

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.1.1 ทฤษฎีต้นทุนการผลิต	8
2.1.2 ทฤษฎีอุปสงค์	9
2.1.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.1.4 การวิเคราะห์ทางการเงิน	11
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	20
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.4 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	21
3.5 ข้อสมมติที่ใช้ในการศึกษา	22
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	23
3.6.1 การประเมินต้นทุนและผลตอบแทน	23
3.6.2 การศึกษาพฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่าย อะไหล่รถยนต์แห่งหนึ่งของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน	27
4.1.1 การประเมินทางด้านต้นทุนของการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่าย อะไหล่รถยนต์	27
4.1.2 การประเมินทางด้านผลตอบแทน	32
4.1.3 การวิเคราะห์ทางการเงิน	34
4.1.4 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ	40
4.2 พฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ของ ผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่	43
4.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้ออะไหล่	43
4.2.2 พฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่ รถยนต์ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่	48
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	54
5.2 ข้อเสนอแนะ	56
เอกสารอ้างอิง	59

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ส่วนผลตอบแทนคงที่	62
ภาคผนวก ข	ประมาณการงบกระแสเงินสดของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ส่วนผลตอบแทนคงที่	64
ภาคผนวก ค	ค่า NPV, IRR, B/C Ratio ของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ส่วนผลตอบแทนคงที่	66
ภาคผนวก ง	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 ส่วน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่	67
ภาคผนวก จ	ประมาณการงบกระแสเงินสดของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 ส่วน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่	69
ภาคผนวก ฉ	ค่า NPV, IRR, B/C Ratio ของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ กรณีวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 ส่วน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่	71
ภาคผนวก ช	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5	72
ภาคผนวก ซ	ประมาณการงบกระแสเงินสดของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5	74
ภาคผนวก ฌ	ค่า NPV, IRR, B/C Ratio ของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ กรณีวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5	76

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 อัตราการเติบโตของยอดขายรถยนต์ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2550	3
1.2 สถิติรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง ปี พ.ศ. 2548 – 2552	4
1.3 จำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบสำหรับยานยนต์และเครื่องยนต์และร้านขายอะไหล่และชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์ ในปี 2553	5
4.1 ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก (ปี 2552) เพื่อดำเนินการเปิดร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ลักษณะทั่วไปของพนักงานธนาคารพาณิชย์	28
4.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ในปี 2553	30
4.3 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ตั้งแต่ปี 2553 – 2572	31
4.4 ยอดขายของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในปี 2548-2553	32
4.5 ยอดขายของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ในปี 2548 – 2572	33
4.6 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	35
4.7 ประมาณการงบกระแสเงินสดของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	37
4.8 ค่า NPV, IRR, B/C Ratio ของการลงทุนร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	39
4.9 สรุปการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ในปี 2553 – 2572 (เวลา 20 ปี)	42
4.10 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามเพศ	43
4.11 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามช่วงอายุ	44
4.12 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	44
4.13 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	45
4.14 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามอาชีพ	45
4.15 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	46

4.16 ประเภทผู้ผลิตรถที่ใช้งานของผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์	47
4.17 อายุการใช้งานของรถยนต์ในกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ใช้	47
4.18 วัตถุประสงค์หลักในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	48
4.19 ประเภทอะไหล่และเคมีภัณฑ์รถยนต์ที่ผู้บริโภครซื้อจากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	49
4.20 ประเภทอะไหล่รถยนต์ที่ผู้ซื้ออะไหล่นิยมซื้อจากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	49
4.21 ประเภทเคมีภัณฑ์ที่ผู้ซื้ออะไหล่นิยมซื้อจากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	50
4.22 ความถี่ในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ต่อปี	51
4.23 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	51
4.24 สถานที่ผู้ซื้ออะไหล่นิยมซื้ออะไหล่รถยนต์	52
4.25 ผู้แนะนำให้มาซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	52
4.26 ความพึงพอใจในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	53
4.27 การตัดสินใจกลับมาซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์อีกในอนาคต	53

สารบัญภาพ

รูป

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

หน้า

19



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved