

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การ วิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้ำที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อ 5) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้ำที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามพฤติกรรม 6) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 8) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้ำที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 386 คน ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD, ไคสแควร์ ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และ Cramer's V สำหรับวัดขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมของลูกค้ำที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ

ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับการศึกษามัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้ไม่เกิน 7,000 บาท สถานภาพโสดมีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง/บิดามา ลูกค้ำส่วนใหญ่มีปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ โดยพิจารณาจากรูปลักษณ์ที่ทันสมัย รองลงมาพิจารณาจากความสะดวกในการขับขี่ สำหรับรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นยี่ห้อยามาฮ่า รองลงมาเป็นยี่ห้อ ฮอนด้า สาเหตุที่เลือกยี่ห้อเนื่องจากเชื่อมั่นในคุณภาพ รุ่นรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ซื้อมากที่สุด คือยามาฮ่ารุ่น ฟิโน่ รองลงมาเป็นรุ่น ยามาฮ่ารุ่น นูโว และ ชูชุกิรุ่นเสตีป สาเหตุที่เลือกรุ่น เพราะสวย รองลงมา เป็นหาอะไหล่ง่าย และเพราะประหยัดน้ำมัน สำหรับการเลือกสถานที่ซื้อพบว่าซื้อจากตัวแทนจำหน่าย รองลงมาซื้อจากร้านค้าทั่วไป สาเหตุการเลือกสถานที่ซื้อเนื่องจากใกล้บ้านรองลงมา

เพราะมีสินค้าให้เลือก ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดเป็นครอบครัว รองลงมาคือเลือกเอง ราคาที่ซื้อคือ 30,000-40,000บาท มีการชำระค่าสินค้าโดยผ่อนเป็นงวด ลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อเป็นพาหนะเดินทาง รองลงมา เพื่อใช้ในครอบครัว ประเภทรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ใช้เป็นรถใหม่ป้ายแดง รองลงมา เป็นรถมือสองอายุไม่เกิน 3 ปี มีกิจกรรมการใช้รถเพื่อไปซื้อของเล็ก ๆ น้อย ๆ รองลงมา ใช้เพื่อไปทำงาน ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ที่ใช้เป็น 111-125 ซีซี รองลงมาเป็นขนาด101-110 ซีซี องค์ประกอบส่วนเพิ่มที่ใช้คือกล่องเก็บของใต้เบาะ และรองลงมาเป็นระบบความปลอดภัย เหตุผลที่ใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติเพราะเป็นที่นิยม และรองลงมาใช้เพราะเหตุผลเรื่องราคา

## 2. ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ เกียร์อัตโนมัติ

ผลการวิจัยพบว่าระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้า ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ และด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

## 3. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า

3.1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พนักงานให้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านส่งเสริมทางการตลาดมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

3.2 ลูกค้าที่มีอายุที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการและด้านพนักงานให้บริการ และด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

3.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันทุกด้าน

3.4 ลูกค้าที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกัน

3.5 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติแตกต่างกันทุกด้าน

3.6 สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ

3.7 ที่พักอาศัยปัจจุบันที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

4. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า

4.1 ปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

4.2 การซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติยี่ห้อที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติไม่แตกต่างกัน ในด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านพนักงานให้บริการ แต่มีความแตกต่างกันด้าน ผลลัพธ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ

4.3 เหตุผลการซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติยี่ห้อที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ที่แตกต่างกัน

4.4 การซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติรุ่นซื้อที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน แต่ มีความแตกต่างกันใน ด้านผลลัพธ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ

4.5 เหตุผลการเลือกรุ่นรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน

4.6 การเลือก สถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ ต่างกันมี

4.7 เหตุผลการเลือกสถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันในด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านพนักงานบริการมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน

4.8 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน

4.9 ราคาจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ที่ซื้อที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลลัพธ์ที่ไม่แตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันใน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมและด้านพนักงานให้บริการ

4.10 วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

5. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ผลการวิจัยพบว่า

5.1 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติโดยมีเหตุผลการใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน

5.2 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติโดยมีวัตถุประสงค์การใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน

5.3 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายด้าน สถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการและด้านพนักงานที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน ส่วนในด้านส่งเสริมการตลาดมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วน

5.4 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามกิจกรรมการใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกันส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานให้บริการ มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน

5.5 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติกับพฤติกรรมจำแนกตามขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านพนักงานบริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อ

5.6 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติกับพฤติกรรมจำแนกตามองค์ประกอบส่วนเพิ่มด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านพนักงานให้บริการ ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ที่ไม่แตกต่างกัน

6. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

6.1 เพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับปานกลาง ส่วนพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ โดยเลือกขนาดเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์และประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้ที่มีความสัมพันธ์กับเพศในระดับต่ำ

6.2 อายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับปานกลางเมื่อศึกษารายข้อพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ในเรื่องวัตถุประสงค์การใช้และขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ที่อยู่ในระดับต่ำ

6.3 การศึกษาของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับปานกลาง เมื่อศึกษารายข้อพบว่าระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถในเรื่องวัตถุประสงค์การใช้ ประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้ และขนาดเครื่องจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในระดับต่ำ

6.4 อาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับปานกลาง เมื่อศึกษารายข้อพบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถในเรื่อง ประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่นมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

6.5 รายได้ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์ในระดับปานกลาง

6.6 สถานภาพของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับสูง เมื่อศึกษารายข้อพบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ในเรื่อง ประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้ และขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในระดับต่ำ

6.7 ที่พักอาศัยในปัจจุบันของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในระดับต่ำทุกข้อ

7. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

7.1 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ

7.2 ที่พักอาศัยในปัจจุบันมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา หรือระดับอาชีวศึกษามีรายได้ต่ำกว่า 7,000บาท อาชีพรับจ้างทั่วไปสถานภาพสมรสโสด ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติโดยพิจารณาจากรูปลักษณะที่ทันสมัยหรือรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ชื่อเป็น ยี่ห้อยามาฮา เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพรุ่นรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ชื่อมากที่สุด คือ ยามาฮ่ารุ่นพีโน สาเหตุที่เลือกรุ่นดังกล่าวเพราะสวย อาจเนื่องจากระบบเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในการผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติยี่ห้อยามาฮ่ารุ่นพีโนเป็นผู้ที่มีรูปลักษณะที่แตกต่างจากรถจักรยานยนต์ทั่ว ๆ ไปนอกจากนี้ยังมีการจำหน่าย อุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์มากขึ้น มีสื่อชนิดต่าง ๆ ออกมาจากอินเทอร์เน็ตที่มีเว็บไซต์การตกแต่งรถจักรยานยนต์ หรือการที่มีการจำหน่ายหนังสือแต่งรถ และจากการจัดกิจกรรมส่งการจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายก็มีส่วนการกระตุ้นให้ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์สนใจรวมทั้งการที่มีช่องทางจำหน่ายมากขึ้นกว่าเดิมทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติมากขึ้น สำหรับสถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติพบว่าซื้อจากตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากใกล้บ้าน และมีสินค้าให้เลือกมากถึงร้อยละ 60.9 และโดยครอบครัวเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด ราคาที่ซื้อคือราคา 30,000-40,000 บาท มีการชำระโดยผ่อนเป็นงวด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริวรรณ ภทรานนท์อุทัย. (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ใช้ในเขต อำเภอเมืองนครราชสีมาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อได้แก่ รูปร่างลักษณะ ส่วนประกอบเครื่องยนต์ การรับประกันการใช้งาน ความสวยงาม ระบบความปลอดภัย ราคา และความสะดวกที่เข้ารับบริการ รองลงมา

ลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติเพื่อเป็นพาหนะในครอบครัวและใช้การเดินทางประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้เป็นรถใหม่ป้ายแดง อาจเนื่องจากราคารถใหม่ป้ายแดงที่มีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดไม่สูงมากนักสามารถผ่อนชำระเป็นงวดได้ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพดังนั้นการใช้รถใหม่ป้ายแดงจึงไม่ต้องกังวลในเรื่องคุณภาพมากนัก ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ส่วนมากไม่เกิน 125 ซีซี มีการใช้อุปกรณ์เพิ่มเป็นกล่องเก็บของใต้เบาะเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง และยังให้ความสำคัญกับการใช้ระบบความปลอดภัยในรถจักรยานยนต์มากขึ้นอีก เพราะปัจจุบันพบว่ารถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ มีอัตราการหายสูงกว่าทุก ๆ รุ่นเนื่องจากการที่เป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นที่นำมาใช้ตกแต่งเพื่อความสวยงามและเพื่อการแข่งขัน

2. ระดับการตัดสินใจ ซึ่งอรรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า มีระดับการตัดสินใจโดยพิจารณาจาก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านพนักงานให้บริการอยู่ในระดับมาก และพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยพิจารณาจากสถานที่จอดรถพอเพียงอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่และความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการมารับบริการ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าส่วนมากเดินทางโดยใช้ยานพาหนะเป็นรถยนต์และจักรยานยนต์จึงต้องการความมั่นใจในการที่จะเข้ารับบริการโดยมีสถานที่จอดรถอย่างพอเพียงและปลอดภัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิราภรณ์ เพ็ชรทอง. (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮาในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายราคาและการส่งเสริมทางการตลาดและมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮาในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลผลการวิจัยพบว่า

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านพนักงานให้บริการ ยกเว้นลูกค้าที่มีสถานที่พักปัจจุบันแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติไม่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

4. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อพบว่า

ลูกค้าที่มีปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันมีกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจะมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ มีการหาข้อมูลเพื่อมาใช้ประกอบการพิจารณาและตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองหรือกลุ่มอ้างอิงของตนเองให้มากที่สุดซึ่งพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาที่รูปลักษณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยสะดวกในการขับขี่ และให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย มีการมุ่งเน้นการเลือกสถานที่ซื้อใกล้บ้าน นำเชื้อถือเดินทางไปมาสะดวก ผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวซึ่งสอดคล้องกับ

ลัคนา ครองนวกุล (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยต่าง ๆ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้านราคา สถานที่จำหน่าย ราคาเงินค่างวน รวมถึงผลิตภัณฑ์รูปลักษณ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี

5. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้ำที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้ ผลการวิจัยพบว่า

5.1 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่มีเหตุผลการใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์รายกลุ่มพบว่าการประหยัดน้ำมันจะมีระดับการตัดสินใจซื้อสูงกว่ารูปร่างสวย ทั้งนี้ อาจเนื่องจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ลูกค้ำมีการพิจารณาจากการประหยัดน้ำมันมากกว่าการพิจารณาจากความสวยงาม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พัฒนพงษ์ ทักกล้า.(2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยผลการศึกษาพบว่าถ้าราคาน้ำมันเพิ่มขึ้นยอดขายก็จะเพิ่มขึ้นตามเนื่องจากผู้ใช้รถยนต์อาจหันมาใช้รถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากปัญหาราคาน้ำมัน

5.2 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติโดยมีวัตถุประสงค์การใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกัน เนื่องจากการซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เองสามารถดูแลรักษาได้ง่าย ส่วนการซื้อไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไปให้เช่าอาจเกิดภาวะเสี่ยงต่อการสูญหายและการดูแลรักษาซ่อมบำรุง อาจไม่ดีเหมือนดูแลเอง ดังนั้นการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติไปให้เช่าจึงมีระดับการตัดสินใจแตกต่างจากการซื้อไปใช้เองและซื้อไปใช้ในครอบครัว

5.3 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติจำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายด้าน สถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการและด้านพนักงานที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่แตกต่างกันส่วนในด้านส่งเสริมการตลาดมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วน

5.4 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ จำแนกตามกิจกรรมการใช้รถที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ใน ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกันส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานให้บริการ มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกัน



5.5 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติกับพฤติกรรมจำแนกตามขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ที่ใช้ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านพนักงานบริการที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน

5.6 ระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติกับพฤติกรรมจำแนกตามองค์ประกอบส่วนเพิ่มที่ใช้ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านพนักงานให้บริการ ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติที่ไม่แตกต่างกันส่วน ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านสถานที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การระดับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติกับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติต่างกันมีระดับการตัดสินใจที่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจาก พฤติกรรมการใช้รถของลูกค้านั้นแตกต่างกันทั้งวัตถุประสงค์การใช้ กิจกรรมที่ใช้ ขนาดเครื่องรถจักรยานยนต์ที่จะนำมาใช้ในกิจกรรมที่ต่างกัน จึงทำให้การเลือกประเภทรถจักรยานยนต์ที่ใช้แตกต่างกันไปด้วย

6. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติอยู่ในระดับปานกลางเป็นส่วนมาก มีเพียงสถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้รถของลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนมากยังต้องใช้รถจักรยานยนต์ในกิจกรรมการของในครอบครัวและเป็นพาหนะเดินทางอยู่ เพราะสภาพสังคมปัจจุบันการเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ นิยมใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางมากกว่าการเดินทางด้วยพาหนะอื่น และพบว่า รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะประจำบ้านที่มีอย่างน้อยหลังคาเรือนละ 1 คัน เพราะสามารถใช้ในกิจกรรมที่ต่างกัน ได้ ใช้ได้ทั้งเพศหญิงและชาย ราคาไม่สูงมากนักสามารถหาซื้อได้ง่าย โดยลูกค้าจะไม่คำนึงถึงว่าสถานที่พักในปัจจุบันเพราะวัตถุประสงค์การใช้รถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติส่วนใหญ่ใช้ในกิจกรรมการซื้อของเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชัยยง เกศวายุทธ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กันเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์โดยเลือกซื้อที่นอกจากราคาแล้วคือ ผู้ซื้อเป็นส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ

21-30 ปี ใช้รถจักรยานยนต์ในการทำงานมากที่สุด และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมไม่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร

7. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาผลการวิจัยพบว่า

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและที่พักอาศัยในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์เกี่ยวกับทัศนคติระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่ง สูดวง เรืองรุจิระ (2548 : 87-92) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และแบ่งเป็น 5 ลำดับขั้น โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่มีการซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังการซื้อ กล่าวคือ

1) พฤติกรรมก่อนการซื้อ 2) แสวงหาทางเลือก 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) การประเมินหลังซื้อ และสอดคล้องกับตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Model เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยเริ่มจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) แล้วจึงจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) และการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) (อำนาจ วีระวนิช, 2546 : 196 )

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงจุดเด่นและจุดด้อยของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้สามารถได้ผลิตภัณฑ์ ที่ทันสมัยตรงความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านราคา ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรมีการผลิตสินค้าและกำหนดราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อได้เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายสินค้าได้

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายควรมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายมากขึ้นเพื่อสามารถที่จะเพิ่มจำนวนการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น

1.4 ด้านส่งเสริมทางการตลาด ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

1.5 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ควรมีการจัดสถานที่และสภาพแวดล้อมทันสมัย สวยงามปลอดภัยและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับสูง จึงควรเน้นและเพิ่มประสิทธิภาพ งานบริการให้ดีขึ้นมีบริการที่ครบวงจร เพื่อความสะดวกของลูกค้าเมื่อมารับบริการได้รับความสะดวกสบายได้รับการบริการที่ครบถ้วน

1.7 ด้านพนักงานให้บริการ ควรมีความรู้ ความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ควรศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่ยังไม่ได้ซื้อและคิดว่ากำลังจะซื้อรถจักรยานยนต์ทั้งเกียร์ธรรมดา และเกียร์เกียร์อัตโนมัติในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเป็นแนวทางในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

2.2 ควรศึกษา ผลกระทบของสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับทั้งผู้ขาย/ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในทุกกลุ่ม ทุกยี่ห้อเพื่อสามารถ วางแผนการตลาดได้ถูกต้องเหมาะสม