

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
ทฤษฎีและแนวคิด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>9</b>
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาการศึกษา	11
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>12</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซึ่งอยากรยนต์นั่งส่วนบุคคล	17
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซึ่งอยากรยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามเพศและรายได้	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการศึกษา	69
อภิปรายผล	76
ข้อค้นพบ	79
ข้อเสนอแนะ	85
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	96
แบบสอบถาม	97
ประวัติผู้เขียน	105

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามสถานภาพสมรส	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามระดับการศึกษา	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามอาชีพ	15
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามประเภทของรถยนต์ที่ใช้	16
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อมาพิจารณา	17
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามความสำคัญของสาเหตุในการเกิดความต้องการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามแหล่งข้อมูลที่ใช้มากที่สุด	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	21
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์	22
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์	23
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามยี่ห้อยางรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด	26
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกยางรถยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง	27
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์	28
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	28
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามสถานที่ที่เก็บอะไหล่สำรอง	29
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามวิธีการดูแลรักษา ยางรถยนต์ให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น เรียงตามลำดับ	29
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามวิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยังอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้	30
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง	31
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง	31
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสอง	32
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวดยามและคุณภาพเป็นที่พอใจ	32
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	33
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์โดยเรียงลำดับตามปัญหาที่พบในการซื้อยางรถยนต์นั้นส่วนบุคคล	34
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ที่มียุทธศาสตร์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างรถยนต์ จำแนกตามเพศ	37
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้ออย่างรถยนต์ จำแนกตามเพศ	38
32 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้ออย่างรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด จำแนกตามเพศ	40
33 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกขยงรถยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	41
34 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ	42
35 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนขยงรถยนต์ จำแนกตามเพศ	42
36 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	43
37 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เก็บอะไหล่สำรอง จำแนกตามเพศ	44
38 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการจัดการกับขยงเก่าที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยังไม่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ จำแนกตามเพศ	44
39 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกซื้อขยงรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ	45
40 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อขยงรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ	45
41 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อขยงรถยนต์มือสอง จำแนกตามเพศ	46
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อขยงรถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนขยงรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมีขยงรถยนต์ที่สวยงามและคุณภาพเป็นที่พอใจ จำแนกตามเพศ	46
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	47
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ที่มิมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้	50
46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามรายได้	52
47 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อยางรถยนต์ที่เลือกใช้มากที่สุด จำแนกตาม รายได้	55
48 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกยาง รถยนต์จากร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้	57
49 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการซื้อ/เปลี่ยนในแต่ละครั้ง จำแนกตาม รายได้	58
50 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนก ตามรายได้	59
51 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามรายได้	60
52 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เก็บอะไหล่สำรอง จำแนกตามรายได้	61
53 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการจัดการกับยางเก่าที่เคยใช้งานแล้ว แต่ยัง อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ จำแนกตามรายได้	62
54 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตาม รายได้	63
55 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามรายได้	64
56 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ตัดสินใจไม่ซื้อยางรถยนต์มือสอง จำแนกตามรายได้	65
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อยางรถยนต์ที่ซื้อ/เปลี่ยนยางรถยนต์ใหม่ เนื่องจากการมียางรถยนต์ที่สวายนามและคุณภาพเป็นที่พอใจ จำแนกตาม รายได้	66
58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	67