

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง จากผู้ที่มาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	147	73.50
หญิง	53	26.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	44	22.00
21-30 ปี	99	49.50
31-40 ปี	32	16.00
40 ปีขึ้นไป	25	12.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา ได้แก่ อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	12.00
นักเรียน/นักศึกษา	75	37.50
พนักงานเอกชน	34	17.00
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	31	15.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	36	18.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา ได้แก่ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.00 อาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 15.50 และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	52	26.00
5,001-10,000 บาท	77	38.50
10,001-15,000 บาท	30	15.00
15,001 บาทขึ้นไป	41	20.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา ได้แก่ รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.50 และรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้

ยี่ห้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ฮอนด้า (Honda)	130	65.00
ยามาฮา (Yamaha)	44	22.00
ซูซูกิ (Suzuki)	8	4.00
คาวาซากิ (Kawasaki)	12	6.00
อื่นๆ	6	3.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไทเกอร์ (Tiger), เวสป้า (Vespa) และฮาร์เลย์ เดวิดสัน (Harley Davidson)

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า (Honda) คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อยามาฮา (Yamaha) คิดเป็นร้อยละ 22.00 ยี่ห้อคาวาซากิ (Kawasaki) คิดเป็น 6.00 ยี่ห้อซูซูกิ (Suzuki) คิดเป็นร้อยละ 4.00 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ขนาดของรถจักรยานยนต์ที่ใช้

ขนาดรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดจิ๋ว (ไม่เกิน 50 ซีซี)	9	4.50
ขนาดเล็ก (50 ซีซี – ไม่เกิน 100 ซีซี)	34	17.00
ขนาดกลาง (100 ซีซี - 250 ซีซี)	153	76.50
ขนาดใหญ่ (มากกว่า 250 ซีซี)	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ขนาดกลาง (100 ซีซี - 250 ซีซี) คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมา ได้แก่ ขนาดเล็ก (50 ซีซี – ไม่เกิน 100 ซีซี) คิดเป็นร้อยละ 17.00 ขนาดจิว (ไม่เกิน 50 ซีซี) คิดเป็นร้อยละ 4.50 และขนาดใหญ่ (มากกว่า 250 ซีซี) คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการใช้งานของรถจักรยานยนต์ที่ใช้

ระยะเวลาการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	24	12.00
1-2 ปี	42	21.00
3-4 ปี	49	24.50
5-6 ปี	26	13.00
7-8 ปี	23	11.50
9-10 ปี	14	7.00
10 ปีขึ้นไป	22	11.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้รถจักรยานยนต์เป็นระยะเวลา 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระยะเวลา 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.00 ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 ระยะเวลา 7-8 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.50 ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.00 ขึ้นไป และระยะเวลา 9-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปใช้เอง	180	90.00
นำไปจำหน่ายต่อ	20	10.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ: นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมา และเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ความถี่ในการมาร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ใน 1 เดือน

ความถี่ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งหรือน้อยกว่า	94	47.00
2 ครั้ง	38	19.00
3 ครั้ง	19	9.50
4 ครั้ง	13	6.50
5 ครั้งขึ้นไป	36	18.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ 1 ครั้งหรือน้อยกว่าต่อเดือนในการมาร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา ได้แก่ ความถี่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ความถี่ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ความถี่ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และความถี่ 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	59	29.50
501-1,000 บาท	86	43.00
1,001-1,500 บาท	34	17.00
1,501 บาทขึ้นไป	21	10.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 501-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.50 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์

ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	97	48.50
พ่อ-แม่/พี่-น้อง	30	15.00
ช่างซ่อมรถจักรยานยนต์	54	27.00
อื่นๆ	19	9.50
รวม	200	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สามเณร/ภรรยา และตนเอง

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา ได้แก่ ช่างซ่อมรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 27.00 พ่อ-แม่/พี่-น้อง คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ
ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	74 (37.0)	93 (46.5)	32 (16.0)	0 (0.0)	1 (0.5)	4.20 (มาก)	2
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	54 (27.0)	104 (52.0)	40 (20.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	4.05 (มาก)	4
มีอะไหล่เทียมจำหน่าย	39 (19.5)	84 (42.0)	61 (30.5)	13 (6.5)	3 (1.5)	3.72 (มาก)	8
มีเครื่องประดับตกแต่ง รถจักรยานยนต์จำหน่าย	65 (32.5)	82 (41.0)	41 (20.5)	8 (4.0)	4 (2.0)	3.98 (มาก)	5
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	76 (38.0)	94 (47.0)	28 (14.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	1
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	77 (38.5)	91 (45.5)	30 (15.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	1
มีสินค้าครบทุกชนิด	61 (30.5)	97 (48.5)	38 (19.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	3
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	35 (17.5)	76 (38.0)	71 (35.5)	16 (8.0)	2 (1.0)	3.63 (มาก)	9
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	52 (26.0)	74 (37.0)	65 (32.5)	8 (4.0)	1 (0.5)	3.84 (มาก)	7
มีบริการส่งสินค้า	25 (12.5)	56 (28.0)	86 (43.0)	27 (13.5)	6 (3.0)	3.34 (ปานกลาง)	10
การให้บริการของพนักงาน	56 (28.0)	88 (44.0)	49 (24.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	3.96 (มาก)	6

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

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ผลลัพธ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี และมีสินค้าหลากหลายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีสินค้าครบทุกชนิด (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	79 (39.5)	84 (42.0)	34 (17.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	62 (31.0)	102 (51.0)	33 (16.5)	3 (1.5)	0 (27.0)	4.12 (มาก)	4
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	56 (28.0)	86 (43.0)	48 (24.0)	9 (4.5)	1 (0.5)	3.94 (มาก)	7
มีเครื่องประดับตกแต่ง รถจักรยานยนต์จำหน่าย	77 (38.5)	81 (40.5)	37 (18.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	4.15 (มาก)	2
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	69 (34.5)	103 (51.5)	27 (13.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
มีสินค้าหลากหลายี่ห้อ	67 (33.5)	95 (47.5)	35 (17.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	3
มีสินค้าครบทุกชนิด	49 (24.5)	99 (49.5)	50 (25.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	6
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	29 (14.5)	66 (33.0)	87 (43.5)	16 (8.0)	2 (1.0)	3.52 (มาก)	9
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	34 (17.0)	87 (43.5)	69 (34.5)	8 (4.0)	2 (1.0)	3.72 (มาก)	8
มีบริการส่งสินค้า	21 (10.5)	51 (25.5)	95 (47.5)	29 (14.5)	4 (2.0)	3.28 (ปานกลาง)	10
การให้บริการของพนักงาน	60 (30.0)	86 (43.0)	50 (25.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	4.01 (มาก)	5

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

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดีและชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสมเหตุสมผล	74 (37.0)	78 (39.0)	45 (22.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	1
มีการให้เครดิตทางการค้า	29 (14.5)	68 (34.0)	71 (35.5)	24 (12.0)	8 (4.0)	3.43 (ปานกลาง)	6
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	59 (29.5)	75 (37.5)	62 (31.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	3
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	60 (30.0)	89 (44.5)	46 (23.0)	5 (2.5)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	2
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	55 (27.5)	77 (38.5)	53 (26.5)	15 (7.5)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	5
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	56 (28.0)	86 (43.0)	49 (24.5)	6 (3.0)	3 (1.5)	3.93 (มาก)	4
มีการลดเศษเงิน	24 (12.0)	66 (33.0)	80 (40.0)	26 (13.0)	4 (2.0)	3.40 (ปานกลาง)	7

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

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.12) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.02) และราคาถูกกว่าที่อื่นกรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสมเหตุสมผล	73 (36.5)	87 (43.5)	38 (19.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	1
มีการให้เครดิตทางการค้า	24 (12.0)	71 (35.5)	67 (33.5)	31 (15.5)	7 (3.5)	3.37 (ปานกลาง)	7
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	67 (33.5)	77 (38.5)	54 (27.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)	3
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	62 (31.0)	99 (49.5)	36 (18.0)	3 (1.5)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	2
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	50 (25.0)	86 (43.0)	56 (28.0)	8 (4.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	5
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	54 (27.0)	84 (42.0)	51 (25.5)	9 (4.5)	2 (1.0)	3.90 (มาก)	4
มีการลดเศษเงิน	23 (11.5)	87 (43.5)	78 (39.0)	10 (5.0)	2 (1.0)	3.60 (มาก)	6

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

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง ปัจจัยย่อยเรื่องมีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคา สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.16) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.12) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	59 (29.5)	73 (36.5)	57 (28.5)	10 (5.0)	1 (0.5)	3.90 (มาก)	2
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	57 (28.5)	80 (40.0)	56 (28.0)	7 (3.5)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	1
มีสถานที่จอดรถสะดวก	42 (21.0)	57 (28.5)	56 (28.0)	33 (16.5)	12 (6.0)	3.42 (ปานกลาง)	4
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	22 (11.0)	62 (31.0)	92 (46.0)	18 (9.0)	6 (3.0)	3.38 (ปานกลาง)	5
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	34 (17.0)	79 (39.5)	76 (38.0)	9 (4.5)	2 (1.0)	3.67 (มาก)	3

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

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวกและมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	65 (32.5)	73 (36.5)	45 (22.5)	16 (8.0)	1 (0.5)	3.93 (มาก)	1
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	43 (21.5)	95 (47.5)	50 (25.0)	12 (6.0)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	2
มีสถานที่จอดรถสะดวก	17 (8.5)	53 (26.5)	73 (36.5)	41 (20.5)	16 (8.0)	3.07 (ปานกลาง)	5
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	15 (7.5)	52 (26.0)	107 (53.5)	22 (11.0)	4 (2.0)	3.26 (ปานกลาง)	4
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	19 (9.5)	64 (32.0)	100 (50.0)	15 (7.5)	2 (1.0)	3.42 (มาก)	3

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

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวกและมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรกได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.93) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	14 (7.0)	47 (23.5)	85 (42.5)	35 (17.5)	19 (9.5)	3.01 (ปานกลาง)	7
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี หรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	15 (7.5)	60 (30.0)	76 (38.0)	36 (18.0)	13 (6.5)	3.14 (ปานกลาง)	6
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้าน ซ่อมรถจักรยานยนต์	26 (13.0)	81 (40.5)	77 (38.5)	13 (6.5)	3 (1.5)	3.57 (มาก)	4
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและ ให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	67 (33.5)	75 (37.5)	52 (26.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	2
พนักงานมีความสุภาพและ ให้บริการดี	68 (34.0)	81 (40.5)	45 (22.5)	4 (2.0)	2 (1.0)	4.05 (มาก)	1
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อ สอบถามทางโทรศัพท์	42 (21.0)	65 (32.5)	79 (39.5)	10 (5.0)	4 (2.0)	3.66 (มาก)	3
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	31 (15.5)	59 (29.5)	82 (41.0)	21 (10.5)	7 (3.5)	3.43 (ปานกลาง)	5

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

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือ โอกาสพิเศษอื่นๆ และมีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี(ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	18 (9.0)	42 (21.0)	69 (34.5)	57 (28.5)	14 (7.0)	2.97 (ปานกลาง)	7
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี หรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	11 (5.5)	54 (27.0)	92 (46.0)	30 (15.0)	13 (6.5)	3.10 (ปานกลาง)	6
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้าน ซ่อมรถจักรยานยนต์	45 (22.5)	80 (40.0)	66 (33.0)	7 (3.5)	2 (1.0)	3.80 (มาก)	3
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและ ให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	61 (30.5)	87 (43.5)	48 (24.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	2
พนักงานมีความสุขภาพและ ให้บริการดี	69 (34.5)	90 (45.0)	39 (19.5)	1 (0.5)	1 (0.5)	4.13 (มาก)	1
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อ สอบถามทางโทรศัพท์	35 (17.5)	81 (40.5)	73 (36.5)	7 (3.5)	4 (2.0)	3.68 (มาก)	4
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	20 (10.0)	57 (28.5)	71 (35.5)	46 (23.0)	6 (3.0)	3.20 (ปานกลาง)	5

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

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.75 (มาก)	3.62 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.19 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงาน	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)

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

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีสินค้าครบทุกชนิด (ค่าเฉลี่ย 4.13) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)
มีอะไหล่เทียมจำหน่าย	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.49 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงาน	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)

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

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า และมีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และมีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.75 (มาก)	3.62 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.19 (มาก)	4.30 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงาน	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)

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

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า และมีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.18 (มาก)	4.14 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.25 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.08 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงาน	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)

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

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อและมีสินค้าครบทุกชนิด (ค่าเฉลี่ย 4.20) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปาน

กลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีสินค้าหลากหลายี่ห่อ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก นำเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก นำเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีสินค้าหลากหลายี่ห่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก นำเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีสินค้าหลากหลายี่ห่อ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)	4.16 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)	3.97 (มาก)	3.72 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงาน	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)

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

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และมีอะไหล่แท้จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า และมีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่

สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีอะไหล่แท้จำหน่าย และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และมีเครื่องประดับตกแต่ง รถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.31) สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีเครื่องประดับตกแต่ง รถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ และการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีอะไหล่แท้จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.18 (มาก)	4.14 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)	4.16 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่ง รถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.25 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.08 (มาก)	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)
ไม่ต้องรอกคอยในการซื้อ สินค้า	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืน สินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)	3.97 (มาก)	3.72 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)
การให้บริการของพนักงาน	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)

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

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อ
ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่
ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อ

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า และมีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านผลิตภัณฑ์	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การให้บริการของพนักงาน	4.01 (มาก)	3.80 (มาก)

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

นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี และมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ มีอะไหล่แท้จำหน่าย และมีสินค้าครบทุกชนิด (ค่าเฉลี่ย 4.20) และบริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านผลิตภัณฑ์	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
มีอะไหล่เทียมจำหน่าย	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.51 (มาก)	3.90 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
การให้บริการของพนักงาน	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.25) สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีสินค้าหลากหลาย ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และอะไหล่แท้จำหน่าย มีสินค้าครบทุกชนิด และการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านผลิตภัณฑ์	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
มีอะไหล่แท้จำหน่าย	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
มีอะไหล่เทียบจำหน่าย	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)
มีเครื่องประดับตกแต่งรถจักรยานยนต์จำหน่าย	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
มีสินค้าครบทุกชนิด	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
ไม่ต้องรอคอยในการซื้อสินค้า	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.51 (มาก)	3.90 (มาก)
บริการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)
มีบริการส่งสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
การให้บริการของพนักงาน	4.01 (มาก)	3.80 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์
นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก
ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่
มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อย
ด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ราคาสมเหตุสมผล	4.08 (มาก)	4.21 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.08) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.21) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ราคาสมเหตุสมผล	4.12 (มาก)	4.26 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการลดพิเศษเงิน	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)

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

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล และสินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก และมีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.26) ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน และสินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
ราคาสมเหตุสมผล	4.08 (มาก)	4.21 (มาก)	4.12 (มาก)	4.26 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)

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

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการบริการส่งสินค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
ราคาสมเหตุสมผล	4.02 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	3.84 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	3.72 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	4.16 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการลดพิเศษเงิน	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดพิเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดพิเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.20) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ราคาสมเหตุสมผล และสินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
ราคาสมเหตุสมผล	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	4.28 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	4.16 (มาก)	3.76 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)

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

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.09) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.16) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้า

เหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.19) ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.20) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านราคา
จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)
ราคาสมเหตุสมผล	4.02 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.53 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้า เหมือนกัน	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	4.28 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับ ราคา	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	3.72 (มาก)	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อใน ปริมาณมาก	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	4.16 (มาก)	3.76 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อม รถจักรยานยนต์	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	4.16 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.32 (ปาน กลาง)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)

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

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ค่าความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ค่าความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ค่าความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อด้านราคา จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านราคา	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ราคาสมเหตุสมผล	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.87 (มาก)	4.10 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.96 (มาก)	4.30 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.17) สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สินค้ามีหลากหลายระดับราคา ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และเรื่อง มีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และราคาสมเหตุสมผล และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อด้านราคา จำแนกตามเหตุผลในการซื้อ
อะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านราคา	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ราคาสมเหตุสมผล	4.21 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.90 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	4.12 (มาก)	3.90 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.11 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)
มีการลดพิเศษเงิน	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้คามพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.21) ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และสินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สินค้ามีหลากหลายระดับราคา ที่ให้คามพึงพอใจในระดับมากที่สุด และเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้คามพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้ามีหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และราคาสมเหตุสมผล และราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านราคา
จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านราคา	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
ราคาสมเหตุสมผล	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.90 (ปานกลาง)
ราคาถูกกว่าที่อื่น กรณีสินค้าเหมือนกัน	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	3.90 (มาก)
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ลดราคาสินค้า กรณีซื้อในปริมาณมาก	3.87 (มาก)	4.10 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)
มีราคาพิเศษสำหรับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.96 (มาก)	4.30 (มาก)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)
มีการลดเศษเงิน	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)

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

นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า และมีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สินค้ามีหลากหลายระดับราคา ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และเรื่อง มีการลดเศษเงิน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการให้เครดิตทางการค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง
สินค้ามีหลากหลายระดับราคา ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และเรื่อง มีการให้เครดิตทาง
การค้า ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.33 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)

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

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.14 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.50 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สังเกตเห็นร้านได้ง่าย และอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้าน
การจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.33 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สังเกตเห็นร้านได้ง่าย และอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.55 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.66 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.98 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)

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

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.88) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัย

แรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	4.16 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.48 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.57 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.16) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สังเกตเห็นร้านได้ง่าย และอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และสังเกตเห็นร้านได้ง่าย ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.84) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก

และสังเกตเห็นร้านได้ง่าย ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.84) สะเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้าน
การจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.55 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)	3.14 (ปาน กลาง)	3.04 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	2.84 (ปาน กลาง)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.66 (มาก)	3.37 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	3.19 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็น ระเบียบ	3.98 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)

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

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม และมีสถานที่จอดรถสะดวก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง สังเกตเห็นร้าน ได้ง่าย และอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และสังเกตเห็นร้าน ได้ง่าย ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการจัดจำหน่าย	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.99 (มาก)	4.20 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.48 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20) อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการจัดจำหน่าย	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.87 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.06 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.39 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และสังเกตเห็นร้านได้ง่าย ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สังเกตเห็นร้านได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการจัดจำหน่าย	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	3.99 (มาก)	4.20 (มาก)	3.87 (มาก)	4.30 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.48 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสถานที่จอดรถสะดวก และมีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการตกแต่งร้านให้สวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และสังเกตเห็นร้านได้ง่าย ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.14 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี	3.99 (มาก)	4.19 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม และพนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญ

และให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และการรับส่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทาง
โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.03 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.16 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำ

ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์
(ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)	ชาย (n=147)	หญิง (n=53)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.14 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี	3.99 (มาก)	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.16 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.36 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.80 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.89 (มาก)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม และพนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปีขึ้นไป (n=25)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.05 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.27 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.98 (มาก)	3.68 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)

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

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำ

ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)	ไม่เกิน 20 ปี (n=44)	21-30 ปี (n=99)	31-40 ปี (n=32)	41 ปี ขึ้นไป (n=25)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.16 (ปานกลาง)	2.92 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.05 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	2.80 (ปาน กลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้น ปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.36 (ปานกลาง)	3.04 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)	3.27 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือ ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.80 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.98 (มาก)	3.68 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญ และให้คำแนะนำได้อย่าง เหมาะสม	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพและ ให้บริการดี	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อ สอบถามทางโทรศัพท์	3.89 (มาก)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือ ชุมชน	3.64 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.12 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	3.27 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	2.84 (ปาน กลาง)

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

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม พนักงานมีความสุภาพและ

ให้บริการดี และการรับส่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และมีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม
เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.04 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.13 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.06 (มาก)	3.90 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.47 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.90) และพนักงานมีความ
สุภาพและให้บริการดี และการรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.02 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.12 (ปานกลาง)	3.90 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.05 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี	4.18 (มาก)	3.80 (มาก)
การรับส่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.72 (มาก)	4.10 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.23 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ ที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้

คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี หรือโอกาสพิเศษอื่นๆ และการชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์			
	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)	ใช้เอง (n=180)	จำหน่ายต่อ (n=20)
มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร	3.04 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ	3.13 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.90 (ปานกลาง)
การชักชวนจากคนรู้จักหรือร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.06 (มาก)	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)	4.18 (มาก)	3.80 (มาก)
การรับสั่งสินค้าหรือติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	4.10 (มาก)
มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน	3.47 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด
นำไปใช้เอง ได้แก่ เปลี่ยนกับของเดิมที่ชำรุด ตกแต่งรถให้สวยงาม และตกแต่งรถให้แรงขึ้น

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์นำไปใช้เอง ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือนิตยสาร การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ มีการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ที่ให้ความพึงพอใจใน

ระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญและให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ที่ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และเรื่อง การให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปีหรือโอกาสพิเศษอื่นๆ ที่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านแม่ข้าพานิชเชียงใหม่

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้ตอบ/ไม่ตอบ แบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	33	16.50
ผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	167	83.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 56 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 16.50 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 83.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการจัดจำหน่าย		
ควรจัดสรรที่จอดรถให้สะดวกยิ่งขึ้น	16	8.00
ควรจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ	3	1.50
ควรสร้างจุดสังเกตให้สังเกตเห็นร้านได้ง่าย	1	0.50
ควรใช้ระบบ IT มาช่วยในการขาย	1	0.50
ควรมีการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต	1	0.50
ควรมีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้า	1	0.50
ด้านผลิตภัณฑ์		
ควรลดระยะเวลารอคอยในการซื้อสินค้า	7	3.50
ควรทำกิจกรรม 5ส	1	0.50
ควรมีการจัดลำดับคิวลูกค้า	1	0.50
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
ควรมีตัวอย่างสินค้าให้ชม	1	0.50
รวม	33	16.50

จากตารางที่ 57 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้ร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ปรับปรุง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ควรจัดสรรที่จอดรถให้สะดวกยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 8.00 ควรจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ควรสร้างจุดสังเกตให้สังเกตเห็นร้านได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ควรมีตัวอย่างสินค้าให้ชม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ควรใช้ระบบ IT มาช่วยในการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ควรมีการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.50 และควรมีห้องพักรับรองสำหรับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 0.50 และด้านผลิตภัณฑ์ คือ ควรลดระยะเวลารอคอยในการซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.50 ควรทำกิจกรรม 5ส คิดเป็นร้อยละ 0.50 และควรมีการจัดลำดับคิวลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 0.50