

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพประกอบ.....	ด
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมุติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ.....	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	62
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	72
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	72
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	73
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	74
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	75

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	78
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของ ผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	80
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	83
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	88
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	102
ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในพระนครศรีอยุธยา.....	118
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	174
สรุปผลการวิจัย.....	174
อภิปรายผล.....	176
ข้อเสนอแนะ.....	177
บรรณานุกรม.....	179
ภาคผนวก.....	185
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับการวิจัย.....	186
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	192

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ค่าความถี่ และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
2	ค่าความถี่ และร้อยละพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค.....	80
3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ).....	83
4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านราคา.....	84
5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านสถานที่.....	85
6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	86
7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ โดยภาพรวม.....	87
8	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามเพศ.....	88
9	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามอายุ.....	89
10	การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ระหว่างด้านราคา กับอายุ.....	90
11	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	91
12	การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับสถานภาพสมรส.....	92
13	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	93
14	การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับ ระดับการศึกษา.....	94
15	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามอาชีพ.....	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับอาชีพ.....	96
17 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับอาชีพ.....	97
18 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	98
19 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านราคา กับรายได้ต่อเดือน.....	99
20 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านสถานที่ กับรายได้ต่อเดือน.....	100
21 การสรุปเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ของผู้บริโภค โดยใช้การทดสอบ t-test และ F-test.....	101
22 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	102
23 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	104
24 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านสถานที่ กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	105
25 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	106
26 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	107
27 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามราคาเครื่องปรับอากาศ.....	108
28 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามประโยชน์ของการซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	109

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	110
30 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ.....	111
31 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	112
32 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่างด้านสถานที่ กับข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	113
33 การทดสอบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ เป็นรายคู่ ระหว่าง ด้านส่งเสริมการตลาด กับข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	114
34 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามประเภทของเครื่องปรับอากาศ.....	115
35 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	116
36 การสรุปเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ จำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ โดยใช้การทดสอบ t-test และ F-test.....	117
37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	118
38 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	119
39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด....	120
40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	121
41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	122
42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	123
43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	124
44 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	126
46 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	127
47 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	128
48 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	129
39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด....	120
40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	121
41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	122
42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด.....	123
43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	124
44 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	125
45 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	126
46 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	127
47 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์.....	128
48 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์.....	129
49 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านราคาเครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้ง.....	130
50 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านราคาเครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้ง.....	131
51 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านราคา เครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้งจำแนกตามอายุ.....	132

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านราคาเครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้ง.....	133
53 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านราคาเครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้ง.....	134
54 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านราคาเครื่องปรับอากาศ พร้อมค่าติดตั้ง.....	135
55 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านประโยชน์ของเครื่องปรับอากาศ...	136
56 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านประโยชน์ของเครื่องปรับอากาศ...	137
57 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านประโยชน์ของ เครื่องปรับอากาศ.....	138
58 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านประโยชน์ของ เครื่องปรับอากาศ.....	139
59 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านประโยชน์ของ เครื่องปรับอากาศ.....	140
60 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านประโยชน์ของ เครื่องปรับอากาศ.....	141
61 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	142
62 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	143
63 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านแหล่งที่ซื้อ เครื่องปรับอากาศ.....	144
64 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านแหล่งที่ซื้อ เครื่องปรับอากาศ.....	145
65 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	146
66 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านแหล่งที่ซื้อ.....	147
67 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ.....	148
68 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ.....	149

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านยี่ห้อยของ เครื่องปรับอากาศ.....	150
70	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านยี่ห้อยของ เครื่องปรับอากาศ.....	151
71	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านยี่ห้อยของเครื่องปรับอากาศ.....	152
72	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านยี่ห้อยของ เครื่องปรับอากาศ.....	153
73	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ.....	154
74	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ.....	155
75	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ใน การตัดสินใจ.....	156
76	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ใน การตัดสินใจ.....	157
77	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ..	158
78	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ใน การตัดสินใจ.....	159
79	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านประเภทเครื่องปรับอากาศ.....	160
80	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านประเภทเครื่องปรับอากาศ.....	161
81	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านประเภท เครื่องปรับอากาศ.....	162
82	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านประเภท เครื่องปรับอากาศ.....	163
83	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านประเภทเครื่องปรับอากาศ.....	164
84	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านประเภท เครื่องปรับอากาศ.....	165
85	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับด้านฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	166



### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
86 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับด้านฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	167
87 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับด้านฤดูกาลที่ซื้อ เครื่องปรับอากาศ.....	168
88 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับด้านฤดูกาลที่ซื้อ เครื่องปรับอากาศ.....	169
89 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับด้านฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	170
90 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับด้านฤดูกาลที่ซื้อ เครื่องปรับอากาศ.....	171
91 การสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคโดยใช้การทดสอบ Chi-Square test.....	172

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 พฤติกรรมการซื้อ 4 ประเภท.....	34
3 การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	42
4 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของฟิลิป คอตเลอร์.....	48
5 ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านต่างๆ.....	50
6 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	51
7 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ.....	53
8 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	56
9 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	60
10 ขบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	61