

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคล	43
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสอง ของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
สรุปผลการวิจัย	84
อภิปรายผล	87
ข้อเสนอแนะ	89
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	93
แบบสอบถาม	95
ประวัติผู้วิจัย	97

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	แสดงพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อให้ได้คำตอบ 7 Os	8
2.2	แสดงลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิต (life style)	20
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	41
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	43
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	47
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพสมรส	51
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	55
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	59
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
4.8	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	67
4.9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	69
4.10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพสมรส	73
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	75
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	78
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	แสดงตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.2	แสดงแบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบต่อพฤติกรรม	22
2.3	แสดงส่วนประสมทางการตลาด	24
2.4	แสดงวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา	26

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี