

สารบัญ

| | หน้า |
|------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | I |
| กิตติกรรมประกาศ..... | III |
| สารบัญ..... | IV |
| สารบัญตาราง..... | VI |
| สารบัญภาพ..... | XV |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ | |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... | 4 |
| ความสำคัญของการศึกษา..... | 4 |
| กรอบแนวความคิดในการวิจัย..... | 4 |
| คำถามในการวิจัย..... | 6 |
| สมมติฐานของการวิจัย..... | 6 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 6 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 7 |
| นิยามศัพท์..... | 7 |
| 2 บรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | |
| แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด..... | 9 |
| แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... | 16 |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค..... | 20 |
| ความเป็นมาของรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า..... | 23 |
| ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 25 |
| 3 วิธีการวิจัย | |
| การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 27 |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 28 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 31 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 3 (ต่อ) | |
| การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 32 |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 33 |
| 4 ผลการวิเคราะห์ | |
| ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง..... | 36 |
| ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า..... | 38 |
| ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ..... | 39 |
| ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ..... | 44 |
| ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน..... | 50 |
| 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| ผลของการวิจัย..... | 71 |
| อภิปรายผล..... | 75 |
| ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย..... | 77 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป..... | 78 |
| บรรณานุกรม..... | 80 |
| ภาคผนวก..... | 83 |
| ภาคผนวก ก ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม..... | 84 |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย..... | 87 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 94 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง..... | 36 |
| 2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการใช้หรือซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง..... | 38 |
| 3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อ..... | 39 |
| 4 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลการตัดสินใจซื้อ..... | 40 |
| 5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาที่มีผลการตัดสินใจซื้อ..... | 41 |
| 6 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลการตัดสินใจซื้อ..... | 42 |
| 7 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อ..... | 43 |
| 8 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... | 44 |
| 9 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ปัญหา..... | 45 |
| 10 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูล..... | 46 |
| 11 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก..... | 47 |
| 12 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ..... | 48 |
| 13 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ..... | 49 |
| 14 ความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ..... | 50 |
| 15 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ..... | 51 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 16 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อในภาพรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 53 |
| 17 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 54 |
| 18 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่..... | 56 |
| 19 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ..... | 57 |
| 20 การทดสอบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 59 |
| 21 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้..... | 60 |
| 22 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 62 |
| 23 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ระหว่างการมีรถจักรยานยนต์ ในครอบครัว..... | 63 |
| 24 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ระหว่างจำนวนรถจักรยานยนต์ ในครอบครัว..... | 64 |
| 25 ความแตกต่างการตัดสินใจซื้อระหว่างความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ในครอบครัว... | 65 |
| 26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อ.... | 66 |
| 27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคากับการตัดสินใจซื้อ..... | 67 |
| 28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์..... | 68 |
| 29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด กับการตัดสินใจซื้อ..... | 69 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|------------------------------------------------------------|------|
| 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย..... | 5 |
| 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ..... | 16 |
| 3 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค..... | 19 |