

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	9
ระยะเวลาในดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน	28

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 4	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยเดือน และประเภทร้านค้าที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	35
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
	สรุปผลการศึกษา	78
	อภิปรายผล	93
	ข้อค้นพบ	95
	ข้อเสนอแนะ	106
บรรณานุกรม		108
ภาคผนวก		110
	แบบสอบถาม	111
ประวัติผู้เขียน		117

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
4	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	14
5	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	15
6	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้านค้า ที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด	15
7	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบ คุณสมบัติของสินค้าก่อนการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิด	16
8	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน ในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	16
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเจาะจงยี่ห้อ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ซื้อ	17
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริม การขายที่ชอบมากที่สุด	17
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	18
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ยี่ห้อของ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีในปัจจุบันและยี่ห้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่จะซื้อในอนาคต	19
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลในการ ตัดสินใจซื้อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง	20
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบ แบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามด้านปัจจัย ผลิตภัณฑ์	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามด้านปัจจัยราคา	24
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	26
18	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	27
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	31
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	32
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	33
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	34
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอายุ	37
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	39
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	41
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามอายุ	42
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	44
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	47
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	49
32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	51
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามอาชีพ	53
34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	54
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	57
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	59
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	61
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	72
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	74
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	75
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	76
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	77
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามอายุ	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามอาชีพ	98
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	99
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า	101
54	แสดงอันดับ, ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จากมากไปหาน้อย	102
55	แสดงอันดับ, ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า จากมากไปหาน้อย	104