

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	9
ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดนตรีสากล	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ความถี่ และร้อยละของผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็กรวม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็กรวม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	44
ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในเว็กรวม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	89
สรุปผลการวิจัย	90
อภิปรายผล	101
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	107
แบบสัมภาษณ์	109
ประวัติผู้วิจัย	113

สารบัญญัตราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	42
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์	44
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา	45
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	46
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาด	47
4.6	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านผลิตภัณฑ์	48
4.7	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านราคา	49
4.8	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	50
4.9	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านการส่งเสริมการตลาด	51
4.10	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านผลิตภัณฑ์	53
4.11	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้าน ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	54
4.12	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้าน ผลิตภัณฑ์หัวข้อ สิ้นค้ามีความทนทาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านราคา	56
4.14	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	57
4.15	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา หัวข้อความเหมาะสมของราคาสินค้ากับคุณภาพ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	57
4.16	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	58
4.17	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านสถานที่จัดจำหน่าย หัวข้อภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	60
4.18	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านการส่งเสริมการขาย	61
4.19	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านส่งเสริมการขาย หัวข้อมีส่วนลดให้กับลูกค้าสมาชิก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	62
4.20	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านส่งเสริมการขาย หัวข้อจัดงานลด 50 – 70% ปีละ 1 ครั้ง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	62
4.21	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านผลิตภัณฑ์	64
4.22	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ หัวข้อสินค้ามีความทนทาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.23	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านราคา	66
4.24	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	67
4.25	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา หัวข้ออะไหล่และอุปกรณ์เสริมมีความเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	67
4.26	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	68
4.27	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านการส่งเสริมการตลาด	70
4.28	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านผลิตภัณฑ์	72
4.29	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านราคา	73
4.30	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา หัวข้อมีป้ายราคาแสดงชัดเจน จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	75
4.31	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	76
4.32	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านการส่งเสริมการขาย	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.33	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านผลิตภัณฑ์	79
4.34	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านราคา	81
4.35	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	82
4.36	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา หัวข้อความเหมาะสมของราคาสินค้ากับคุณภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	83
4.37	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	84
4.38	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในด้านการส่งเสริมการตลาด	85
4.39	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด หัวข้อมีส่วนลดให้กับลูกค้าสมาชิก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)	86
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	94

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี