

## สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	4
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	8
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและสถานประกอบการ	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ใน จังหวัดสมุทรสาคร	19
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของผู้ซื้อที่เป็น องค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการ อู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

<b>บทที่ 4</b>	<b>การวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)</b>	
	ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของผู้ซื้อที่เป็นองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม ประเภทสถานประกอบการ รายได้ของสถานประกอบการ ยอดซื้อของสถานประกอบการ และความถี่ในการจัดซื้อ	33
	ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์	89
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	94
	สรุปผลการศึกษา	94
	อภิปรายผล	109
	ข้อค้นพบ	111
	ข้อเสนอแนะ	112
	บรรณานุกรม	115
	ภาคผนวก	117
	แบบสอบถาม	118
	ประวัติผู้เขียน	125

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับอายุ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการจำแนกตาม ประเภทของสถานประกอบการ	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการจำแนกตาม ระยะเวลาการเปิดดำเนินการของสถานประกอบการ	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการจำแนกตามยอดซื้ออะไหล่เฉลี่ยต่อเดือน	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้ออะไหล่ในสถานประกอบการ	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการจำแนกตามประเภทอะไหล่ที่มีการจัดซื้อบ่อย	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกคุณภาพของอะไหล่ที่ต้องการ	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการที่สถานประกอบการใช้ในการกำหนดคุณภาพของอะไหล่ที่ต้องการ	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละ ของนโยบายในการจัดซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มชมรถยนต์	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุการเลือกใช้นโยบายการจัดซื้อจากแหล่งขายแหล่งเดียว	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุการเลือกใช้นโยบายการจัดซื้อจากแหล่งขายหลายแหล่ง	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่มาของรายชื่อแหล่งขาย	23
16	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกแหล่งขาย	24
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	25
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	26
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	29
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	30
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	32
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	33
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	35
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	37
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	39
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	40
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	42
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	43
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอุ้มรถยนต์จำแนกตามรายได้ของสถานประกอบการต่อเดือน	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	47
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	50
34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	53
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	55
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภายในองค์กร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	57
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามรายได้กิจการต่อเดือน	59
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	61
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	63
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	66

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อม รถยนต์จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการ การต่อเดือน	69
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนก ตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	71
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภายในองค์กร ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	73
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการต่อเดือน	75
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนก ตามความถี่ในการจัดซื้อ	77
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนกตาม ความถี่ในการจัดซื้อ	79
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ ซ่อมรถยนต์จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ	81
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อม รถยนต์จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ	83
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์จำแนก ตามความถี่ในการจัดซื้อ	85

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ	86
51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ	87
52	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	89
53	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านราคาในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	90
54	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	91
55	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านการส่งเสริมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	92
56	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านสิ่งแวดล้อมในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	92
57	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านภายในองค์กรในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	93
58	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ที่พบด้านระหว่างบุคคลในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร	93



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
59	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ	96
60	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ของสถานประกอบการ	98
61	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามยอดซื้อของสถานประกอบการ	102
62	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ ลำดับแรก จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ	105