

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้งานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้งาน วิธีการชำระเงิน วัตถุประสงค์การใช้งาน เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สถานที่ซื้อ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ ซื่อเป็นคนที่เท่าไร ซึ่งมีการนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ (ตารางที่ 1 - 15)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีการนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย (ตารางที่ 16 - 20)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 21 - 45)

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 46 - 50)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 51 - 78)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	190	47.5
หญิง	210	52.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 23 ปี	56	14.0
24 - 32 ปี	160	40.0
33 - 41 ปี	88	22.0
42 - 50 ปี	70	17.5
51 ปี ขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 24 – 32 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอายุระหว่าง 33 – 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุระหว่าง 42 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.5 อายุระหว่าง 15 - 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.0 อายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	181	45.3
สมรส	198	49.5
อื่นๆ	21	5.2
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง หม้าย, หย่าร้าง ,แยกกันอยู่

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 45.3 สถานภาพอื่นๆ เช่น หม้าย, หย่าร้าง, แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	27	6.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	39	9.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	139	34.7
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	84	21.0
ปริญญาตรี	102	25.5
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระดับอนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 21.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 9.8 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.8 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	31	7.7
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	77	19.3
พนักงานบริษัทเอกชน	242	60.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	31	7.7
อื่นๆ	19	4.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง อดิเรก รับจ้าง พนักงานขับรถ เป็นต้น

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.3 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.7 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.7 อาชีพอื่นๆ เช่น ขับจักรยานยนต์รับจ้าง พนักงานขับรถ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	35	8.8
5,001 - 8,000 บาท	114	28.5
8,001 - 11,000 บาท	106	26.5
11,001 - 14,000 บาท	60	15.0
14,001 บาทขึ้นไป	85	21.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 8,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือ ระหว่าง 8,001 - 11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 14,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.2 ระหว่าง 11,001 - 14,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน

ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ฮอนด้า	194	48.5
ยามาฮา	140	35.0
ซูซูกิ	41	10.2
กาวาซากิ	15	3.8
อื่นๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ยี่ห้อไทเกอร์ หรือ เจ อาร์ ดี เป็นต้น

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ยี่ห้อยามาฮา คิดเป็นร้อยละ 35.0 ยี่ห้อซูซูกิ คิดเป็นร้อยละ 10.2 ยี่ห้อกาวาซากิ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ยี่ห้ออื่นๆ เช่น ยี่ห้อไทเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน

ประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
สกูตเตอร์ ป๊อป เกียร์อัตโนมัติ เอที	124	31.0
รถครอบครัวไม่มีบังลม	56	14.0
รถครอบครัวมีบังลม	157	39.3
รถสปอร์ตต่ำกว่า 150 ซีซี	30	7.5
รถสปอร์ต 150 ซีซี	23	5.7
รถบิ๊กไบค์ รถสปอร์ตใหญ่	8	2.0
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง รถจักรยานยนต์วิบาก รถซิ่งเปอร์ เป็นต้น

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรถจักรยานยนต์ประเภทรถครอบครัวมีบังลม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ สกูตเตอร์ ป๊อป เกียร์อัตโนมัติ เอที คิดเป็นร้อยละ 31.0 รถครอบครัวไม่มีบังลม คิดเป็นร้อยละ 14.0 รถสปอร์ตต่ำกว่า 150 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 7.5 รถสปอร์ต 150 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 5.7 รถบิ๊กไบค์ รถสปอร์ตใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.0 อื่นๆ เช่น รถจักรยานยนต์วิบาก คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	173	43.3
ผ่อนชำระ	227	56.7
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ชำระโดยบัตรเครดิต

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการชำระเงินผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ วิธีชำระเงินสด คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ประกอบอาชีพ เช่น บรรทุกของ ส่งเอกสาร รับส่งคน	40	10.0
ใช้ในชีวิตประจำวัน	342	85.5
ใช้แข่งขันรถซิ่ง (ในสนามแข่ง ท้องถนน)	5	1.3
อื่นๆ	13	3.2
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง รถจักรยานยนต์คंबแต่งสวยงาม ขับโชว์ เช่น รถจักรยานยนต์ซ้อปเปอร์ เป็นต้น

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ ใช้งานเพื่อใช้ชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาคือ ใช้ประกอบอาชีพ เช่น บรรทุกของ ส่งเอกสาร รับส่งคน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ใช้แข่งขันรถซิ่ง (ในสนามแข่ง ท้องถนน) คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆ เช่น ใช้ในการท่องเที่ยว ใช้ในการจับชีพีชีวะ เช่น รถจักรยานยนต์ซิ่งปเปอร์, รถจักรยานยนต์ดับแต่ง สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นรถที่มีประสิทธิภาพ เช่น อัตราเร่ง การเลี้ยว การทรงตัว และระบบเบรก เป็นต้น	174	43.5
ราคาต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	103	25.8
มีเงื่อนไขการขายที่น่าสนใจ เช่น เงินค่าน้ำต่ำ ดอกเบี้ยต่ำ	99	24.8
สามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตได้ หรือส่วนลดรับกับร้านค้าอื่น เป็นต้น	48	12.0
ได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อรถจักรยานยนต์ เช่น ส่วนลดอุปกรณ์ดับแต่ง	55	13.8
พนักงานขายแนะนำและให้การต้อนรับดี น่าประทับใจ	52	13.0
รูปลักษณ์ของรถสวยงาม สีของรถจักรยานยนต์สวยงาม	176	44.0
มีเพื่อนหรือคนรู้จักซื้อก่อนหน้านี้ ทำให้ท่านสนใจซื้อบ้าง	88	22.0
เป็นรถจักรยานยนต์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น มีระบบเกียร์แบบใหม่	99	24.8
เหตุผลอื่นๆ	44	11.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

: เหตุผลอื่น ๆ หมายถึง นำไปต่อรถพ่วง เพราะโครงสร้างรถ เครื่องยนต์ เหมาะสม

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ลำดับแรกได้แก่ รูปลักษณ์ของรถสวยงาม สีของรถจักรยานยนต์สวยงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เป็นรถที่มีประสิทธิภาพ เช่น อัตราเร่ง การเลี้ยว การทรงตัว และระบบเบรก เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 43.5 ราคาต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีเงื่อนไขการขายที่น่าสนใจ เช่น เงินค่าน้ำต่ำ ดอกเบี้ยต่ำ คิดเป็นร้อยละ 24.8 เป็นรถจักรยานยนต์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น มีระบบ

เกียร์แบบใหม่ คิดเป็นร้อยละ 24.8 มีเพื่อนหรือคนรู้จักซื้อก่อนหน้านี้ ทำให้ท่านสนใจซื้อบ้าง คิดเป็นร้อยละ 22.0 ได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อรถจักรยานยนต์ เช่น ส่วนลดอุปกรณ์แต่ง คิดเป็นร้อยละ 13.8 พนักงานขายแนะนำและให้การต้อนรับดี น่าประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และสามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตได้หรือส่วนลดรับกับร้านค้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 12.0 และเหตุผลอื่นๆ เช่น นำไปต่อรถพังขายของ เพราะเครื่องยนต์ และโครงสร้างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	243	60.8
คู่สมรส	80	20.0
ญาติพี่น้อง	40	10.0
เพื่อน	27	6.7
พนักงานขาย	4	1.0
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง เป็นเพื่อนชาย หรือเพื่อนหญิง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 20.0 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 10.0 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.7 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 1.0 อื่นๆ เช่น เพื่อนชาย เพื่อนหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์

สถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านตัวแทนจำหน่าย	347	86.7
งานแสดงเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	23	5.8
งานแสดงสินค้า	23	5.8
อื่นๆ	7	1.7
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง แสดงตามตลาดนัด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์ ลำดับแรก ได้แก่ ร้านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาคือ งานแสดงเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 5.8 งานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.8 อื่นๆ เช่น แสดงตามตลาดนัด คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่ได้รับข้อมูล

ประเภทของสื่อที่ได้รับข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	230	57.5
วิทยุ	21	5.2
หนังสือพิมพ์	40	10.0
ใบปลิว	25	6.3
ป้ายโฆษณา	40	10.0
วารสาร / นิตยสาร	37	9.2
อื่นๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง อินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 14 พบว่า ตอบแบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 10.0 วารสาร / นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 9.2 ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 6.3 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5.2 อื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลำดับของรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ

ลำดับของรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
คันที่ 1	163	40.7
คันที่ 2	123	30.8
คันที่ 3	72	18.0
คันที่ 4	30	7.5
อื่นๆ	12	3.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง คันที่ 5 ขึ้นไป

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจักรยานยนต์เป็นคันที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ คันที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 30.8 คันที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 18.0 คันที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 7.5 อื่นๆ เช่น คันที่ 5 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน	8 (2.0)	15 (3.8)	90 (22.5)	129 (32.2)	158 (39.5)	4.04 สำคัญมาก	4
ขนาด(ซีซี)และประเภทของรถจักรยานยนต์ มีหลากหลาย	5 (1.3)	6 (1.5)	141 (35.3)	143 (35.8)	105 (26.2)	3.84 สำคัญมาก	7
ชื่อเสียง และตราชื่อ	10 (2.5)	18 (4.5)	83 (20.8)	149 (37.1)	140 (35.0)	3.98 สำคัญมาก	6
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	9 (2.3)	15 (3.8)	50 (12.5)	145 (36.2)	181 (45.2)	4.19 สำคัญมาก	2
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย	8 (2.0)	19 (4.8)	88 (22.0)	141 (35.2)	144 (36.0)	3.99 สำคัญมาก	5
ประหยัดน้ำมัน	13 (3.3)	17 (4.2)	58 (14.5)	96 (24.0)	216 (54.0)	4.21 สำคัญมาก	1
สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี	8 (2.0)	11 (2.8)	59 (14.8)	153 (38.2)	169 (42.2)	4.16 สำคัญมาก	3
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี	9 (2.2)	15 (3.8)	57 (14.2)	120 (30.0)	199 (49.8)	4.21 สำคัญมาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ทุกปัจจัย ได้แก่ ประหยัดน้ำมัน และอุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทาน

ดี มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ สตาร์ทติ่ง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.19 สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.16 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบ ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.04 เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซื่อสัตย์และตรงยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ขนาด(ซีซี) และประเภทของรถจักรยานยนต์มีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ราคารถจักรยานยนต์	11 (2.8)	16 (4.0)	94 (23.5)	106 (26.5)	173 (43.2)	4.04 สำคัญมาก	1
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	12 (3.0)	37 (9.3)	83 (20.7)	110 (27.5)	158 (39.5)	3.91 สำคัญมาก	2
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	11 (2.8)	41 (10.2)	99 (24.7)	115 (28.8)	134 (33.5)	3.80 สำคัญมาก	4
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	9 (2.3)	38 (9.5)	131 (32.7)	112 (28.0)	110 (27.5)	3.69 สำคัญมาก	7
เงินดาวน์ต่ำและระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนาน	21 (5.3)	41 (10.2)	114 (28.5)	102 (25.5)	122 (30.5)	3.66 สำคัญมาก	8
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	25 (6.3)	43 (10.7)	89 (22.2)	109 (27.3)	134 (33.5)	3.71 สำคัญมาก	6
ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา มีส่วนลดให้	20 (5.0)	41 (10.3)	83 (20.7)	122 (30.5)	134 (33.5)	3.77 สำคัญมาก	5
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค	16 (4.0)	41 (10.3)	85 (21.3)	121 (30.2)	137 (34.2)	3.81 สำคัญมาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.80 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ราคาอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.81 ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา

มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.77 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ขายต่อมือสองได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 เงินค่าน้ำต่ำและระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ศูนย์จำหน่ายติดต่อบริษัท มีที่จอดรถเพียงพอ	9 (2.2)	38 (9.5)	108 (27.0)	150 (37.5)	95 (23.8)	3.71 สำคัญมาก	4
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	8 (2.0)	30 (7.5)	107 (26.7)	155 (38.7)	100 (25.0)	3.77 สำคัญมาก	3
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ	10 (2.5)	28 (7.0)	102 (25.5)	150 (37.5)	110 (27.5)	3.81 สำคัญมาก	1
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า	12 (3.0)	51 (12.7)	112 (28.0)	127 (31.8)	98 (24.5)	3.62 สำคัญมาก	5
ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ	12 (3.0)	36 (9.0)	100 (25.0)	128 (32.0)	124 (31.0)	3.79 สำคัญมาก	2
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	27 (6.8)	52 (13.0)	103 (25.8)	117 (29.2)	101 (25.2)	3.53 สำคัญมาก	8
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	17 (4.2)	40 (10.0)	125 (31.3)	116 (29.0)	102 (25.5)	3.62 สำคัญมาก	5
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	10 (2.5)	50 (12.5)	124 (31.0)	137 (34.2)	79 (19.8)	3.56 สำคัญมาก	7
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา	10 (2.5)	53 (13.2)	155 (38.8)	129 (32.2)	53 (13.3)	3.41 สำคัญปานกลาง	9
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	6 (1.5)	51 (12.8)	141 (35.2)	109 (27.3)	93 (23.2)	3.58 สำคัญมาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.64 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.77 และศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.62 และศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อมสะอาด เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.62 มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.56 มีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับสำคัญปานกลางได้แก่ มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวก กันน้ำ	7 (1.8)	33 (8.3)	126 (31.5)	115 (28.8)	119 (29.8)	3.77 สำคัญมาก	3
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ	6 (1.5)	36 (9.0)	132 (33.0)	140 (35.0)	86 (21.5)	3.66 สำคัญมาก	6
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ รถจักรยานยนต์	8 (2.0)	34 (8.5)	104 (26.0)	139 (34.7)	115 (28.8)	3.80 สำคัญมาก	2
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง	14 (3.5)	50 (12.5)	118 (29.5)	118 (29.5)	100 (25.0)	3.60 สำคัญมาก	7
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	17 (4.2)	53 (13.3)	115 (28.8)	127 (31.7)	88 (22.0)	3.54 สำคัญมาก	8
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	25 (6.3)	33 (8.3)	97 (24.2)	117 (29.2)	128 (32.0)	3.73 สำคัญมาก	4
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	25 (6.3)	48 (12.0)	153 (38.2)	114 (28.5)	60 (15.0)	3.34 สำคัญปานกลาง	9
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	17 (4.2)	43 (10.8)	107 (26.7)	107 (26.8)	126 (31.5)	3.71 สำคัญมาก	5
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและ ตรงเวลา	6 (1.5)	34 (8.5)	114 (28.5)	116 (29.0)	130 (32.5)	3.83 สำคัญมาก	1
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มี อัธยาศัยดี	10 (2.5)	41 (10.3)	121 (30.2)	113 (28.2)	115 (28.8)	3.71 สำคัญมาก	5
การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ	15 (3.8)	36 (9.0)	116 (29.0)	110 (27.5)	123 (30.7)	3.73 สำคัญมาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.73 การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.73 พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.71 การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 3.71 การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย 3.66 การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.60 การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับสำคัญปานกลางได้แก่ การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ ที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	สำคัญมาก	1
ด้านราคา	3.80	สำคัญมาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.64	สำคัญมาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	สำคัญมาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49
= สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการ
ตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า
ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.67 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย	4.11 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
ขนาด (ซีซี) และประเภทของรถจักรยานยนต์มีหลากหลาย	3.96 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก
ชื่อเสียง และคร่ายี่ห้อ	4.07 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	4.26 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย	4.08 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก
ประหยัดน้ำมัน	4.26 สำคัญมาก	4.17 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี	4.21 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี	4.21 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14 สำคัญมาก	4.01 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน และสตาร์ทติดง่าย อัตราเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี

แข็งแรงทนทานดี และมีสมรรถนะในการจับจี การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรคดี มีค่าเฉลี่ย 4.21
รูปลักษณะสวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย
4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญ
มาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือประหยัด
น้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.17 สตาร์ทติงง่าย และอัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก จักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคารถจักรยานยนต์	3.98 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	3.95 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.81 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	3.78 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก
เงินค่าน้ำดื่มและระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนาน	3.72 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	3.88 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา มีส่วนลดให้	3.89 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค	3.90 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญทุกปัจจัยโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ราคาค่าอะไหล่ และค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ

ระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.74 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.78 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ	3.81 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า	3.64 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ	3.89 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.57 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	3.68 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.54 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา	3.44 สำคัญปานกลาง	3.38 สำคัญปานกลาง	3.41 สำคัญปานกลาง
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.59 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.81 ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก	3.78 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ	3.71 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	3.81 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง	3.63 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	3.51 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	3.64 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	3.32 สำคัญปานกลาง	3.36 สำคัญปานกลาง	3.34 สำคัญปานกลาง
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	3.65 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	3.83 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอริยาศยดี	3.68 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ	3.68 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
ระดับความสำคัญรวม	3.66 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.81 การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.82 ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.80 พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14 สำคัญมาก	4.01 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.87 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	3.76	3.80
	สำคัญมาก	สำคัญมาก	สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.67 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.74 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.68 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย	4.14 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	4.09 สำคัญมาก	4.27 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
ขนาด(ซีซี) และประเภทของรถจักรยานยนต์มีหลากหลาย	3.91 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	4.15 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก
ชื่อเสียง และตราชื่อ	4.16 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	4.18 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก	4.46 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย	4.14 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก
ประหยัดน้ำมัน	3.98 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.31 สำคัญมาก	4.54 สำคัญมากที่สุด	4.21 สำคัญมาก
สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี	4.14 สำคัญมาก	4.24 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	4.27 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี	4.11 สำคัญมาก	4.31 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	4.24 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปีให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ชื่อเสียง และตราชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย และเครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีทันสมัย และสมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ประหยัดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย 4.26 สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.08 สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 4.26 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาคือ สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.46 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย และสมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคารถจักรยานยนต์	3.80 สำคัญมาก	4.13 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	4.06 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	4.11 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.45 สำคัญปานกลาง	3.93 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	3.54 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก
เงินค่าน้ำดื่มและระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนาน	3.57 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	3.59 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา มีส่วนลดให้	3.79 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค	3.68 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปีให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลามีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.82 เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ราคาอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ราคาจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.12 ราคาอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.59 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.79 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ	3.84 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า	3.59 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.64 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ	3.77 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.34 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	3.66 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.73 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.57 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา	3.57 สำคัญมาก	3.31 สำคัญปานกลาง	3.35 สำคัญปานกลาง	3.43 สำคัญปานกลาง	3.77 สำคัญมาก	3.41 สำคัญปานกลาง
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.70 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.88 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.79 ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ ช่างมีประสบการณ์ และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และช่างมีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อมสะดวกเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อค	3.79 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ	3.66 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	3.88 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง	3.66 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	3.52 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก	3.41 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	3.61 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	3.20 สำคัญมาก	3.26 สำคัญมาก	3.40 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก	3.34 สำคัญมาก
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	3.80 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	4.05 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี	3.70 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.89 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
การให้บริการหลังขายที่ประทับใจ	3.93 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา คือ การให้บริการหลังขายที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.93 พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ พนักงานศูนย์บริการพุดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอชยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.80 การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ พนักงานศูนย์บริการพุดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอชยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.89 พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.10 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.69 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.71 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.69 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.85 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มี

ค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.64 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.74 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.72 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.92 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบ ทันสมัย	3.59 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
ขนาด(ซีซี)และประเภทของ รถจักรยานยนต์มีหลากหลาย	3.78 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก
ชื่อเสียง และคราซีหือ	4.04 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก	4.14 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.22 สำคัญ ปานกลาง	3.98 สำคัญมาก
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	4.07 สำคัญมาก	4.49 สำคัญมาก	4.14 สำคัญมาก	4.27 สำคัญมาก	4.13 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูงทันสมัย	3.63 สำคัญมาก	4.18 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก
ประหยัดน้ำมัน	4.04 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	4.36 สำคัญมาก	4.32 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
สมรรถนะในการขับขี่ การ เลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรก ดี	4.04 สำคัญมาก	4.28 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.25 สำคัญมาก	4.17 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรง ทนทานดี	4.22 สำคัญมาก	4.28 สำคัญมาก	4.20 สำคัญมาก	4.20 สำคัญมาก	4.25 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	4.17 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	4.08 สำคัญ มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มี
ค่าเฉลี่ย 3.93 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับ

ประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ สตาร์ทติงง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซื่อเสียบและตราयीหื้อ , การประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สตาร์ทติงง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมาคือ สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มี และ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.28 การประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ สตาร์ทติงง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน และสมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ สตาร์ทติงง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.27 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.25 สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ขนาด(ซีซี)และประเภทของรถจักรยานยนต์มีหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ประหยัดน้ำมัน และ

เครื่องนั้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.89 รูปลักษณะสวย สะดุดตา กะทัดรัดคล้องตัว
แบบทันสมัย และสตาร์ทติงง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคารถจักรยานยนต์	4.19 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	4.15 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	3.85 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้อ อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.59 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	3.70 สำคัญมาก	3.23 สำคัญปาน กลาง	3.79 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.69 สำคัญมาก
เงินค่าน้ำดื่มและระยะเวลาใน การผ่อนชำระยาวนาน	3.85 สำคัญมาก	3.23 สำคัญปาน กลาง	3.74 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.66 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระต่ำ	4.26 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา มี ส่วนลดให้	4.11 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
ราคาต่อะไหล่ ค่าบริการใน การตรวจเช็ค	4.04 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.81 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49
= สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ถ้าผ่อนชำระค่าวงตรงเวลา มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ และเมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ ถ้าผ่อนชำระค่าวงตรงเวลา มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ราคาค่าอะไหล่ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้ ,ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน , อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ และถ้าผ่อนชำระค่าวงตรงเวลา มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ขายต่อมือสองได้ราคาดี , ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์จำหน่ายคิดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.67 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.74 สำคัญมาก	3.46 สำคัญปานกลาง	3.81 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ	3.78 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.81 สำคัญมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรถลูกค้า	3.63 สำคัญมาก	3.21 สำคัญปานกลาง	3.57 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ	3.56 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.70 สำคัญมาก	3.26 สำคัญปานกลาง	3.37 สำคัญปานกลาง	3.69 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	3.37 สำคัญปานกลาง	3.33 สำคัญปานกลาง	3.65 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.62 สำคัญมาก
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.52 สำคัญมาก	3.38 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา	3.30 สำคัญปานกลาง	3.31 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง	3.63 สำคัญมาก	3.24 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก	3.41 สำคัญปานกลาง
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.48 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปานกลาง	3.66 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.64 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.74 มีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่าให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.76 ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่าให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการมีห้องพักรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ และมีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา และมีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ผลตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก	3.67 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.77 สำคัญมาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ	3.52 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	3.74 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	4.01 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง	3.70 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	3.37 สำคัญปานกลาง	3.36 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	3.52 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.72 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	3.44 สำคัญปานกลาง	3.08 สำคัญปานกลาง	3.33 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.25 สำคัญปานกลาง	3.78 สำคัญมาก	3.34 สำคัญปานกลาง
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	3.63 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.00 สำคัญปานกลาง	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	3.59 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.83 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี	3.48 สำคัญปานกลาง	3.38 สำคัญปานกลาง	3.85 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.22 สำคัญปานกลาง	3.71 สำคัญมาก
การให้บริการหลังขายที่ประทับใจ	3.33 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปานกลาง	3.86 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.22 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก

ผลตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.70 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ การได้ชมหรือทดลองจึรถจักรยานยนต์ตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.70 การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก และการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ และศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.64 การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่าให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่าให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.90 และการให้บริการหลังขายที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.94 การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก และการบริการหลังการขายที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.78 การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ และพนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	4.17 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.95 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.57 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.64 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.70 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.57 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทันสมัย	4.35 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
ขนาด(ซีซี)และประเภทของรถจักรยานยนต์มี หลากหลาย	4.00 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก
ชื่อเสียง และคราซีหือ	4.26 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	4.35 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	4.32 สำคัญมาก	4.35 สำคัญมาก	4.06 สำคัญมาก	4.32 สำคัญมาก	4.63 สำคัญ มากที่สุด	4.19 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย	4.45 สำคัญมาก	4.06 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก
ประหยัดน้ำมัน	4.16 สำคัญมาก	4.51 สำคัญ มากที่สุด	4.10 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก	4.58 สำคัญ มากที่สุด	4.21 สำคัญมาก
สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี	4.23 สำคัญมาก	4.42 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก	4.37 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี	4.26 สำคัญมาก	4.36 สำคัญมาก	4.13 สำคัญมาก	4.32 สำคัญมาก	4.42 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 สำคัญมาก	4.20 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก	4.24 สำคัญมาก	4.25 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.45

รองลงมาคือ รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.35 สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมาคือ สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี มีค่าเฉลี่ย 4.42 อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.36 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.10 สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ ชื่อเสียงและตราหือ มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี และสตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.32 รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.58 อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคารถจักรยานยนต์	4.03 สำคัญมาก	4.31 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	4.19 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่น ที่ใกล้เคียงกัน	3.77 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	3.61 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก
เงินค่าน้ำค้ำและระยะเวลาในการ ผ่อนชำระยาวนาน	3.84 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	4.06 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลา มี ส่วนลดให้	4.13 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการ ตรวจเช็ค	4.00 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ถ้าผ่อน

ชำระค่าางวดตรงเวลามีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.13 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ราคาค่าอะไหล่ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.90 ราคาค่าอะไหล่ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ ถ้าผ่อนชำระค่าางวดตรงเวลามีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ราคาอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.84 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.03 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ	4.00 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรอง ลูกค้า	3.68 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.11 สำคัญ ปานกลาง	3.62 สำคัญมาก
ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ	4.13 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.61 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.47 สำคัญ ปานกลาง	3.61 สำคัญมาก	3.37 สำคัญปาน กลาง	3.53 สำคัญมาก
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	3.87 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.42 สำคัญ ปานกลาง	3.62 สำคัญมาก
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.87 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.26 สำคัญ ปานกลาง	3.56 สำคัญมาก
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุด ตา	3.77 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.30 สำคัญ ปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.05 สำคัญ ปานกลาง	3.41 สำคัญ ปานกลาง
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่าย อื่นๆ	3.97 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.49 สำคัญ ปานกลาง	3.61 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.43 สำคัญ ปานกลาง	3.64 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่วงมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ ใกล้แหล่งชุมชน และมีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ช่วงมี ประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.86 และศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มี ค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ ช่วงมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.72 และศูนย์บริการ ซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชนมีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มี ค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ ช่วงมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และศูนย์จำหน่ายติดต่อ สะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ และศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มี ค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญ ระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ และช่วงมีประสบการณ์และฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มี ค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อค	3.97 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่น ป้าย แผ่นพับ	3.74 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ รถจักรยานยนต์	4.13 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ ตัวอย่าง	3.74 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	3.84 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.26 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	3.84 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.97 สำคัญมาก	3.16 สำคัญปาน กลาง	3.73 สำคัญมาก
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	3.06 สำคัญปาน กลาง	3.52 สำคัญมาก	3.34 สำคัญปาน กลาง	3.55 สำคัญมาก	2.74 สำคัญปาน กลาง	3.34 สำคัญปาน กลาง
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	4.13 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลา	4.06 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.32 สำคัญปาน กลาง	3.83 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มี อัธยาศัยดี	3.58 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ	3.81 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.67 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ และการรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.06 และการแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.95 และฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ การให้บริการหลังขายที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.73 พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัตราคีดี มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ การได้ชมหรือทดลองจี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.79 และการแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.25 สำคัญมาก	4.20 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก	4.24 สำคัญมาก	4.25 สำคัญ มาก	4.08 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.96 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.92 สำคัญ มาก	3.80 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.88 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.43 สำคัญ ปานกลาง	3.64 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.47 สำคัญ ปานกลาง	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.77 สำคัญ มาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.96 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.79 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.62 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.75 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.92 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.47 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์สวย สะดุดตา กะทัดรัดล่องตัว แบบทันสมัย	4.51 สำคัญมากที่สุด	3.90 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก
ขนาด(ซีซี) และประเภทของรถจักรยานยนต์มีหลากหลาย	4.26 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก
ชื่อเสียง และตราชื่อ	4.49 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก
สตาร์ทติดง่าย อัตราการเร่งดี	4.31 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก	4.13 สำคัญมาก	4.17 สำคัญมาก	4.15 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงทันสมัย	4.26 สำคัญมาก	4.04 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.99 สำคัญมาก
ประหยัดน้ำมัน	4.00 สำคัญมาก	4.14 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.30 สำคัญมาก	4.33 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
สมรรถนะในการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกดี	4.23 สำคัญมาก	4.24 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.19 สำคัญมาก	4.16 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี	4.20 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก	4.22 สำคัญมาก	4.20 สำคัญมาก	4.21 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28 สำคัญมาก	4.06 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	4.09 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ลำดับแรกได้แก่ รูปลักษณ์สวย สะดุดตา

กะทัดรัดคล่องตัว แบบทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมาคือ ชื่อเสียงและตราयीหือ มีค่าเฉลี่ย 4.49 และสตร์ทติคง่าย อัตรการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สมรรถนะในการขับขี่ การเลียว การทรงตัว ระบบเบรคดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ สตร์ทติคง่าย อัตรการเร่งดี และอุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.23 และประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.21 และสตร์ทติคง่าย อัตรการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.22 และสตร์ทติคง่าย อัตรการเร่งดี มีค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพดี แข็งแรงทนทานดี มีค่าเฉลี่ย 4.20 และสมรรถนะในการขับขี่ การเลียว การทรงตัว ระบบเบรคดี มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคารถจักรยานยนต์	3.97 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.10 สำคัญมาก	4.11 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก
เมื่อซื้อเงินสด มีส่วนลดให้	4.09 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก
ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่น ในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.74 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองได้ราคาดี	3.49 สำคัญปานกลาง	3.64 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก
เงินค่าน้ำต่ำและระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนาน	3.83 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ	4.29 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.71 สำคัญมาก
ถ้าผ่อนชำระต่างงวดตรงเวลา มีส่วนลดให้	4.23 สำคัญมาก	3.92 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.77 สำคัญมาก
ราคาต่ออะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค	4.11 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลามีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ถ้าผ่อนชำระค่างวดตรงเวลามีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.87 และราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.95 และขายต่อมือสองได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคารถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ เมื่อซื้อเงินสดมีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.95 และราคาถูกเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	3.71 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.00 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
มีจำนวนศูนย์บริการซ่อม เพียงพอ	3.89 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.86 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า	3.63 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ช่างมีประสบการณ์และฝีมือ	4.11 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก
มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.63 สำคัญมาก	3.40 สำคัญปานกลาง	3.46 สำคัญปานกลาง	3.60 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม สะอาดเป็นระเบียบ	3.86 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.69 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.39 สำคัญปานกลาง	3.93 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก
มีการตกแต่งหน้าร้านที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา	3.71 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.31 สำคัญปานกลาง	3.48 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปานกลาง	3.41 สำคัญปานกลาง
มีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.94 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวม ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.79 และมีเวลาที่เปิด-ปิดบริการที่มากกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.68 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ ,ศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ศูนย์จำหน่ายติดต่อสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ ช่างมีประสบการณ์และมีฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ความรวดเร็วในการให้บริการ มีห้องพักรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อค	4.03 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ	3.71 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์	4.03 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.88 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
การได้ชมหรือทดลองขี่รถจักรยานยนต์ตัวอย่าง	3.94 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
การนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่	3.94 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปานกลาง	3.46 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก	3.83 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
การจัดแสดงตามห้างสรรพสินค้า	3.26 สำคัญปานกลาง	3.22 สำคัญปานกลาง	3.38 สำคัญปานกลาง	3.40 สำคัญปานกลาง	3.45 สำคัญปานกลาง	3.34 สำคัญปานกลาง
การรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน	4.03 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	4.11 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี	3.86 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก
การให้บริการหลังขาย ที่ประทับใจ	3.91 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.90 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจ เช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อค และพนักงานขายมีความรู้, เข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์และการรับประกันอะไหล่ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 4.03 การได้ชมหรือทดลองใช้รถจักรยานยนต์ตัวอย่างและการนำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจเช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อค มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.73 การแจกหรือของแถมที่น่าสนใจเช่น เสื้อยืด หมวกกันน็อคและ การให้บริการหลังการขายที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ฟรีค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ พนักงานศูนย์บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.95 และศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และตรงเวลาและการให้บริการหลังการขาย ที่ประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ การให้บริการหลังขาย

ที่ประทับใจและพีรค่าแรงในการซ่อม 1 ปีแรก มีค่าเฉลี่ย 3.84 พนักงานศูนย์บริการลูกค้าสุภาพอ่อน น้อม มีอชยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.28 สำคัญมาก	4.06 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	4.07 สำคัญมาก	4.09 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.97 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.82 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.88 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัย ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.97 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.88 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.82 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.57 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.81 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.76 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.70 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย	13 (3.3)	32 (8.0)	143 (35.8)	118 (29.5)	94 (23.5)	3.62 สำคัญมาก	5
ขนาดซีซี(และประเภทของรถจักรยานยนต์มีให้ เลือกน้อย	8 (2.0)	51 (12.8)	148 (37.0)	125 (31.3)	68 (17.0)	3.49 สำคัญปาน กลาง	8
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อ	11 (2.8)	43 (10.8)	145 (36.3)	110 (27.5)	91 (22.8)	3.57 สำคัญมาก	7
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี	21 (5.3)	37 (9.3)	116 (29.0)	111 (27.8)	115 (28.8)	3.66 สำคัญมาก	4
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย	18 (4.5)	40 (10.0)	139 (34.8)	100 (25.0)	103 (25.8)	3.58 สำคัญมาก	6
ไม่ประหยัดน้ำมัน	19 (4.8)	44 (11.0)	90 (22.5)	106 (26.5)	141 (35.3)	3.77 สำคัญมาก	1
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบ เบรกไม่ดี	23 (5.8)	37 (9.3)	97 (24.3)	109 (27.3)	134 (33.5)	3.74 สำคัญมาก	3
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน	18 (4.5)	40 (10.0)	97 (24.3)	109 (27.3)	136 (34.0)	3.76 สำคัญมาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคืออุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.76 สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.74 สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.66 รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.62 เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 ไม่เชื่อถือในชื่อเสียงและตราชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.57 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ขนาด(ซีซี)และประเภทของรถจักรยานยนต์มีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	20 (5.0)	42 (10.5)	122 (30.5)	112 (28.0)	104 (26.0)	3.60 สำคัญมาก	3
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	15 (3.8)	42 (10.5)	127 (31.8)	127 (31.8)	89 (22.3)	3.58 สำคัญมาก	5
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	19 (4.8)	44 (11.0)	133 (33.3)	120 (30.0)	84 (21.0)	3.52 สำคัญมาก	6
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	21 (5.3)	39 (9.8)	116 (29.0)	132 (33.0)	92 (23.0)	3.59 สำคัญมาก	4
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง	17 (4.3)	40 (10.0)	118 (29.5)	127 (31.8)	98 (24.5)	3.62 สำคัญมาก	2
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง	15 (3.8)	36 (9.0)	125 (31.3)	114 (28.5)	110 (27.5)	3.67 สำคัญมาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.60 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวม สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.60 เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.59 ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และขายต่อมือสองไม่ได้ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	11 (2.8)	51 (12.8)	143 (35.8)	122 (30.5)	73 (18.3)	3.49 สำคัญปาน กลาง	4
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	10 (2.5)	45 (11.3)	139 (34.8)	132 (33.0)	74 (18.5)	3.54 สำคัญมาก	2
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง	13 (3.3)	51 (12.8)	129 (32.3)	131 (32.8)	76 (19.0)	3.52 สำคัญมาก	3
การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอ รับรถจักรยานยนต์	16 (4.0)	55 (13.8)	125 (31.3)	129 (32.3)	75 (18.8)	3.48 สำคัญปาน กลาง	5
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการ ซ่อม	20 (5.0)	46 (11.5)	125 (31.3)	113 (28.3)	96 (24.0)	3.55 สำคัญมาก	1
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	21 (5.3)	48 (12.0)	138 (34.5)	120 (30.0)	73 (18.3)	3.44 สำคัญปาน กลาง	7
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	17 (4.3)	48 (12.0)	141 (35.3)	127 (31.8)	67 (16.8)	3.45 สำคัญปาน กลาง	6
พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม	21 (5.3)	49 (12.3)	117 (29.3)	121 (30.3)	92 (23.0)	3.54 สำคัญมาก	2
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	17 (4.3)	49 (12.3)	129 (32.3)	113 (28.3)	92 (23.0)	3.54 สำคัญมาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.54 จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญในระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.49 การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้าหรือรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.48 ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาดไม่เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.45 และไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก	13 (3.3)	39 (9.8)	135 (33.8)	114 (28.5)	99 (24.8)	3.62 สำคัญมาก	3
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	5 (1.3)	50 (12.5)	154 (38.5)	106 (26.5)	85 (21.3)	3.54 สำคัญมาก	6
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	17 (4.3)	39 (9.8)	125 (31.3)	108 (27.0)	111 (27.8)	3.64 สำคัญมาก	2
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน	10 (2.5)	44 (11.0)	124 (31.0)	140 (35.0)	82 (20.5)	3.60 สำคัญมาก	5
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้	17 (4.3)	45 (11.3)	128 (32.0)	134 (33.5)	76 (19.0)	3.52 สำคัญมาก	7
ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์	17 (4.3)	39 (9.8)	120 (30.0)	131 (32.8)	93 (23.3)	3.61 สำคัญมาก	4
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	18 (4.5)	40 (10.0)	119 (29.8)	130 (32.5)	93 (23.3)	3.60 สำคัญมาก	5
พนักงานศูนย์พู่จาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม	21 (5.3)	51 (12.8)	103 (25.8)	119 (29.8)	106 (26.5)	3.60 สำคัญมาก	5
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์	23 (5.8)	41 (10.3)	102 (25.5)	108 (27.0)	126 (31.5)	3.68 สำคัญมาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.60 สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ไม่มีการจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน ,การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา ,พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.60 การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย มีค่าเฉลี่ย 3.54 และไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	สำคัญมาก	1
ด้านราคา	3.60	สำคัญมาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.50	สำคัญมาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	สำคัญมาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	สำคัญมาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกด้าน ลำดับแรกได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ,ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.60 และปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย	3.56 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ขนาดซีซี(และประเภทของรถจักรยานยนต์มีให้เลือกน้อย	3.48 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราหือ	3.59 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี	3.60 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย	3.54 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.71 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี	3.69 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน	3.73 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.71 และ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.79 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	3.53 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.63 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	3.50 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	3.61 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง	3.63 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค แพง	3.69 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคา ค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.63 และอัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญ

มาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ ชื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.65 และอัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.51 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	3.53 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง	3.46 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอรับรถจักรยานยนต์	3.49 สำคัญปานกลาง	3.47 สำคัญปานกลาง	3.48 สำคัญปานกลาง
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม	3.54 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.42 สำคัญปานกลาง	3.46 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปานกลาง
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	3.41 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง	3.45 สำคัญปานกลาง
พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม	3.63 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.59 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 สำคัญมาก	3.50 สำคัญปานกลาง	3.50 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรก ได้แก่ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาคือ ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.55 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอ เช่น หมวกกันน็อก	3.62 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	3.57 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	3.64 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน	3.66 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้	3.51 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์	3.58 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.63 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์พู่จาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม	3.54 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์	3.66 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.66 และพนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงาน of ระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงาน of ระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 และพนักงานศูนย์ลูกค้าไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อรถจักรยานยนต์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.61 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.60 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.51 สำคัญมาก	3.50 สำคัญปาน กลาง	3.50 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 เมื่อพิจารณาปัญหาของส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัญหาโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัญหาโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย	3.63 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ขนาดซีซี(และประเภทของรถจักรยานยนต์)มีให้ เลือกน้อย	3.63 สำคัญมาก	3.42 สำคัญ ปานกลาง	3.49 สำคัญ ปานกลาง	3.50 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.49 สำคัญ ปานกลาง
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อ	3.66 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.48 สำคัญ ปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี	3.73 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย	3.54 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.48 สำคัญ ปานกลาง	3.47 สำคัญ ปานกลาง	3.77 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.82 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.83 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบ เบรกไม่ดี	3.79 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	4.12 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน	3.77 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49
= สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัคน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.79 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ ไม่ประหยัคน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.72 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัคน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.79 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ไม่ประหยัคน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.77 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.77 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	3.68 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.59 สำคัญมาก	3.38 สำคัญปานกลาง	3.60 สำคัญมาก
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.52 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.40 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	3.39 สำคัญปานกลาง	3.61 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.34 สำคัญปานกลาง	3.77 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	3.82 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.31 สำคัญปานกลาง	3.77 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง	3.71 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.30 สำคัญปานกลาง	3.81 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง	3.63 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ระดับความสำคัญรวม	3.63 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปีให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.71 และซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.76 และซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ และราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และอัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีเท่ากัน ค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.40 และขายต่อมือสองไม่ได้ราคา ค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาคือ ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.78 และเงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.54 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.34 สำคัญ ปานกลาง	3.42 สำคัญ ปานกลาง	3.49 สำคัญ ปานกลาง
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	3.41 สำคัญ ปานกลาง	3.66 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.46 สำคัญ ปานกลาง	3.31 สำคัญ ปานกลาง	3.54 สำคัญมาก
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง	3.50 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.34 สำคัญ ปานกลาง	3.27 สำคัญ ปานกลาง	3.52 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอ รับรถจักรยานยนต์	3.55 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.43 สำคัญ ปานกลาง	3.31 สำคัญ ปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.48 สำคัญ ปานกลาง
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการ ซ่อม	3.77 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.48 สำคัญ ปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.42 สำคัญ ปานกลาง	3.55 สำคัญมาก
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.45 สำคัญ ปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.40 สำคัญ ปานกลาง	3.09 สำคัญ ปานกลาง	3.81 สำคัญมาก	3.44 สำคัญ ปานกลาง
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	3.48 สำคัญ ปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.34 สำคัญ ปานกลาง	3.30 สำคัญ ปานกลาง	3.77 สำคัญมาก	3.45 สำคัญ ปานกลาง
พนักงานติดต๋อย และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม	3.63 สำคัญมาก	3.49 สำคัญ ปานกลาง	3.50 สำคัญมาก	3.49 สำคัญ ปานกลาง	3.85 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.70 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.49 สำคัญ ปานกลาง	3.33 สำคัญ ปานกลาง	3.69 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.47 สำคัญ ปานกลาง	3.35 สำคัญ ปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 เมื่อพิจารณาปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 และพนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.62 และมีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.53 และศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาคือ ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อมไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอ เช่น หมวกกันน็อก	3.64 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	3.61 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.43 สำคัญปานกลาง	3.73 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	3.55 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน	3.61 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปานกลาง	4.08 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้	3.43 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.40 สำคัญปานกลาง	3.96 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์	3.61 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.75 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม	3.73 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.81 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์	3.75 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.80 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 เมื่อพิจารณาปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และพนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 และไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.60 และไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อค มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และไม่มีการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					รวม
	15-23 ปี	24-32 ปี	33-41 ปี	42-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.69 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.63 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.35 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.68 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 สำคัญมาก 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 0.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 เมื่อพิจารณาปัญหา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปีให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-23 ปีให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24-32 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.64 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-41 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.61 และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42-50 ปี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.71 และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ ทันสมัย	3.26 สำคัญปาน กลาง	3.69 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.11 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญ มาก
ขนาดซีซี(และประเภทของ รถจักรยานยนต์)ให้เลือกน้อย	3.11 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.49 สำคัญ ปานกลาง
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตรา ยี่ห้อ	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.00 สำคัญปาน กลาง	3.57 สำคัญ มาก
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ ดี	3.15 สำคัญปาน กลาง	3.74 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	2.89 สำคัญปาน กลาง	3.66 สำคัญ มาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ ทันสมัย	3.22 สำคัญปาน กลาง	3.64 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.74 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.58 สำคัญ มาก
ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.41 สำคัญปาน กลาง	3.79 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.93 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.22 สำคัญปาน กลาง	3.77 สำคัญ มาก
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี	3.30 สำคัญปาน กลาง	3.77 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.85 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.74 สำคัญ มาก
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่ แข็งแรง ไม่ทนทาน	3.74 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.81 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.76 สำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.69 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.24 สำคัญปาน กลาง	3.65 สำคัญ มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 สำคัญมาก 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย
0.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.74 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.77 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.70 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.85 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว

การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.67 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ ขนาด (ซีซี)และประเภทของรถจักรยานยนต์มีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัญหาด้านราคา	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	3.33 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปานกลาง	3.60 สำคัญมาก
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน	3.33 สำคัญปานกลาง	3.64 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	3.22 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.65 สำคัญมาก	3.50 สำคัญปานกลาง	3.78 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	3.41 สำคัญปานกลาง	3.69 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.59 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง	3.52 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.89 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง	3.30 สำคัญปานกลาง	3.90 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 สำคัญปานกลาง	3.67 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 62 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับ

ประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ชื่อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการ ในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ เงินคาวนสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.69 และอัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.66 และชื่อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ ชื่อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.59 และ ชื่อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.78 และขายต่อมือสองไม่ได้ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัญหา ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มี ที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.22 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.52 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.78 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	3.15 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่ พอเพียง	3.26 สำคัญปานกลาง	3.41 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.52 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มี ห้องพักรับรองลูกค้ารอรับ รถจักรยานยนต์	3.11 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.46 สำคัญปาน กลาง	3.78 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาด ความชำนาญในการซ่อม	3.04 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.55 สำคัญมาก
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.44 สำคัญปานกลาง	3.28 สำคัญปาน กลาง	3.52 สำคัญมาก	3.46 สำคัญปาน กลาง	3.38 สำคัญปาน กลาง	3.89 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่ สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	3.22 สำคัญปานกลาง	3.38 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปาน กลาง	3.78 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปาน กลาง
พนักงานติดต่อยาก และพูดจา ไม่สุภาพอ่อนน้อม	3.07 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.67 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อย กว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.37 สำคัญปานกลาง	3.74 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.22 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 สำคัญปานกลาง	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.58 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.53 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 63 เมื่อพิจารณาปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆมีค่าเฉลี่ย 3.37 และ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ การให้บริการที่ล่าช้า ,ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอรับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.62 และช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมาคือ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.60 และศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาคือ ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.57 และพนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีบริการซ่อม
นอกสถานที่ที่มีห้องพักรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอด
รถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และการให้บริการที่ล่าช้า ,ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารองรับ
รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัญหา ด้านการส่งเสริม การตลาด	การศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่ น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก	3.52 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญมาก
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	3.59 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปาน กลาง	3.11 สำคัญปาน กลาง	3.54 สำคัญมาก
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักรการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	3.22 สำคัญปานกลาง	3.72 สำคัญมาก	3.73 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ ทดลองขี่ก่อน	3.48 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	4.33 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อ รถใหม่ได้	3.33 สำคัญปานกลาง	3.72 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปาน กลาง	3.89 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
ไม่มีการรับประกันอะไหล่ รถจักรยานยนต์	3.26 สำคัญปานกลาง	3.72 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.22 สำคัญปาน กลาง	3.61 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.33 สำคัญปานกลาง	3.62 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.22 สำคัญปาน กลาง	3.60 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาด ความอ่อนน้อม	3.33 สำคัญปานกลาง	3.56 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.11 สำคัญปาน กลาง	3.60 สำคัญมาก
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่ มีประสบการณ์	3.41 สำคัญปานกลาง	3.90 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.68 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 สำคัญปานกลาง	3.70 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 64 เมื่อพิจารณาปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.54 และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย มีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 และไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และการให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ พนักงานศูนย์พู่จาไม่สุภาพ ขาด

ความอ่อนนุ่ม มีค่าเฉลี่ย 3.71 และไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.6 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.89 และพนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อรถจักรยานยนต์	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.33 สำคัญปาน กลาง	3.69 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.24 สำคัญปาน กลาง	3.65 สำคัญ มาก
ด้านราคา	3.35 สำคัญปาน กลาง	3.67 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญ มาก
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.21 สำคัญปาน กลาง	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.58 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.53 สำคัญมาก	3.50 สำคัญ มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.39 สำคัญปาน กลาง	3.70 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.60 สำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 สำคัญปาน กลาง	3.63 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.59 สำคัญ มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 สำคัญมาก 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 0.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 65 เมื่อพิจารณาปัญหาโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.39 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมาคือ และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.70 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.59 และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.53 และให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย	3.87 สำคัญ มาก	3.65 สำคัญ มาก	3.57 สำคัญ มาก	3.61 สำคัญ มาก	3.79 สำคัญ มาก	3.62 สำคัญ มาก
ขนาดซีซี(และประเภทของรถจักรยานยนต์มีให้เลือกน้อย	3.81 สำคัญ มาก	3.38 สำคัญปาน กลาง	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.71 สำคัญ มาก	3.47 สำคัญ ปานกลาง	3.49 สำคัญ ปานกลาง
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อ	3.90 สำคัญ มาก	3.40 สำคัญปาน กลาง	3.55 สำคัญ มาก	3.94 สำคัญ มาก	3.37 สำคัญ ปานกลาง	3.57 สำคัญ มาก
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี	4.03 สำคัญ มาก	3.65 สำคัญ มาก	3.61 สำคัญ มาก	3.68 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก	3.66 สำคัญ มาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย	3.84 สำคัญ มาก	3.57 สำคัญ มาก	3.53 สำคัญ มาก	3.71 สำคัญ มาก	3.53 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก
ไม่ประหยัดน้ำมัน	4.10 สำคัญ มาก	3.87 สำคัญ มาก	3.69 สำคัญ มาก	3.74 สำคัญ มาก	3.84 สำคัญ มาก	3.77 สำคัญ มาก
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี	3.90 สำคัญ มาก	3.81 สำคัญ มาก	3.68 สำคัญ มาก	3.71 สำคัญ มาก	3.95 สำคัญ มาก	3.74 สำคัญ มาก
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน	4.06 สำคัญ มาก	3.79 สำคัญ มาก	3.71 สำคัญ มาก	3.84 สำคัญ มาก	3.74 สำคัญ มาก	3.76 สำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 สำคัญ มาก	3.64 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก	3.74 สำคัญ มาก	3.66 สำคัญ มาก	3.65 สำคัญ มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 66 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และสตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.81 และสตาร์ทอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.69 และสมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.84 และไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.84 และรูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านราคา	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	3.90 สำคัญ มาก	3.51 สำคัญ มาก	3.59 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยี่ห้ออื่นในรุ่นที่ ใกล้เคียงกัน	3.87 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก	3.56 สำคัญ มาก	3.61 สำคัญ มาก	3.37 ปานกลาง	3.58 สำคัญ มาก
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	3.58 สำคัญ มาก	3.58 สำคัญ มาก	3.48 สำคัญ ปาน กลาง	3.61 สำคัญ มาก	3.42 ปานกลาง	3.52 สำคัญ มาก
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	4.00 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก	3.53 สำคัญ มาก	3.35 สำคัญ ปานกลาง	3.95 สำคัญ มาก	3.59 สำคัญ มาก
อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง	3.81 สำคัญ มาก	3.68 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก	3.39 ปานกลาง	3.84 สำคัญ มาก	3.62 สำคัญ มาก
ราคาต่อะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง	3.87 สำคัญ มาก	3.65 สำคัญ มาก	3.63 สำคัญ มาก	3.65 สำคัญ มาก	3.95 สำคัญ มาก	3.67 สำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก	3.56 สำคัญ มาก	3.53 สำคัญ มาก	3.68 สำคัญ มาก	3.60 สำคัญ มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 67 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา

คือ ซื้องินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.65 และเงินค่าน้ำสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.90 และซื้องินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.61 และขายต่อมือสองไม่ได้ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เงินค่าน้ำสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.95 และอัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.61 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปานกลาง	3.53 สำคัญมาก	3.35 สำคัญปานกลาง	3.47 สำคัญปานกลาง	3.49 สำคัญปานกลาง
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	3.55 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.60 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.32 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง	3.68 สำคัญมาก	3.34 สำคัญปานกลาง	3.57 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.21 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า, ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอรับรถจักรยานยนต์	3.68 สำคัญมาก	3.31 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.16 สำคัญปานกลาง	3.48 สำคัญปานกลาง
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม	3.94 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.37 สำคัญปานกลาง	3.55 สำคัญมาก
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.61 สำคัญมาก	3.34 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.13 สำคัญปานกลาง	3.16 สำคัญปานกลาง	3.44 สำคัญปานกลาง
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	3.68 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.38 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.45 สำคัญปานกลาง
พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม	3.90 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปานกลาง	3.48 สำคัญปานกลาง	3.81 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.87 สำคัญมาก	3.35 สำคัญปานกลาง	3.51 สำคัญมาก	3.71 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปานกลาง	3.50 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 68 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.53 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาคือ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.72 และศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.71 และช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.68 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวกมีที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก	3.81 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับหนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	3.71 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.54 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	3.68 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน	3.65 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.68 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้	3.52 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.74 สำคัญมาก	3.79 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์	3.81 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.89 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.97 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปานกลาง	3.57 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	4.00 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม	3.71 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.59 สำคัญมาก	3.84 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์	3.84 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.69 สำคัญมาก	3.94 สำคัญมาก	3.95 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 69 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.81 และไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 3.57 และไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.84 และไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.95 และไม่มีการแจกหรือแถมของที่นำเสนอใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหา ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.94 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.84 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปานกลาง	3.50 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.82 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 70 เมื่อพิจารณาปัญหาโดยรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.84 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.58 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.68 และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รูปลักษณ์ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย	4.00 สำคัญมาก	3.40 สำคัญปาน กลาง	3.63 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
ขนาดซีซี(และประเภทของ รถจักรยานยนต์)มีให้เลือกน้อย	3.89 สำคัญมาก	3.23 สำคัญปาน กลาง	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.75 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง
ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อ	4.09 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปาน กลาง	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.78 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.57 สำคัญมาก
สตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี	4.09 สำคัญมาก	3.39 สำคัญปาน กลาง	3.58 สำคัญมาก	4.02 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก
เครื่องยนต์ใช้เทคโนโลยีไม่ทันสมัย	3.89 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.85 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ไม่ประหยัดน้ำมัน	3.83 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	4.08 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก
สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี	3.69 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	4.05 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก
อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ ทนทาน	4.11 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.69 สำคัญมาก	4.03 สำคัญมาก	3.74 สำคัญมาก	3.76 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.57 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49
= สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 71 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในชื่อเสียง และตราชื่อห่อ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และสตาร์ทติดยาก อัตราการเร่งไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.66 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.05 และอุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ไม่ประหยัดน้ำมัน มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ อุปกรณ์คุณภาพไม่ดี ไม่แข็งแรง ไม่ทนทาน มีค่าเฉลี่ย 3.74 และ สมรรถนะการขับขี่ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบเบรกไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ซื้อเงินสดไม่มีส่วนลดให้	3.80 สำคัญมาก	3.46 สำคัญปาน กลาง	3.63 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ ใกล้เคียงกัน	3.60 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.65 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก
ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา	3.63 สำคัญมาก	3.40 สำคัญปาน กลาง	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.63 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น	4.00 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.66 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก	3.34 สำคัญปาน กลาง	3.59 สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง	3.91 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.75 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญมาก
ราคาค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็ค แพง	3.89 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.63 สำคัญมาก	3.98 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.63 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 72 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ เงินค่างวดสูง ระยะเวลาการผ่อน

ชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ราคา ค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคา ค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และเงินคาวนึ่งสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ในการผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ เงินคาวนึ่งสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ย 3.66 และราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ราคา ค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ ราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์อื่นในรุ่นที่ใกล้เคียงกัน เงินคาวนึ่งสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 3.70 และเงินคาวนึ่งสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ชื่อเงินสดไม่มีส่วนลดให้ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ ขายต่อมือสองไม่ได้ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.58 และราคา ค่าอะไหล่ ค่าบริการในการตรวจเช็คแพง มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ศูนย์บริการติดต่อไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.60 สำคัญมาก	3.31 สำคัญปาน กลาง	3.41 สำคัญปาน กลาง	3.85 สำคัญมาก	3.53 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปาน กลาง
ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล	3.54 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปาน กลาง	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.80 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง	3.63 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.73 สำคัญมาก	3.41 สำคัญปาน กลาง	3.52 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ,ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารอ รับรถจักรยานยนต์	3.69 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปาน กลาง	3.31 สำคัญปาน กลาง	3.72 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง
ช่างไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการ ซ่อม	3.89 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปาน กลาง	3.32 สำคัญปาน กลาง	3.90 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก
ไม่มีบริการซ่อมนอกสถานที่	3.49 สำคัญปาน กลาง	3.42 สำคัญปาน กลาง	3.34 สำคัญปาน กลาง	3.62 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.44 สำคัญปาน กลาง
ศูนย์จำหน่าย ศูนย์ซ่อม ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ	3.66 สำคัญมาก	3.46 สำคัญปาน กลาง	3.25 สำคัญปาน กลาง	3.60 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปาน กลาง	3.45 สำคัญปาน กลาง
พนักงานติดต่อยาก และพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม	3.83 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปาน กลาง	3.32 สำคัญปาน กลาง	3.83 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ	3.86 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.35 สำคัญปาน กลาง	3.75 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปาน กลาง	3.36 สำคัญปาน กลาง	3.76 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 73 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และพนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.44 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ มีเวลาที่เปิด-ปิดทำการน้อยกว่าศูนย์จำหน่ายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.52 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ มีจำนวนศูนย์บริการซ่อมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ ช่วงมีประสบการณ์และมีฝีมือ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ศูนย์บริการซ่อม อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมอยู่ไกล มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ จำนวนศูนย์บริการซ่อมไม่พอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.47 และ ศูนย์บริการติดต่อกันไม่สะดวก มีที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ พนักงานติดต่อยาก และพุดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ช่วงไม่มีประสบการณ์ ขาดความชำนาญในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.54 และการให้บริการที่ล่าช้า ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้ารองรับรถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก	3.97 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปานกลาง	3.82 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย	4.00 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก	3.36 สำคัญปานกลาง	3.68 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.54 สำคัญมาก
พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงาน of ระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน	3.86 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.48 สำคัญปานกลาง	3.92 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก
ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน	3.91 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.63 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ไม่มีบริการให้นำรถเก่าไปแลกซื้อรถใหม่ได้	3.83 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.40 สำคัญปานกลาง	3.52 สำคัญมาก	3.56 สำคัญมาก	3.52 สำคัญมาก
ไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์	4.00 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก	3.42 สำคัญปานกลาง	3.82 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก	3.61 สำคัญมาก
การให้บริการที่ล่าช้า ไม่ตรงเวลา	4.03 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.43 สำคัญปานกลาง	3.72 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม	3.89 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.55 สำคัญมาก	3.77 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์	3.94 สำคัญมาก	3.64 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.87 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.68 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.75 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 74 เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการที่ล้ำหน้า ไม่ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ น้อย เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือ ไม่มีรถจักรยานยนต์ตัวอย่างให้ทดลองขี่ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.61 และไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ พนักงานศูนย์พุดจาไม่สุภาพ ขาดความอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ลำดับแรกได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ไม่มีการแจกหรือแถมของที่น่าสนใจ เช่น หมวกกันน็อก มีค่าเฉลี่ย 3.82 และไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ได้แก่ ช่างบริการซ่อมขาดความชำนาญ ไม่มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่รู้เรื่องตัวสินค้า เช่น ไม่

รู้จักการทำงานของระบบต่าง ๆ และอุปกรณ์มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.68 และไม่มีการรับประกันอะไหล่รถจักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	14,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด						
ด้านผลิตภัณฑ์	3.95 สำคัญมาก	3.47 สำคัญปานกลาง	3.57 สำคัญมาก	3.91 สำคัญมาก	3.67 สำคัญมาก	3.65 สำคัญมาก
ด้านราคา	3.80 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.63 สำคัญมาก	3.72 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69 สำคัญมาก	3.44 สำคัญปานกลาง	3.36 สำคัญปานกลาง	3.76 สำคัญมาก	3.51 สำคัญมาก	3.50 สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.94 สำคัญมาก	3.55 สำคัญมาก	3.45 สำคัญปานกลาง	3.75 สำคัญมาก	3.62 สำคัญมาก	3.60 สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 สำคัญมาก	3.49 สำคัญปานกลาง	3.50 สำคัญมาก	3.78 สำคัญมาก	3.58 สำคัญมาก	3.59 สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 = สำคัญมาก 2.50 – 3.49 = สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 = สำคัญน้อย 0.0 – 1.49 = สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 75 เมื่อพิจารณาปัญหา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากทุกปัจจัยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 8,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.55 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 - 11,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านรองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.57 และให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001 - 14,000 บาท ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.62 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ