่าเฉลี่ย 3.44) อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชายและค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือมีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และราคาเช่าซ่อม ค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74 เท่ากัน) และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชายและมียุคเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือสถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ รวมทั้งการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.60 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ยกเว้น มีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.45) อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชายและมียุคเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87 เท่ากัน) รองลงมาคือ การโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่นสะดุดตา ดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชายและมียุคเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และรูปแบบมีความทันสมัย และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01 เท่ากัน)

เพศหญิง

เพศหญิงตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮา รุ่นฟิโน (Fino) มากที่สุด ร้อยละ 34.34

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ยกเว้น มีบริการส่งรถถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.39) อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศหญิงและมียุคเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านราคาแทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ยกเว้น บริษัทผู้ขายสามารถอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับไฟแนนซ์แทนผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.44) อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศหญิงและมียุคเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคา

เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.90) และราคาค่าซ่อม ค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศหญิงและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย และการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.88 เท่ากัน) และมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแทบทุกปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ยกเว้นมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.43) อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศหญิงและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี และพนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.93 เท่ากัน) และการโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศหญิงและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 31 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ
จำแนกตามเพศ โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	จับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน	จับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งของร้านขายรถ หาง่าย	สถานที่ตั้งของร้านขายรถ สะดวกในการเดินทางไปใช้ บริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายสามารถแนะนำ หรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้ เป็นอย่างดี และพนักงานมี ความพร้อม และเต็มใจ ให้บริการ	พนักงานมีความพร้อม และ เต็มใจให้บริการ

3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวในระดับมาก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ
จับง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ
รูปแบบมีความทันสมัย และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และมีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.58 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของรถจักรยานยนต์ในสื่อต่าง ๆ และการโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79 เท่ากัน) และพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 15,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 15,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ รูปแบบมีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 15,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.97) และราคาเช่าซ่อม และค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 15,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ รวมทั้งการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 15,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.83)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีความสวยงาม และคุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีระบบผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถห่างไกล (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก รวมทั้งเวลาเปิด – ปิด ร้านขายรถเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.65 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 15,001 – 20,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) และพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.24) และขับขี่ง่าย

สะดวกต่อการใช้งาน รูปแบบมีความทันสมัย คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ และมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ราคาค่าซ่อมและค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุงหลังจากการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.90 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.14) และพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) และมีการรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาของค่าอะไหล่ รวมทั้งค่าซ่อมบำรุงหลังจากการใช้งาน รวมทั้งราคาค่าซ่อมและค่าบริการของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถห่างง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และเวลาเปิด – ปิด ร้านขายรถเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 30,001 บาทขึ้นไป ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถแนะนำหรือตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 32 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสรุป

ปัจจัยทาง การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 20,000	20,000 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	จับจูง่าย สะดวกต่อการ ใช้งาน	จับจูง่าย สะดวก ต่อการใช้งาน	จับจูง่าย สะดวก ต่อการใช้งาน	มีการรับประกัน สินค้า	มีความสวยงาม
ด้านราคา	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ
ด้านการจัด จำหน่าย	สถานที่ตั้งของ ร้านขายรถ หาง่าย	สถานที่ตั้งของ ร้านขายรถ หา ง่าย	สถานที่ตั้งของ ร้านขายรถ สะดวกในการ เดินทางไปใช้ บริการ	มีที่จอดรถที่ สะดวกและ เพียงพอ	สถานที่ตั้งของ ร้านขายรถ สะดวกในการ เดินทางไปใช้ บริการ
ด้านส่งเสริม การตลาด	พนักงานขาย สามารถ แนะนำหรือ ตอบคำถาม ให้กับลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	การโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจ	พนักงานขายมี ความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับ รถจักรยานยนต์ เป็นอย่างดี	พนักงานมีความ พร้อมและเต็มใจ ให้บริการ	พนักงานมี ความพร้อม และเต็มใจ ให้บริการ

รุ่นของรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.22 รองลงมายี่ห้อยามาฮ่า รุ่นนูโว (Nouvo) รุ่นมีโอ (Mio) รุ่นฟิโน (Fino) ในสัดส่วนที่เท่ากันร้อยละ 15.69 และฮอนด้า รุ่นแอร์เบลค ร้อยละ 5.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 25 ปี ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮ่า รุ่นฟิโน (Fino) ร้อยละ 31.91 รองลงมายี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) ร้อยละ 27.66 และยามาฮ่า รุ่นมีโอ (Mio) ร้อยละ 17.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 - 30 ปี ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.17 รองลงมายี่ห้อยามาฮ่า รุ่นฟิโน (Fino) ร้อยละ 21.28 และยี่ห้อยามาฮ่า รุ่นมีโอ (Mio) ร้อยละ 17.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อยามาฮ่า รุ่นฟิโน (Fino) คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมายี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) ร้อยละ 26.47 และยี่ห้อยามาฮ่า รุ่นมีโอ (Mio) ร้อยละ 20.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) คิดเป็นร้อยละ 47.62 รองลงมายี่ห้อยามาฮ่า รุ่นฟิโน (Fino) ร้อยละ 28.57 และยี่ห้อยามาฮ่า รุ่นมีโอ (Mio) ร้อยละ 23.81

ตารางที่ 33 แสดงยี่ห้อ/รุ่นของรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ตัดสินใจซื้อจำแนกตามอายุ โดยสรุป

ลำดับ	ยี่ห้อ/รุ่น ของรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอายุ				
	น้อยกว่า 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
1	ฮอนด้า/คลิก	ยามาฮ่า/ฟิโน	ฮอนด้า/คลิก	ยามาฮ่า/ฟิโน	ฮอนด้า/คลิก
2	ยามาฮ่า/นูโว ยามาฮ่า/มีโอ ยามาฮ่า/ฟิโน	ฮอนด้า/คลิก	ยามาฮ่า/ฟิโน	ฮอนด้า/คลิก	ยามาฮ่า/ฟิโน
3	ฮอนด้า/แอร์เบลค	ยามาฮ่า/มีโอ	ยามาฮ่า/มีโอ	ยามาฮ่า/มีโอ	ยามาฮ่า/มีโอ

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ต้องการซื้อคือ ฮอนด้าและยามาฮ่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พันฤทธิกุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001- 10,000 บาท และยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ต้องการซื้อคือ ฮอนด้า และยามาฮ่า

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งสิ่งกระตุ้นดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) รองลงมาคือ ยามาฮ่า รุ่นฟิโน (Fino) และยามาฮ่า รุ่นมิโอ (Mio) ตามลำดับ โดยปริมาณการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ไม่เกิน 2 คันต่อครอบครัว

ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากกับแทบทุกปัจจัย โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่ปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พันฤทธิกุลเลิศประเสริฐ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้านจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากทุกปัจจัยเช่นกัน ซึ่งสามารถแยกอภิปรายแต่ละปัจจัยได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพรซ์ ห่อสุวรรณชัย (2546) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพรัช ห่อสุวรรณชัย (2546) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของร้านหาง่าย และสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพรัช ห่อสุวรรณชัย (2546) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพรัช ห่อสุวรรณชัย (2546) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติเพียง 2 ยี่ห้อ ได้แก่ ยี่ห้อฮอนด้า และยี่ห้อยามาฮา มากที่สุด

2. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ 3 รุ่น ตามลำดับ ได้แก่ ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) ยี่ห้อยามาฮา รุ่นมีโอ (Mio) และยี่ห้อยามาฮา รุ่นฟิโน (Fino) แต่เมื่อตัดสินใจจะซื้อจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ กลับเลือก ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นคลิก (Click) ยี่ห้อยามาฮา รุ่นฟิโน (Fino) และยี่ห้อยามาฮา รุ่นมีโอ (Mio) ตามลำดับ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือเป็นนักเรียน/นักศึกษา เมื่อรวมกันแล้วคิดเป็นกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวไม่เกิน 20,000 บาท มีกว่าร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีรถจักรยานยนต์ครอบครัพละ 1 - 2 คัน

6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จากสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ รับรู้จากสื่อป้ายโฆษณา

7. ผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก ยกเว้น การส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด การส่งเสริมการขายโดยแจกของแถมหรือของชำร่วย มีจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติให้ทดลองขี่ และมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวไม่เกิน 20,000 บาท ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นที่กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เป็นหลักในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด

โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน มีความสวยงาม การรับประกันสินค้า รูปแบบมีความทันสมัย คุณภาพของศูนย์บริการซ่อมรถ สมรรถนะของรถ ความแข็งแรง คงทนของตัวรถ มีบริการหลังการขายที่ดี ดังนั้น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ควรจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ละรุ่น ผู้ผลิตควรคำนึง และเน้นในเรื่องขับขี่ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน มีความสวยงาม รูปแบบทันสมัย มีอุปกรณ์เสริมเพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้าสามารถตกแต่งเพิ่มเติมในรูปแบบ/สไตล์ที่ตนเองชื่นชอบได้ และมีการรับประกันสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ มีการให้บริการที่ครบวงจรมากขึ้น เน้นเรื่องบริการหลังการขายและศูนย์บริการที่ดี มีประสิทธิภาพ มีการรับประกันการซ่อมของรถจักรยานยนต์ด้วย

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด และราคาค่าซ่อมและค่าบริการของศูนย์บริการมีความเหมาะสม ดังนั้น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ผู้ผลิตควรตั้งราคาให้สอดคล้องและเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ควรเสนอส่วนลดพิเศษ ในกรณีชำระเป็นเงินสดเพื่อจูงใจผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งปรับราคาอะไหล่ และค่าบริการให้เหมาะสม

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของร้านขายรถจักรยานยนต์หาง่าย สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ การจัดแสดงรถจักรยานยนต์มีทุกสีให้เลือก และมีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ ดังนั้น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ควรช่วยเหลือให้คำแนะนำผู้จัดจำหน่ายในเรื่อง รูปแบบการจัดแสดงสินค้า เพื่อความเป็นระเบียบ สวยงาม จูงใจให้เกิดการซื้อ

ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จัดเตรียมสถานที่จัดจำหน่ายให้พร้อมเป็นระเบียบสวยงาม มีที่จอดรถอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ มีป้ายร้านขนาดใหญ่ เพื่อให้สามารถมองเห็นชัดเจน จัดวางรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติครบทุกรุ่น ทุกแบบ ทุกสี มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ มีการเพิ่มเวลาในการเปิดให้บริการ เช่น เปิดถึงเวลา 18.00 น. หรือเปิดวันอาทิตย์ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้มักจะสะดวกในเวลาว่างหลังช่วงเวลา 17.00 น.

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานขายสามารถแนะนำและตอบคำถามให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติเป็นอย่างดี ดังนั้น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ มีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดอบรมให้กับพนักงานขายของตัวเองด้านเทคนิคการขาย การเป็นผู้ขายที่ดี สร้างพนักงานให้มีความตั้งใจในการให้บริการ (Service Mind) รวมทั้งความรู้ด้านเทคนิค คุณสมบัติ รวมถึงลักษณะพิเศษของจักรยานยนต์แต่ละรุ่น ทำการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ให้มาก ๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับสื่อนี้มากที่สุด โดยอาจใช้ร่วมกับสื่อประเภทป้ายโฆษณาต่าง ๆ ซึ่งควรเลือกผู้นำเสนอสินค้า (Presenter) ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ หรือมีความชื่นชอบเป็นพิเศษ

ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ มีการจัดอบรมทักษะการขาย ความรู้
ด้านเทคนิคการขาย การเป็นผู้ขายที่ดี สร้างพนักงานให้มีจิตใจในการให้บริการ (Service Mind)
รวมทั้งความรู้ด้านเทคนิค คุณสมบัติ รวมถึงลักษณะพิเศษของจักรยานยนต์แต่ละรุ่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved