หัวเรื่อง	ข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดของกลุ่มผู้ใช้รถ PICK UP : กรณีศึกษาผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี
นักศึกษา	นายต่อสกุล สุรนันท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เสถียร ศรีวะรมย์ โสดาวัฒนา
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2544

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดของตลาดรถ PICK UP และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาตัดสินใจซื้อรถ PICK UP โดยการศึกษาในครั้งนี้จะมีประโยชน์กับธุรกิจอุตสาหกรรมรถ PICK UP ตัวแทนจำหน่ายและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของรถ PICK UP ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและใช้การคำนวณแบบร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้รถ PICK UP ส่วนมากเป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างคิดเป็นร้อยละ 58.00 โดยมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.67 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาตัดสินใจซื้อรถ PICK UP มากที่สุดคือประหยัดน้ำมัน รองลงมาคือราคา และวัตถุประสงค์ในการใช้รถ PICK UP ใช้สำหรับการเดินทางมากที่สุด

SPU CHONBURI