

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
วิธีการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	16
ระยะเวลาในการศึกษา	17
สถานที่ใช้ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล	17
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	26
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตามเพศ	48
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตามประเภทรถยนต์	82
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการให้บริการของร้านอุปกรณ์ประดับยนต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	120
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	121
สรุปผลการศึกษา	121
อภิปรายผลการศึกษา	137
ข้อค้นพบ	144
ข้อเสนอแนะ	148
บรรณานุกรม	151
ภาคผนวก	153
แบบสอบถาม	154
ประวัติผู้เขียน	164

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6W <sub>s</sub> และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (7O <sub>s</sub> )	6
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	20
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	21
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	22
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถที่นำมา ตกแต่ง หรือซื้ออุปกรณ์ประดับยนต์ไปประดับ	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่นำไป ตกแต่ง หรือนำไปประดับ	24
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา การใช้งานของรถยนต์ที่นำไปตกแต่ง หรือนำไปประดับ	25
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ อุปกรณ์ประดับยนต์ที่ซื้อ	25
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ ประดับยนต์ ประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิงที่ซื้อ	26
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทราบหรือ ไม่ทราบยี่ห้อของอุปกรณ์ประดับยนต์ประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิง ที่ซื้อ	27
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ ประดับยนต์ ประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงามที่ซื้อ	30

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทราบหรือไม่ทราบยี่ห้อของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงามที่ซื้อ	31
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	34
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ หรือมีส่วนร่วม หรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	35
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการตัดสินใจซื้อ	36
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสที่ซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	36
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ไปเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	37
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ไปเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	37
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่เลือกซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต และติดตั้งอุปกรณ์ระดับบัณฑิต	38
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ติดตั้งอุปกรณ์ระดับบัณฑิต	38
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ติดตั้งอุปกรณ์ระดับบัณฑิต	39
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่นิยมซื้อ	39
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	40

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ระดับบัณฑิต ที่ให้บริการบ่อยที่สุด	41
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตต่อ 1 ครั้ง	42
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	42
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทดลองใช้อุปกรณ์ระดับบัณฑิตก่อนที่จะมีการซื้อสินค้า	43
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อซ้ำอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทเดียวกับที่เคยซื้อ	43
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจากร้านเดิมที่เคยซื้อ	44
33 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบุคลิกลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้สนใจ และตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตมากที่สุด	45
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเมินทางเลือกที่ทำให้ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	46
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจภายหลัง การซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	47
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการภายหลังการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	47
38 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่ซื้อจำแนกกระดบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
39 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิงที่ซื้อจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงจำนวนและร้อยละของการทราบหรือไม่ทราบเนื้อหาของอุปกรณ์ ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิงที่ซื้อจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
41 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อ ความสวยงามที่ซื้อจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
42 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงที่ซื้อจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
43 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนก ตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
44 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ หรือมีส่วนร่วม หรือ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
45 แสดงจำนวนและร้อยละของโอกาสที่ซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
46 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่ไปเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
47 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ไปเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
48 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ไปติดตั้งอุปกรณ์ระดับบัณฑิตจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
49 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่นิยมซื้อจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
50 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่ใช้บริการบ่อยที่สุด จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
51 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่ใช้ บริการบ่อยที่สุดจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตต่อ 1 ครั้ง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
53 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
54 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทเดียวกับที่เคย ซื้อ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
55 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
56 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้สนใจ และตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ระดับบัณฑิตจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
57 แสดงจำนวนและร้อยละของการประเมินทางเลือกที่ทำให้ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ระดับบัณฑิตจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
58 แสดงจำนวนและร้อยละของความต้องการภายหลังการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	81
59 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตที่ซื้อจำแนกตาม ประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	82
60 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อ ความบันเทิงที่ซื้อจำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	83
61 แสดงจำนวนและร้อยละของการทราบหรือไม่ทราบยี่ห้อของอุปกรณ์ ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความบันเทิงที่ซื้อจำแนกตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	84
62 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อ ความสวยงามที่ซื้อจำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
63 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงที่ซื้อจำแนกตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	88



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษา ตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	89
65 แสดงจำนวนและร้อยละของโอกาสที่ซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	90
66 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่ซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	91
67 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	91
68 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ติดตั้งอุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาตามประเภท รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	92
69 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาที่นิยมซื้อจำแนกตาม ประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	93
70 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิตศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ บริการบ่อยที่สุดจำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	94
71 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอุปกรณ์ระดับบัณฑิต ที่ใช้บริการบ่อยที่สุดจำแนกตามประเภทรถยนต์	95
72 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิตต่อ 1 ครั้ง จำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	97
73 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินในการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต จำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	98
74 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อซ้ำอุปกรณ์ระดับบัณฑิตประเภทเดียวกับ ที่เคยซื้อ จำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	99
75 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	100
76 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้สนใจ และตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ระดับบัณฑิต จำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	101



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 แสดงจำนวนและร้อยละของการประเมินทางเลือกที่ทำให้ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ ระดับบัณฑิตจำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
78 แสดงจำนวนและร้อยละของความต้องการภายหลังการซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต จำแนกตามประเภทรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	103
79 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	104
80 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	105
81 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	106
82 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	108
83 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านบุคคลผู้ให้บริการต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	110
84 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	112
85 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	114
86 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยอื่น ๆ ด้านเศรษฐกิจ ต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	116
87 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยอื่น ๆ ด้านเทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	117
88 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยอื่น ๆ ด้านการเมืองและ กฎหมายต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	118
89 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยอื่น ๆ ด้านวัฒนธรรม ต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระดับบัณฑิต	119

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะในการให้บริการของร้านอุปกรณ์ประดับยนต์	120
91	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์ประดับยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	111
92	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์ประดับยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถยนต์	115

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) [Model of Buyer (Consumer) Behavior]	9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved