

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออะไหล่รถยนต์ : กรณีศึกษาร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดสุพรรณบุรี Consumer Behavior on Auto Part Shop : A Case Study in Supanburi Province
หน่วยกิต	3
ผู้เขียน	นางสาวปาไลตา สุขอนันตธรรม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อัครกิตติ ศรีศิลป์โสภณ ดร.ชูชัย ศรีคันสนีย์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
พ.ศ.	2551

#### บทคัดย่อ

งานศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออะไหล่รถยนต์ : กรณีศึกษาร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ในร้านจำหน่ายอะไหล่ในเขตอำเภอเมือง โดยผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ Independent t-test F-test และ Chi square ผลการศึกษา พบว่า ความสำคัญของปัจจัยภายนอกโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง และความสำคัญของปัจจัยภายในโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มีเพียงด้านอายุเท่านั้นที่มีอิทธิพลกับปัจจัยภายนอกโดยรวมเท่านั้น และการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายใน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่มีอิทธิพลกับปัจจัยภายในโดยรวมเท่านั้น การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์จะพบว่า ปัจจัยภายนอกโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจโดยรวม แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ จะพบว่าปัจจัยภายนอกบางปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านชนชั้น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมย่อย และปัจจัยด้านกิจกรรมทางการตลาด ในส่วนของการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในกับกระบวนการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยภายในโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจโดยรวม แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายได้จะพบว่าปัจจัยภายในบางปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ ปัจจัยด้านความทรงจำ ปัจจัยด้านการเรียนรู้ ปัจจัยด้านแรงกระตุ้นและปัจจัยด้านทัศนคติ

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค / กระบวนการตัดสินใจซื้อ / ปัจจัยภายนอก / ปัจจัยภายใน