

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้ใช้ หรือมีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง

สำหรับการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างใช้สถิติทดสอบแบบ t test และแบบ F test ซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์ใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson) สามารถเสนอผลการวิจัย เป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
- ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อธิบายผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	249	62.3
	หญิง	151	37.7
	รวม	400	100.0
อายุ	อายุ 18 - 25 ปี	126	31.5
	อายุ 26 - 35 ปี	130	32.5
	อายุ 36 - 45 ปี	59	14.7
	อายุ 46 - 55 ปี	61	15.3
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	24	6.0
	รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	40	10.0
	มัธยมศึกษาตอนต้น	45	11.3
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	63	15.7
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	79	19.8
	ปริญญาตรี	167	41.8
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	6	1.4
รวม	400	100.0	
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	78	19.5
	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	116	29.0
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	132	33.0
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	58	14.5
	อื่น ๆ แม่บ้าน/ ว่างาน	16	4.0
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	39	9.7
5,001 - 10,000 บาท	147	36.7
10,001 - 20,000 บาท	115	28.8
20,001 - 30,000 บาท	42	10.5
30,001 - 40,000 บาท	34	8.5
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

จากการศึกษาด้านลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 400 ตัวอย่างสามารถสรุปรายด้าน ได้ดังนี้
 จำแนกตามด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีเพศชาย จำนวน 249 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.3 และเพศหญิง จำนวน 151 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.7

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 26 – 35 ปี มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.5 รองลงมาได้แก่ อายุ 18 – 25 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5, อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.3, อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.7 และ น้อยที่สุด อายุ มากกว่า 55 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.0

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.8 รองลงมาได้แก่ ระดับอนุปริญญาตรี/ ปวส. จำนวน 79 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.8, ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.7, มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 45 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.3, ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.0 และ น้อยที่สุด สูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.4

จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้างมากที่สุดจำนวน 132 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.0 รองลงมาได้แก่ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 116 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.0, นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 78 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.5, ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 น้อยที่สุด แม่บ้าน/ วางงาน มีจำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.0

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.7 รองลงมาได้แก่ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 115

คน คิดเป็น ร้อยละ 28.8, รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุด มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์

แสดงผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง มีผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์		จำนวน	ร้อยละ
การมีรถจักรยานยนต์	ไม่มี	210	52.5
	มี	190	47.5
	รวม	400	100.0
จำนวนรถจักรยานยนต์	จำนวน 1 คัน	183	96.3
	จำนวน 2 คัน	7	3.7
	รวม	190	100.0
ความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์	ไม่ต้องการซื้อ	-	-
	ต้องการซื้อ	41	19.5
	ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ	169	80.5
	รวม	210	100.0
บุคคลที่ใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ตนเอง	306	50.0
	บุตร/ หลาน	114	18.6
	คู่สมรส	24	3.9
	บิดา/ มารดา	50	8.2
	พี่น้อง	108	17.7
	อื่น ๆ เช่น ลุง ป้า น้า อา	10	1.6
	รวม		100.0

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรถจักรยานยนต์ จำนวน 210 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.5 และ ไม่มีรถจักรยานยนต์ จำนวน

190 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.5 โดยมีรถจักรยานยนต์จำนวน 1 คัน มีจำนวน 183 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.3 และมีจำนวน 2 คัน จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.7 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีรถจักรยานยนต์มีความคิดเห็นว่าจะไม่แน่ใจว่าจะซื้อ จำนวน 169 คน คิดเป็น ร้อยละ 80.5 และ ต้องการซื้อ จำนวน 41 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.5 โดยบุคคลที่ใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ในครอบครัว มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็น ร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ บุตร/หลาน คิดเป็น ร้อยละ 18.6, พี่น้อง คิดเป็น ร้อยละ 17.7, และ น้อยที่สุด อื่น ๆ ลูกพี่ น้ำ อา ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ

เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านส่งเสริมการตลาด แสดงผลการศึกษาเป็นความเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนประสมการตลาด (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	0.63	มาก	1
2. ด้านราคา	3.79	0.47	มาก	3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.86	0.62	มาก	2
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.73	0.47	มาก	4
รวม	3.84	0.52	มาก	

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยภาพรวม 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านราคา และ ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านผลิตภัณฑ์ (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ความมีเอกลักษณ์ และความเป็นรถต้นแบบรถจักรยานยนต์	3.89	0.74	มาก
มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลากหลายรุ่น แบบ สี	3.91	0.76	มาก
มีระบบความปลอดภัยครบครัน	3.86	0.75	มาก
สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี สามารถบรรทุกได้มากกำลังไม่ตก	3.96	0.60	มาก
ความทนทานในการใช้งานบนทางทุรกันดาร	3.90	0.75	มาก
ความทันสมัยของอุปกรณ์อะไหล่รถจักรยานยนต์	3.79	1.07	มาก
เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง	3.95	0.87	มาก
การบริการก่อนและหลังการขายดี	3.92	0.76	มาก
รูปลักษณ์ความสวยงามของรถจักรยานยนต์	3.96	0.77	มาก
ประสิทธิภาพในการขับขี่รถจักรยานยนต์	3.98	0.82	มาก
การรับประกันและดูแลรถจักรยานยนต์	3.94	0.70	มาก
รวม	3.92	0.78	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประสิทธิภาพในการขับขี่รถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาได้แก่ รูปลักษณ์ความสวยงามของรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.96$), สตาร์ทเรียบ มีอัตราเร่งดี สามารถบรรทุกได้มากกำลังไม่ตก ($\bar{X} = 3.96$), เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.95$), การรับประกันและดูแลรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.94$), การบริการก่อนและหลังการขายดี ($\bar{X} = 3.92$), มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลากหลายรุ่น แบบ สี ($\bar{X} = 3.91$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์อะไหล่รถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.79$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านราคา ($N = 400$)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ราคารถจักรยานยนต์ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.04	0.88	มาก
อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	4.02	0.67	มาก
อัตราการชำระเงินค่าน้ำต่ำ	3.94	0.67	มาก
เงื่อนไขการชำระเงินมีหลากหลายรูปแบบ	3.69	0.56	มาก
ระยะเวลาผ่อนชำระมีความเหมาะสม	3.66	0.73	มาก
ราคารถจักรยานยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ	3.42	0.76	มาก
รวม	3.79	0.71	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคารถจักรยานยนต์ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ($\bar{X} = 4.02$), อัตราการชำระเงินค่าน้ำต่ำ ($\bar{X} = 3.94$), เงื่อนไขการชำระเงินมีหลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 3.69$), ระยะเวลาผ่อนชำระมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.66$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ราคารถจักรยานยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ($\bar{X} = 3.42$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ทำเลที่ตั้งบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.00	0.60	มาก
บริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ	3.81	0.71	มาก
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการ	3.74	0.92	มาก
จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท	3.89	0.76	มาก
การต้อนรับของบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการ	3.98	0.50	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานในศูนย์บริการ	3.87	0.77	มาก
ความรวดเร็วในการส่งมอบรถ	3.82	0.77	มาก
โชว์รูมมีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น หลายสี	3.85	0.70	มาก
รวม	3.87	0.72	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งบริษัทตัวแทน/ศูนย์ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาได้แก่ การต้อนรับของบริษัทตัวแทน/ศูนย์ให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$), จำนวนศูนย์บริการตรวจสอบของบริษัท ($\bar{X} = 3.89$), ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานในศูนย์บริการ ($\bar{X} = 3.87$), โชว์รูมมีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลายรุ่น หลายสี ($\bar{X} = 3.85$), ความรวดเร็วในการส่งมอบรถ ($\bar{X} = 3.82$), บริษัทตัวแทน/ศูนย์ให้บริการมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.81$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัทตัวแทน/ศูนย์ให้บริการ ($\bar{X} = 3.74$)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผล
การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านส่งเสริมการตลาด ($N = 400$)	\bar{X}	SD	แปลค่า
การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร	3.81	0.71	มาก
การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ๆ	3.91	0.55	มาก
การแถมอุปกรณ์ตกแต่งดีครด และของแถมอื่น ๆ	3.87	0.76	มาก
การจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.62	0.59	มาก
การใช้ฟรีเซ็นเตอร์หรือบุคคลมีชื่อเสียงในการนำเสนอรถจักรยานยนต์	3.46	0.70	มาก
รวม	3.73	0.66	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาได้แก่ การแถมอุปกรณ์ตกแต่งดีครด และของแถมอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.87$), การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ($\bar{X} = 3.81$), การจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.62$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ การใช้ฟรีเซ็นเตอร์หรือบุคคลมีชื่อเสียงในการนำเสนอรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.46$)

ส่วนที่ 4 กระบวนการการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ การรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ แสดงผลการศึกษาเป็นค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ ($N = 400$)	\bar{X}	SD	แปลค่า	อันดับ
1. ด้านการรับรู้	3.83	0.56	มาก	5
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.85	0.52	มาก	4
3. ด้านการประเมินทางเลือก	3.96	0.39	มาก	3
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.98	0.37	มาก	2
5. ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	4.01	0.32	มาก	1
รวม	3.92	0.36	มาก	

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยภาพรวม 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ รองลงมาได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อ, ด้านการประเมินทางเลือก, ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการรับรู้ ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการรับรู้ปัญหา

ด้านการรับรู้ปัญหา (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
เพื่อความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต	3.96	0.68	มาก
เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานหรือภารกิจต่าง ๆ	3.94	0.70	มาก
เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวเอง	3.93	0.54	มาก
มีรายได้ประจำเพิ่มมากขึ้น	3.91	0.64	มาก
ต้องการซื้อไว้สำหรับอนาคต	3.58	0.62	มาก
ความสะดวกสบายเมื่อได้ใช้	3.64	0.77	มาก
รวม	3.83	0.66	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการรับรู้ปัญหา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจซื้อการรับรู้ปัญหาในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เพื่อความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาได้แก่ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานหรือภารกิจต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.94$), เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวเอง ($\bar{X} = 3.93$), มีรายได้ประจำเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.91$), ความสะดวกสบายเมื่อได้ใช้ ($\bar{X} = 3.64$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ต้องการซื้อไว้สำหรับอนาคต ($\bar{X} = 3.58$)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการค้นหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ประสบการณ์ของตัวเอง	4.02	0.73	มาก
สมาชิกในครอบครัว	3.98	0.61	มาก
เพื่อนฝูงหรือผู้ร่วมงานของท่าน	4.02	0.57	มาก
บริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการและพนักงานขาย	4.02	0.72	มาก
ข่าวสารจากทางบริษัท	3.63	0.53	มาก
สื่อโฆษณาต่าง ๆ	3.60	0.67	มาก
จากงานมหกรรมรถจักรยานยนต์ในแหล่งต่าง ๆ	3.67	0.52	มาก
รวม	3.85	0.62	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการค้นหาข้อมูลในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจด้านการค้นหาข้อมูล ในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประสบการณ์ของตนเอง ($\bar{X} = 4.02$), บริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการและพนักงานขาย ($\bar{X} = 4.02$) และ เพื่อนฝูงหรือผู้ร่วมงานของท่าน ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาได้แก่ สมาชิกในครอบครัว ($\bar{X} = 3.98$), จากงานมหกรรมรถจักรยานยนต์ในแหล่งต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.67$), ข่าวสารจากทางบริษัท ($\bar{X} = 3.63$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.60$)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการประเมินทางเลือก (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ราคาของรถจักรยานยนต์	4.18	0.57	มาก
ทำเลที่ตั้งและลักษณะบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการ	4.07	0.47	มาก
ชื่อเสียงของบริษัท	3.92	0.53	มาก
เงื่อนไขการขายที่น่าสนใจ	3.89	0.45	มาก
การได้รับสิทธิพิเศษเมื่อซื้อ	3.88	0.46	มาก
ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงิน	3.91	0.42	มาก
เอกลักษณ์/ รูปแบบรถจักรยานยนต์	3.86	0.57	มาก
ความเชื่อถือต่อตัวแทนบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการ	3.99	0.34	มาก
รวม	3.96	0.48	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการประเมินทางเลือก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือกในระดับมาก ทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาได้แก่ ทำเลที่ตั้งและลักษณะบริษัทตัวแทน/ศูนย์ให้บริการ ($\bar{X} = 4.07$), ความเชื่อถือต่อตัวแทนบริษัทตัวแทน/ ศูนย์ให้บริการ ($\bar{X} = 3.99$), ชื่อเสียงของบริษัท ($\bar{X} = 3.92$), ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงิน ($\bar{X} = 3.91$), เงื่อนไขการขายที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.89$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ เอกลักษณ์/รูปแบบรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.86$)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการตัดสินใจซื้อ

ด้านการตัดสินใจซื้อ (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
ตัดสินใจด้วยตนเอง	4.03	0.58	มาก
คนในครอบครัวตัดสินใจร่วมกัน	3.92	0.43	มาก
ตัดสินใจซื้อตามกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าเสนอ	3.85	0.58	มาก
ตามคำแนะนำของเพื่อน/ บุคคลที่นับถือ	3.99	0.52	มาก
ตามคำแนะนำของผู้ขาย	3.92	0.43	มาก
ตัดสินใจตามความสามารถในการชำระเงิน	4.22	0.60	มากที่สุด
ใช้เวลาในการตัดสินใจ 3 เดือนขึ้นไป	3.94	0.41	มาก
รวม	3.98	0.51	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการตัดสินใจซื้อ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือกในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ได้แก่ ตัดสินใจตามความสามารถในการชำระเงิน ($\bar{X} = 4.22$) มีกระบวนการตัดสินใจซื้อในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ตัดสินใจด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.03$), ตามคำแนะนำของเพื่อน/ บุคคลที่นับถือ ($\bar{X} = 3.99$), ใช้เวลาในการตัดสินใจ 3 เดือนขึ้นไป ($\bar{X} = 3.94$), คนในครอบครัวตัดสินใจร่วมกันและตามคำแนะนำของผู้ขาย ($\bar{X} = 3.92$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ตัดสินใจซื้อตามกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าเสนอ ($\bar{X} = 3.85$)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (N = 400)	\bar{X}	SD	แปลค่า
รถจักรยานยนต์มีรูปแบบ/เอกลักษณ์ตรงตามที่คาดหวัง	3.91	0.43	มาก
มีรูปแบบการบริการหลังการขายที่รวดเร็ว ตรงเวลา	3.89	0.56	มาก
การใช้งานรถจักรยานยนต์มีความเหมาะสมต่อความต้องการ	4.14	0.57	มาก
ความพึงพอใจเมื่อได้ใช้/ ทดลองขับขี่รถจักรยานยนต์	3.95	0.40	มาก
มีความต้องการอยากซื้อรถจักรยานยนต์	4.16	0.54	มาก
จะแนะนำและบอกต่อให้บุคคลอื่นซื้อรถจักรยานยนต์	4.03	0.41	มาก
รวม	4.01	0.49	มาก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีกระบวนการตัดสินใจด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความต้องการอยากซื้อรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 4.16$), การใช้งานรถจักรยานยนต์มีความเหมาะสมต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.13$), จะแนะนำและบอกต่อให้บุคคลอื่นซื้อรถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 4.03$), ความพึงพอใจเมื่อได้ใช้/ ทดลองขับขี่รถจักรยานยนต์ ($\bar{X} = 3.95$), รถจักรยานยนต์มีรูปแบบ/ เอกลักษณ์ตรงตามที่คาดหวัง ($\bar{X} = 3.91$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ มีรูปแบบการบริการหลังการขายที่รวดเร็ว ตรงเวลา ($\bar{X} = 3.89$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน) มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 14 ความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	เพศ				<i>t</i>	<i>p</i>
	ชาย (<i>N</i> = 249)		หญิง (<i>N</i> = 151)			
	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>		
การรับรู้ปัญหา	3.99	0.44	3.55	0.63	7.62*	.000
การค้นหาข้อมูล	4.00	0.44	3.58	0.52	8.41*	.000
การประเมินทางเลือก	4.07	0.31	3.79	0.44	6.79*	.000
การตัดสินใจซื้อ	4.08	0.32	3.81	0.39	6.97*	.000
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	4.07	0.28	3.92	0.38	4.21*	.000
รวม	4.04	0.28	3.73	0.40	8.44*	.000

**p* < .05

จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ เมื่อพิจารณาในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่าเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า โดยเพศชายจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สูงกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 15 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	อายุ	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
การรับรู้ปัญหา	อายุ 18 - 25 ปี	3.83	0.51	4.97*	.001
	อายุ 26 - 35 ปี	3.86	0.55		
	อายุ 36 - 45 ปี	4.00	0.36		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.71	0.72		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.46	0.61		
	รวม	3.83	0.56		
การค้นหาข้อมูล	อายุ 18 - 25 ปี	3.79	0.54	5.36*	.000
	อายุ 26 - 35 ปี	3.94	0.49		
	อายุ 36 - 45 ปี	3.97	0.31		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.80	0.57		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.49	0.56		
	รวม	3.85	0.51		
การประเมินทางเลือก	อายุ 18 - 25 ปี	3.94	0.33	3.93*	.004
	อายุ 26 - 35 ปี	4.00	0.38		
	อายุ 36 - 45 ปี	4.06	0.24		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.90	0.54		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.75	0.41		
	รวม	3.96	0.38		
การตัดสินใจซื้อ	อายุ 18 - 25 ปี	3.90	0.42	3.34*	.010
	อายุ 26 - 35 ปี	4.02	0.34		
	อายุ 36 - 45 ปี	4.08	0.23		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.98	0.37		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.86	0.46		
	รวม	3.98	0.37		

ตารางที่ 15 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	อายุ	\bar{X}	SD	F	p
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	อายุ 18 - 25 ปี	3.99	0.31	3.202*	.013
	อายุ 26 - 35 ปี	4.02	0.27		
	อายุ 36 - 45 ปี	4.12	0.29		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.95	0.38		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.88	0.48		
	รวม	4.01	0.32		
ภาพรวม	อายุ 18 - 25 ปี	3.89	0.36	5.467*	.000
	อายุ 26 - 35 ปี	3.97	0.34		
	อายุ 36 - 45 ปี	4.04	0.21		
	อายุ 46 - 55 ปี	3.87	0.45		
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.69	0.39		
	รวม	3.92	0.36		

* $p < .05$

จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ เมื่อพิจารณาในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อและภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการทดสอบที่พบว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทั้งในรายด้านและภาพรวม จึงนำปัจจัยด้านอายุมาทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่กับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในภาพรวม โดยวิธี LSD ดังในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมจำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	อายุ 18 - 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	อายุ 36 - 45 ปี	อายุ 46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป
\bar{X}	3.89	3.97	4.05	3.87	3.69
อายุ 18 - 25 ปี	3.89	-0.07	-0.15*	0.02	0.20*
อายุ 26 - 35 ปี	3.97		-0.08	0.10	0.28*
อายุ 36 - 45 ปี	4.05			0.17*	0.35*
อายุ 46 - 55 ปี	3.87				0.17*
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.69				

* $p < .05$

จากการทดสอบค่าความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ดังนี้

ผู้ซื้อที่มีอายุ 36 - 45 ปี จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอ
เมือง จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่า ผู้ซื้อที่มีอายุ 18 - 25 ปี , 46 - 55 ปี และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป

ผู้ซื้อที่มีอายุ 18 - 25 ปี , 26 - 35 ปี, 46 - 55 ปี จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์
ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 17 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	F	p
การรับรู้ปัญหา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.37	0.52	6.79*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.91	0.28		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.85	0.49		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	3.95	0.49		
	ปริญญาตรี	3.82	0.64		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.11	0.27		
	รวม	3.83	0.56		
การค้นหาข้อมูล	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.28	0.56	13.79*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.91	0.31		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.89	0.51		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.00	0.46		
	ปริญญาตรี	3.85	0.50		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.21	0.29		
	รวม	3.84	0.51		
การประเมินทางเลือก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.65	0.33	6.89*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น	4.03	0.28		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.97	0.37		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.02	0.31		
	ปริญญาตรี	3.97	0.43		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.20	0.28		
	รวม	3.96	0.38		

ตารางที่ 17 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	F	P
การตัดสินใจซื้อ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.52	0.45	18.09*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.98	0.34		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	4.02	0.33		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.11	0.27		
	ปริญญาตรี	4.00	0.33		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.16	0.29		
	รวม	3.98	0.37		
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.98	0.23	2.25*	.048
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.94	0.37		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.91	0.41		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.04	0.29		
	ปริญญาตรี	4.05	0.31		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.00	0.00		
	รวม	4.01	0.32		
ภาพรวม	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.55	0.37	11.39*	.000
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.96	0.23		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.93	0.35		
	อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.03	0.29		
	ปริญญาตรี	3.94	0.37		
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.14	0.20		
	รวม	3.92	0.36		

* $p < .05$

จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีกระบวนการ

ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ต่างกันทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการทดสอบที่พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทั้งในรายด้านและภาพรวม จึงนำปัจจัยด้านอายุมาทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่กับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในภาพรวม โดยวิธี LSD ดังในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุ ปริญญา ตรี/ ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ระดับ ปริญญา ตรี
	\bar{X}	3.55	3.96	3.93	4.03	3.94	4.14
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.55		-0.41*	-0.38*	-0.48*	-0.39*	-0.59*
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.96			0.03	-0.07	0.02	-0.18
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.93				-0.10	-0.01	-0.21
อนุปริญญาตรี/ ปวส.	4.03					0.09	-0.11
ปริญญาตรี	3.94						-0.20
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.14						

* $p < .05$

จากการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช., อนุปริญญา/ ปวส, ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากกว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 19 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	อาชีพ	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
การรับรู้ปัญหา	นักเรียน/ นักศึกษา	3.68	0.52	2.01	.092
	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.87	0.49		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	3.88	0.67		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.84	0.49		
	อื่นๆ แม่บ้าน/ ว่างาน	3.72	0.51		
	รวม	3.83	0.56		
การค้นหาข้อมูล	นักเรียน/ นักศึกษา	3.62	0.56	7.07*	.000
	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.88	0.44		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	3.92	0.53		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.99	0.51		
	อื่นๆ แม่บ้าน/ ว่างาน	3.58	0.43		
	รวม	3.85	0.52		
การประเมินทางเลือก	นักเรียน/ นักศึกษา	3.87	0.37	1.58	.178
	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.98	0.36		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	3.99	0.44		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.96	0.32		
	อื่นๆ แม่บ้าน/ ว่างาน	3.91	0.30		
	รวม	3.96	0.38		
การตัดสินใจซื้อ	นักเรียน/ นักศึกษา	3.78	0.45	7.83*	.000
	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.04	0.31		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	4.04	0.37		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.95	0.28		
	อื่นๆ แม่บ้าน/ ว่างาน	3.99	0.29		
	รวม	3.98	0.37		

ตารางที่ 19 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	อาชีพ	\bar{X}	SD	F	p
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	นักเรียน/ นักศึกษา	3.92	0.31	2.76*	.027
	รับราชการ/ พนักงาน	3.99	0.39		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	4.05	0.30		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	4.04	0.24		
	อื่น ๆ แม่บ้าน/ว่างงาน	4.13	0.21		
	รวม	4.01	0.32		
ภาพรวม	นักเรียน/ นักศึกษา	3.77	0.37	4.66*	.001
	รับราชการ/ พนักงาน	3.95	0.32		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	3.98	0.39		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.96	0.31		
	อื่น ๆ แม่บ้าน/ว่างงาน	3.86	0.26		
	รวม	3.92	0.36		

* $p < .05$

จากการศึกษาความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ต่างกันได้แก่ การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อและภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการทดสอบที่พบว่า อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทั้งในรายด้านและภาพรวม จึงนำปัจจัยด้านอาชีพ มาทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่กับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในภาพรวม โดยวิธี LSD ดังในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ แม่บ้าน/ ว่างงาน	
		\bar{X}	3.77	3.95	3.98	3.96
นักเรียน/ นักศึกษา	3.77		-0.18*	-0.21*	-0.19*	-0.09
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.95			-0.03	-0.01	0.09
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	3.98				0.02	0.12
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.96					0.10
อื่น ๆ แม่บ้าน/ ว่างงาน	3.86					

* $p < .05$

จากการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ดังนี้

ผู้ซื้อที่มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง, ประกอบ
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ มีการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มากกว่า ผู้ที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา

ตารางที่ 21 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	รายได้	\bar{X}	SD	F	p
การรับรู้ปัญหา	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	3.96	0.41	2.22	.051
	5,001 - 10,000 บาท	3.79	0.54		
	10,001 - 20,000 บาท	3.87	0.59		
	20,001 - 30,000 บาท	3.80	0.62		
	30,001 - 40,000 บาท	3.57	0.75		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.91	0.221		
	รวม	3.82	0.56		
การค้นหาข้อมูล	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	3.92	0.41	1.54	.175
	5,001 - 10,000 บาท	3.83	0.58		
	10,001 - 20,000 บาท	3.86	0.47		
	20,001 - 30,000 บาท	3.91	0.53		
	30,001 - 40,000 บาท	3.63	0.56		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.90	0.23		
	รวม	3.84	0.51		
การประเมินทางเลือก	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	4.10	0.34	4.57*	.000
	5,001 - 10,000 บาท	3.92	0.35		
	10,001 - 20,000 บาท	4.00	0.38		
	20,001 - 30,000 บาท	4.00	0.40		
	30,001 - 40,000 บาท	3.71	0.54		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.99	0.23		
	รวม	3.96	0.38		

ตารางที่ 21 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	รายได้	\bar{X}	SD	F	p
การตัดสินใจซื้อ	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	4.09	0.38	3.78*	.002
	5,001 - 10,000 บาท	3.92	0.38		
	10,001 - 20,000 บาท	4.05	0.34		
	20,001 - 30,000 บาท	4.00	0.34		
	30,001 - 40,000 บาท	3.82	0.38		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.94	0.37		
	รวม	3.98	0.37		
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	3.90	0.31	5.74*	.000
	5,001 - 10,000 บาท	4.05	0.27		
	10,001 - 20,000 บาท	4.09	0.25		
	20,001 - 30,000 บาท	3.93	0.35		
	30,001 - 40,000 บาท	3.83	0.52		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.92	0.41		
	รวม	4.01	0.32		
ภาพรวม	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	4.00	0.32	3.25*	.007
	5,001 - 10,000 บาท	3.90	0.35		
	10,001 - 20,000 บาท	3.98	0.35		
	20,001 - 30,000 บาท	3.93	0.38		
	30,001 - 40,000 บาท	3.72	0.47		
	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.93	0.20		
	รวม	3.92	0.36		

* $p < .05$

จากการศึกษาความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ ต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ต่างกัน ได้แก่ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อและภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการทดสอบที่พบว่า อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทั้งในราย
ด้านและภาพรวม จึงนำไปจัดอันดับอาชีพ มาทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่กับการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในภาพรวม โดยวิธี LSD ดังในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรปราการ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

รายได้	น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป
\bar{X}	4.00	3.90	3.98	3.93	3.72	3.93
น้อยกว่าหรือ 5,000 บาท	4.00	0.10	0.02	0.07	0.28*	0.07
5,001 - 10,000 บาท	3.90		0.08	0.03	0.18*	0.03
10,001 - 20,000 บาท	3.98			.05	0.26*	.05
20,001 - 30,000 บาท	3.93				0.21*	0.00
30,001 - 40,000 บาท	3.72					-0.21*
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	3.93					

* $p < .05$

จากการทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวม จำแนกตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ดังนี้

ผู้ซื้อที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือ 5,000 บาท, 5,001-10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท,
20,001-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์
มากกว่า ผู้ซื้อที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ
การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลกระทบต่อการใช้รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้และซื้อรถจักรยานยนต์ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 23 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรปราการ ระหว่างการมีรถจักรยานยนต์ในครอบครั

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	การมีรถจักรยานยนต์ในครอบครั				<i>t</i>	<i>p</i>
	ไม่มี (<i>N</i> = 210)		มี (<i>N</i> = 190)			
	\bar{X}	<i>SD</i>	\bar{X}	<i>SD</i>		
การรับรู้ปัญหา	3.77	0.67	3.96	0.47	-3.25*	.001
การค้นหาข้อมูล	3.87	0.50	4.02	0.45	-3.12*	.002
การประเมินทางเลือก	3.85	0.47	3.93	0.41	-1.89	.059
การตัดสินใจซื้อ	3.88	0.45	4.01	0.35	-3.21*	.001
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	3.95	0.37	4.03	0.33	-2.23*	.026
ภาพรวม	3.78	0.52	4.05	0.47	-2.66*	.008

**p* < .05

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีรถจักรยานยนต์ในครอบครัต่างกันจะมีกระบวนการ
ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า แตกต่างกันได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การ
ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ทดสอบในภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีรถจักรยานยนต์ในครอบครัต่างกันจะมี
กระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ต่างกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลการทดสอบ
สมมติฐานได้ว่า การมีรถจักรยานยนต์ในครอบครัมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
โดยผู้บริโภคที่มีรถจักรยานยนต์ในครอบครั จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า
สูงกว่า ผู้บริโภคที่ไม่มีรถจักรยานยนต์ในครอบครั อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 24 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ระหว่างจำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮา	จำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัว				<i>t</i>	<i>p</i>
	จำนวน 1 คัน (<i>N</i> =183)		จำนวน 2 คัน (<i>N</i> =7)			
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.		
การรับรู้ปัญหา	3.96	0.47	4.00	0.58	-0.19	.849
การค้นหาข้อมูล	4.02	0.45	4.00	0.58	0.07	.943
การประเมินทางเลือก	3.93	0.41	4.00	0.58	-0.32	.758
การตัดสินใจซื้อ	4.00	0.35	4.14	0.38	-0.98	.361
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	4.03	0.34	4.00	0.00	1.09	.276
ภาพรวม	3.96	0.38	4.00	0.58	-0.19	.849

จากการศึกษา เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนรถจักรยานยนต์ในครอบครัวต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮาทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อและภาพรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า การมีรถจักรยานยนต์ในครอบครัวจำนวนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮาแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 25 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ระหว่างความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ในครอบครัว

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	ความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์				<i>t</i>	<i>p</i>
	ต้องการซื้อ (<i>N</i> =41)		ไม่แน่ใจ (<i>N</i> =169)			
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.		
การรับรู้ปัญหา	3.98	0.47	3.72	0.70	2.77*	.007
การค้นหาข้อมูล	4.00	0.39	3.83	0.52	2.28*	.025
การประเมินทางเลือก	4.02	0.35	3.80	0.49	3.28*	.001
การตัดสินใจซื้อ	4.00	0.39	3.85	0.46	2.19*	.032
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	4.12	0.40	3.91	0.35	3.18*	.002
ภาพรวม	4.00	0.39	3.80	0.49	2.73*	.008

**p* < .05

จากการศึกษา เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า โดยผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า สูงกว่า ผู้บริโภคที่ไม่แน่ใจที่จะซื้อรถจักรยานยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ยามาฮ่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า (N = 400)	ด้านผลิตภัณฑ์	
	r	p
การรับรู้ปัญหา	.545*	.000
การค้นหาข้อมูล	.628*	.000
การประเมินทางเลือก	.558*	.000
การตัดสินใจซื้อ	.582*	.000
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	.197*	.000
รวม	.627*	.000

* $p < .05$

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า การให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ เมื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ยกเว้นด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ดังนั้นสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคากับการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า (N = 400)	ด้านราคา	
	R	p
การรับรู้ปัญหา	.466*	.000
การค้นหาข้อมูล	.537*	.000
การประเมินทางเลือก	.501*	.000
การตัดสินใจซื้อ	.541*	.000
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	.247*	.000
รวม	.564*	.000

* $p < .05$

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคากับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ เมื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ยกเว้นด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ดังนั้นสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า (N = 400)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
	r	p
การรับรู้ปัญหา	.446*	.000
การค้นหาข้อมูล	.502*	.000
การประเมินทางเลือก	.471*	.000
การตัดสินใจซื้อ	.518*	.000
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	.263*	.000
ภาพรวม	.538*	.000

* $p < .05$

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ เมื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ยกเว้นด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ดังนั้นสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

การตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า (N = 400)	ด้านส่งเสริมการตลาด	
	r	p
การรับรู้ปัญหา	.410*	.000
การค้นหาข้อมูล	.470*	.000
การประเมินทางเลือก	.399*	.000
การตัดสินใจซื้อ	.510*	.000
พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ	.226*	.000
ภาพรวม	.493*	.000

* $p < .05$

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบในรายด้านและภาพรวม พบว่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ เมื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าโดยรวม และรายด้านมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ยกเว้นด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ดังนั้นสามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง