

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่จะได้รับ	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวความคิดเรื่องความพึงพอใจ	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตและวิธีการการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขนาดตัวอย่างและการเลือกตัวอย่าง	11
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	28
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม	37
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านหรือห้างที่เคยซื้อ	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่อง ปรับอากาศครั้งสุดท้าย	43
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	50
สรุปผลการศึกษา	50
อภิปรายผล และข้อค้นพบ	57
ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก แบบสอบถาม	73
ประวัติผู้เขียน	79

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องปรับอากาศครั้งสุดท้าย	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพสมรส	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการอาชีพ	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	21
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่อยู่อาศัย	22
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	23
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเครื่องปรับอากาศที่มีในที่พักอาศัย	24
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแบบของเครื่องปรับอากาศที่เคยซื้อ	25
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ	26
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ	27
15	แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	28
16	แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
17	แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา	31

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา	32
19 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	33
20 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	34
21 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	35
22 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	36
23 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	37
24 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	38
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	39
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามปัญหาด้านราคา	40
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	42
29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	43
30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	44
31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	45
32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	46
33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	47
34 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภครต่อส่วนประสมการตลาดระหว่างร้านค้าปลีกเฉพาะ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	54
35 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภครต่อส่วนประสมทางตลาดโดยรวมระหว่างร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	57
36 ลำดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยจำแนกตามร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	59
37 การเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	64