

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>13</b>
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
สถานที่ใช้ในการดำเนินงาน และรวบรวมข้อมูล	16
ระยะเวลาในการดำเนินการ	16
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>17</b>
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	23
ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	42

	หน้า
ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของพนักงานในนิคม อุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ และ รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ และระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	107
ส่วนที่ 6 : ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	125
<b>บทที่ 5</b> สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	127
สรุปผลการศึกษา	127
อภิปรายผลการศึกษา	138
ข้อค้นพบ	142
ข้อเสนอแนะ	143
<b>บรรณานุกรม</b>	147
<b>ภาคผนวก</b>	148
แบบสอบถาม	149
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	158

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่จะทำการศึกษาจากพนักงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน	14
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด	19
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	19
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	20
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้อื่นๆ เช่น ค่าล่วงเวลา ค่าอาหาร ค่ากะ ค่ายืม ค่าเดินทาง เบี้ยขยัน และรายได้อื่นๆ	20
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะของการทำงาน	21
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน	21
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	22
12 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อในครั้งล่าสุด	23
13 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อในครั้งล่าสุด	24
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	25
15 แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน และร้อยละของคุณสมบัติเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อ	26
17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมใน การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	27
18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่เป็น ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	27
19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เลือกซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า	28
20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่เลือกซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า	28
21 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด	29
22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ ที่เลือกซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า	29
23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการ ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	30
24 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า	30
25 แสดงจำนวน และร้อยละของ วิธีการชำระเงิน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการ ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	31
26 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการจัดการกับเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องเดิม ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามใช้ภายหลังการซื้อเครื่องใหม่	31
27 แสดงจำนวน และร้อยละของความพอใจหลังจากที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบ แบบสอบถาม	32
28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคน รู้จักซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า หลังจากที่ได้ซื้อใช้มาแล้ว	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแผนซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคต	33
30 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อในอนาคต	33
31 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อในอนาคต	35
32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	36
33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	38
34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	39
35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	40
36 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	41
37 แสดงจำนวน และร้อยละของปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
38 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อในครั้งล่าสุด จำแนกตามเพศ	43
39 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อในครั้งล่าสุด จำแนกตามเพศ	46
40 แสดงจำนวน และร้อยละ ของค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	48
41 แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวน และร้อยละของคุณสมบัติเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	51
43 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	52
44 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ที่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	53
45 แสดงจำนวน และร้อยละ ของวันที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	54
46 แสดงจำนวน และร้อยละของเวลาที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	55
47 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามชอบเข้าไปซื้อมากที่สุด จำแนกตามเพศ	56
48 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	57
49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการ ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	58
50 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	59
51 แสดงจำนวน และร้อยละของ วิธีการชำระเงิน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการ ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	60
52 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการจัดการกับเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องเดิม ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามใช้ภายหลังการซื้อเครื่องใหม่ จำแนกตามเพศ	61
53 แสดงจำนวน และร้อยละ ของความพอใจหลังจากที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	62
54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคน รู้จักซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า หลังจากที่ได้ซื้อใช้มาแล้ว จำแนกตามเพศ	63



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแผนซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใน อนาคต จำแนกตามเพศ	64
56	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะ ซื้อในอนาคต จำแนกตามเพศ	65
57	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อใน อนาคต จำแนกตามเพศ	67
58	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ ซื้อ ในครั้งล่าสุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	70
59	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ซื้อใน ครั้งล่าสุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	73
60	แสดงจำนวน และร้อยละ ของค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	76
61	แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือก ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	78
62	แสดงจำนวน และร้อยละของคุณสมบัติเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	80
63	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	82
64	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	84
65	แสดงจำนวน และร้อยละของวันที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	85
66	แสดงจำนวน และร้อยละของเวลาที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	86
67	แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ชอบเข้าไปซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	88
68	แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	92
70 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูล ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	93
71 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการชำระเงิน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	95
72 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการจัดการกับเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องเดิม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ภายหลังการซื้อเครื่องใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	96
73 แสดงจำนวน และร้อยละของความพอใจหลังจากที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	98
74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่จะแนะนำ给朋友 หรือคนรู้จัก ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า หลังจากที่ได้ซื้อใช้มาแล้ว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	99
75 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแผนซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	100
76 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จะซื้อในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	101
77 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	104
78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	107
79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	109
80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	110
81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	111



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามเพศ	112
83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้	114
84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้	117
85 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้	119
86 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้	121
87 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	123
88 แสดงพฤติกรรมกรซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	130
89 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	132
90 แสดงพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้	134
91 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้	136