

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ.....	(7)

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	9
1.5 แหล่งข้อมูล.....	9
1.6 วิธีการศึกษา.....	9
1.7. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
2. วรรณกรรมปริทัศน์.....	11
3. แนวคิดทางทฤษฎี.....	17
3.1. แนวคิดทางทฤษฎี.....	17
3.2. กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์.....	21
3.3. ความไม่สมมาตรของข้อมูล.....	25
3.4. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	28
3.5. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	30
3.6. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	31
3.7. ส่วนประสมทางการตลาด.....	37

4. วิธีการศึกษา.....	40
4.1. แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model).....	40
4.2. วิธีการศึกษา.....	44
4.3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	47
4.4. วิธีการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม.....	48
5. ผลการศึกษา.....	50
5.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	50
5.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์..	76
5.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์.....	79
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	84
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	84
6.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ.....	87
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก ความหมายของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา.....	92
ภาคผนวก ข ผลการศึกษาแบบจำลองโลจิสต์.....	93
ภาคผนวก ค แบบสำรวจที่ใช้ในการสำรวจภาคสนาม.....	96