

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครต่อการซื้อขั้วรถยนต์	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์ นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครต่อการซื้อขั้ยารถยนต์ จำแนกตาม สถานที่เปลี่ยนขั้ยารถยนต์	35
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลใน กรุงเทพมหานครต่อการซื้อขั้ยารถยนต์จำแนกตามเพศ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	65
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ	116
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	116
สรุปผลการศึกษา	116
อภิปรายผล	142
ข้อค้นพบ	144
ข้อเสนอแนะ	145
บรรณานุกรม	149
ภาคผนวก	150
ประวัติผู้เขียน	160

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของในปัจจุบัน	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกที่ทำให้ตัดสินใจซื้อขัอย่างรถยนต์	19
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาแหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อขัอย่างรถยนต์	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อขัอย่างรถยนต์	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไปที่หาเพื่อประกอบการตัดสินใจ	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อขัอย่างรถยนต์ที่รู้จัก	23
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เวลาและขั้นตอนการประเมินทางเลือกที่เลือกซื้อขัอย่างรถยนต์	24
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขัอย่างรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	25
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขัอย่างรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	27
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	29
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของยางรถยนต์ที่ตัดสินใจซื้อ	29
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด	30
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์	31
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อยางรถยนต์	31
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณยางรถยนต์ที่ซื้อต่อครั้ง	32
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยางรถยนต์ต่อครั้ง	32
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อยางรถยนต์ที่เลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	33
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด	34
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการปฏิบัติในกรณีที่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	35
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	36
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	37
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	38
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	39
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	40
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของในปัจจุบันและสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	41
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สาเหตุสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	42
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การหาแหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	43
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	44
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การข้อมูลทั่วไปที่หาเพื่อประกอบการตัดสินใจ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	45
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้อยางรถยนต์ที่รู้จัก จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการใช้เวลาและขั้นตอนการประเมินทางเลือกที่เลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	47
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	48
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	50
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	52
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	53
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้อของยางรถยนต์ที่ตัดสินใจซื้อ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	55
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อขั้วสายรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	56
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วสายรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	57
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการซื้อขั้วสายรถยนต์ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	58
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปริมาณยางรถยนต์ที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	59
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อขั้วสายรถยนต์ต่อครั้ง จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่ออย่างรวดเร็วของรถยนต์ที่ซื้อ จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	61
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	62
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปฏิบัติในกรณีที่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	63
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สาเหตุสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	64
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การหาแหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	65
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	66
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การข้อมูลทั่วไปที่หาเพื่อประกอบการตัดสินใจ จำแนกตามเพศ	67
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้อยางรถยนต์ที่รู้จัก จำแนกตามเพศ	68
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการใช้เวลาและขั้นตอนการประเมินทางเลือกที่เลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	69
60	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	70
61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	72
62	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
63	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อขั้วรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	75
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	76
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้อของยางรถยนต์ที่ตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	77
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด จำแนกตามเพศ	78
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	79
68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	80
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปริมาณยางรถยนต์ที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	81
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยางรถยนต์ต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	82
71	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อขั้วรถยนต์ที่ซื้อ จำแนกตามเพศ	83
72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามเพศ	84
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปฏิบัติในกรณีที่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามเพศ	85
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	86
75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการหาแหล่งข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการหาข้อมูล ข่าวสารเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้ออย่างรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปที่หาเพื่อ ประกอบการตัดสินใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้ออย่างรถยนต์ที่รู้จัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้เวลาและขั้นตอน การประเมินทางเลือกที่เลือกซื้ออย่างรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	94
80	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออย่าง รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	95
81	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออย่าง รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	97
82	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออย่าง รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
83	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออย่าง รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ยี่ห้อของยางรถยนต์ที่ ตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	104
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้ออย่างรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	108
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปริมาณยางรถยนต์ที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยางรถยนต์ต่อครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
91	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อยางรถยนต์ที่เลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	111
92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	113
93	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การปฏิบัติในกรณีที่พอใจยางรถยนต์ที่ซื้อมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	114
94	ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครต่อการซื้อยางรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามสถานที่เปลี่ยนยางรถยนต์	125
95	ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครต่อการซื้อยางรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามเพศ	131
96	ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครต่อการซื้อยางรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	139