สารบาญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
ABSTRACT		ฉ
สารบาญตาราง		ซ
บทที่ 1	1.1 บทนำ	1
	1.2 หลักการและเหตุผล	1
	1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
	2.2 แนวคิดและทฤษฎี	5
	2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	12
	3.1 ขอบเขตการศึกษา	12
	3.2 วิธีการศึกษา	13
	3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	14
	3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษา	16
บทที่ 4	ผลการศึกษา	17
	4.1 ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
	4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนของ ผู้ตอบ แบบสอบถามต่อการซื้อยางรถยนต์	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

		หน้า
	4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยางรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	30
	4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน	39
	4.5 ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นผู้บริโภคทั่วไป และผู้บริโภคที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน	47
	4.6 ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน	48
	4.7 ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับผู้ใช้รถยนต์ทั้งสองกลุ่ม	52
	4.8 ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนต่อการซื้อยางรถยนต์ กับผู้ใช้รถยนต์ทั้งสองกลุ่ม	58
	4.9 ส่วนที่ 9 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างผู้ใช้รถยนต์ทั้งสองกลุ่ม ต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน	71
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	81
	5.1 สรุปผลการศึกษา	81
	5.2 อภิปรายผลการศึกษา	85
	5.3 ข้อค้นพบ	88
	5.4 ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม		94
ภาคผนวก		96
	แบบสอบถาม	97
ประวัติผู้เขียน		108

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	18
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส	19
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา	19
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ	20
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	21
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลประเภทใด ที่ท่านใช้งานมากที่สุดและมีและมีอำนาจในการตัดสินใจด้านการบำรุงรักษา	22
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเปลี่ยนยางรถยนต์ต่อครั้ง	23
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลในการเปลี่ยนยางรถยนต์	23
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามยี่ห้อยางรถยนต์ที่ชอบมากที่สุด	24
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดการจดจำยี่ห้อยางรถยนต์	25
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อยางรถยนต์โดยเฉลี่ยต่อ 1เส้น	25
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์ของท่านมากที่สุด	26
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยเท่าใดก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	27
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามร้านยางที่ท่านใช้บริการเปลี่ยนยางรถยนต์บ่อยครั้งที่สุด	27
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการร้านดังกล่าวเอาที่ท่านชอบมากที่สุด	28
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการเปลี่ยนยางรถยนต์แต่ละครั้งท่านเปลี่ยนครั้งละกี่เส้น	29

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	30
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยแปลผลของปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	32
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยแปลผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	34
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์	36
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยแปลผลของความคิดเห็นต่อการซื้อยางรถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในผลกระทบด้านต่างๆ	38
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม	39
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านเศรษฐกิจ	41
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความเห็นต่อพฤติกรรมส่วนบุคคลด้านสังคม	43
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความเห็นต่อพฤติกรรมขององค์กรในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	45
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความเห็นต่อพฤติกรรมองค์กรในประเด็นด้านสังคมและเศรษฐกิจ	46
ตารางที่ 4.28	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนในภาพรวม	47
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามอายุ	48

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามสถานะภาพ	49
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามระดับการศึกษา	49
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามอาชีพ	50
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน จำแนกตามรายได้	51
ตารางที่ 4.35	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	52
ตารางที่ 4.36	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	53
ตารางที่ 4.37	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานะภาพกับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	54
ตารางที่ 4.38	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	55
ตารางที่ 4.39	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	56
ตารางที่ 4.40	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม	57
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลประเภทใด ที่ท่านใช้งานมากที่สุดและมีและมีอำนาจในการตัดสินใจด้านการบำรุงรักษา จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	58
ตารางที่ 4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเปลี่ยนยางรถยนต์ต่อครั้ง จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	59
ตารางที่ 4.43	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลในการเปลี่ยนยางรถยนต์ จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	60
ตารางที่ 4.44	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการเลือกซื้อยางรถยนต์ยี่ห้อใดที่ชอบมากที่สุดจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	62
ตารางที่ 4.45	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการรู้จักยี่ห้อยางรถยนต์ที่ท่านเลือกจากแหล่งใดจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	63

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.46	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อยางรถยนต์โดยเฉลี่ยต่อ 1เส้น จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	64
ตารางที่ 4.47	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อยางรถยนต์ของท่านมากที่สุด แนกตามประเภทผู้บริโภค	65
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้เวลาโดยเฉลี่ยเท่าใดก่อนตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	66
ตารางที่ 4.49	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามร้านยางที่ท่านใช้บริการเปลี่ยนยางรถยนต์บ่อยครั้งที่สุดจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	67
ตารางที่ 4.50	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านดังกล่าวเอาที่ท่านชอบมากที่สุดจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	68
ตารางที่ 4.51	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยางรถยนต์ที่เปลี่ยนในแต่ละครั้งจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	70
ตารางที่ 4.52	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามประเภทผู้บริโภค	71
ตารางที่ 4.53	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ จำแนกตามเพศ	74
ตารางที่ 4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ค้าจำแนกตามเพศ	76
ตารางที่ 4.55	แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์จำแนกตามเพศ	78
ตารางที่ 5.1	การวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามประเภทผู้ซื้อยางรถยนต์ทั้ง 2 กลุ่ม	89

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved