

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	7
ขอบเขตประชากร จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	7
ขอบเขตเนื้อหา	7
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	8
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	8
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร	66
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	122
สรุปผลการศึกษา	122
อภิปรายผล	142
ข้อค้นพบ	144
ข้อเสนอแนะ	148
บรรณานุกรม	149
ภาคผนวก	150
ประวัติผู้เขียน	160

ญ

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	แสดงสถิติรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2546	2
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลที่ซื้อคันล่าสุด	15
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีในการชำระเงิน	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล	16
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจ ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล	17
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอพิเศษที่ได้รับ	18
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ รถยนต์ที่ผู้ซื้อได้รับ	18
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล	19
14	แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร	20
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	21
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	24
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	25
19 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	27
20 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	29
21 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	30
22 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	31
23 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	32
24 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอายุ	34
25 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	35
26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	37
27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา	39
28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระดับการศึกษา	42
29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	47
31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	48
32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	57
36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	60
37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	62
38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	64
39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	66
40 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	69
41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	71
42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	80
48 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	82
49 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	83
50 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	84
51 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	85
52 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	87
53 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	88
54 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	89
55 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	91
56 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	93
57 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
58 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	97
59 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
60 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
61 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
62 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
63 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	107
64 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	109
65 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	111
66 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	113
67 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	115
68 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหาด้านราคา จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	117
69 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	118
70 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
71 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ อายุระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน	124
72 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านราคาและปัญหาด้านราคา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน	126
73 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน	127
74 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพปัจจุบัน และวิธีการชำระเงิน	130
75 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและ ปัญหาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	147