

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	82
ส่วนที่ 5 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	140
สรุปผลการศึกษา	140
อภิปรายผล	162
ข้อค้นพบ	164
ข้อเสนอแนะ	166
บรรณานุกรม	168
ภาคผนวก	170
แบบสอบถาม	171
ประวัติผู้เขียน	178

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน	17
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน	17
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	18
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน	18
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	19
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	20
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อรถจักรยานยนต์	21
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่ได้รับข้อมูล	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลำดับของรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ	22
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	23
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	25
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	26
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	28
20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	30
21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34
24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	39
27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	41
28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	43
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	47
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	49
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	51
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	54
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
35	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	60
36	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	62
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	64
38	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	66
39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	68
40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	70
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
46	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	82
47	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	84
48	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	85
49	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	87
50	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์	88
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	89
52	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	91
53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	92
54	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	94
55	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	97
57	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	99
58	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	101
59	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	103
60	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	105
61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	107
62	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	110
63	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	112
64	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	115
65	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	120
67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	122
68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	124
69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	126
70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	128
71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	130
72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	132
73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	134
74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
75 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	138
76 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับ แรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	141
77 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	143
78 แสดงปัญหาที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	153