

## สารบัญ

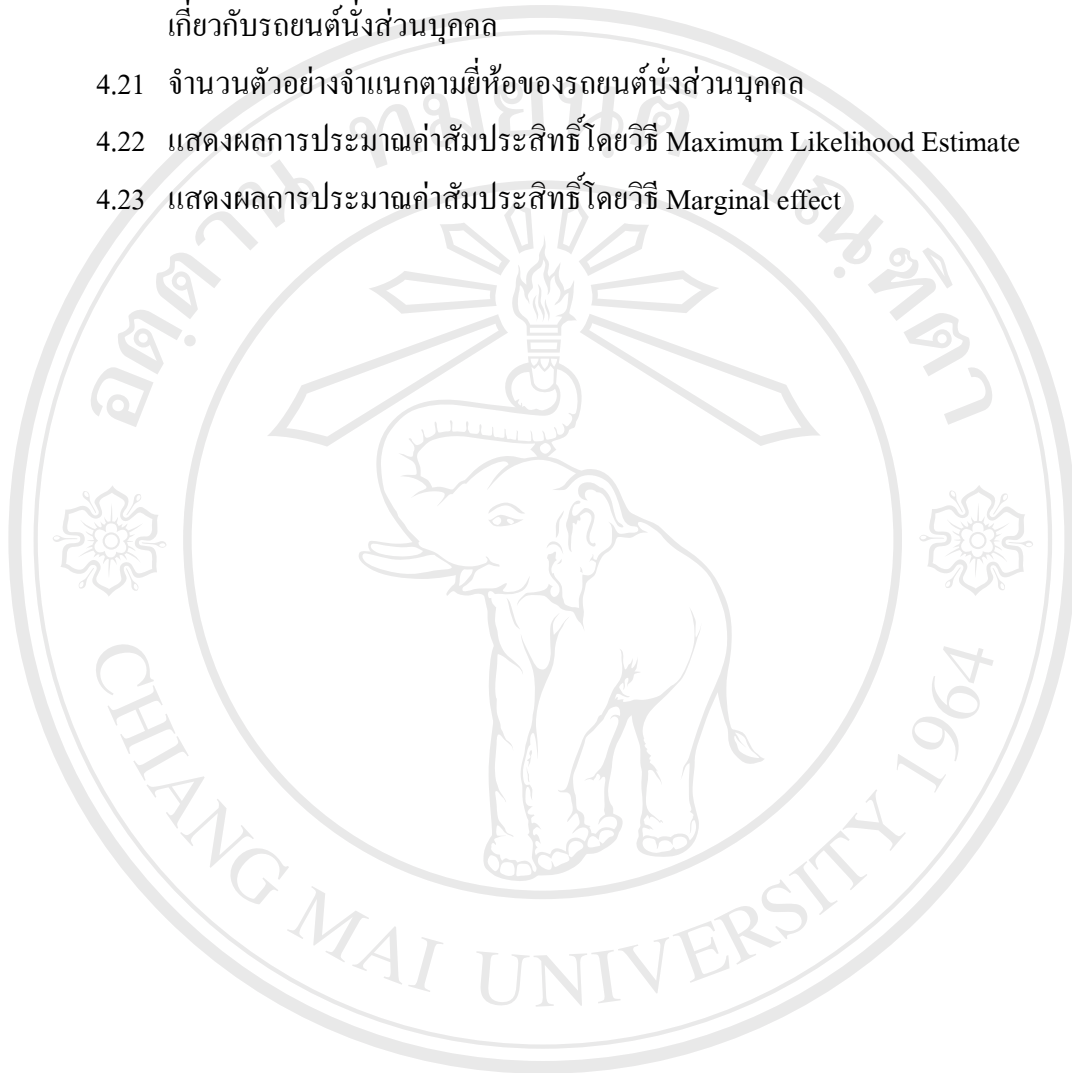
	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษา	4
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	5
2.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.3 ทฤษฎีการจูงใจ	10
2.4 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	11
2.5 ทฤษฎีการประมาณค่าสมการถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	12
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	26
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	31

4.2	พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	40
4.3	ผลการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	49
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	54
5.1	ข้อสรุปผลการศึกษา	54
5.2	ข้อเสนอแนะ	56
เอกสารอ้างอิง		58
ภาคผนวก		60
	ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Logit	61
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามการค้นคว้าแบบอิสระ	63
ประวัติผู้เขียน		69

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546	2
1.2 แสดงจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546	3
4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ	33
4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส	34
4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	35
4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	36
4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้	37
4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย	37
4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเขตพื้นที่ที่ทำงาน	38
4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพในครัวเรือน	39
4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุคคลในครัวเรือน	39
4.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์	40
4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ในครัวเรือน	41
4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ท่านใช้ในปัจจุบัน	42
4.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	42
4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระเงิน	43
4.16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเงื่อนไขการชำระเงิน	43
4.17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ซื้อรถยนต์และความคิดเห็นของผู้ไม่ซื้อรถยนต์ว่าให้ความสำคัญกับเหตุผลใดมากที่สุด	45
4.18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอพิเศษที่ได้รับ	47

4.19	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ที่ผู้ซื้อได้รับ	48
4.20	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล	48
4.21	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล	49
4.22	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate	52
4.23	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect	53



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved