

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของ	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ของลูกค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อะไหล่ ชัยเสรี	30
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อะไหล่ ชัยเสรี	45
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ ของลูกค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อะไหล่ ชัยเสรี จำแนกตามที่ตั้งของกิจการ ประเภท การดำเนินกิจการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	53
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	113
สรุปผลการศึกษา	113
อภิปรายผล	149
ข้อค้นพบ	152
ข้อเสนอแนะ	155
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	159
แบบสอบถาม	160
ประวัติผู้เขียน	172

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอำเภอที่ตั้งของ กิจการ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของ กิจการ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการ ก่อตั้งของกิจการ	19
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ กิจการที่ดำเนิน	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเปิด ดำเนินกิจการ	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ กิจการของต่อเดือน	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินทุน/ เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ	21
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งใน กิจการ	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ การทำงานในธุรกิจ	23
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	23
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ทำหน้าที่ สั่งซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ในกิจการ	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	24
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ขายอะไหล่ที่กิจการซื้อ	25
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่วีอะไหล่ชัยเสรี ต่อการซื้ออะไหล่ทั้งสิ้นของกิจการ	26
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอะไหล่ที่ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่วีอะไหล่ชัยเสรี	27
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการกำหนดคุณภาพการจัดซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ที่ต้องการในกิจการ	28
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลในการจัดซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์	29
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	33
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	35
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	37
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	39
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	43
28 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	44
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาในการเลือกซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ชัยเสรี	45
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	46
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	47
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	48
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	49
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	50
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	51
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	52
37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	56
39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	60
41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ด้านบุคลากร จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	62
42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ด้านกระบวนการ จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	64
43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามที่ตั้งกิจการ	66
44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	68
45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	71
46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	73
47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	75
48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	77
49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	80
50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทการดำเนินกิจการ	83
51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	85
52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ กิจการ	89
54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ กิจการ	91
55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	93
56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ กิจการ	95
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	99
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของกิจการ	101
59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของกิจการ	103
60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของ กิจการ	105
61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของ กิจการ	107
62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของกิจการ	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของ กิจการ	109
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยอดซื้อ อะไหล่ต่อเดือนของกิจการ	111
65 สรุประดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าใน การตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จาก มากไปหาน้อย	116
66 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามที่ตั้งกิจการ	122
67 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามประเภทการค้าเนินกิจการ	130
68 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	138
69 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนของกิจการ	145
70 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อย และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อ อะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ชัยเสรี	154