

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ

บทที่

1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมุติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตู้แช่เครื่องดื่ม.....	7
ประวัติและวิวัฒนาการของการทำความเย็น.....	7
ความหมายของการทำความเย็น.....	9
ระบบการทำความเย็นแบบอัดไอ (Vapor compression).....	10
การแบ่งประเภทของตู้เย็น.....	11
การเลือกตู้เย็น.....	16
ลักษณะธุรกิจตู้แช่เครื่องดื่ม.....	16
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	18
แนวคิดด้านการตลาด.....	19

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ) ส่วนประสมทางการตลาด.....	19
ปัจจัยทางการตลาด.....	22
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	24
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	28
โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ตอนที่1 ปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
ตอนที่2 ระดับการตัดสินใจซื้อผู้เช่าเครื่องคั้มของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
ตอนที่3 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อผู้เช่าเครื่องคั้มจำแนกตามปัจจัย พื้นฐานทางธุรกิจ.....	58
ตอนที่4 สรุปข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผล.....	70
ข้อเสนอแนะ.....	72

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	77
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	81

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงข้อมูลผลการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของสินค้าประเภทเครื่องดืมในพื้นที่ พระนครศรีอยุธยา.....	2
2 จำนวนและร้อยละของลักษณะของกิจการ.....	50
3 จำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์เครื่องดืมที่ใช้แช่.....	50
4 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อตู้แช่เครื่องดืมที่เลือกใช้.....	51
5 จำนวนและร้อยละของขนาดความจุตู้แช่เครื่องดืมที่เลือกใช้.....	52
6 จำนวนและร้อยละของจำนวนตู้แช่เครื่องดืมที่เลือกใช้ในร้าน.....	53
7 จำนวนและร้อยละของระดับราคาตู้แช่เครื่องดืมที่เลือกใช้.....	53
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม ด้านผลิตภัณฑ์.....	54
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม ด้านราคา.....	55
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	56
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	57
12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม โดยภาพรวม.....	58
13 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม จำแนกตามลักษณะของกิจการ.....	58
14 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม จำแนกตามผลิตภัณฑ์เครื่องดืม ที่ใช้แช่.....	60
15 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม เป็นรายคู่ด้วยวิธี (Fisher's LSD Procedure) ระหว่าง ด้านราคา กับผลิตภัณฑ์เครื่องดืมที่ใช้แช่.....	61
16 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม เป็นรายคู่ด้วยวิธี (Fisher's LSD Procedure) ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับผลิตภัณฑ์เครื่องดืมที่ใช้แช่.....	62
17 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดืม จำแนกตามยี่ห้อตู้แช่เครื่องดืม ที่เลือกใช้.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18	เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม จำแนกตามขนาดความจุตู้แช่ เครื่องดื่มที่เลือกใช้..... 64
19	เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม จำแนกตามจำนวนตู้แช่เครื่องดื่ม ที่เลือกใช้ในบ้าน..... 65
20	เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม จำแนกตามระดับราคาตู้แช่ เครื่องดื่มที่เลือกใช้..... 66
21	เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม เป็นรายคู่ด้วยวิธี (Fisher's LSD Procedure) ระหว่าง ด้านราคา กับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้..... 67
22	เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม เป็นรายคู่ด้วยวิธี (Fisher's LSD Procedure) ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด กับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้... 67

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
2 แสดงเครื่องทำความเย็นชนิดอัดไอ.....	9
3 แสดงวงจรการทำงานของระบบทำความเย็นแบบอัดไอ.....	10
4 แสดงตู้เย็นสำเร็จรูป.....	12
5 แสดงตู้เย็นแยกส่วน.....	13
6 แสดงตู้เย็นแบบประตู 2 บานขนาดใหญ่ (Reach-in Cabinet).....	13
7 แสดงตู้เย็นแบบเปิดประตูได้ 2 ข้าง (Pass-through Cabinet).....	14
8 แสดงห้องเย็น (Walk-in Cabinet).....	14
9 แสดงตู้ (โต๊ะ) ที่ส่วนบนเป็นถาดทำความเย็น (Cold Table-Cabinet).....	15
10 แสดงตู้แช่แข็ง (Chest-Type Freezer).....	15
11 แสดงตู้แช่เยือกแข็ง (Sharp Freezer).....	15
12 แสดงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	26
13 แสดงโมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	30