

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ	5
2.2 แนวคิดการให้บริการ	10
2.3 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	13
2.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P s)	14
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	27

บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภค จากธุรกิจหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	30
4.2 พฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อรถยนต์ใช้แล้วของผู้บริโภคจากธุรกิจหนึ่งใน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	34
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	46
5.1 สรุปผลการศึกษา	46
5.2 ข้อเสนอแนะ	48
เอกสารอ้างอิง	51
ภาคผนวก	53
ประวัติผู้เขียน	58

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	30
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	31
4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	31
4.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	32
4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	33
4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	33
4.7 ยี่ห้อของรถยนต์ใช้แล้วที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ	34
4.8 สีของรถยนต์ใช้แล้วที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ	35
4.9 ราคาของรถยนต์ที่ใช้แล้วที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ	36
4.10 อายุของรถยนต์ที่ใช้แล้วที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ	37
4.11 วิธีการชำระเงินในการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	37
4.12 บริษัทที่ให้สินเชื่อสำหรับซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	38
4.13 จำนวนเงินค่างวดของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	39
4.14 จำนวนยอดเงินที่ผ่อนต่องวดของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	40
4.15 อัตราดอกเบี้ยร้อยละของรถยนต์ใช้แล้ว	40
4.16 จำนวนครั้งที่มาเลือกพิจารณารถยนต์ใช้แล้วก่อนตัดสินใจซื้อ	41
4.17 ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	41
4.18 สาเหตุที่จะทำให้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.19 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใช้แล้วของกลุ่มตัวอย่าง	45