

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ใน	
การเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสอง	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้บริโภคลใช้ในการเลือกซื้อ รถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	32
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคลใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสอง จากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร จำแนก ตามปัจจัยส่วนบุคคล	77
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	112
สรุปผลการศึกษา	112
อภิปรายผล	128
ข้อค้นพบ	133
ข้อเสนอแนะ	137
บรรณานุกรม	140
ภาคผนวก	141
แบบสอบถาม	142
ประวัติผู้เขียน	148

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การกระจายการเก็บแบบสอบถามบนถนนกาญจนาภิเษก	12
2	ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
3.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่ใช้ อยู่ในปัจจุบัน ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง)	18
3.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่ใช้ อยู่ในปัจจุบัน ประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถปิคอัพ)	18
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อของ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่ใช้ในปัจจุบัน	19
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่ให้ ความสนใจใน การซื้อ	20
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของรถยนต์ที่ให้ ความ สนใจในการซื้อ	21
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของ เครื่องยนต์ที่ให้ความสนใจในการซื้อ	22
8	อันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ในการ เลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการ	23
9	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการ ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
10	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการ ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
11	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบ แบบสอบถาม	26
12	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบ แบบสอบถาม	27
13	อันดับความสำคัญของปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองจากผู้ประกอบการ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
15	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
16	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
17	ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
18	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ	32
19	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและรายได้	35
20	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและรายได้	39
21	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	45
22	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	46
23	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	48
25	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	50
26	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	53
27	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	55
28	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	57
29	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	60
30	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	61
31	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	62
32	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
33	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและยี่ห้อรถยนต์ที่ให้ความสนใจ	66
34	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและขนาดของเครื่องยนต์ที่ให้ความสนใจ	72
35	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ	77
36	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและรายได้	80
37	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและรายได้	83
38	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	88
39	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	89
40	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	90
41	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
42	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	92
43	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	93
44	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	95
45	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	96
46	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	98
47	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	99
48	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	100
49	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่มีใช้	101
50	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและยี่ห้อรถยนต์ที่ให้ความสนใจ	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
51	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและขนาดของเครื่องยนต์ที่ให้ความสนใจ	107
52	เปรียบเทียบผลงานวิจัยในอดีตของผู้วิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ในเขตพื้นที่ต่างกัน 3 ลำดับแรกของปัจจัยด้านต่าง ๆ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	131
53	ปัจจัยย่อยในด้านต่าง ๆ 10 อันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสอง	133