

## สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ .....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ .....	1
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	2
<b>บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 หลักการตลาดแบบ 4P (Product Price Place Promotion).....	3
2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค .....	6
<b>บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน</b>	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ .....	13
3.2 ลักษณะประการอบการให้บริการขององค์กร .....	13
3.3 ผังรูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร .....	17
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย .....	18
3.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา .....	18
3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน .....	18
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน .....	19
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ .....	19
<b>บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ</b>	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	20
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสันที่ศูนย์บริการ .....	23
<b>บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน .....	29

5.2 สรุปผลที่ได้จากการทำโครงการ .....	29
5.3 สรุปผลจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา .....	29

**บรรณานุกรม**

**ภาคผนวก**

**ประวัติผู้จัดทำ**

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาในการดำเนินการ .....	19
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูล ส่วนบุคคลของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ศูนย์บริการสขามรดิพระราม 2 .....	21
ตารางที่ 4.2 วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ทั้ง 4 ด้าน .....	23
ตารางที่ 4.3 ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ .....	24
ตารางที่ 4.4 ปัจจัยในด้านราคา .....	26
ตารางที่ 4.5 ปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....	27
ตารางที่ 4.6 ปัจจัยในการส่งเสริมทางการตลาดและพนักงานขาย .....	28

## สารบัญญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix).....	5
รูปภาพที่ 3.1 ที่ตั้งของสถานประกอบการ .....	13
รูปภาพที่ 3.2 ด้านหน้าของศูนย์บริการ .....	14
รูปภาพที่ 3.3 ด้านในห้องรับบริการลูกค้าระหว่างรอรับรถยนต์ .....	14
รูปภาพที่ 3.4 เคาน์เตอร์บริการของว่างสำหรับลูกค้า .....	15
รูปภาพที่ 3.5 ศูนย์บริการด้านหลังสำหรับซ่อมรถยนต์ .....	15
รูปภาพที่ 3.6 สถานที่ซ่อมรถยนต์ .....	16
รูปภาพที่ 3.7 ฝ่ายซ่อมสีและตัวถัง .....	16
รูปภาพที่ 3.8 ฝ่ายซ่อมสีและตัวถัง .....	17
รูปภาพที่ 3.9 รูปแบบโครงสร้างขององค์กร .....	17