

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2</b> แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	<b>4</b>
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
<b>บทที่ 3</b> ระเบียบวิธีการศึกษา	<b>8</b>
ขอบเขตการศึกษา	8
การกำหนดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	8
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
ระยะเวลาในการศึกษา	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้า ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	18
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้า ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	28
ส่วนที่ 4 ข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และประเภทของ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อลูกค้า ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย	99
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการศึกษา	105
อภิปรายผลการศึกษา	127

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อค้นพบ	131
ข้อเสนอแนะ	132
ข้อจำกัดในงานวิจัย	134
บรรณานุกรม	135
ภาคผนวก	137
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	138
ภาคผนวก ข ราคารถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	145
ภาคผนวก ค รุ่นรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	146
ประวัติผู้เขียน	151

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้รถยนต์จักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	15
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มิมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์จักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ	17
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	27
18 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	28
19 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามเพศ	30
20 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	31
21 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	33
22 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	35
23 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	36

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกายภาพ จำแนกตามเพศ	38
25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	39
26 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	41
27 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามอายุ	44
28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	46
29 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	48
30 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	51
31 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	53
32 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกายภาพ จำแนกตามอายุ	56
33 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	58
34 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
35	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
36	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
37	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
38	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
39	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
40	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
41	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
42	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของ รถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามเพศ	85
43	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามเพศ	86
44	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อ ที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ	87
45	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของรถจักรยานยนต์ ฮอนด้า จำแนกตามอายุ	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามอายุ	91
47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามอายุ	92
48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรุ่นของรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	94
49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	97
51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ	99
52 แสดงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ เรียงลำดับจากมากไปน้อย	100
53 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	108
54 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	109
55 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	110
56 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	112



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
57 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	113
58 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	115
59 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	117
60 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	120
61 แสดงข้อมูลรุ่นของรถจักรยานยนต์ฮอนด้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	122
62 แสดงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	123
63 แสดงประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก	125