

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

SATISFACTION TOWARDS ELECTRIC GUITAR OF GUITAR PLAYER IN  
BANGKOK METROPOLITAN



T144853



กท.  
๙๗๔๔๓  
๒๕๕๗

b. 128 24367  
i. ....

งตขหมุ.....  
เลขทะเบียน 144853  
วันเดือนปี 26 S.A. 2559

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

KMTL-2014-AMC-M-017-073

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าใน เขตกรุงเทพมหานคร

SATISFACTION TOWARDS ELECTRIC GUITAR OF GUITAR PLAYER IN  
BANGKOK METROPOLITAN



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

KMTL-2014-AMC-M-017-073

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**SATISFACTION TOWARDS ELECTRIC GUITAR OF GUITAR PLAYER IN  
BANGKOK METROPOLITAN**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION  
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2014**

**KMTL-2014-AMC-M-017-073**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2014**

**ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขต  
กรุงเทพมหานคร  
SATISFACTION TOWARD ELECTRIC GUITAR OF GUITAR  
PLAYER IN BANGKOK METROPOLITAN  
นักศึกษา นายเจริญฤทธิ์ รัตนศรี  
รหัสประจำตัว 55671441  
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นिरุตติกุล

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
รศ.ดร.วรรณารถ	แสงมณี
ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ	โรจน์นिरุตติกุล
ผศ.ดร.สมศักดิ์	กุหาสวรรค์เวช
ดร.พยัค	วุฒิรงค์

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 24 พฤศจิกายน 2557 เวลา 12.30 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องประชุม AMC อาคารเรียนรวมตึกพระเทพฯ

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วิทยาลัยรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.อานวย แสงโนรี)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นายเจริญฤทธิ์ รัตนศรี
รหัสประจำตัว	55671441
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันิรุตติกุล

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เปรียบเทียบระดับความความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์โดยวิธี t-test และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ มากที่สุดรองลงมา คือ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ
2. ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มี ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นและประเภทของเครื่องดนตรีอื่นที่เล่น มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

<b>Thesis Title</b>	Satitsfaction Towards Electric Guitar of Guitar Player in Bangkok Metropolitan
<b>Student</b>	Mr.Jarernlid Rattanasri
<b>Student ID.</b>	55671441
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Program</b>	Industrial Business Administration
<b>Year</b>	2014
<b>Thesis Advisor</b>	Assistant Professor Dr.Nuttawut Rojniruttikul

## ABSTRACT

The purpose of this study were ( 1 ) to study the level of satisfaction towards the electric guitar of electric guitar players in Bangkok Metropolitan ( 2 ) to compare the level of satisfaction towards the electric guitar of electric guitar player in Bangkok Metropolitan by personal factors and 3) To compare the level of level of satisfaction towards the electric guitar of electric guitar player in Bangkok Metropolitan by guitar player behavior. Questionnaires were used as research instrument to collect data. Data were analyzed by statistical program. Statistics for analysis were percentage, arithmetic mean, and standard deviation. t-test and One-way ANOVA were used to test the hypotheses. The results were as follows.

1. The guitar player had the high level of satisfaction towards electric guitar. The most satisfied dimension was product , followed by price, place and promotion, respectively.
2. Guitar player who had different gender, age, education, occupation, monthly income and marital status had statistical significant difference in satisfaction towards electric guitar of guitar player in Bangkok Metropolitan at level of 0.01.
3. Guitar player who had different expense of electric guitar, nationality of manufacture, type of electric guitar and other playing musical equipment had statistical significant difference in satisfaction towards electric guitar in Bangkok Metropolitan at level of 0.01. Moreover, guitar player who had different influencing people had statistical significant difference in satisfaction towards electric guitar of guitar player in Bangkok Metropolitan at level of 0.05.

# กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับคำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก บุคลากรหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันรุตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆที่เกี่ยวข้องใน การทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ จนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.วรรณารถ แสงมณี ผศ.ดร.สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช ผศ.ดร. ณัฐวุฒิ โรจนันันรุตติกุล และดร.พยัต วุฒิรงค์ ซึ่งช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบ แบบสอบถามในทุกข้ออย่างสมบูรณ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะต่างๆ

ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ให้ทุน สนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ทุกคนในครอบครัว ที่ทำให้ผมเกิดมา และเพื่อนๆ ที่ให้การ สนับสนุน คอยให้กำลังใจและเป็นแรงผลักดันให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณวิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ที่ให้โอกาสที่ดีทางการศึกษา และเพื่อนๆ IM16 ที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และให้ กำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

เจริญฤทธิ์ รัตนศรี

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกีตาร์ไฟฟ้า.....	28
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	39
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อ IV ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร..	50
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร .....	53
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขต กรุงเทพมหานคร.....	56
4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่น กีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	64
4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าจำแนกตาม พฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า.....	87
4.6 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร .....	125
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	126
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	126
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	129
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	137
บรรณานุกรม.....	139
ภาคผนวก.....	142
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	143
ประวัติผู้เขียน.....	150

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถานที่ประกอบการธุรกิจในปี 2552 จำแนกตามประเภทธุรกิจกรุงเทพมหานคร 2553 .....	3
2.1 คำถาม 6 คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 70s.....	20
3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร .....	40
3.2 สูตรการวิเคราะห์ โดยวิธี One-way ANOVA.....	46
3.3 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	47
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล.....	50
4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร.....	53
4.3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร .....	56
4.4 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์.....	57
4.5 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคา.....	60
4.6 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่าย .....	61
4.7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	62
4.8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยวิธี t – test.....	65
4.9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยวิธี One – way ANOVA.....	66
4.10 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One – way ANOVA.....	70
4.12 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	71
4.13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยวิธี One – way ANOVA.....	74
4.14 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	76
4.15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One – way ANOVA.....	79
4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	81
4.17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One – way ANOVA.....	84
4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	85
4.19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยวิธี One – way ANOVA.....	87

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	89
4.21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยวิธี One – way ANOVA .....	91
4.22 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	92
4.23 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ โดยวิธี One – way ANOVA.....	95
4.24 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	96
4.25 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเหตุผลในการซื้อกีตาร์ โดยวิธี One – way ANOVA.....	101
4.26 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	103
4.27 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ โดยวิธี One – way ANOVA .....	104

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	106
4.29 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุการใช้งานของกีตาร์ โดยวิธี One – way ANOVA.....	107
4.30 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD .....	109
4.31 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าโดยวิธี One – way ANOVA .....	110
4.32 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	112
4.33 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น โดยวิธี One – way ANOVA .....	115
4.34 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	116
4.35 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของคนตรีอื่นที่เล่น โดยวิธี One – way ANOVA .....	119

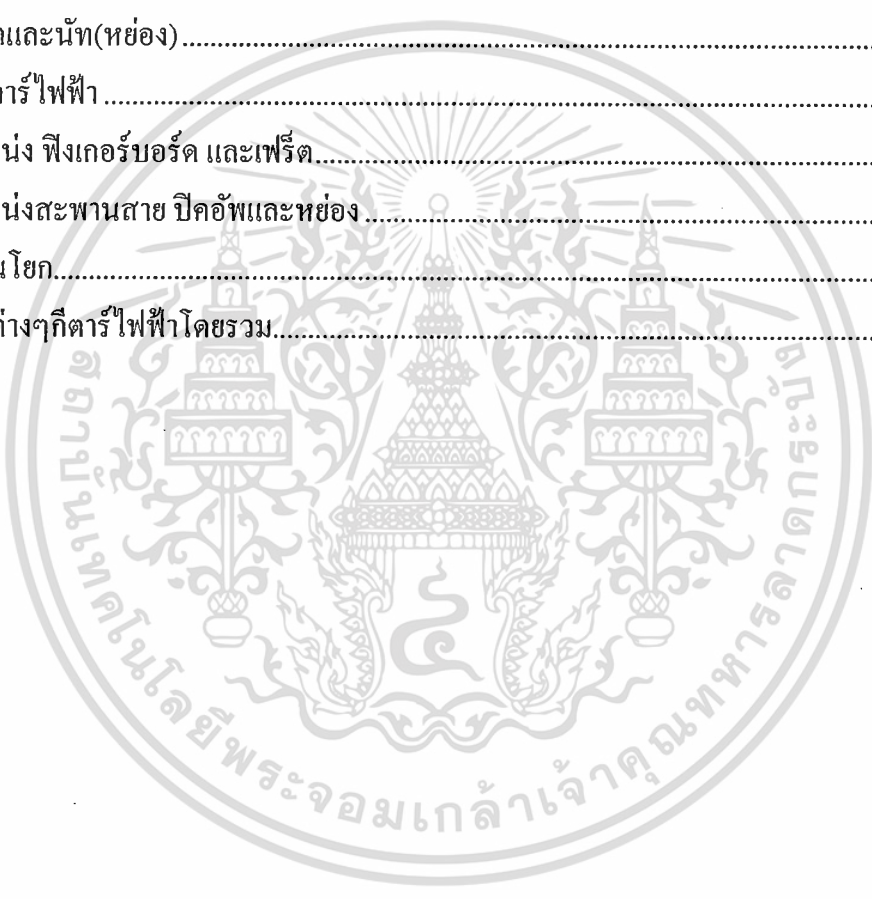
## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.36 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	120
4.37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	124



# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2.1 แบบจำลองส่วนประสมทางการตลาด.....	12
2.2 ประเด็นสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด.....	15
2.3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
2.4 ลูกบิดกีตาร์.....	30
2.5 ลูกบิดและนัท(หย่อง).....	30
2.6 คอกีตาร์ไฟฟ้า.....	31
2.7 ตำแหน่ง ฟิงเกอร์บอร์ด และเฟร็ต.....	32
2.8 ตำแหน่งสะพานสาย ปิคอัพและหย่อง.....	32
2.9 ชุดคันโยก.....	33
2.10 ส่วนต่างๆกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม.....	34



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คงไม่มีใครสามารถปฏิเสธได้ว่า ดนตรีเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกพันกับชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตายจากโลกนี้ไป ชีวิตประจำวันของเรานั้นแม้ไม่ได้ทำงานเกี่ยวกับด้านดนตรีแต่ก็ต้องมี กิจกรรมอะไรสักอย่างทีหนีไม่พ้นจากดนตรี เช่น เวลานั้นรถก็อาจเปิดเพลงฟังจากวิทยุ เสียงเรียกเข้าโทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้เลือกเสียงเพลงเรียกเข้าตามใจชอบ ละครที่เราดูก็มีเพลงประกอบทั้งต้นเรื่อง ระหว่างเรื่องจนจบเรื่อง โฆษณาบนรถไฟฟ้า เสียงเพลงที่แม่ค้าเปิดในตลาดเพื่อเรียกลูกค้า แม้กระทั่งเสียงฮัมเพลงของคนใกล้ตัว เรียกว่าชีวิตนี้ไม่มีใครหนีดนตรีได้พ้น และเพราะดนตรีมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์นี้เอง จึงมีการนำดนตรีมาใช้ประโยชน์ในงานด้านต่าง ๆ มากมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่งานต่าง ๆ

สังคมไทยมีค่านิยมให้บุตรหลานเรียนดนตรีและมีกิจกรรมเกี่ยวกับดนตรี เพื่อเป็นการเสริมสร้างรสนิยม สร้างอุปนิสัยที่ดี ตลอดจนการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งในความจริงแล้วดนตรีมีคุณประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่านั้น ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ทำให้ค้นพบว่า ดนตรีมีความจำเป็นอย่างยิ่ง และมีผลต่อการพัฒนามนุษย์อย่างครบทุกด้าน(ที่มา:จตุรภัทร ดอน-ศรี.2554)

ปัจจุบันมีผู้สนใจเรียนด้านดนตรีมากขึ้น ทั้งการเล่นดนตรีประเภทต่างๆ และการร้องเพลง เพราะเป็นช่องทางจะก้าวสู่อาชีพสร้างรายได้อย่างงาม ทำให้ตลาดเรียนดนตรีขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้น ครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ตั้งแต่ 5 ขวบขึ้นไป จนถึงกลุ่มผู้ใหญ่ ดึงดูดให้ผู้สนใจจะประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนดนตรีรายใหญ่ 2 รายที่ครองตลาดเรียนดนตรีขณะนี้ จึง ต่างเร่งปรับกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อขยายสาขารูปแบบ แฟรนไชส์ครอบคลุมตลาด ตลาดการเรียนดนตรีและเรียนร้องเพลง แนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วเนื่องจากปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญๆ หลายประการดังนี้ (1) การขยายตัวสวนกระแสเศรษฐกิจธุรกิจบันเทิงด้านดนตรี (2) การส่งเสริมเยาวชนร่วมกิจกรรมด้านต่างๆ รวมทั้งด้านดนตรี สถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เยาวชนไทยห่างไกลจากยาเสพติด (3) ผู้ปกครองสนับสนุนบุตรหลานเรียนดนตรีมากขึ้น เพื่อประโยชน์ด้านพัฒนาความสามารถพิเศษของเด็ก (4) สังคมยอมรับอาชีพนักดนตรีมากขึ้น เพราะเป็นอาชีพที่มีชื่อเสียง และสร้างรายได้อย่างงาม โรงเรียนสอนดนตรีจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจเพียงไม่กี่ประเภทปัจจุบัน ที่ยังมีผู้ทางเติบโตอีกมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้สนใจลงทุนมากขึ้น ซึ่งมีทั้งผู้ที่อยู่ในแวดวง ด้านดนตรี และผู้ซื้อแฟรนไชส์โรงเรียนดนตรีที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง

ธุรกิจโรงเรียนดนตรีรูปแบบแฟรนไชส์ เป็น การลงทุนที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ที่มีเงินทุน แต่อยู่นอกแวดวงดนตรี แม้ต้องใช้เงินลงทุนสูง คือประมาณแห่งละ 5-10 ล้านบาท พื้นที่ประมาณ 350-400 ตารางเมตรขึ้นไป แต่โอกาสประสบความสำเร็จค่อนข้างสูงเช่นกัน คืนทุนได้ภายใน 3-5 ปี หากบริหารงานมีประสิทธิภาพ เพราะเจ้าของแฟรนไชส์ จะดูแลเอาใจใส่แต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาชื่อเสียงสถาบัน นับตั้งแต่คัดเลือกผู้สมัคร พิจารณา ทำเลที่ตั้ง จัดหาครูฝึกอบรมครู จัดหลักสูตร จัดหาเครื่องดนตรี ดำรง และอุปกรณ์การสอนต่างๆ รวมทั้งทำแผนการตลาดให้ธุรกิจโรงเรียน ดนตรีรูปแบบแฟรนไชส์ เป็นการลงทุนที่ขยายตัวคึกคักปัจจุบัน เนื่องจากการปรับกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อขยายเครือข่ายสาขา ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดของโรงเรียนสอน ดนตรีที่มีชื่อเสียง 2 คาบใหญ่ คือ โรงเรียนสยาม ดนตรียามอำ และโรงเรียนดนตรีเคพีเอ็น มิวสิค

โรงเรียนสยามดนตรียามอำ (หรือ โรงเรียน ดนตรีสยามกมลการเดิม) บุกเบิกธุรกิจโรงเรียนดนตรีในไทย 36 ปีที่แล้ว ครองตลาดเรียนดนตรี ส่วนใหญ่ปัจจุบัน ได้เปรียบด้านเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องดนตรียามอำนำเข้าจากญี่ปุ่น มีหลักสูตรการสอน ได้มาตรฐานรองรับ ทำให้ผู้เรียนจบหลักสูตร โรงเรียนฯ ได้ใบรับรองจากสถาบันดนตรียามอำ โรงเรียนดนตรีสยามกมลการตั้งเป้าหมายขยายตัวร้อยละ 10 จะเน้นเปิดในศูนย์การค้าเป็นหลัก มีแผนจะปรับภาพลักษณ์ใหม่เนื่องจากที่ผ่านมา สาขาโรงเรียนที่เป็นแฟรนไชส์ ทั้งหมด จะมีชื่อเรียกต่างกัน ทำให้สับสน จึงจะเปลี่ยนเป็นชื่อเดียวกันทั้งหมด คือ โรงเรียนดนตรี สยามกมลการ เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสร้างความน่าเชื่อถือผู้เรียน การเปลี่ยนชื่อ โรงเรียนครั้งนี้ จะดำเนินการ พร้อมกับเปลี่ยนโลโก้บรรยากาศ และหลักสูตรการสอน ที่ต้องมีครบทุกหลักสูตรทุกสาขา คาดว่าจะดำเนินการเสร็จ 38 แห่ง จาก สาขาทั้งหมด 76 แห่ง จะขยายสาขาเพิ่มอีก 10 แห่ง ทำให้จำนวนนักเรียนทั่วประเทศ จะเพิ่มเป็นกว่า 30,000 คน จากเดิมที่มีประมาณ 28,000 คน การปรับภาพลักษณ์ใหม่ให้มีมาตรฐานเดียวกัน และขยายสาขาเพิ่มขึ้น ของ โรงเรียนดนตรีสยามกมลการ มุ่งจะรองรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาด รวมทั้งเพื่อรับมือการ รุกขยายตลาดคู่แข่งรายสำคัญ คือ โรงเรียนดนตรี เคพีเอ็น มิวสิค คาดว่าจะส่งผลธุรกิจส่วน โรงเรียนดนตรีสยามกมล

โรงเรียนดนตรีเคพีเอ็น มิวสิคเป็น โรงเรียน สอนดนตรีอีกแห่ง แต่คาดว่าจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นตามลำดับ เนื่องจากเจ้าของเป็นผู้ก่อตั้ง โรงเรียนดนตรีสยามกมลการปี 2509 รวมทั้งริเริ่ม ให้ประกวดร้องเพลงชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย (KPN Award) และประกวดร้องเพลงเยาวชนชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย (KPN Junior Award) ซึ่งได้รับความสนใจอย่างสูง แต่ละปี จะมี

ผู้สมัครประกวดจำนวนมากจากทั่วประเทศ เพราะการประกวดดังกล่าว เป็นประตูก้าวสู่เส้นทาง เป็นนักร้องอาชีพที่มีชื่อเสียงต่อไปในอนาคต

นอกจาก 2 โรงเรียนดังกล่าว ยังมีโรงเรียน สอนดนตรี มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เปิดสอน ระดับมัธยมต้น และเปิดสอนผู้สนใจทั่วไป และโรงเรียนขนาดเล็กๆ อีกจำนวนมาก ทั้งโรงเรียน สอนดนตรีไทย โรงเรียนดนตรีสากล และโรงเรียนสอนร้องเพลง ส่วนใหญ่ต่างมีสาขา เพียง 1-2 แห่ง รวมทั้งยังมีอาจารย์ที่มีชื่อเสียงอีก ไม่น้อย ซึ่งมีทั้งที่สอนดนตรีเป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม รับสอนดนตรีตามบ้านอาจารย์ หรือรับสอนตามบ้านนักเรียน อาจารย์เหล่านี้ นิยมใช้หลักสูตรการ สอน สถาบัน ที่มี ชื่อ เสียง ต่าง ประเทศ เช่น ทรินิตี้ ของ อังกฤษ (ที่มา : <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=3729>)

การเรียนการสอนหรือโรงเรียนพิเศษที่สอนทักษะทางด้านดนตรีมีหลายสถาบันหลาย สาขาเพื่อรองรับเด็กและเยาวชนที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลาน หรือคนที่สนใจทางด้านดนตรี ต้องการความรู้และทักษะทางด้านดนตรี โรงเรียนสอนพิเศษทางด้านดนตรีในเขตกรุงเทพมหานคร มีถึง 248 แห่ง (ที่มา:สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.2555)

ปัจจุบันมีนักดนตรีเกิดขึ้นมากมายซึ่งเป็นอีกอาชีพหนึ่งในการหาเลี้ยงชีพได้ อาศัยสถาน บริการพวก ร้านอาหาร บาร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ร้านอาหารและบาร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มี จำนวนสถานประกอบการ 34,232 แห่ง ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งที่นักดนตรีอาชีพ ใช้เพื่อ แสดงโชว์ และมอบความบันเทิงให้แก่ผู้มาใช้บริการร้านอาหาร

#### ตารางที่ 1.1 สถานประกอบการธุรกิจในปี 2552 จำแนกตามประเภทธุรกิจกรุงเทพมหานคร 2553

ประเภทธุรกิจ	จำนวนสถาน ประกอบการ	จำนวน คนทำงาน	ถูกจ้าง	
			จำนวน	ค่าตอบแทน (บาท)
ภัตตาคาร บาร์และร้านอาหาร	34,232	169,228	119,884	13,343,741.8
โรงแรมและภัตตาคาร	36,735	225,507	174,098	25,102,774.6
โรงแรม ค่ายพัก ที่พักชั่วคราว	2,503	56,279	54,279	11,759,032.7

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากบทความเกี่ยวกับ AEC ในอนาคตที่จะมาถึงนี้ แนวโน้มของธุรกิจ SME 8 กลุ่มที่เป็นไปได้จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้คาดการณ์ SMEs ที่มีแนวโน้มดีในปี 2556 คือกลุ่มธุรกิจด้านสันตนาการ ซึ่งเป็นหนึ่งกลุ่มที่ขยายตัวมากขึ้น ประกอบกับการมีคู่ทางขยายตลาดไปในเอเชียและอาเซียนมากขึ้น ธุรกิจกลุ่มนี้ ก็เช่น ภาพยนตร์ ละคร ดนตรี กีฬา ข่าวดารา สารคดี รายการทีวี และเคเบิลทีวี (ที่มา เติลนิวิศ.2556)

ดนตรีมีมากมายมีหลายประเภท ทั้งประเภทเครื่องดนตรีสากลและประเภทเครื่องดนตรีท้องถิ่นซึ่งแบ่งออกได้เป็น คีต ดี ดี เป่า เครื่องดนตรี “อิเล็กทรอนิกส์ กีตาร์” หรือที่รู้จักกันว่า “กีตาร์ไฟฟ้า” กีตาร์เป็นเครื่องดนตรีหลักของดนตรีแจ๊ซอันประกอบด้วย กลองชุด กีตาร์ กีตาร์เบส และเปียโนหรือคีย์บอร์ด

จากส่วนหนึ่งของประวัติดนตรีแจ๊ซในปี ค.ศ. 1920-1924 Loyd Loar Adolph Rickenbacker Leo Fender และ Les Paul ได้ทดลองนำเอาตัวแปลงสัญญาณ (Pick Up) มาติดเข้ากับกีตาร์โปร่งสายเหล็ก โดยตัวแปลงสัญญาณจะส่งสัญญาณ ไฟฟ้าไปยังเครื่องขยายเสียงและเครื่องขยายเสียงจะส่งสัญญาณไฟฟ้าไปยังลำโพงเป็นเสียงออกมา จากการทดลองของ Loyd Loar และคณะเป็นจุดเริ่มต้นของกีตาร์ไฟฟ้าและใช้กันในปัจจุบัน (ไพรัช มากกาญจนกุล. 2536)

ปัจจุบันมีร้านตัวแทนจำหน่ายกีตาร์ไฟฟ้าอยู่มากมายหลายแห่งหลายสาขา และการขยายตัวของโรงเรียนสอนดนตรีมีเพิ่มมากขึ้น ในวงการธุรกิจทางด้านดนตรีจะมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของธุรกิจประเภทขายเครื่องดนตรีและผู้วิจัยได้สนใจศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเครื่องดนตรีประเภทหนึ่งคือกีตาร์ไฟฟ้าจากผู้ที่ใช้เล่นในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงพฤติกรรมของผู้เล่นเพื่อเป็นข้อมูลและประโยชน์ของร้านตัวแทนจัดจำหน่ายเครื่องดนตรีนำเข้าประเภทกีตาร์ไฟฟ้าต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของกีตาร์ที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

#### 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

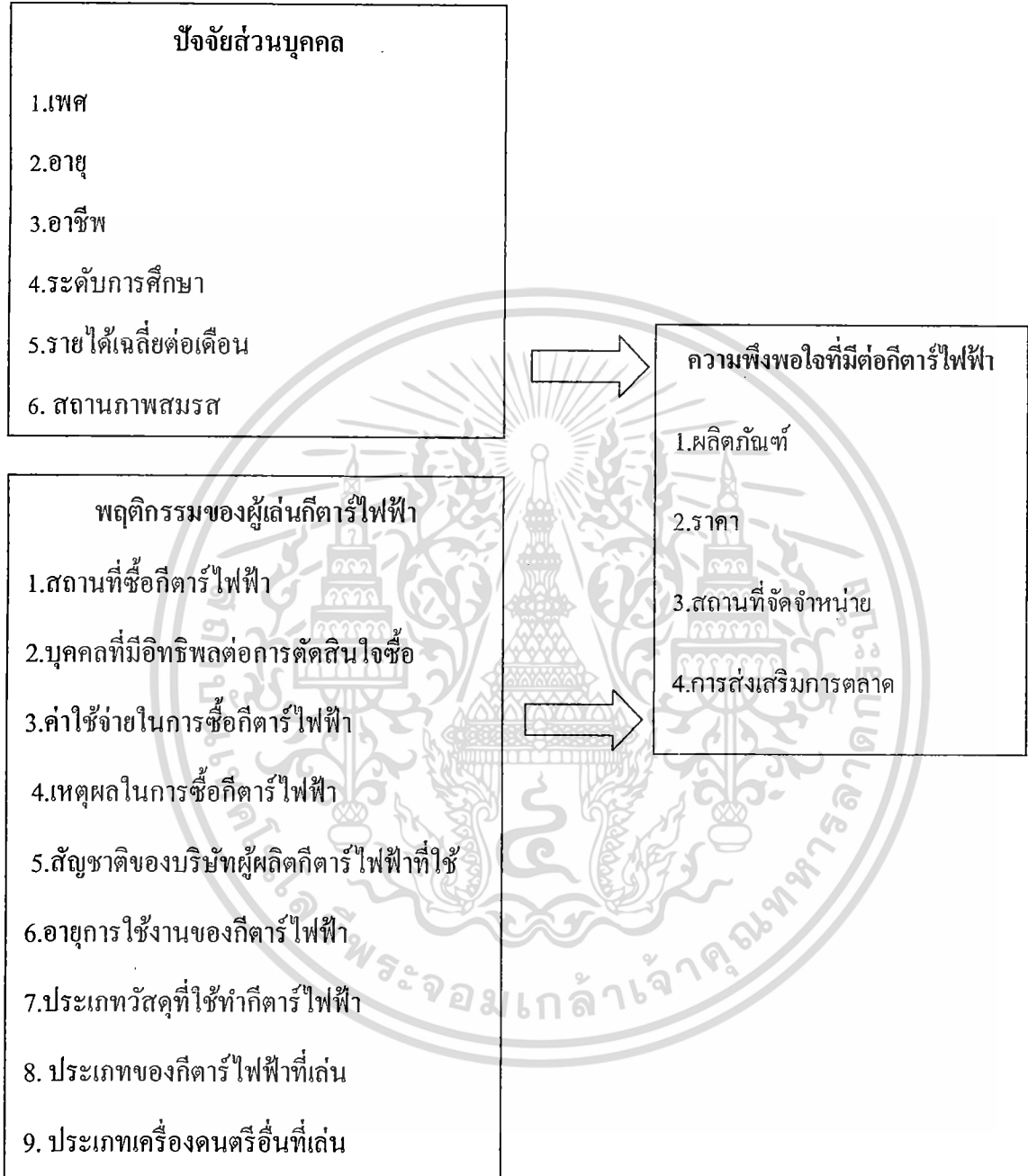
กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่พื้นฐานทางกลยุทธ์นั้นสำคัญและพื้นฐานทางกลยุทธ์ก็คือ Product Price Place Promotion หรือเรียกว่า “4P” ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด Philip Kotler (2003) ได้ให้ความหมายของ “4P” ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ราคา หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา การจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ

Philip Kotler (1997) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของกระบวนการแสดงออกพฤติกรรมของผู้บริโภค เริ่มจากการมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้าสู่กระบวนการทางความรู้สึกลึกซึ้ง (Black Box) และก่อให้เกิดเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยกระตุ้นอื่นๆ ประกอบด้วย แรงผลักดัน หรือเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม โดยปัจจัยเหล่านี้ผ่านเข้าสู่กล่องความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค ซึ่งไปสู่การตอบสนองได้แก่ การตัดสินใจซื้อ เลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ขาย ราคาสินค้า เวลาจำนวน

ผู้วิจัยมีแนวคิดว่าการศึกษาทางพฤติกรรมของผู้ที่เล่นกีตาร์ ผู้ที่จะทำธุรกิจประกอบการนำเข้าของเครื่องดนตรีประเภทกีตาร์ไฟฟ้า นำกลยุทธ์ทางการตลาดนี้ไปประยุกต์ใช้หรือเป็นข้อมูลให้เกิดประโยชน์ได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิด โดยแบ่งข้อมูลตามลักษณะของตัวแปรออกเป็น 2 ส่วน ดังแสดงในภาพที่ 1.2

## ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

## ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดระดับความน่าเชื่อถือ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคกีตาร์ไฟฟ้าเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### 1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ดังนี้

#### 1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ

- 1.ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส
- 2.พฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ได้แก่ สถานที่ซื้อกีตาร์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ เหตุผลในการซื้อกีตาร์ สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ อายุการใช้งานของกีตาร์ ประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ประเภทของกีตาร์ที่เล่น ประเภทเครื่องดนตรีอื่นที่เล่น

#### 1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ได้แก่

- 1.ผลิตภัณฑ์
- 2.ราคา
- 3.สถานที่จัดจำหน่าย
- 4.การส่งเสริมทางการตลาด

### 1.5.3 ขอบเขตระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยจะศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้ใช้ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม 2556

## 1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า หมายถึง ความรู้สึกที่ดีต่างๆ ความชอบ ความรู้สึกทางบวก ความประทับใจของผู้ที่ใช้กีตาร์ไฟฟ้า เป็นทรัพยากร หรือสิ่งริ่ต่างๆที่ทำให้เกิดความ ต้องการเมื่อเกิดความพึงพอใจ ก็ต่อเมื่อผู้ใช้กีตาร์ไฟฟ้า มีทรัพยากรที่ต้องการครบถ้วน

1.1 ผลิตรภัณฑ์ หมายถึง เครื่องดนตรีกีตาร์ไฟฟ้า เป็นเครื่องดนตรีชนิดหนึ่ง ประเภทคิต มี 6 สาย ที่มีตัวถ่ายทอดเสียงจะส่งสัญญาณ ไฟฟ้าไปยังเครื่องขยายเสียง และเครื่องขยายเสียงจะส่งสัญญาณไฟฟ้าไปยังลำโพงเป็นเสียงออกมา และมีไม้ชนิดต่างๆ ใช้เป็นวัสดุทำกีตาร์ไฟฟ้า ซึ่งวัสดุหรือไม้ที่ใช้ ก็จะมีลักษณะของเสียงที่แตกต่างกัน ทางด้านผลิตรภัณฑ์ของ กีตาร์ก็รวมถึงคุณภาพของตัวผลิตรภัณฑ์ความคงทน ลักษณะทางกายภาพของสินค้าทางด้าน รูป วัสดุ กลิ่น เสียง สัมผัส รูปแบบของตราสินค้า

1.2 ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลใช้เงินตราแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้ากีตาร์ไฟฟ้า เช่นคุณภาพความคงทน ลักษณะทางกายภาพ ชื่อเสียงทางตราสินค้า การออกแบบ

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ทำเลที่ตั้งความสะดวก ช่องทางต่างๆที่ใช้แลกเปลี่ยนสินค้ากีตาร์ไฟฟ้ากับเงินตรา รวมถึงบรรยากาศ และภาพลักษณ์ของร้าน

1.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณาผ่านสื่อ การส่งเสริมกิจกรรมต่างๆทางการตลาดที่มีส่วนกระตุ้นและก่อให้เกิดการซื้อ เช่น การลดราคาสินค้า แจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า รวมถึงข่าวสารที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการในสินค้า การประกวดแข่งขันดนตรีเพื่อเป็นกระตุ้นและก่อให้เกิดความ ต้องการของสินค้า

2. พฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ หมายถึง การแสดงออกของผู้ที่เล่นตัวกีตาร์ไฟฟ้าซึ่งถูกกระตุ้นทางด้าน การตลาดและสิ่งกระตุ้นทางด้านอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่ให้เกิดความรู้สึกนึกคิดและตอบสนองสิ่งกระตุ้นเหล่านั้น ได้แก่ การซื้อ เลือกผลิตรภัณฑ์ ตราสินค้าต่างๆ

2.1 สถานที่ซื้อกีตาร์ หมายถึง ทำเลที่ตั้งร้านที่จำหน่ายผลิตรภัณฑ์กีตาร์ไฟฟ้าหรือสถานที่แลกเปลี่ยนเงินตรากับผลิตรภัณฑ์ ผู้เล่นกีตาร์ต้องการสินค้ากีตาร์ไฟฟ้าและหาซื้อได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่น เช่น ร้านขายกีตาร์ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้าหรือตามแหล่งขายศูนย์รวมขายสินค้ากีตาร์ไฟฟ้าเช่น เว็บบอร์ด

2.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง บุคคลที่ส่งผลหรือมีอำนาจการตัดสินใจซื้อ กีตาร์ไฟฟ้า เช่น ตัวเอง เพื่อน คนในครอบครัว หรือนักดนตรีที่ชื่นชอบ

2.3 ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ หมายถึง จำนวนเงินตราที่ใช้แลกเปลี่ยนกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละครั้ง ซึ่งมีจำนวน ตั้งแต่ น้อยกว่า 5,000 บาท จนถึง มากกว่า 20,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 เหตุผลในการซื้อกีตาร์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อื่นเช่น เพื่อสะสม เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อประกอบอาชีพ

2.5 ลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ หมายถึง ยี่ห้อหรือแบรนด์ ของผลิตภัณฑ์กีตาร์ไฟฟ้าที่ผู้เล่นกีตาร์ใช้อยู่ในปัจจุบัน

2.6 อายุการใช้งานของกีตาร์ หมายถึง ช่วงเวลาของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ เช่น ช่วงเวลา 5 ปี มากกว่า 5 ปี ถึง 10 ปี มากกว่า 10 ปี ถึง 15 ปี เป็นต้น

2.7 ประเภทวัสดุที่ใช้ หมายถึง ส่วนประกอบหลักในการผลิตกีตาร์ไฟฟ้าคือไม้ ที่ทำให้เสียงแตกต่างกันออกไป ชนิดไม้ที่ใช้มีหลายชนิด เช่น Alder Ash Basswood Mahogany Maple Rosewood

2.8 ประเภทของกีตาร์ที่เล่น หมายถึง กีตาร์ไฟฟ้าที่จำแนกโดยลักษณะลำตัวของกีตาร์ไฟฟ้าแบ่งได้ สามประเภทแต่ละประเภทก็จะมีเสียงที่แตกต่างออกไป คือ Solid body Hollow body และ Semi Hollow body

2.9 ประเภทเครื่องดนตรีอื่นที่เล่น หมายถึง พฤติกรรมของผู้ที่เล่นกีตาร์ที่สามารถเล่นเครื่องดนตรีที่ไม่ใช่กีตาร์ไฟฟ้า ซึ่งรวมทั้ง ดิด ดี ดี เป่า ได้ เช่น เปียโน แซกโซโฟน ฟลูท กลองชุด กีตาร์เบส ไวโอลิน ฯลฯ

## บทที่ 2

# แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูล และ เรียบเรียงจากเอกสารต่าง ๆ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกีตาร์ไฟฟ้า
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมียุคมากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา(Price) สถานที่(Place) และ การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือ การวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน ทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นแต่ สามารถ ค่อยๆปรับกลยุทธ์ ส่วนผสมทางการตลาดให้ได้เหมาะสมที่สุด

นิตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวิณิช(2551) ได้กล่าวว่า ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) ถือเป็นเครื่องมือ หรือปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้ควบคุมทิศทางการประกอบธุรกิจเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการ บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา

Philip Kotler (2003) กล่าวว่า ส่วนผสมการตลาด เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมและสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ

นารีรัตน์ พิกเพ็ญบุญ (2554) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ทั้งองค์จะต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของตลาดเป้าหมายด้วยเครื่องมือ ส่วนผสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาก เพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้น จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน ซึ่งในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด

รัศมี ศรีสงกรานต์(2555) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4Ps ไว้ดังนี้

**2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แข่งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ เช่น ตรายินค้า รูปแบบและสีสันทนของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาดรูปร่างของสินค้าเครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมาย และความเข้าใจให้กับผู้บริโภค โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงความต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใด ก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา: รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555)

**2.1.2 ด้านราคา (Price)** หมายถึง สิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่มุ่งใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้บริโภคนบางกลุ่มที่ชอบ ซื้อผลิตภัณฑ์เพราะต้องการ ได้รับความ ภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพงๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหา ความแตกต่าง ไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

**2.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง โครงสร้างหรือ ช่องทางหลังจากผู้บริโภคได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้ว จนเกิดความสนใจ และอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สา มารถจะหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะเลิกล้มความตั้งใจ แล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น ที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายยังแบ่งได้อีก 2 ส่วนดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Chanel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึง ประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่าน คนกลางหรือไม่ผ่านคนกลางก็ได้

2. การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ เคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึง ประกอบด้วย (1) การขนส่ง (Transportation) (2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และคลังสินค้า (Warehouse) (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

**2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้ พนักงาน (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Non Personal Selling) ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึง ประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

1. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจาก การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้น ความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการ ขายมี 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อบริโภคชั้นสุดท้ายนี้เรียกว่า สินค้า ผู้บริโภค (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) เป็นการกระตุ้นความพยายามในการขายของคนกลางเพื่อผลักดันสินค้าไปยังผู้บริโภคและอาจอยู่ใน รูปการโฆษณาที่มุ่งสู่คนกลาง ซึ่งเป็นการโฆษณาที่กระตุ้น คนกลาง ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อจูง ใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือขายต่อผลิตภัณฑ์ หรือขายต่อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า เป็นการกลยุทธ์หลัก (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Force

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

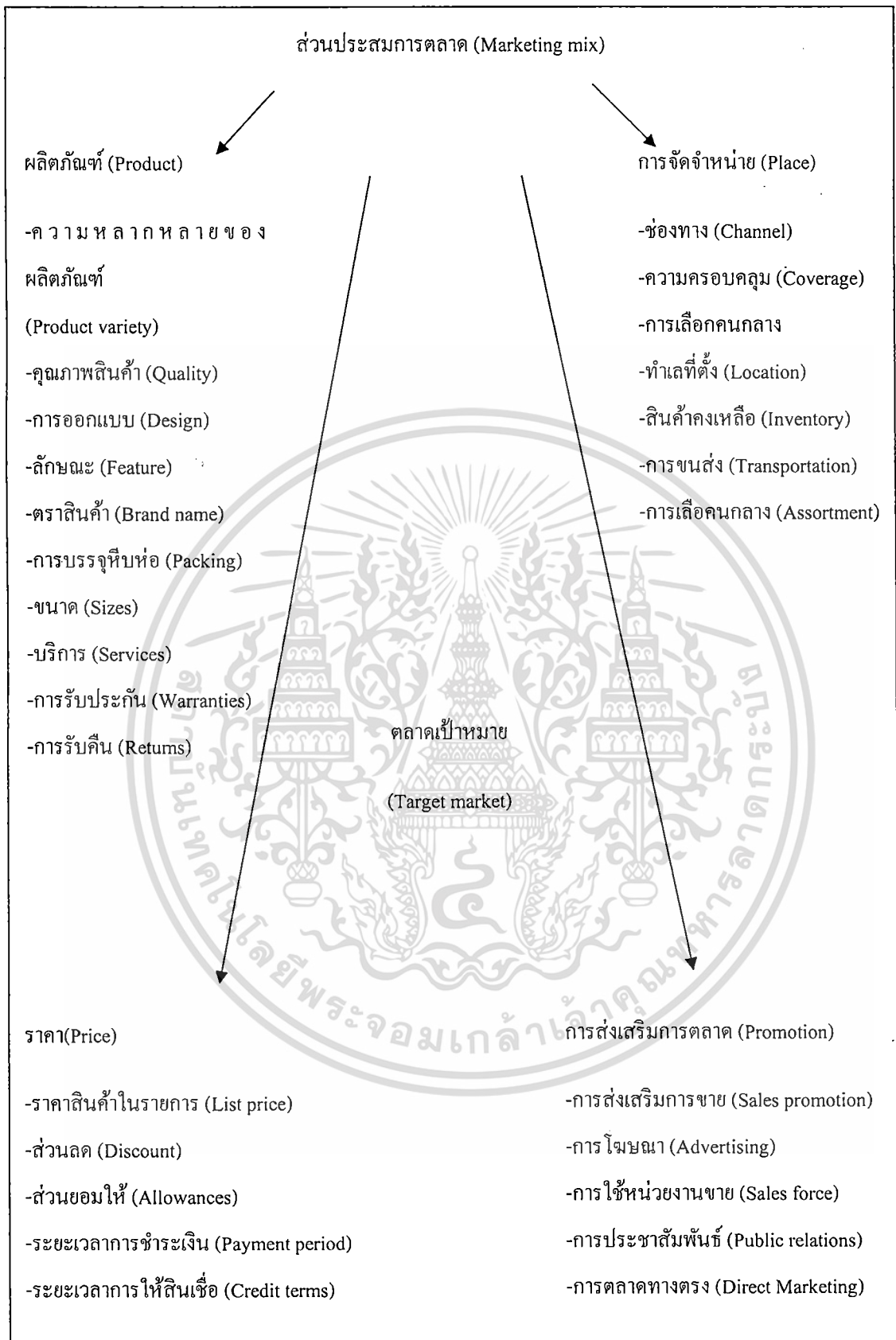
Promotion) เป็นการกระตุ้นพนักงานขายให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น และการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย จะใช้กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) บุคคลเป้าหมายได้แก่พนักงานขายของธุรกิจ จุดประสงค์คือการตอบแทนความสามารถของพนักงาน เป็นการแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง เช่นการแกลบโหนัส การแข่งขันในการทำยอดขาย

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย(Personal Selling Strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sale Force Management)

3. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4. การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนอง

5. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การสร้างสรรคงาน โฆษณา (Creative Strategy) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)



**ภาพที่ 2.2** ประเด็นสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

ที่มา: Kotler (2003 อังอิงในรัศมี สงกรานต์ .2555: 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

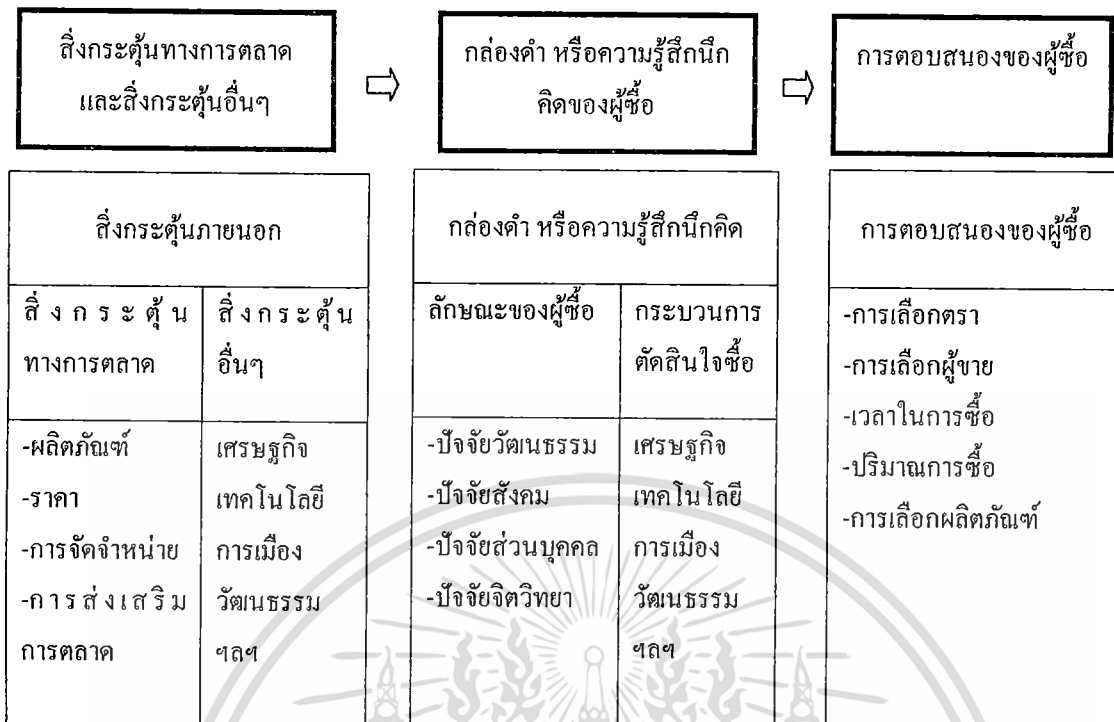
## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินการใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งจะสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือ หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า เป็นการศึกษาของเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งทีกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)

นารีรัตน์ พักเพ็ญบุญ (2540) กล่าวว่า ปัจจุบันการดำเนินการด้านการตลาดมีความจำเป็นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคนักวิชาการตลาดมุ่งวิจัยศึกษาผู้บริโภคในทุกๆ ด้านให้ครอบคลุมที่สุด เพื่อทราบว่าผู้บริโภคต้องการอะไร คิดอย่างไร ซื้ออะไร ซื้อที่ไหน เมื่อไร มีกิจกรรมอะไร ใครเป็นผู้ใช้สินค้า ฯลฯ เพื่อนำมากำหนด กลยุทธ์การตลาด ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จะช่วยสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (Competitive advantage) ตลอดจนสามารถปรับใช้กลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของตน ได้อย่างเหมาะสม นักวิจัยทางการตลาดจึงต้องพยายามทำความเข้าใจถึงจิตใจ ความต้องการพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค แลกระบวนการตัดสินใจของลูกค้านั้นเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้อย่างถูกต้อง

Philip Kotler (1997) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของกระบวนการแสดงออกพฤติกรรมของผู้บริโภค เริ่มจากมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาสู่กระบวนการทางความรู้สึกนึกคิด (Black box) และก่อให้เกิดเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยกระตุ้นอื่นๆ ประกอบด้วย แรงผลักดันหรือ เหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม โดยปัจจัยกระตุ้นเหล่านี้จะผ่านเข้าสู่กล่องดำความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่การตอบสนอง ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ เลือผลิตภัณฑ์ ผู้ขาย ตรายี่ห้อ เวลา จำนวน



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Stimulus-Responses model)

ที่มา: Kotler (1997)

2.2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) คือ สิ่งที่เข้ามากระทบและกระตุ้นผู้ซื้อ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าภายใน (Inside Stimulus) ที่ร่างกายเกิดความไม่สมดุลทางกายภาพหรือทางจิตใจ ก่อให้เกิดความต้องการที่จะรักษาสมดุลนั้น หรือจากสิ่งเร้าภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดต้องพัฒนาขึ้นมา และนำมาใช้ในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดการตระหนักถึงความไม่สมดุล เกิดความต้องการและเกิดความต้องการซื้อ ประกอบด้วย (1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ (2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาถูกค้ำเป้าหมาย (3) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ (4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ บุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่เหนือการควบคุมขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ ทำให้เกิดการซื้อได้ ในทางตรงกันข้าม สิ่งเร้าต่างๆ ที่มีลักษณะในทางลบอาจจะ ไม่ก่อให้เกิดการซื้อ แม้จะต้องมีความต้องการเกิดขึ้นก็ตาม สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ (1) สิ่งกระตุ้น ทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น สถานะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความ ต้องการของบุคคล (2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการ ฝาก ถอน โอน อัตโนมัติ หรือมีช่องทางใหม่ ๆ สามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้ บริการของธนาคาร ได้เพิ่มมากขึ้น (3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมาย เพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านึงจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการ ของผู้ซื้อ (4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาล ต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2.2.2 กล่องดำ (Black Box) เป็นระบบของความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการ ตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากความคิดและจิตใจของผู้ซื้อ นักการตลาดต้องพยายามศึกษาเกี่ยวกับปัจจัย ต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

1. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัย ต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่ง รายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนคือ (1) การรับรู้ความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.2.3 การตอบสนอง (Response) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออันเป็น การตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งผู้ซื้อจะแบ่งการตัดสินใจออกเป็นขั้น ๆ เริ่มต้นจากการตัดสินใจเกี่ยวกับ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ถ้าหากเป็นสินค้าหรือบริการที่มีราคาแพง มีความซับซ้อน ผู้ซื้ออาจจะพิจารณา เลือกผู้ขายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ แต่ถ้าหากสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่มีความซับซ้อนหรือราคาไม่ แพงมาก ผู้ซื้อก็อาจจะไม่คอยให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ขายมากนัก แต่จะพิจารณาจาก ความพึง พอใจในการบริการเป็นหลัก ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (1) การเลือก ผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่างการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้บริโภคทางเลือกคือ นมสด กล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมนมปั่น เป็นต้น (2) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้า ผู้บริโภคเลือกนมสดกล่องจะเลือกยี่ห้อใด เช่น โฟร์โมสต์ มะลิ เป็นต้น (3) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใด ร้านค้าใด หรือช่องทางต่าง ๆ ในการซื้อ (4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น

ในการซื้อสินค้า (5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

**2.2.4 ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer)** รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555) กล่าวว่า ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้พฤติกรรมในการซื้อ (Purchasing Behavior) ดังนี้ (1) ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) การที่บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ซึ่งบางคนถ้าไม่มีความต้องการก็ถือว่าไม่ใช่ผู้บริโภค ดังนั้น ถ้าจะวัดว่าใครเป็นผู้บริโภคต้องวัดที่ความต้องการ และความต้องการมีรูปร่างแต่เป็นนามธรรม (2) ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (3) การเกิดพฤติกรรมในการซื้อ (Purchasing Behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อ เช่น ซื้อที่ไหน เมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน (4) พฤติกรรมในการใช้ (Using Behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการใช้อย่างไร

**2.2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จากแนวคิดของ รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555)** การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของกล่าวคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Concept) คือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้และการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, WHY?, WHO?, WHEN?, WHO?, WHEN?, HOW? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ดังตารางที่ 2.1 แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 คำถาม 6 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7Os

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1)ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคนั้นต้องการซื้อ(Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าของคู่แข่ง
3. ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อคือ(1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participated in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือ เทศกาลวันสำคัญต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภครซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตรายขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ เป็นต้น
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจ(Operations) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) ตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา : รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อบริการใดๆ จะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ ได้แก่

1. การซื้อด้วยเหตุผล การซื้อด้วยเหตุผลเป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจเป็นลูกค้าธุรกิจให้บริการหนึ่งแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อด้วยเหตุผลนี้ให้เห็นคุณค่าอย่างแท้จริง ด้วยการให้ข้อมูลที่เหมาะสมและชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งในยุคนี้ เนื่องจากลูกค้ามีการศึกษามากขึ้น การให้ข้อมูลเป็นการกระตุ้นภาวะการตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลที่มีเหตุผล

2. การซื้อด้วยอารมณ์ การซื้อด้วยอารมณ์มักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชายการตัดสินใจแบบนี้จะเป็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่มากกระตุ้นต่อมความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นต่อมให้เกิดพฤติกรรมทันที นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้าให้มากขึ้น เนื่องจากจะเป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายเงินมากสำหรับการบริการในครั้งหนึ่งๆ เพื่อแลกกับความสะดักความสบาย ความสวยงาม และความหรูหรา สรุปโดยรวม พฤติกรรมผู้บริโภคมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัย 4 ด้านคือ (1) ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม(วัฒนธรรมย่อยและชนชั้นทางสังคม) (2) ปัจจัยทางสังคม (กลุ่มอ้างอิงครอบครัว บทบาทและสถานภาพ) (3) ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ ขั้นตอนในวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพการงาน สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง) และ (4) ปัจจัยทางจิตวิทยา (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ) ซึ่งการวิจัยในปัจจัยต่าง เหล่านี้สามารถให้แนวทางในการหาวิธีเข้าถึงและตอบสนองต่อผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพยิ่ง

2.2.7 กระบวนการตัดสินใจซื้อ สิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2543)กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม ปัจจัยภายในและภายนอก จะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค(Consumer Decision-Marketing Process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1.การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ ซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิว หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก ที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าวเช่น ได้เห็นโฆษณา หรือเห็นตัวสินค้า แล้วเกิดความต้องการขึ้น แต่อาจเกิดความขัดแย้งขึ้นได้ภายในครอบครัวเนื่องจากเงินมีจำกัด เช่น ภรรยาต้องการใช้เงินเพื่อการอื่นแทนที่จะซื้อสินค้าที่สามีต้องการ หากไม่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ กระบวนการตัดสินใจซื้อก็อาจต้องหยุดอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ณ จุดนี้ หรือผู้บริหาร พนักงานขายหรือผู้ที่ต้องติดต่อดูเอกสารกับลูกค้าเป็นประจำ แต่ไม่อยู่ที่ทำงาน อาจเกิดความจำเป็นที่จะต้องซื้อโทรศัพท์มือถือ เพื่อความสะดวกสบายในการติดต่อดูเอกสารเป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้ว เขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ การค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณอย่างรวดเร็ว หรืออาจต้องมีการใช้ความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูล การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ (1) จำนวนของข้อมูลที่จะหาได้ (2) ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3) ผลที่เกิดขึ้นในภายหลัง หากไม่ได้มีการค้นหาข้อมูล เช่น ผู้ที่ต้องการซื้อ โทรศัพท์ มือถือก็จะหาข้อมูลเกี่ยวกับรุ่น ราคา คุณภาพ ความคงทน และบริการหลังการขาย จากแหล่งต่างๆ

3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือ คุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องราวของความพอใจส่วนบุคคล จากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ ถ้าทางเลือกที่ได้มีเพียงทางเลือกเดียว การประเมินผลก็ทำได้ง่าย แต่บางครั้งทางเลือกที่ได้มีหลายแบบ ฉะนั้นผู้บริโภคต้องพิจารณาเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด

4. การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้ว ก็มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น ในการตัดสินใจซื้อก็ต้องพิจารณาต่อไปถึงเรื่องตราหือ ร้านที่จะซื้อ ราคา สิสน์ เป็นต้น

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้านี้ก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดควรจะต้องทราบ ทั้งนี้เพราะว่ามีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนด้วย

2.2.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆเพื่อที่จะจัดตั้งกระสุนทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อ ได้รับตั้งกระสุนทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ สิ่งที่ผู้ขายและนักการตลาดต้องทำคือ ค้นหาลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การที่จะศึกษาลักษณะของผู้ที่ซื้อหรือที่เป็นเป้าหมายจะประโยชน์อย่าง

มากสำหรับนักการตลาด คือ ทราบความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคซึ่งมี 4 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยาสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ และกลุ่มอ้างอิง ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคโดยภาพรวมของปัจจัยทั้ง 4 ประการดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม(Culture Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดในปัจจัยด้านวัฒนธรรมนี้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural Value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคมประกอบด้วย (1) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม (2) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่นๆ (3) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์กร (4) ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (5) ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ (6) ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่างๆ แล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้ (1) วัฒนธรรมพื้นฐาน(Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมเช่นลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน (2) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) เชื้อชาติต่าง ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าต่างกัน กลุ่มศาสนา(Religious Groups) กลุ่มศาสนาต่างๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มสีผิว (Racial Groups) กลุ่มสีผิวที่ต่างกัน เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลืองแต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน กลุ่มอาชีพ(Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ นัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กฎหมาย ครัว กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่นทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงานและผู้สูงอายุ กลุ่มย่อยทางเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง เพศชาย (3) ชั้นของสังคม (Social Class) มีบุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มจะประพฤติเหมือนกัน และบริบทคล้ายๆกัน บุคคลจะถูกจัดลำดับสูงหรือต่ำตามตำแหน่งที่ยอมรับในสังคมนั้น ชั้นของสังคมแบ่งตามอาชีพ รายได้ฐานะตระกูล ตำแหน่งหน้าที่ หรือบุคลิกลักษณะ ชั้นสังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน และบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้สูงขึ้น หรือต่ำลง ได้ลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ได้ 3 ระดับและเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ (1) กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน และกลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิง จะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างๆจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร (2) ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน (3) บทบาทสถานะ (Roles And Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิธีโอของครัวครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้ตัดสินใจ ผู้ตัดสินใจซื้อผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้ (1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี, และ 65 ปี ขึ้นไป (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครอบครัวไปด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันที่แตกต่างกัน

(4) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อานาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนมีรายได้ต่ำกิจการต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆเพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน (5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ (6) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทัศนคติ บุคลิกภาพ แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541)

(1) การสนใจ (Motivation) หมายถึง พลังถึงกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติกรสนใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

(2) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้ เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้ที่มาจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึกรู้สัมผัส ขั้นตอนการรับรู้มี 4 ขั้นตอนคือ การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร, การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร, ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร, การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น และจะเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือ ทฤษฎี สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ ด้วยการ โฆษณา ช้าแล้วช้าอีก หรือ จักการส่งเสริมการขาย เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ การเรียนรู้เกิดจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลหลายอย่างเช่น ทักษะคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีตอย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบแจกของตัวอย่าง จะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าการจัดกิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้าถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้าก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม (4) ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือน้ำมันเอสโซ่ มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่าจับถือได้ดังพลังสูง เป๊ปซี่ สร้างความเชื่อถือเป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่วในช่วงแรกผู้บริโภคบริโภคเกิดความเชื่อว่า การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว มีปัญหากับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบ ที่นักการตลาดต้องรณรงค์ เพื่อแก้ไขความเชื่อถือที่ผิดพลาด (5) ทักษะคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Kotler (1997) กล่าวว่าทักษะคติหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการศึกษาพบว่าทักษะคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กันนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทักษะคตินั้นเกิดขึ้นอย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การกำเนิดทักษะคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคลและเกิดความสัมพันธ์ต่อกันอย่างอ้อม เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

2.2.9 ความพึงพอใจ ความรู้สึกหรือทักษะคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นต่อเมื่อถึงนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ย่อมมีความแตกต่างกันไป จะมีทั้งความรู้สึกด้านลบ และความรู้สึกด้านบวกและความสุข

ปรากรม วุฒิพงษ์ และคณะ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นวัตถุประสงค์ของการบริการที่มีคุณภาพ แต่เป็นการวัดความรู้สึกของผู้ใช้บริการ มีการศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อปรับปรุงระบบบริการและสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ประทับใจแต่ความพึงพอใจอีกประการหนึ่ง คือ คุณภาพการรักษาที่จำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ดีและให้มีประสิทธิภาพ

สมพร อิทธิเดช (2530) มีความเห็นว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุณภาพในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

Vroom (1984) กล่าวว่า ทักษะคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นๆ ทักษะคิต้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทักษะคิต้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจ

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540) กล่าวว่า เป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมิน ประสิทธิภาพ สิ่งที่ขาดหายไป ระหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจได้

อารี พันธุ์ณี (2538) อธิบายทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังนี้

1. ทฤษฎีความต้องการความสุขส่วนตัว (Hedonistic Theory) คณาจารย์จากภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการความสุขส่วนตัวในเรื่องแรงจูงใจไว้ว่า ในสมัยโบราณเชื่อกันว่ามูลเหตุสำคัญของมนุษย์ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจก็เพราะใจมนุษย์ต้องการหาความสุขส่วนตัวและพยายามหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด

2. ทฤษฎีสัญชาตญาณ (Instinctual Theory) สัญชาตญาณ เป็นสิ่งที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่เกิด ซึ่งทำให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้

3. ทฤษฎีการมีเหตุผล (Cognitive Theory) ทฤษฎีหลักการมีเหตุผลเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อมั่นในเรื่องเกี่ยวกับความสามารถบุคคลในการมีเหตุผลที่จะตัดสินใจกระทำสิ่งต่างๆ เพราะบุคคลทุกคนมักมีความตั้งใจจริง นอกจากนั้นทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าบุคคลมีอิสระที่จะกระทำพฤติกรรมได้อย่างมีเหตุผล และสามารถตัดสินใจต่อการกระทำต่างๆ ได้มีความรู้ว่าจะต้องทำอะไร บรรลุสิ่งใด และควรต้องตัดสินใจออกมาในลักษณะใด

4. ทฤษฎีแรงขับ (Drive Theory) โดยพฤติกรรม และการกระทำต่างๆ ของบุคคลนั้นจะมี ส่วนสัมพันธ์กับแรงขับภายในของแต่ละบุคคล แรงขับภายในแต่ละบุคคลนั้นเป็นภาวะความตึงเครียดนั้นได้ออกไป แรงขับมีลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ (1) แรงขับภายในร่างกาย (2) แรงขับภายนอกในร่างกาย หรือแรงขับหุนิยม เป็นแรงขับที่เกิดจากความต้องการทางด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะมีผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปอันเป็นผลมาจาก ประสิทธิภาพการเรียนรู้ที่สะสมไว้ในแต่ละบุคคล

5. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Theory of Need Gratification) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ซึ่งกล่าวไว้ว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการ ในขั้นสูงๆ ถ้าความต้องการในขั้นต่ำได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ไว้ดังนี้ (1) ผลผลิตขั้นบริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลผลิตขั้นบริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความ ต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลผลิตขั้นบริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ค่าบริการนี้จะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการ

(3) สถานที่บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้ เป็นต้น (4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ประกอบการบริการจะต้องประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป (5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ (6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัวสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย (7) กระบวนการบริการ ผู้ประกอบการบริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

## 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกีตาร์ไฟฟ้า

### 2.3.1 ประวัติและความเป็นมาของกีตาร์ไฟฟ้า

ดนตรีแจ๊ซกำเนิดมาจากพวกทาสนิโกร ที่เมืองนิวยอร์กดินแถบฝั่งแม่น้ำมิสซิปปี ซึ่งนิโกรเหล่านี้พอว่างเว้นจากภารกิจก็จะร้องรำทำเพลงกันอย่างสนุกสนาน และคิดประดิษฐ์เครื่องดนตรีต่างๆมาใช้ประกอบการบรรเลง โดยการตบมือ ใช้ไม้ไผ่ทำเป็นเครื่องเป่า ใช้หนังวัวหนังควายทำเป็นกลอง และใช้หางม้าเป็นคันซอ เป็นต้น

ปี ค.ศ. 1865 ซึ่งเป็นปีที่ประธานาธิบดีประกาศเลิกทาสได้สำเร็จ ในระยะนั้นพวกนิโกรมีอิสระในการที่จะกระทำใดๆ ได้อย่างเต็มที่ ด้วยเหตุที่พวกนิโกรมีใจรักดนตรีแต่ดั้งเดิมอยู่แล้ว จึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เก็บเอาเครื่องดนตรีที่เหล่าทหารไม่ใช่แล้วมาหัดบรรเลงกันโดยเล่นถูกบ้างผิดบ้าง และด้วยเหตุที่พวกนิโกรเป็นทาสที่ไม่มีความรู้และอ่านโน้ตไม่ได้ ฉะนั้นการบรรเลงดนตรีของพวกเขาจึงเป็นแบบต่างคนต่างเล่นเป็นแบบฮิเทโรโฟนี (Heterophony) หรือในสมัยปัจจุบันเรียกว่าคีตปฏิบัติ (Ad-lib หรือ Improvisation)

ปี ค.ศ. 1905 ดนตรีแจ๊สในสมัยนั้นเรียกว่า แร็กไทม์ (Ragtime) ซึ่งนิยมเล่นกันในกลุ่มนิโกร ในปี ค.ศ. 1918 ดนตรีแบบ แร็กไทม์ ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จนได้พัฒนาเป็นดนตรีแบบ ดิกซ์แลนด์ (Dixieland Style)

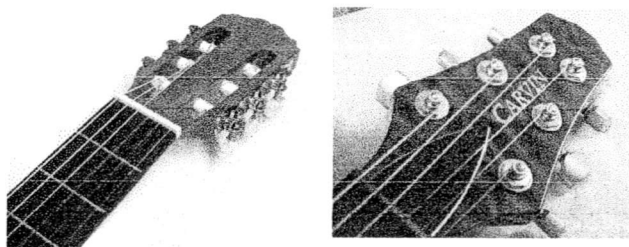
ปี ค.ศ. 1920 ดนตรีแบบดิกซ์แลนด์ หรือ แร็กไทม์ ถูกเรียกใหม่ว่าดนตรี แจ๊ส (Jazz) ในช่วงนี้ชาวอเมริกันซึ่งเป็นคนผิวขาวเริ่มนิยมเล่นดนตรีประเภทนี้ และมีลีลาหลากหลายมากขึ้น จนมีแบบใหม่เกิดขึ้นเช่น แบบชิคาโก (Chicago Style) และแบบนิวยอร์กสวิง (New York Swing Style)

ปี ค.ศ. 1920-1924 ลอยด์ ลอร์ (Lloyd Loar) ออดอล์ฟ ริคเคนแบคเกอร์ (Adolph Rickenbacker) เลโอ เฟนเดอร์ (Leo Fender) และ เลส พอล (Les Paul) ได้ทดลองนำเอาตัวถ่ายทอดเสียง (Pick Up) มาติดเข้ากับกีตาร์โปร่งสายเหล็ก โดยตัวถ่ายทอดเสียงจะส่งสัญญาณไฟฟ้าไปยังเครื่องขยายเสียงและเครื่องขยายเสียงจะส่งสัญญาณไฟฟ้าไปยังลำโพงเป็นเสียงออกมาจากการทดลองของ ลอยด์ ลอร์ และคณะเป็นจุดเริ่มต้นของกีตาร์ไฟฟ้าและใช้กันในปัจจุบัน (ไพรัช มากาญจนกุล. พ.ศ. 2536)

### 2.3.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกีตาร์ไฟฟ้า

กีตาร์ไฟฟ้า คือ เครื่องดนตรีประเภทหนึ่งที่ติดตั้งอุปกรณ์ Pick Up ที่เป็นตัวแปลงการสั่นสะเทือนของสายกีตาร์ให้กลายเป็นสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผ่านสายสัญญาณ (Cable) ไปยังเครื่องขยายสัญญาณ (แอมป์ลิฟายเออร์) และออกสู่ลำโพง นายชัยวิวัฒน์ (2556) ได้กล่าวส่วนประกอบของกีตาร์มีดังนี้

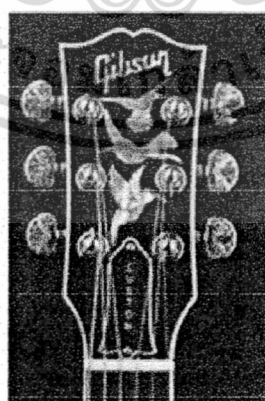
1. ส่วนหัว ประกอบด้วย ชุดลูกบิด มีอยู่ด้วยกัน 2 แบบ ได้แก่ ตัวลูกบิดหันไปด้านหลังตั้งฉากกับตัวกีตาร์และตัวลูกบิดที่ขนานกับตัวของกีตาร์ ลูกบิดกีตาร์ทำหน้าที่ในการปรับสายของกีตาร์ให้มีเสียงสูงหรือเสียงต่ำตามต้องการ



ภาพที่ 2.4 ลูกบิดกีตาร์

ที่มา: วิถีพิเศษ

นัท (Nut) บางคนเรียกหย่อง หรือ สะพานสายบนก็ได้ จะติดอยู่ปลายบนสุดของฟิงเกอร์บอร์ดเพื่อรองรับสายกีตาร์ให้ยกสูงจากฟิงเกอร์บอร์ด ซึ่งระยะความสูงของสายกับฟิงเกอร์บอร์ดนี้เรียกว่า “action” มีความสำคัญกับความถนัดในการเล่น เพราะถ้าตั้งความสูงไว้ไม่เหมาะสมแล้วจะทำให้การเล่นกีตาร์ลำบาก คือ ถ้าระยะดังกล่าวสูงไป ต้องออกแรงกดสายมากขึ้น ก็จะเจ็บนิ้วมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การตั้ง action ที่สูงนี้ไม่ดี เสียงที่ให้จะใสกว่าการตั้ง action ที่ต่ำ ก็แล้วแต่สไตล์ของเสียงที่ชอบ ส่วนมากจะเป็นแนว Jazz สำหรับการตั้ง action ที่ต่ำไป เวลาดีด ความสั่นของสายจะไปโดนเฟร็ตทำให้เกิดเสียงแปลกๆออกมา การตั้ง action ให้ต่ำๆก็จะเหมาะกับการเล่นแนว rock หรือพวกที่ชอบ solo การปรับตั้งนั้นสามารถที่จะทำได้ด้วยตัวเองโดยการถอดคันท่อออกมาและใช้ตะไบถูกับฐานของนัท หรือเซาะร่องทั้ง 6 ให้ลึกลงไปในกรณีที่สูงเกินไป ตรงกันข้าม ถ้าต่ำไป ก็หาเศษกระดาษหนาๆ หรือเศษไม้มารองใต้นัทจนได้ความสูง โดยปกติประมาณ 2 มม. สำหรับกีตาร์ไฟฟ้าบางรุ่น (โดยเฉพาะที่มีชุดคันท่อ) มักจะมีนัทแบบที่ล๊อคสายกีตาร์ได้ คือ จะมี 6 เหลี่ยมขันอัดให้โลหะขึ้นเล็กๆ ไปกดสายกีตาร์เพื่อกันสายคลายเมื่อเล่นคันท่อ



ชุดลูกบิด

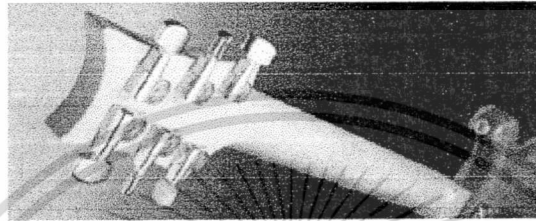
นัท (หย่อง)

ภาพที่ 2.5 ลูกบิดและนัท(หย่อง)

ที่มา: ชัยวิวัฒน์ ล่องเซ่ง (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ส่วนคอ คือส่วนที่ใช้จับคอर्डและโน้ตต่างๆที่มีฟิงเกอร์บอร์ด เป็นแผ่นไม้ที่ติดลงบนคอกีตาร์อีกชั้นเป็นตัวที่ใช้ยึดเฟร็ตที่ทำมาจากโลหะฝังอยู่บนคอกีตาร์เป็นตัวที่จะกำหนดเสียงของโน้ตดนตรีจากการกดสายกีตาร์ลงบนเฟร็ตต่าง ๆ จำนวนของเฟร็ตก็จะขึ้นกับความยาวของคอกีตาร์ ซึ่งแต่ละผู้ผลิตก็จะต่างกันไป ปกติกีตาร์คลาสสิกจะมีประมาณ 18 ตัว กีตาร์โฟล์คประมาณ 20 ตัว แต่กีตาร์ไฟฟ้าซึ่งมักจะมีการเล่นโซโลจึงมีช่องให้เล่นโน้ตมากขึ้นประมาณ 22-24 ตัว



ภาพที่ 2.6 คอกีตาร์ไฟฟ้า

ที่มา: ชัยวิวัฒน์ ล่องเซ่ง (2556)

ฟิงเกอร์บอร์ด (Fingerboard) เป็น แผ่นไม้ที่ติดลงบนคอกีตาร์อีกชั้น เป็นตัวที่ใช้ยึดเฟร็ตหรือลวดลายมุกประดับต่าง ๆ เพื่อที่จะเล่นโน้ตต่าง ๆ ของกีตาร์บนหน้าฟิงเกอร์บอร์ด ไม้ที่นิยมใช้จะเป็นไม้โรสวูด หรือไม้โอบินี ซึ่งมีเนื้อไม้แข็งเกินไป มีแบบที่แบนเรียบของกีตาร์คลาสสิก และกีตาร์โฟล์คกับกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่จะโค้งเล็กน้อยเพื่อให้เข้ากับนิ้วเวลาทาบบนคอ

เฟร็ต (Fret) ทำมาจากโลหะฝังอยู่บนคอกีตาร์ เป็นตัวที่จะกำหนดเสียงของโน้ตดนตรีจากการกดสายกีตาร์ลงบนเฟร็ตต่าง ๆ ซึ่งทำให้สายมีความสั้นยาวต่างกันไปตามการกดสายของเราว่ากดที่ช่องใดระยะสาย ที่เปลี่ยนไป คือระดับเสียงที่เปลี่ยนไปด้วย สิ่งหนึ่งที่ควรคำนึงถึง คือระยะระหว่างเฟร็ตแต่ละตัว ต้องได้มาตรฐาน มิฉะนั้นจะทำให้เสียงเพี้ยนได้แต่เราไม่สามารถเช็คระยะดังกล่าวได้เราอาจ เช็คคร่าว ๆ จากฮาโมนิค จำนวนของเฟร็ตก็จะขึ้นกับความยาวของคอกีตาร์ ซึ่งแต่ละผู้ผลิตก็จะต่างกันไป ปกติกีตาร์คลาสสิกจะมีประมาณ 18 ตัว กีตาร์โฟล์คประมาณ 20 ตัว แต่กีตาร์ไฟฟ้าซึ่งมักจะมีการเล่นโซโลจึงมีช่องให้เล่นโน้ตมากขึ้นประมาณ 22-24 ตัว และกีตาร์คลาสสิกซึ่งคอกีตาร์แบนราบ เฟร็ตก็จะตรง แต่กีตาร์โฟล์คหรือกีตาร์ไฟฟ้านั้นส่วนใหญ่จะมีคอกที่โค้งเล็กน้อยก็จะมี เฟร็ตที่โค้งตามไปด้วย

มุกประดับ จุดประสงค์คือให้ใช้ สังกัดตำแหน่งช่องกีตาร์ปกติจะฝังที่ช่อง (1), 3, 5, 7, 9, (10), 12, 14, 17, 19, 21 (ไม้แน่นอนตายตัวขึ้นกับผู้ผลิต) กีตาร์คลาสสิกจะไม่มีมุกประดับฝังบนหน้าฟิงเกอร์บอร์ดแต่จะฝังด้านข้างแทน แต่กีตาร์โฟล์คและกีตาร์ไฟฟ้าจะฝังไว้ทั้ง 2 ส่วน (บางรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก็มีแต่ด้านข้าง) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละผู้ผลิตจะออกแบบ โดยทั่วไปจะเป็นรูปร่างกลม บางทีก็รูปข้าวหลามตัด หรือที่แพงก็จะเป็นลายไม้เลื้อย

ก้านเหล็กปรับแต่งคอ (Truss Rod) ในกีตาร์ที่อยู่ในระดับกลางขึ้นไปจะมีแท่งเหล็กฝังอยู่ตามความยาวคอกีตาร์ ด้วยเพื่อเสริมความแข็งแรงให้กับกีตาร์ป้องกันการโก่งตัวของคอกีตาร์ ซึ่งสามารถปรับแต่งได้เมื่อคอกีตาร์เกิดโก่งงอไปแต่การปรับแต่งนั้นถ้าไม่แน่ใจอย่าฝืนไปอาจทำให้คอกีตาร์เสียหายได้ ให้ผู้ที่ชำนาญทำดีกว่า

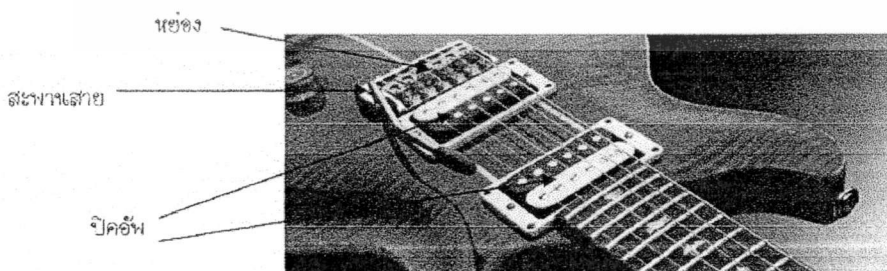


ภาพที่ 2.7 ตำแหน่ง ฟิงเกอร์บอร์ด และเฟร็ต

ที่มา: ชัยวิวัฒน์ ล่องเซ่ง (2556)

สะพานสาย (Bridge) และ หย่อง (Saddle) Bridge นั้น หมายถึง ชุดของสะพาน ที่ประกอบขึ้นมาเป็นชิ้นทั้งหมด ซึ่งแยกกันเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แบบโยกไม่ได้ (Fixed) และแบบคั่นโยก (Tremolo) ส่วน Saddle หมายถึง วัสดุตัวเล็ก ๆ ที่รองสาย และแยกเป็นชิ้น ๆ จะเป็นชิ้นโลหะเล็ก ๆ

pick up (Pick up) สำหรับกีตาร์ไฟฟ้าจะมีความสำคัญมากเพราะมันจะรับแรงสั่นสะเทือนของสายไปแปลง เป็นกระแสไฟฟ้าส่งไปยังแอมป์แล้วขยายเสียงต่อไปทำให้สามารถปรับแต่งเสียงได้มากมายหลายรูปแบบแล้วแต่คุณต้องการ Pick up ปัจจุบัน แยกกันตามลักษณะทางกายภาพได้เป็น 2 แบบ คือ Single Coil หรือแบบ คอยล์เดี่ยว และแบบ Humbucker หรือแบบคอยล์คู่



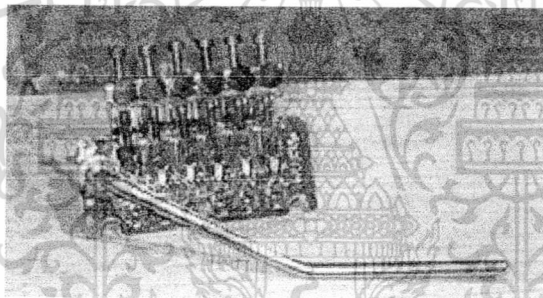
ภาพที่ 2.8 ตำแหน่ง สะพานสาย pick up และหย่อง

ที่มา: ชัยวิวัฒน์ ล่องเซ่ง (2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ลำตัวกีตาร์ สามารถแบ่งออกได้ 3 ส่วน คือด้านบน (top) ควรทำมาจากไม้ อัลพาย สปรูซ (alpine spruce) ด้านหลัง (back) และด้านข้าง (side) ควรเป็นไม้โรสวูด (rosewood) และที่สำคัญคือลักษณะของไม้ต้องไม่มีรอยแตก ไม่มีตำไม้และมีลายไม้ที่ละเอียดไปตามความยาวจึงมีคุณภาพดี ส่วนที่เว้าของ body บางที่เราก็มักเรียกว่า เอว การยึดโครงไม้ด้านใน (internal bracing) มีความสำคัญมากอีกเช่นกันเพราะไม้ที่ทำ body กีตาร์นั้นบางแต่ต้องรับแรงดึงที่สูงมาก ถ้าโครงยึดดังกล่าวไม่ดีหมายถึงกีตาร์คุณก็จะชำรุดเสียหาย รูปแบบการยึดจะแตกต่างกันตามเคล็ดลับของแต่ละผู้ผลิตและกีตาร์แต่ละรุ่นแต่ละประเภท โดยทั่วไปลักษณะเป็นรูปพัด (ในรูปเป็นตัวอย่าง โครงยึดด้านในของกีตาร์คลาสสิก)

ชุดคันโยก (Tremolo bar) ถือว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของกีตาร์ไฟฟ้าเลยทีเดียว ซึ่งแบบเก่าจะเป็นแบบกดลงได้อย่างเดียว ซึ่งปัจจุบันวงการกีตาร์ไฟฟ้าก็ได้พัฒนาไปอีกระดับกับคันโยกที่เราเรียกกัน ตามชื่อผู้ผลิต คือ ฟลอยโรส (Floyd Rose) หรือคันโยกอิสระนั่นเอง ซึ่งสามารถโยกขึ้นลงได้อย่างอิสระช่วยให้นักกีตาร์สามารถสร้างสรรค์สำเนียงดนตรีในแบบใหม่ ๆ ได้ไม่สิ้นสุด

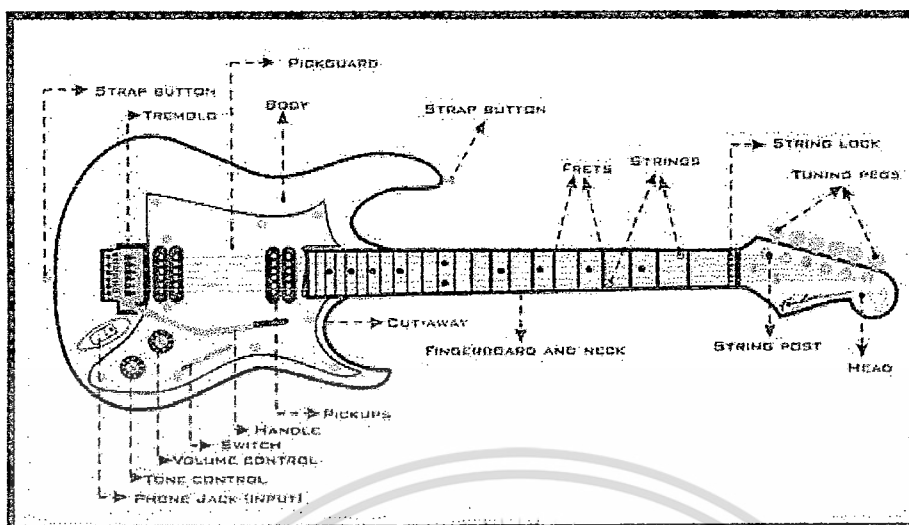


ภาพที่ 2.9 ชุดคันโยก

ที่มา: ชัยวิวัฒน์ ถ่องเช่า (2556)

สวิทช์เปลี่ยนปีค็อฟ (Selector Switch) มักมีในกีตาร์ไฟฟ้าที่มีปีค็อฟหลาย ๆ ตัว เช่น 2 หรือ 3 ตัว ใช้ในการเปลี่ยนไปใช้ปีค็อฟตัวต่าง ๆ ซึ่งเสียงก็จะต่างกันไปด้วยเช่นต้องการเล่น rhythm อาจใช้ตัวกลาง หรือตัวบน เมื่อจะ Solo ก็เปลี่ยนมาใช้ตัวล่าง ที่ติดกับบริดจ์ เพราะให้เสียงที่แหลมกว่าเป็นต้น

ปุ่มควบคุมเสียง โดยทั่วไปจะมี 2 ชุด คือ ชุดควบคุมความดังเบา (Volume Control) และชุดควบคุมเสียงหุ้มเสียงแหลม (Tone Control)



ภาพที่ 2.10 ส่วนต่างๆกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม

ที่มา: my-musicman.blogspot.com

### 2.3.3 การดูแลรักษากีตาร์ไฟฟ้า

กีตาร์ เป็นเครื่องดนตรีที่มีส่วนประกอบที่ทำจากวัสดุหลายชนิดด้วยกัน คือ ไม้ พลาสติก โลหะ และสียเคลือบเงา ฉะนั้น การดูแลรักษาจึงต้องดูแลให้ถูกวิธีตามวัสดุและชนิด ดังนี้

1. การดูแลรักษาสาย เมื่อเล่นเสร็จแล้วให้ผ่อนสายให้หย่อนลง และขโลมด้วยน้ำมันรักษาสายบางๆ
2. การดูแลรักษาลูกบิดให้หยอดน้ำมันจักรเดือนละครั้ง
3. การดูแลรักษากีตาร์ที่เป็นสียเคลือบเงาให้ใช้สปรอยทำความสะอาด และขัดเงา ขัดอาทิตย์ละ 1 ครั้ง
4. การดูแลรักษาตัวกีตาร์ทอเดียงโลหะอื่นๆ ให้ทำความสะอาดและขโลมด้วยน้ำมันบางๆ
5. การดูแลรักษาส่วนที่เป็นพลาสติกให้หมั่นดูแลอย่าให้แตกหัก ไม่ควรให้ถูกน้ำมัน เพราะจะทำให้พองและเสื่อมได้
6. หมั่นดูแลรูเสียบแจ๊คและสกรูต่างๆ อย่าให้คลายออก
7. แม้ใช้แล้วควรเก็บไว้ในกล่องเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราวดี สำอางกิจ(2552:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแสดงดนตรี ต่อบริการของหอแสดงดนตรี วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าผู้เข้าชมการแสดงดนตรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและมาชมการแสดงดนตรี 2 ครั้งต่อเดือน ผลการศึกษา ทักษะของผู้เข้าชมการแสดงดนตรีต่อบริการของหอแสดง พบว่าในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจในด้านการจัดการแสดง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนผลการศึกษา ทักษะของผู้เข้าชมการแสดงดนตรีต่อการพัฒนาคุณภาพงานบริการของหอแสดงดนตรีพบว่าในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ผู้เข้าชมการแสดงดนตรีมีทักษะต่อการพัฒนาคุณภาพงานบริการอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความคิดเห็นต่อการพัฒนาคุณภาพงานบริการในด้านความสามารถของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ด้านความสะดวก และด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำ

ดรุณี ปุกมณี(2552:บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในเว็บบอร์ดของยูทูป กรุงเทพมหานครพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่ายในเรื่องสถานที่สำหรับทดลองสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญด้านราคาในเรื่องป้ายราคาอย่างชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์เรื่องความทนทานของสินค้า ด้านราคาในหัวข้อมีความเหมาะสมของราคาสินค้ากับคุณภาพ ด้านแสงสว่างเพียงพอในสถานที่จัดจำหน่ายภายในร้าน และด้านการส่งเสริมการตลาดด้วยการให้มีส่วนลดให้กับลูกค้าสมาชิกและการจัดงานลดราคา 50-70% ปีละ 1 ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญด้านความทนทานของผลิตภัณฑ์ และด้านราคาความเหมาะสมของอะไหล่และอุปกรณ์เสริมมีความเหมาะสม ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญ ด้านความเหมาะสมของราคาสินค้ากับคุณภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยให้ส่วนลดให้กับลูกค้าสมาชิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นารีรัตน์ พึ่งเฟื่องบุญ(2554:บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส.บี.ดีไซท์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี อาชีพพนักงานเอกชนการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001- 20,000 บาท ปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมและด้านย่อย ของศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ อยู่ในระดับดีมาก การเลือกใช้บริการศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 6 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ 4 ครั้ง ซื้อสินค้าในศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ 1 ครั้ง และ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9,650 บาท ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ เป็นประเภทสินค้า Home Decorative (สินค้าตกแต่งบ้าน) และมีเหตุผลที่ซื้อสินค้าในศูนย์จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เอส.บี.ดี.ไซค์ สแควร์ คือ คุณภาพสินค้า มากที่สุด

รัศมี ศรีสงกรานต์(2555:บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อเครื่องดนตรีอคูเลเล่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 6,000 – 16,000 บาท สถานภาพโสด ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของเครื่องดนตรีอคูเลเล่โดยรวมอยู่ในระดับมากซื้อเครื่องดนตรีอคูเลเล่ที่ห้างสรรพสินค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อเล่นเอง โดยได้รับอิทธิพลจากเพื่อนกับสื่อทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผู้บริโภคซื้อเครื่องดนตรีอคูเลเล่เฉลี่ย 2 ครั้งต่อปี ราคาที่ซื้อเฉลี่ย 4,194.60 บาทต่อครั้ง และมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีมูลค่าการซื้อต่อครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดนตรีอคูเลเล่ ด้านมูลค่าการซื้อต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05, 0.01 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ทางทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้ที่เล่นกีตาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การกำหนดค่าตัวแปร
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเป็นผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนกำหนดให้ค่าความเชื่อมั่น 95% (ศิริชัย กาญจนวาที และคณะ.2535) คือ

$$n = \frac{Z^2}{4E^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ

- |   |   |  |
|---|---|--|
| n | = | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง                                       |
| Z | = | ค่าคะแนนมาตรฐาน 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%      |
| E | = | ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทำการแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 385$$

ดังนั้น ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 385 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

### 3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยแบ่งเขตกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 4 เขต ได้แก่ เขตกรุงเทพมหานครกลาง เขตกรุงเทพมหานครเหนือ เขตกรุงเทพมหานครใต้ และเขตกรุงเทพมหานครตะวันออก โดยแต่ละเขตเลือกเป็นร้านอาหาร บาร์ และ ภัตตาคาร ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกแบบสอบถามออกเป็นเขตละ 100 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 15 ชุดเพื่อป้องกันการสูญหายของแบบสอบถาม

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิด ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และคำถามแบบเปิด ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีลักษณะขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นกีตาร์ เป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่ สถานที่ซื้อกีตาร์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ เหตุผลในการซื้อตราสินค้าสำคัญของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ อายุการใช้งานของกีตาร์ประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ ประเภทของกีตาร์ที่เล่นและประเภทเครื่องดนตรีอื่นๆที่เล่น

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามวิธีของริน ทิเคิร์ต (Rensis Likert) โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า มีดังต่อไปนี้

1. ผลិតภัณฑ์
2. ราคา
3. สถานที่
4. การส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดพิมพ์แบบสอบถาม ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 4 ตอน รายละเอียดดังได้กล่าวข้างต้นและนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ตรวจสอบและแนะนำ เพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม
2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว นำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษาแล้วนำไปแก้ไข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชย์ บัญชา.2545: 449) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

$$(\alpha) = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_i^2} \right\} \quad (3.2)$$

( $\alpha$ )	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
$S_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's alpha coefficient ซึ่งคำนวณได้ 0.816 ดังแสดงในรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้าน	ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าความเชื่อมั่น
1	ผลิตภัณฑ์	0.785
2	ราคา	0.723
3	สถานที่	0.757
4	การส่งเสริมการตลาด	0.710
	โดยรวม	0.816

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's alpha coefficient มาแนะนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้พิจารณาสมบูรณ์อีกครั้ง ขึ้นสุดท้ายจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำแบบสอบถามไปแจกสำหรับผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

#### 3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยได้แก่ ผู้ที่เล่นกีตาร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดนำไปวิเคราะห์เพื่อหาความถูกต้องแล้วนำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์

#### 3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นหา รวบรวม จากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสาร สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนมาได้แล้วนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนมาทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อศึกษาว่า ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ขึ้นอยู่กับตัวแปรใดเป็นสำคัญ โดยมีวิธีการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนและจำนวนของแบบสอบถามที่ได้กลับมาก
2. นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และแปลผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดย

แบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเป็นคำถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลมาจัดเป็นหมวดหมู่ โดยแยกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของความพึงพอใจที่มีต่อกิตาร์ไฟฟ้า จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบค่า t-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) F-test และทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ภายหลังจากนั้นได้ทำการทดสอบความแปรปรวนด้วยวิธี Least Significant Difference สำหรับการเปรียบเทียบของสามกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระจากกัน

ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกิตาร์ไฟฟ้า ในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งระดับส่วนความพึงพอใจที่มีต่อกิตาร์ไฟฟ้า 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.500 - 5.000	มากที่สุด
3.500 - 4.499	มาก
2.500 - 3.499	ปานกลาง
1.500 - 2.499	น้อย
1.000 - 1.499	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจะใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.000-0.999 หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อกิตาร์ไฟฟ้า ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 1.000 ขึ้นไป หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อกิตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา ในส่วนของข้อมูลปลายเปิด (Open ended) ซึ่งเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.6.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล และตอนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่คำนวณ}}{\text{จำนวนทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.3)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจที่มีต่อกิจการไฟฟ้า ในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group Data)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.4)$$

เมื่อ	$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	$n$	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.6.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามตอนต้นที่ 3 เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน โดยใช้สูตร

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.7.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนดังนี้

3.7.2.1 การวิเคราะห์โดยวิธี t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

โดยใช้ทดสอบสมมติฐานวิจัยดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

## 3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ 

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3.6)$$

$$\text{เมื่อ } S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.7)$$

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n_i - 1} \quad (3.8)$$

กรณีที่ 2 เมื่อ  $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ 

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.9)$$

$$\text{โดยมี } df, v = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2} \quad (3.10)$$

## 4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ =  $\alpha$ 

ถ้าค่า  $t$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $t$  จากตาราง ที่  $df = n_1 + n_2 - 2$  หรือ  $V$  หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $t$  มากกว่าค่า  $t$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่า  $\mu_1 \neq \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $t$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $t$  จากตารางที่  $df = n_1 + n_2 - 2$  หรือ  $V$  แล้วแต่กรณี หรือถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่า  $\mu_1 = \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบ  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การที่จะเลือกใช้สูตรกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$  หรือไม่ โดยทำการทดสอบโดยใช้ F-test ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_0 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ เมื่อ } S_1 > S_2, \quad df = (n_1 - 1), (n_2 - 1) \quad (3.11)$$

$$\text{หรือ } F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \text{ เมื่อ } S_2 > S_1, \quad df = (n_2 - 1), (n_1 - 1) \quad (3.12)$$

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ =  $\alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่  $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$  หรือ  $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$  แล้วแต่กรณี จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่า  $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่  $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$  หรือ  $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$  แล้วแต่กรณี จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่า  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

**3.6.2.2 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA (Analysis of variance) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-way ANOVA**

ขั้นตอนการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA มีดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA คือ

$$H_0 : \text{ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร } k \text{ กลุ่มไม่แตกต่างกัน}$$

$$H_1 : \text{ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน}$$

หรือ

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j, \text{ เมื่อ } i \neq j$$

$$; i, j = 1, 2, \dots, k$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.13)$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ  $k$  คือ จำนวนกลุ่ม  
 $n$  คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด  
 $n_j$  คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่  $j$   
 $T_j$  คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่  $j$   
 $T$  คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด  
 $x_{ij}$  คือ คะแนนแต่ละตัว

## 4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ  $= \alpha$

ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตารางที่  $df = (k - 1), (n - k)$  หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่า  $F$  มากกว่าค่า  $F$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตารางที่  $df = (k - 1), (n - k)$  หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร  $k$  กลุ่มไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ใช้ F-test ในการวิเคราะห์ one-way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ  $\alpha$
2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.14)$$

เมื่อ  $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$  คือค่าที่ได้จากตาราง  $t$  ที่  $df = n - k$  ที่  $\frac{\alpha}{2}$

$n_i$  คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่  $i$

$n_j$  คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่  $j$

3. คำนวณค่า  $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$  เมื่อ  $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ  $\bar{X}_i$  คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่  $i$

$\bar{X}_j$  คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่  $j$

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า  $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน สำหรับการให้สถิติทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	t-test

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ที่เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเหตุผลในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.7 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.8 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของกีตาร์ที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.9 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	One-way ANOVA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจะเสนอข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าจำแนกตามพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า

4.6 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

จากกลุ่มตัวอย่างผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	315	78.75
หญิง	85	21.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
มากกว่า 15 ปี – 25 ปี	141	35.25
มากกว่า 25 ปี - 35 ปี	179	44.75
มากกว่า 35 ปี – 45 ปี	56	14.00
มากกว่า 45 ปี – 55 ปี	24	6.00
รวม	400	100.00
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	109	27.25
พนักงานลูกจ้างเอกชน	102	25.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	99	24.75
ข้าราชการ	58	14.50
อื่นๆ	32	8.00
รวม	400	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	47	11.25
อนุปริญญา/ปวศ.	30	7.50
ปริญญาตรี	250	62.50
สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.25
รวม	400	100.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	64	16.00
มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	61	15.25
มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	94	23.50
มากกว่า 20,000 บาท	181	45.25
รวม	400	100.0
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	306	76.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	73	18.25
หม้าย/ หย่าร้าง / แยกกันอยู่	21	5.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25

อายุ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 25 ปี -35 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา คือ อายุมากกว่า 15 ปี -25 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 อายุมากกว่า 35 ปี - 45 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ อายุมากกว่า 45 ปี – 55 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และ ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมา คือสถานภาพสมรส จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ สถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมา คือ พนักงานลูกจ้างเอกชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ข้าราชการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และอื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

จากกลุ่มตัวอย่างผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า</b>		
ห้างสรรพสินค้า	83	20.75
ร้านทั่วไปที่เป็นตัวแทนจำหน่าย	268	67.00
โรงเรียนสอนดนตรี	14	3.50
อินเทอร์เน็ต	35	8.75
รวม	400	100.00
<b>บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้า</b>		
เพื่อน	58	14.50
ศิลปิน	75	18.75
ตัวเอง	267	66.75
รวม	400	100.00
<b>ราคากีตาร์ไฟฟ้าที่ซื้อ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	52	13.00
มากกว่า 5,000 - 10,000 บาท	52	13.00
มากกว่า 10,000 บาท - 15,000 บาท	117	29.25
มากกว่า 15,000 บาท - 20,000 บาท	101	25.25
มากกว่า 20,000 บาท	78	19.50
รวม	400	100.00
<b>เหตุผลที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า</b>		
ความบันเทิงส่วนตัว	258	64.50
เพื่อสะสม	20	5.00
เพื่อประกอบอาชีพ	122	30.50
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้		
อเมริกา	154	38.50
ญี่ปุ่น	241	60.25
เกาหลี	5	1.25
รวม	400	100.00
อายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	247	61.75
มากกว่า 5 ปี – 10 ปี	125	31.25
มากกว่า 10 ปี	28	7.00
รวม	400	100.00
ประเภทของไม้ที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า		
ไม้ Alder	62	15.50
ไม้ Mahogany	89	22.25
ไม้ Basswood	75	18.75
ไม้ Maple	105	26.25
ไม้ Rosewood	69	17.25
รวม	400	100.00
ประเภทกีตาร์ไฟฟ้า		
กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)	162	40.50
กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body)	107	26.75
กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow Body)	131	32.75
รวม	400	100.00
เครื่องดนตรีชนิดอื่นที่เล่นได้		
เปียโน	77	19.25
กลองชุด	121	30.25
กีตาร์เบส	82	20.50
แซกโซโฟน	35	8.75
อื่นๆ	85	21.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลพฤติกรรมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า คือ ร้านค้าทั่วไปที่เป็นตัวแทนจำหน่าย จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 อินเทอร์เน็ต จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และ โรงเรียนสอนดนตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้า คือตัวเอง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาคือ ศิลปิน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ เพื่อน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ราคากีตาร์ไฟฟ้าที่ซื้อ พบว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าราคา คือ มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือมากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

เหตุผลที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า คือเพื่อความบันเทิงส่วนตัว จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และเพื่อสะสม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ คือ ญี่ปุ่น จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ อเมริกา จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 และเกาหลี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

อายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ มีอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ในปัจจุบัน คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ปี ถึง 10 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมากกว่า 10 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ประเภทไม้ที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ มีประเภทไม้ที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า คือ ไม้ Maple จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ ไม้ Mahogany จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ไม้ Basswood จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ไม้ Rose wood จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และ ไม้ Alder จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

ประเภทกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่มี ประเภทกีตาร์ไฟฟ้า คือ กีตาร์ไฟฟ้าตัวตัน (Solid Body) จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ กีตาร์ลำตัวโปร่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Hollow Body) จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และ กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ตามลำดับ

เครื่องดนตรีชนิดอื่นที่เล่นได้ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่มีเครื่องดนตรีชนิดอื่นที่เล่นได้ คือ กลองชุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ร้องลมมาคือ อื่นๆ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 กีตาร์เบส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 เปียโน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 และ แซกโซโฟน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4.3.1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา สถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.969	0.735	มาก	1
ด้านราคา	3.946	0.708	มาก	2
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.696	0.826	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.536	0.939	มาก	4
โดยรวม	3.781	0.836	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.781 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.836 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.969 และ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.735

ลำดับที่ 2 ด้านราคาพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.946 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.708

ลำดับที่ 3 ด้านสถานที่จัดจำหน่ายพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.696 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.826

ลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.536 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.939

#### 4.3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.		
1. คุณภาพของเสียงกีตาร์ไฟฟ้ามีความไพเราะ	4.075	0.797	มาก	4
2. คุณภาพของวัสดุที่ใช้ผลิต	3.938	0.648	มาก	7
3. น้ำหนักของกีตาร์ไฟฟ้า	3.693	0.655	มาก	11
4. ตัวแปลงสัญญาณ(Pick Up) รับสัญญาณได้ดี	3.885	0.805	มาก	8
5. คอกีตาร์ไม่มีการคดงอ	4.025	0.834	มาก	5
6. การออกแบบรูปทรง	4.120	0.618	มาก	3

## ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.		
7. สีของกีตาร์ไฟฟ้า	4.195	0.702	มาก	1
8. ความคงทนของตัวกีตาร์ไฟฟ้า	4.141	0.651	มาก	2
9. ความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์	3.943	0.675	มาก	6
10. ประเภทที่ผลิต	3.778	0.707	มาก	10
11. ตัวกีตาร์มีรหัสรุ่นหรือหมายเลขเครื่อง	3.868	0.792	มาก	9
โดยรวม	3.969	0.735	มาก	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.969 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.735 และเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สีของกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.195 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.702

ลำดับที่ 2 ความคงทนของตัวกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.141 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.651

ลำดับที่ 3 การออกแบบรูปทรง พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.120 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.618

ลำดับที่ 4 คุณภาพของเสียงกีตาร์ไฟฟ้ามีความไพเราะ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.075 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.797

ลำดับที่ 5 คอกีตาร์ไม่มีการคดงอ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.025 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.834

ลำดับที่ 6 ความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.943 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.675

ลำดับที่ 7 คุณภาพของวัสดุที่ใช้ผลิต พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.938 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนให้ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.648

ลำดับที่ 8 ตัวแปลงสัญญาณ(Pick Up) รับสัญญาณได้ดี พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.885 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.805

ลำดับที่ 9 ตัวกีตาร์มีรหัสรุ่นหรือหมายเลขเครื่อง พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.868 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.792

ลำดับที่ 10 ประเทศที่ผลิต พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.778 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.707

ลำดับที่ 11 น้ำหนักของกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.693 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.655

#### 4.3.3 ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านราคา

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคา	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.		
1. ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.148	0.743	มาก	1
2. ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับเครื่องดนตรีชนิดอื่น	3.870	0.636	มาก	3
3. ราคาที่มีความเหมาะสมสามารถซื้อได้	3.943	0.739	มาก	2
โดยรวม	3.946	0.708	มาก	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.946 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.708 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าในด้านราคา เป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.148 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.743

ลำดับที่ 2 ราคามีความเหมาะสมสามารถซื้อได้ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.943 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.739

ลำดับที่ 3 ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับเครื่องดนตรีชนิดอื่น พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.870 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.636

#### 4.3.4 ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านสถานที่จัดจำหน่าย

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.		
1. ทำเลที่ตั้งหาง่าย	3.793	0.822	มาก	3
2. ความสะอาดของร้าน	3.860	0.722	มาก	2
3. บรรยากาศในร้านมีแอร์เย็น	3.913	0.766	มาก	1
4. ในร้านมีโซฟาให้นั่งเพื่อไว้ให้ทดลองกีตาร์	3.555	0.894	มาก	6
5. การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	3.385	0.946	ปานกลาง	7
6. ความสวยงามของหน้าร้าน (Display)	3.583	0.812	มาก	5
7. การแยกประเภทเครื่องดนตรีในร้านเป็นสัดส่วน	3.788	0.655	มาก	4
โดยรวม	3.696	0.826	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.696 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.826 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าในด้านราคา เป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 บรรยากาศในร้านมีแอร์เย็น พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.913 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.766

ลำดับที่ 2 ความสะอาดของร้าน พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.860 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.722

ลำดับที่ 3 ทำเลที่ตั้งหาง่าย พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.793 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.822

ลำดับที่ 4 การแยกประเภทเครื่องดนตรีในร้านเป็นสัดส่วน พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.788 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.655

ลำดับที่ 5 ความสวยงามของหน้าร้าน (Display) พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.583 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.812

ลำดับที่ 6 ในร้านมีโฆษณาให้นั่งเพื่อไว้ให้ทดลองกีตาร์พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.555 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.894

ลำดับที่ 7 การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.385 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.946

#### 4.3.5 ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด	n = 400		ระดับ	ลำดับ ที่
	$\bar{X}$	S.D.		
1. โฆษณารายละเอียดสินค้าทางนิตยสารกีตาร์	3.480	0.855	ปานกลาง	5
2. การวางป้ายโฆษณาสินค้า	3.375	0.785	ปานกลาง	6
3. โปรโมชันของแถมกระเป๋า, ปีกัดกีตาร์, สายต่อสัญญาณ หรือเรียกว่าสายแจ๊ค สายสะพายกีตาร์	3.515	0.976	มาก	4

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด	n = 400		ระดับ	ลำดับ ที่
	$\bar{X}$	S.D.		
4. การลดราคาสินค้าตกตุ้น	3.603	0.968	มาก	3
5. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเรื่องกีตาร์ไฟฟ้า ท่านได้	3.785	0.892	มาก	2
6. การจัดการแข่งขันประกวดเล่นกีตาร์ไฟฟ้า	3.298	0.807	ปานกลาง	8
7. การบริการหลังการขาย เช่น บริการซ่อม ตรวจสอบเครื่อง	3.330	1.079	ปานกลาง	7
8. การรับประกันสินค้า	3.900	0.942	มาก	1
โดยรวม	3.536	0.939	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.536 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.939 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าในด้านราคา เป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การรับประกันสินค้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.900 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.942

ลำดับที่ 2 พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเรื่องกีตาร์ไฟฟ้าท่านได้ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.785 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.892

ลำดับที่ 3 การลดราคาสินค้าตกตุ้นพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.603 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.968

ลำดับที่ 4 โปรโมชันของแถม กระเป๋า ปิ๊กคิตกีตาร์ สายต่อสัญญาณหรือเรียกว่าสายแจ๊ค สายสะพายกีตาร์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า

อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.515 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.976

ลำดับที่ 5 โฆษณารายละเอียดสินค้าทางนิตยสารกีตาร์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.480 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.855

ลำดับที่ 6 การวางป้ายโฆษณาสินค้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.375 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.785

ลำดับที่ 7 การบริการหลังการขาย เช่น บริการซ่อม ตรวจสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.330 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 1.079

ลำดับที่ 8 การจัดการแข่งขันประกวดเล่นกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.298 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า 0.807

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้: t-test

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยวิธี t – test

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	เพศ ( $\bar{X}$ )		p-value
	ชาย (n = 315)	หญิง (n = 85)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.982	3.922	0.000**
ด้านราคา	3.923	4.031	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.607	4.029	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.478	3.749	0.676
โดยรวม	3.746	3.911	0.002**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามเพศ โดยใช้วิธี t-test พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าเพศชายและเพศหญิง มีค่าเท่ากับ 3.746 และ 3.911 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.676 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยวิธี One - way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อายุ ( $\bar{X}$ )				p-value
	มากกว่า 15 ปี -25 ปี (n=141)	มากกว่า 25 ปี -35 ปี (n=179)	มากกว่า 35 ปี -45 ปี (n=56)	มากกว่า 45 ปี -55 ปี (n=24)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.893	4.079	3.689	4.250	0.000**
ด้านราคา	3.920	4.162	3.476	3.583	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.625	3.804	3.571	3.607	0.006**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.538	3.585	3.362	3.563	0.119
โดยรวม	3.733	3.885	3.548	3.836	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับ

สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า อายุ มากกว่า 15 ปี - 25 ปี มากกว่า 25 ปี - 35 ปี มากกว่า 35 ปี - 45 ปี และมากกว่า 45 ปี - 55 ปี มีค่าเท่ากับ 3.733 3.885 3.548 และ 3.836 ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.119 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า กรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าระหว่างผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อายุ	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	มากกว่า 15 ปี-25 ปี	3.893	1	-	0.000**	0.002**	0.000**
	มากกว่า 25 ปี-35 ปี	4.079	2	-	-	0.000**	0.058

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	อายุ	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	มากกว่า 35 ปี-45 ปี	3.688	3	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 45 ปี-55 ปี	4.250	4	-	-	-	-
ด้านราคา	มากกว่า 15 ปี-25 ปี	3.920	1	-	0.000**	0.000**	0.001**
	มากกว่า 25 ปี-35 ปี	4.162	2	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า 35 ปี-45 ปี	3.476	3	-	-	-	0.355
	มากกว่า 45 ปี-55 ปี	3.583	4	-	-	-	-
ด้านสถานที่จัด จำหน่าย	มากกว่า 15 ปี-25 ปี	3.625	1	-	0.004**	0.537	0.882
	มากกว่า 25 ปี-35 ปี	3.804	2	-	-	0.006**	0.101
	มากกว่า 35 ปี-45 ปี	3.571	3	-	-	-	0.790
	มากกว่า 45 ปี-55 ปี	3.607	4	-	-	-	-
โดยรวม	มากกว่า 15 ปี-25 ปี	3.733	1	-	0.001**	0.003**	0.226
	มากกว่า 25 ปี-35 ปี	3.885	2	-	-	0.000**	0.564
	มากกว่า 35 ปี-45 ปี	3.548	3	-	-	-	0.002**
	มากกว่า 45 ปี-55 ปี	3.836	4	-	-	-	-

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 15 ปี-25 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี และมากกว่า 35 ปี-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 35 ปี-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุ มากกว่า 35 ปี-45 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นที่มีอายุ 45 ปี-55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 15 ปี-25 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มากกว่า 35 ปี-45 ปี และมากกว่า 45 ปี- 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 35 ปี-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุ มากกว่า 35 ปี-45 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นที่มีอายุ 45 ปี-55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคาพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 15 ปี-25 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มากกว่า 35 ปี-45 ปี และมากกว่า 45 ปี- 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 35 ปี-45 ปี และ อายุมากกว่า 45 ปี- 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 15 ปี-25 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25 ปี-35 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 35 ปี-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ระดับการศึกษา ( $\bar{X}$ )				p-value
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (n=47)	อนุปริญญา/ปวส. (n=30)	ปริญญาตรี (n=250)	สูงกว่าปริญญาตรี (n=73)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.371	3.742	3.881	4.105	0.000**
ด้านราคา	4.099	3.567	3.935	4.041	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.568	3.433	3.698	3.883	0.001**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.226	3.213	3.533	3.878	0.000**
โดยรวม	3.834	3.503	3.746	3.982	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และ สูงกว่าระดับปริญญาตรี มีค่าเท่ากับ 3.834 3.503 3.746 และ 3.982 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.371	1	-	0.000**	0.000**	0.000**
	อนุปริญญา / ปวส.	3.742	2	-	-	0.078	0.000**
	ปริญญาตรี	3.881	3	-	-	-	0.000**
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.105	4	-	-	-	-
ด้านราคา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.099	1	-	0.000**	0.047*	0.549
	อนุปริญญา / ปวส.	3.567	2	-	-	0.000**	0.000**
	ปริญญาตรี	3.935	3	-	-	-	0.124
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.041	4	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านสถานที่จัดหน้าย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.568	1	-	0.291	0.137	0.002**
	อนุปริญญา / ปวส.	3.433	2	-	-	0.013*	0.000**
	ปริญญาตรี	3.698	3	-	-	-	0.011*
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.883	4	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.226	1	-	0.919	0.001**	0.000**
	อนุปริญญา / ปวส.	3.213	2	-	-	0.004**	0.000**
	ปริญญาตรี	3.533	3	-	-	-	0.000**
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.878	4	-	-	-	-
โดยรวม	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.834	1	-	0.000**	0.153	0.039*
	อนุปริญญา / ปวส.	3.503	2	-	-	0.001**	0.000**
	ปริญญาตรี	3.746	3	-	-	-	0.000**
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.982	4	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



พึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันคู่อื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อาชีพ ( $\bar{X}$ )					p-value
	นักเรียน/นักศึกษา (n=109)	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (n=102)	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (n=99)	ข้าราชการ (n=58)	อื่นๆ (n=32)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.928	3.783	4.015	4.179	4.176	0.000**
ด้านราคา	3.960	3.866	3.963	4.023	3.958	0.447
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.649	3.592	3.794	3.884	3.549	0.002**
โดยรวม	3.774	3.666	3.791	3.976	3.788	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ อื่นๆมีค่าเท่ากับ 3.774 3.666 3.791 3.976 และ 3.788 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.447 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อาชีพ	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา	3.928	1	-	0.012*	0.135	0.000**	0.003**
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	3.783	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4.015	3	-	-	-	0.019*	0.060
	ข้าราชการ	4.179	4	-	-	-	-	0.978
	อื่นๆ	4.176	5	-	-	-	-	-
	ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	นักเรียน/นักศึกษา	3.649	1	-	0.456	0.058	0.009**
พนักงาน/ลูกจ้าง		3.592	2	-	-	0.010*	0.001**	0.697
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว		3.794	3	-	-	-	0.318	0.029*
ข้าราชการ		3.884	4	-	-	-	-	0.006**
อื่นๆ		3.549	5	-	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด		นักเรียน/นักศึกษา	3.601	1	-	0.204	0.028*	0.105

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	อาชีพ	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	พนักงาน/ ลูกจ้าง เอกชน	3.496	2	-	-	0.352	0.008**	0.418
	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	3.418	3	-	-	-	0.001**	0.872
	ข้าราชการ	3.759	4	-	-	-	-	0.006**
	อื่นๆ	3.984	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	นักเรียน/ นักศึกษา	3.774	1	-	0.047*	0.747	0.002**	0.860
	พนักงาน/ ลูกจ้าง เอกชน	3.666	2	-	-	0.024*	0.000**	0.127
	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	3.791	3	-	-	-	0.005**	0.964
	ข้าราชการ	3.976	4	-	-	-	-	0.030*
	อื่นๆ	3.788	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอาชีพข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( $\bar{X}$ )				p-value
	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท (n=64)	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท (n=61)	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท (n=94)	มากกว่า 20,000 บาท (n=181)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.859	4.232	3.923	3.943	0.000**
ด้านราคา	3.750	4.006	3.915	4.011	0.006**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.426	3.733	3.992	3.626	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.328	3.715	3.686	3.470	0.000**
โดยรวม	3.597	3.945	3.873	3.743	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาทมากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท มีค่าเท่ากับ 3.597, 3.945, 3.873 และ 3.743 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.859	1	-	0.000**	0.360	0.180
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	4.232	2	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.923	3	-	-	-	0.711
	มากกว่า 20,000 บาท	3.943	4	-	-	-	-
ด้านราคา	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.750	1	-	0.007**	0.054	0.001**
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	4.006	2	-	-	0.295	0.943
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.915	3	-	-	-	0.151
	มากกว่า 20,000 บาท	4.011	4	-	-	-	-
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.426	1	-	0.001**	0.000**	0.009**
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	3.733	2	-	-	0.003**	0.170
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.992	3	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 20,000 บาท	3.626	4	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.328	1	-	0.000**	0.000**	0.099
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	3.715	2	-	-	0.776	0.005**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มี ต่อกีตาร์ไฟฟ้า	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านการส่งเสริม การตลาด	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.686	3	-	-	-	0.004**
	มากกว่า 20,000 บาท	3.470	4	-	-	-	-
โดยรวม	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.597	1	-	0.000**	0.000**	0.010*
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	3.945	2	-	-	0.260	0.000**
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.873	3	-	-	-	0.008**
	มากกว่า 20,000 บาท	3.743	4	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท



กีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานภาพสมรส ( $\bar{X}$ )			p-value
	โสด (n=306)	สมรส (n=73)	หม้าย/หย่าร้าง (n=21)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.969	4.017	3.796	0.126
ด้านราคา	4.035	3.667	3.619	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.728	3.640	3.435	0.042*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.573	3.473	3.214	0.019*
โดยรวม	3.808	3.740	3.529	0.005**

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ โสด สมรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หม้าย/หย่าร้าง มีค่าเท่ากับ 3.808, 3.740 และ 3.529 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.126 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.042 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านราคา	โสด	4.035	1	-	0.000**	0.000**
	สมรส	3.667	2	-	-	0.705
	หม้าย/หย่าร้าง	3.619	3	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มี ต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value		
				1	2	3
ด้านราคา	โสด	4.035	1	-	0.000**	0.000**
	สมรส	3.667	2	-	-	0.705
	หม้าย/หย่าร้าง	3.619	3	-	-	-
ด้านสถานที่จัด จำหน่าย	โสด	3.728	1	-	0.224	0.020*
	สมรส	3.640	2	-	-	0.136
	หม้าย/หย่าร้าง	3.435	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริม การตลาด	โสด	3.573	1	-	0.201	0.008**
	สมรส	3.473	2	-	-	0.083
	หม้าย/หย่าร้าง	3.214	3	-	-	-
โดยรวม	โสด	3.808	1	-	0.185	0.002**
	สมรส	3.740	2	-	-	0.032*
	หม้าย/หย่าร้าง	3.529	3	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ โสด มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกับผู้อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคาพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ โสด มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ สมรส และ หม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพแตกต่างกันผู้อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ โสด มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ โสด มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าจำแนกตามพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า

สมมติฐานที่ 2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )				p-value
	ห้างสรรพสินค้า (n=83)	ร้านตัวแทนจำหน่าย (n=268)	โรงเรียนสอนดนตรี (n=14)	อินเทอร์เน็ต (n=35)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.760	3.997	3.948	4.257	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )				p-value
	ห้างสรรพสินค้า (n=83)	ร้านตัวแทนจำหน่าย (n=268)	โรงเรียนสอนดนตรี (n=14)	อินเทอร์เน็ต (n=35)	
ด้านราคา	4.108	3.863	3.857	4.229	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.602	3.708	4.143	3.653	0.008**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.578	3.531	3.607	3.443	0.696
โดยรวม	3.708	3.785	3.892	3.884	0.104

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.104 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านตัวแทนจำหน่าย โรงเรียนสอนดนตรี และ อินเทอร์เน็ต มีค่าเท่ากับ 3.708, 3.785, 3.892 และ 3.884 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.696 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	ห้างสรรพสินค้า	3.760	1	-	0.000**	0.124	0.000**
	ร้านตัวแทนจำหน่าย	3.997	2	-	-	0.673	0.001**
	โรงเรียนสอนดนตรี	3.948	3	-	-	-	0.021*
	อินเทอร์เน็ต	4.257	4	-	-	-	-
ด้านราคา	ห้างสรรพสินค้า	4.108	1	-	0.000**	0.094	0.250
	ร้านตัวแทนจำหน่าย	3.863	2	-	-	0.966	0.000**
	โรงเรียนสอนดนตรี	3.857	3	-	-	-	0.024*
	อินเทอร์เน็ต	4.229	4	-	-	-	-
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ห้างสรรพสินค้า	3.602	1	-	0.128	0.001**	0.648
	ร้านตัวแทนจำหน่าย	3.708	2	-	-	0.004**	0.058
	โรงเรียนสอนดนตรี	4.143	3	-	-	-	0.005**
	อินเทอร์เน็ต	3.653	4	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



สมมติฐานที่ 2.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยวิธี One - way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )			p-value
	เพื่อน (n=58)	นักดนตรี/ศิลปิน (n=75)	ตัวเอง (n=267)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.922	4.113	3.939	0.007**
ด้านราคา	4.305	3.964	3.863	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.503	3.924	3.675	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.675	3.567	3.497	0.113
โดยรวม	3.792	3.901	3.745	0.011*

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อน นักร้อง/ศิลปิน ตัวเอง มีค่าเท่ากับ 3.792, 3.901 และ 3.745 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.113 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	บุคลิกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	เพื่อน	3.922	1	-	0.013*	0.788
	นักดนตรี/ศิลปิน	4.113	2	-	-	0.002**
	ตัวเอง	3.939	3	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	เพื่อน	3.922	1	-	0.013*	0.788
	นักดนตรี/ศิลปิน	4.113	2	-	-	0.002**
	ตัวเอง	3.939	3	-	-	-
ด้านราคา	เพื่อน	4.305	1	-	0.000**	0.000**
	นักดนตรี/ศิลปิน	3.964	2	-	-	0.128
	ตัวเอง	3.863	3	-	-	-
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	เพื่อน	3.503	1	-	0.000**	0.029*
	นักดนตรี/ศิลปิน	3.924	2	-	-	0.001**
	ตัวเอง	3.675	3	-	-	-
โดยรวม	เพื่อน	3.792	1	-	0.117	0.416
	นักดนตรี/ศิลปิน	3.901	2	-	-	0.003**
	ตัวเอง	3.745	3	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปิน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปิน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคา พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปินและตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า นักดนตรี/ศิลปิน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ โดยวิธี One - way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )					p-value
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=52)	มากกว่า 5,000 บาท (n=52)	มากกว่า 10,000 บาท (n=117)	มากกว่า 15,000 บาท (n=101)	มากกว่า 20,000 บาท (n=78)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.659	3.705	4.052	3.948	4.254	0.000**
ด้านราคา	3.737	3.865	4.094	3.809	4.094	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.495	3.756	3.687	3.637	3.883	0.001**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.488	3.531	3.593	3.510	3.518	0.805
โดยรวม	3.580	3.686	3.842	3.738	3.944	0.000**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท มีค่าเท่ากับ 3.580, 3.686, 3.842, 3.738 และ 3.994 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มี

ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า p-value เท่ากับ 0.805 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ ไฟฟ้าแตกต่างกันเป็นรายคู่ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.659	1	-	0.557	0.000**	0.000**	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.705	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	4.052	3	-	-	-	0.052	0.001**
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.948	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 20,000 บาท	4.254	5	-	-	-	-	-
ด้านราคา	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.737	1	-	0.204	0.000**	0.416	0.000**
	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.865	2	-	-	0.008**	0.517	0.013*
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	4.094	3	-	-	-	0.000**	0.744
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.809	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 20,000 บาท	4.094	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.495	1	-	0.015*	0.035*	0.129	0.000**
	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.756	2	-	-	0.456	0.203	0.195
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	3.687	3	-	-	-	0.494	0.015*
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.637	4	-	-	-	-	0.003**
	มากกว่า 20,000 บาท	3.883	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.580	1	-	0.165	0.000**	0.018*	0.000**
	มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท	3.686	2	-	-	0.016*	0.432	0.000**
	มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	3.842	3	-	-	-	0.047*	0.070
	มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท	3.738	4	-	-	-	-	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
	มากกว่า 20,000 บาท	3.944	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแตกต่าง จากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเหตุผลในการซื้อกีตาร์ โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	เหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )			p-value
	ความบันเทิงส่วนตัว (n=258)	สะสม (n=20)	ไปประกอบอาชีพ (n=122)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.908	4.041	4.085	0.001**
ด้านราคา	3.987	4.150	3.825	0.004**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.708	3.500	3.705	0.270
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.605	3.338	3.421	0.007**
โดยรวม	3.784	3.728	3.783	0.829

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.829 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ความบันเทิง สะสม และ ประกอบอาชีพ มีค่าเท่ากับ 3.784, 3.728 และ 3.783 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.270 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า p-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	เหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ความบันเทิง	3.908	1	-	0.189	0.000**
	สะสม	4.041	2	-	-	0.675
	ประกอบอาชีพ	4.085	3	-	-	-
ด้านราคา	ความบันเทิง	3.987	1	-	0.183	0.005**
	สะสม	4.150	2	-	-	0.011*
	ประกอบอาชีพ	3.825	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความบันเทิง	3.605	1	-	0.055	0.005**
	สะสม	3.338	2	-	-	0.563
	ประกอบอาชีพ	3.421	3	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิง มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคาพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิง มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อสะสม มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิง มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ โดยวิธี One - way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ( $\bar{X}$ )			p-value
	อเมริกัน (n=154)	ญี่ปุ่น (n=241)	เกาหลีใต้ (n=5)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.083	3.895	4.037	0.000**
ด้านราคา	4.007	3.906	4.000	0.182
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.774	3.639	4.086	0.018*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.550	3.520	3.850	0.449
โดยรวม	3.853	3.731	3.993	0.006**

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ อเมริกัน ญี่ปุ่น และ เกาหลีใต้ มีค่าเท่ากับ 3.853, 3.731 และ 3.993 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.182 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีค่า p-value เท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า p-value เท่ากับ 0.449 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน เป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	สัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	อเมริกัน	4.083	1	-	0.000**	0.814
	ญี่ปุ่น	3.895	2	-	-	0.468
	เกาหลีใต้	4.037	3	-	-	-
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	อเมริกัน	3.774	1	-	0.019*	0.215
	ญี่ปุ่น	3.639	2	-	-	0.074
	เกาหลีใต้	4.086	3	-	-	-
โดยรวม	อเมริกัน	3.853	1	-	0.003**	0.438
	ญี่ปุ่น	3.731	2	-	-	0.144
	เกาหลีใต้	3.993	3	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ อเมริกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ อเมริกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อเมริกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ แตกต่างกันคู่อื่นมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุการใช้งานของกีตาร์ โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อายุการใช้งานของกีตาร์ ( $\bar{X}$ )			p-value
	0 – 5 ปี (n=247)	มากกว่า 5 ปี- 10 ปี (n=125)	มากกว่า 10 ปี (n=28)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.921	4.051	4.023	0.022*
ด้านราคา	3.845	4.189	3.750	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.695	3.667	3.842	0.325
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.518	3.621	3.308	0.035*
โดยรวม	3.748	3.854	3.754	0.050

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามอายุการใช้งานของกีตาร์ โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.050 ซึ่งมีค่าเท่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ 0-5 ปี มากกว่า 5 ปี – 10 ปี และมากกว่า 10 ปี มีค่าเท่ากับ 3.748, 3.854 และ 3.754 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.325 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	อายุการใช้งานของกีตาร์	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	0 – 5 ปี	3.921	1	-	0.007**	0.245
	มากกว่า 5 ปี- 10ปี	4.051	2	-	-	0.759
	มากกว่า 10 ปี	4.023	1	-	-	-
ด้านราคา	0 – 5 ปี	3.845	1	-	0.000**	0.349
	มากกว่า 5 ปี- 10ปี	4.189	1	-	-	0.000**
	มากกว่า 10 ปี	3.750	1	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0 – 5 ปี	3.518	1	-	0.120	0.013*
	มากกว่า 5 ปี- 10ปี	3.621	1	-	-	0.937
	มากกว่า 10 ปี	3.308	1	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ 0 – 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์มากกว่า 5 ปี-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคา พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ 0 – 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์มากกว่า 5ปี-10ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์มากกว่า 5ปี – 10ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์มากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ 0 – 5 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์มากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกันคู่อื่นๆมีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าโดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ( $\bar{X}$ )					p-value
	ไม้ ALDER (n=62)	ไม้ MAHO GANY (n=89)	ไม้ BASS WOOD (n=75)	ไม้ MAPLE (n=105)	ไม้ ROSE WOOD (n=69)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.853	3.862	4.154	4.071	3.854	0.000**
ด้านราคา	3.683	3.850	3.844	4.244	3.961	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.795	3.753	3.366	3.776	3.774	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.682	3.494	3.389	3.542	3.609	0.049*
โดยรวม	3.774	3.733	3.721	3.872	3.778	0.078

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.078 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าไม้ ALDER ไม้ MAHOGANY ไม้ BASS WOOD ไม้ MAPLE และ ไม้ ROSE WOOD มีค่าเท่ากับ 3.774, 3.733, 3.721, 3.872 และ 3.778 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันเป็นรายคู่ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม้ ALDER	3.853	1	-	0.903	0.000**	0.001**	0.996
	ไม้ MAHOGANY	3.862	2	-	-	0.000**	0.001**	0.905
	ไม้ BASS WOOD	4.154	3	-	-	-	0.196	0.000**
	ไม้ MAPLE	4.071	4	-	-	-	-	0.001**
	ไม้ ROSE WOOD	3.854	5	-	-	-	-	-
ด้านราคา	ไม้ ALDER	3.683	1	-	0.043*	0.059	0.000**	0.001**
	ไม้ MAHOGANY	3.850	2	-	-	0.941	0.000**	0.164
	ไม้ BASS WOOD	3.844	3	-	-	-	0.000**	0.160
	ไม้ MAPLE	4.244	4	-	-	-	-	0.000**
	ไม้ ROSE WOOD	3.961	5	-	-	-	-	-
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ไม้ ALDER	3.795	1	-	0.635	0.000**	0.821	0.826
	ไม้ MAHOGANY	3.753	2	-	-	0.000**	0.769	0.802
	ไม้ BASS WOOD	3.366	3	-	-	-	0.000**	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ไม้ MAPLE	3.776	4	-	-	-	-	0.989
	ไม้ ROSE WOOD	3.774	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	ประเภทวัสดุที่ ใช้ทำกีตาร์ ไฟฟ้า	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ไม้ ALDER	3.682	1	-	0.061	0.005**	0.147	0.489
	ไม้ MAHOGANY	3.733	2	-	-	0.261	0.585	0.236
	ไม้ BASS WOOD	3.721	3	-	-	-	0.092	0.028*
	ไม้ MAPLE	3.872	4	-	-	-	-	0.472
	ไม้ ROSE WOOD	3.778	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ไม้ ALDER มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าไม้ BASS WOOD และไม้ MAPLE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ไม้ MAHOGANY มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าไม้ BASS WOOD และไม้ MAPLE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ไม้ BASS WOOD มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าไม้ ROSE WOOD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้า ไม้ MAPLE มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าไม้ ROSE WOOD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน



ส่วนผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น ( $\bar{X}$ )			p-value
	กีตาร์ตัวตัน (Solid Body) (n=162)	กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) (n=107)	กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow body) (n=131)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.905	3.990	4.031	0.044*
ด้านราคา	3.829	4.016	4.033	0.001**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.645	3.745	3.721	0.292
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.431	3.709	3.523	0.001**
โดยรวม	3.704	3.856	3.816	0.004**

หมายเหตุ \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น โดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยรวมแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นกีตาร์ตัวตัน (Solid Body) กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) และ กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow body) มีค่าเท่ากับ 3.704, 3.856 และ 3.816 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.044 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่า p-value เท่ากับ 0.292 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันเป็นรายคู่ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)	3.905	1	-	0.121	0.015*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่น	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body)	3.990	2	-	-	0.476
	กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hallow body)	4.031	3	-	-	-
ด้านราคา	กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)	3.829	1	-	0.005**	0.001**
	กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body)	4.016	2	-	-	0.798
	กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hallow body)	4.033	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)	3.431	1	-	0.000**	0.192
	กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body)	3.709	2	-	-	0.017*
	กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hallow body)	3.523	3	-	-	-
โดยรวม	กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)	3.704	1	-	0.002**	0.016*
	กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body)	3.856	2	-	-	0.438
	กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hallow body)	3.816	3	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ตัวตัน (Solid Body) มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และแตกต่างจากผู้เล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันคู่อื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ตัวตัน (Solid Body) มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันคู่อื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านราคา พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ตัวตัน (Solid Body) มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) และ กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันคู่อื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ตัวตัน (Solid Body) มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow Body) มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นประเภทกีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hollow Body) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกันคู่อื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดนตรีอื่นที่เล่น โดยวิธี One – way ANOVA

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทของดนตรีอื่นที่เล่น( $\bar{X}$ )					p-value
	เปียโน (n=77)	กลองชุด (n=121)	กีตาร์เบส (n=82)	แซกโซโฟน (n=35)	อื่นๆ (n=85)	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.005	4.068	4.016	3.603	3.902	0.000**
ด้านราคา	3.892	4.121	3.850	3.533	4.008	0.000**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.839	3.633	3.467	3.518	3.953	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.658	3.444	3.447	3.521	3.647	0.031*
โดยรวม	3.857	3.796	3.709	3.553	3.855	0.000**

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวม จำแนกตามประเภทของดนตรีอื่นที่เล่นวิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่น เปียโน กลองชุด กีตาร์เบส แซกโซโฟน และอื่นๆ มีค่าเท่ากับ 3.857, 3.796, 3.709, 3.553 และ 3.855 ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.031 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

เนื่องจากผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้เล่นกีตาร์ที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกันเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ประเภทของคนตรีอื่นที่เล่น	$\bar{X}$	กลุ่มที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	เปียโน	4.005	1	-	0.307	0.870	0.000**	0.123
	กลองชุด	4.068	2	-	-	0.390	0.000**	0.006**
	กีตาร์เบส	4.016	3	-	-	-	0.000**	0.083
	แซกโซโฟน	3.603	4	-	-	-	-	0.000**
	อื่นๆ	3.902	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.36(ต่อ)

ความพึงพอใจ ที่มีต่อกีตาร์ ไฟฟ้า	ประเภทของ ดนตรีอื่นที่ เล่น	$\bar{X}$	กลุ่ม ที่	p-value				
				1	2	3	4	5
ด้านราคา	เปียโน	3.892	1	-	0.002**	0.601	0.001**	0.147
	กลองชุด	4.121	2	-	-	0.000**	0.000**	0.116
	กีตาร์เบส	3.850	3	-	-	-	0.002**	0.000**
	แซกโซโฟน	3.533	4	-	-	-	-	0.000**
	อื่นๆ	4.008	5	-	-	-	-	-
ด้านสถานที่ จัดจำหน่าย	เปียโน	3.839	1	-	0.008**	0.000**	0.003**	0.170
	กลองชุด	3.633	2	-	-	0.029*	0.260	0.000**
	กีตาร์เบส	3.467	3	-	-	-	0.630	0.000**
	แซกโซโฟน	3.518	4	-	-	-	-	0.000**
	อื่นๆ	3.953	5	-	-	-	-	-
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	เปียโน	3.658	1	-	0.015*	0.027*	0.267	0.912
	กลองชุด	3.444	2	-	-	0.977	0.503	0.017*
	กีตาร์เบส	3.447	3	-	-	-	0.537	0.032*
	แซกโซโฟน	3.521	4	-	-	-	-	0.298
	อื่นๆ	3.647	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	เปียโน	3.857	1	-	0.292	0.018*	0.000**	0.975
	กลองชุด	3.796	2	-	-	0.121	0.001**	0.293
	กีตาร์เบส	3.709	3	-	-	-	0.049*	0.017*
	แซกโซโฟน	3.553	4	-	-	-	-	0.000**
	อื่นๆ	3.855	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.36 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกันในแต่ละด้านพบว่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ตารางที่ 4.37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน		/
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน		/
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน	/	
สมมติฐานที่ 2.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน		/
สมมติฐานที่ 2.7 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน		/
สมมติฐานที่ 2.8 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของกีตาร์ที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน	/	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.37(ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.9 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของดนตรีอื่นที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน	/	

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความคิดเห็นความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าได้เสนอแนะข้อคิดเห็นโดยจำแนกตามปัจจัยต่างๆดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เสนอแนะว่า ปัญหาที่พบบ่อยเรื่องการคดงอของคอกีตาร์ควรปรับปรุงเรื่องการขนย้ายวัสดุ

##### ด้านราคา

ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เสนอแนะว่า กีตาร์ไฟฟ้าใหม่ราคาค่อนข้างสูง

##### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เสนอแนะว่า โรงรับจำนำเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คนเล่นกีตาร์ไฟฟ้ามักไปซื้อกีตาร์ไฟฟ้าที่นั่น

##### ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เสนอแนะว่า ของแถมควรมีคุณภาพมากกว่านี้ ส่วนใหญ่ใช้ไม่นานเสียหายชำรุด

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษารื่องความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร เรียงตามลำดับ ดังนี้ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยตามลำดับที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

#### 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

#### 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

#### 5.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 25 ปี - 35 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนเป็นนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

#### 5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าที่ร้านทั่วๆ ไปที่เป็นตัวแทนจำหน่าย มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้ามากที่สุดคือตัวเอง มีราคากีตาร์ไฟฟ้าที่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท - 15,000 บาท มีเหตุผลที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิงส่วนตัว มีตราสินค้ากีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันคือญี่ปุ่น มีอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีประเภทไม้ที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าคือไม้ Maple มีเครื่องดนตรีชนิดอื่นที่เล่นได้คือ กลองชุด

#### 5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ในภาพรวมผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา สถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า  
ของผู้เล่นกีตาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้

สมมติฐานที่ 1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์  
ไฟฟ้าแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐาน 1.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า  
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อ  
กีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 1.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า  
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์  
ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 1.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์  
ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อ  
กีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 1.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า  
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า  
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 1.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อ  
กีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ  
ที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 1.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์  
ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มี  
ต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ  
ที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐาน 2.1 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.2 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.3 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.4 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.5 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติบริษัทของผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสัญชาติบริษัทของผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.6 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุการใช้งานของกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.7 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.8 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 2.9 ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของคนตรีอื่นที่เล่นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอภิปรายได้ดังนี้

### 5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดซึ่ง

#### ลำดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจกับสี ความคงทน และ การออกแบบรูปทรงของกีตาร์ไฟฟ้า ทั้งนี้เนื่องมาจาก ลักษณะของกีตาร์เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้เล่นตัดสินใจซื้อ เมื่อผู้เล่นกีตาร์ได้ประเมินกีตาร์ไฟฟ้าหลังการใช้จึงตอบสนองความรู้สึกความพอใจให้แก่ผู้เล่นกีตาร์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2544) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความพอใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการ ได้มาใช้ ได้บริโภค หรือผลประโยชน์จากสินค้า ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวสินค้า เช่น ความสวยงาม รสชาติ ความทนทาน ความหรูหรา ความภาคภูมิใจ ความมั่นคง และอื่นๆ ผู้วิจัยมี

ความเห็นว่าการผลิตภัณฑ์กีตาร์ไฟฟ้าที่ดี คือการตอบสนองความต้องการของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีคุณภาพความคงทน อายุการใช้งานได้นานให้คุ้มค่า ส่วนนี้และการออกแบบรูปทรงที่ทันสมัยแปลกใหม่ หลายแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจเมื่อได้ครอบครองกีตาร์ไฟฟ้า

### ลำดับที่ 2 ด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า มีความพึงพอใจกับราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ทั้งนี้เนื่องมาจาก การตอบสนองจากคุณภาพของกีตาร์ไฟฟ้า ซึ่งผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าได้เปรียบเทียบคุณภาพกับราคา ผู้เล่นจึงเกิดการประเมินหลังการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อเครื่องดนตรีอูคูเลเล่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการซื้อเครื่องดนตรีอูคูเลเล่ ด้านมูลค่าการซื้อเนื่องมาจากผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าราคาเป็นตัวเลขประเมินถึงคุณภาพของสินค้าได้ในส่วนหนึ่งของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ราคาที่มีราคาสูงจะมาพร้อมกับคุณภาพการใช้วัสดุ ความบรรจงประณีตในการผลิต ตรงข้ามกับ ราคาที่มีราคาไม่สูงคุณภาพวัสดุไม่ดีเท่ากีตาร์ไฟฟ้าราคาแพง ส่วนการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าจะส่งผลให้ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ายินดีที่จะซื้อกีตาร์ไฟฟ้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นพร้อมกับคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ กีตาร์ไฟฟ้าแล้วเมื่อมีการแลกเปลี่ยนมูลค่าเงินกับผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าตรงความคาดหมายไว้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

### ลำดับที่ 3 สถานที่

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า มีความพึงพอใจกับ บรรยากาศภายในร้านมีเครื่องปรับอากาศเย็น สะอาด และทำเลที่ตั้งหาง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร.ณ ปุกมณี (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในเวียงนคร เขมมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในเวียงเขมมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าร้านที่เป็นตัวแทนจำหน่ายกีตาร์ไฟฟ้าและเครื่องดนตรีประเภทอื่น สิ่งสำคัญของสถานที่ โดยรวมต้องมีบรรยากาศที่ดี ไม่มีกลิ่นเหม็นอับชื้น หรือกลิ่นต่างๆที่ไม่พึงประสงค์ ไปร่งโล่งสบายและสะอาด จัดสิ่งของภายในร้านให้เป็นหมวดหมู่เพื่ออำนวยความสะดวกซื้อกีตาร์ไฟฟ้าหรือผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### ลำดับที่ 4 ส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจการรับประกันสินค้า พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเรื่องกีตาร์ไฟฟ้าได้ และ การลดราคาสินค้าตก รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) ที่กล่าวว่า กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย หรือ กิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการส่วนครบ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและให้สินค้ามีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า หรือผู้บริโภคต้องการคำแนะนำจากผู้ขายเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ตามข้อมูลจำเพาะที่ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าคิดไว้ เพื่อได้เสียงตรงตามความต้องการ และ การรับประกันสินค้าทำให้ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าสบายใจและพอใจเมื่อใช้กีตาร์ไฟฟ้า

#### 5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

เพศ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องมาจากค่านิยมทางสังคม หรือวัฒนธรรมการเล่นกีตาร์ไฟฟ้าทักษะทางด้านร่างกาย เพศชายมีมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ครุณ ปุกมณี(2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็บบอร์ดของสมาชิกในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศชายตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีมากกว่าเพศหญิง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กีตาร์ไฟฟ้าเป็นเครื่องดนตรีที่ใช้ทักษะความสามารถความอดทนความแข็งแรงของ ข้อมือ ข้อนิ้ว และความชอบส่วนบุคคล ผู้ที่เล่นกีตาร์ไฟฟ้าส่วนใหญ่ที่พบในสังคมเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง เพราะวัฒนธรรมและสังคมที่ต่างกัน ทำให้เพศที่ต่างกันมีความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ที่แตกต่างกัน

อายุ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอายุมากกว่า 25ปี – 35ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มคนอายุมากกว่า 25ปี – 35ปี เป็นกลุ่มวัยกลางคน จะมีทัศนคติและมุมมองแบบยุคใหม่และยุคเก่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่าอายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังเนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทัศนคติ

มุมมองของคนแต่ละช่วงวัยจะมีทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน เช่น ในช่วงวัยหนุ่มมีมุมมอง ความพึงพอใจ กับกีตาร์ไฟฟ้าราคาแพงหรือยี่ห้อดังจะทำให้คุณภาพ เสียงของกีตาร์ที่เล่นออกมาดี ซึ่งแตกต่างจาก ทัศนคติของวัยกลางคนกลับมีทัศนคติและความพึงพอใจกับเสียงของกีตาร์ที่ดีไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงแต่ขึ้นอยู่กับทักษะ เทคนิคการเล่น และความชำนาญในการเล่น การฝึกฝน

ระดับการศึกษา ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดย ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ George E.Belch & Michael A.Belch (2005) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มี การศึกษาต่ำ จึงมีแนวโน้ม ที่จะบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่า ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาจมีทุนในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้าที่มีคุณภาพในราคาที่แพงและมีทัศนคติ ต่อภาพลักษณ์ของร้าน ท่าเลที่ตั้งของร้านเดินทางสะดวก ภายในร้านมีความสะอาด มีเครื่องปรับอากาศที่เย็นสบาย และมีการรับประกันสินค้าหลังการใช้ จึงทำให้ผู้เล่นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเกิดความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมาก

อาชีพ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดย ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพ ข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก อาชีพข้าราชการ เป็นอาชีพที่มั่นคง มีความพร้อมในหลายๆด้าน เช่น สวัสดิการ หรือ สิทธิพิเศษต่างๆ ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว ซึ่งแตกต่างจากอาชีพอื่น ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีของ Maslow (1989) ที่กล่าวไว้ว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูงๆ ถ้าความต้องการในขั้นต่ำได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพ ข้าราชการอาจต้องการความสุขความบันเทิง การพักผ่อน มาเติมความสมบูรณ์ของชีวิต โดยการเล่นกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความพักผ่อน ดังนั้นผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีอาชีพข้าราชการ จึงได้รับการตอบสนองในส่วนนี้และเป็นเหตุทำให้เกิดความพึงพอใจต่างๆตามมา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดย ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า อาจมีความพึงพอใจกับคุณภาพ ความเหมาะสมของราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ของกีตาร์ไฟฟ้า ที่ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าเข้าถึงความรู้สึกดีของการ ได้ใช้หลังประเมินคุณค่าของผลิตภัณฑ์แล้ว ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ สิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับ

การตอบสนองเมื่อบรรลุมิติประสงค์ในสิ่งที่ต้องการและคาดหวังความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า รายได้ที่มีมากพอจะใช้กีตาร์ไฟฟ้าที่มีราคาสูงและมีคุณภาพ มากกว่าผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีรายได้ต่ำจึงทำให้ผู้เล่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีทัศนคติที่ดีต่อกีตาร์ไฟฟ้า และทำให้มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กีตาร์ไฟฟ้าตามมา

สถานภาพสมรส ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่ สถานภาพโสด มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมากที่สุด เนื่องจาก กลุ่มผู้เฒ่าโสด อาจมีเวลามากกว่าสถานภาพอื่นจึงมีเวลาใช้กีตาร์ไฟฟ้ามากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิรุฬ พรรณเทวี (2542) ที่กล่าวว่า ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างมากหรือไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กีตาร์ไฟฟ้าอาจเข้ามามีบทบาทในเวลาว่างของผู้เล่นกลุ่มนี้สามารถตอบสนองความรู้สึกไปในทางบวกทำให้ผู้เล่นผ่อนคลาย ไม่เหงา จึงเกิดความพอใจ รู้สึกคุ้มค่าเมื่อซื้อมาใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์

### 5.2.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรม

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีสถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจาก ร้านตัวแทนจำหน่ายกีตาร์ไฟฟ้า ไม่ว่าจะเป็น ในห้างสรรพสินค้า ร้านตัวแทนจำหน่ายที่อยู่ติดถนน หรือในโรงเรียนสอนดนตรี บรรยากาศภายในร้าน หรือผลิตภัณฑ์ที่มีนำเสนอขายคล้ายๆกัน ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Bovee et. al. (1933) ที่กล่าวว่า สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย บริการ ความคิด สถานที่ การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สถานที่ซื้อกีตาร์ไฟฟ้าแต่ละที่ ไม่มีความโดดเด่นของทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ราคาที่มีความใกล้เคียงกัน ผลิตภัณฑ์หรือกีตาร์ไฟฟ้า มีแบบ สี รุ่นที่นำเสนอเหมือนกัน บรรยากาศการตกแต่งร้านเพื่อสร้างความประทับใจ

แก่ผู้ซื้อเหมือนกัน หรือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้ความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน เพราะได้รับการตอบสนองที่เหมือนกัน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีนักดนตรี/ศิลปินที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า โดยรวมมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก วัฒนธรรมในสังคมยุคปัจจุบันเน้นความบันเทิง คลายเครียด โดยการนำดนตรีเสียงเพลงเข้ามา เพิ่มสีสันการรับรู้ทางสื่อ หรือ โฆษณา โดยมีศิลปิน/นักดนตรี เป็นฟรีเซ็นเตอร์ ในการประกอบฉากในสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุษณีษ์ จิตตะปาโล(2546) ที่กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมก่อให้เกิดความพึงพอใจ สามารถตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย และตอบสนองความต้องการที่เกิดจากการ เรียนรู้ เป็นการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่รุ่นหนึ่ง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การรับรู้ทางสื่อ ได้เห็นศิลปิน/นักดนตรีในดวงใจ ใช้กีตาร์ไฟฟ้าตราสินค้าใด รุ่นไหน การบอกต่อหรือประสบการณ์ใช้กีตาร์ไฟฟ้าที่มีความพึงพอใจโดยตรง ของนักดนตรี/ศิลปิน เป็นการถ่ายทอดข้อมูลจากตัวเองสู่ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เป็นการกระตุ้นทำให้เกิดความเชื่อตัดสินใจซื้อกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่า บุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า

ค่าใช้จ่ายในกาซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้ามากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก ราคาของกีตาร์ไฟฟ้า สามารถประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด รัศมี ศรีสงกรานต์ (2555) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อเครื่องดนตรี ออคูเล่ล่ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครกล่าวว่า ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับ ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า คุณภาพของกีตาร์ไฟฟ้า ขึ้นอยู่กับราคาของผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความคุ้มค่า กับค่าใช้จ่ายในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ สี รูปทรง ความคงทน ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ จึงเกิดทัศนคติที่ดีต่อกีตาร์ไฟฟ้าที่แตกต่างจากผู้เล่นที่มีค่าใช้จ่ายราคาอื่น ที่อาจซื้อกีตาร์ในราคาถูกแต่ไม่มีคุณภาพ

เหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ แตกต่างกัน แต่ละกลุ่มมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลในการซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อความบันเทิง มากกว่าเพื่อมาสะสมและเพื่อประกอบอาชีพ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าอาจมีความคาดหวังต่อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิงเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Morse (1955) ที่กล่าวว่า สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน

ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ด้วยเหตุผลใดก็ตาม ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เกิดจากการ ได้ใช้ เพื่อบรรลุเป้าหมาย เพื่อคลายเครียด เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเองทางอารมณ์

ลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าญี่ปุ่น มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมากทั้งนี้ เนื่องจาก กีตาร์ไฟฟ้าสัญชาติญี่ปุ่นเป็นกีตาร์ที่ผลิตในทวีปเอเชียซึ่งเป็นกีตาร์ไฟฟ้าราคาไม่แพง แต่เทียบเท่ากับคุณภาพกีตาร์ไฟฟ้าฝั่งทวีปยุโรปที่มีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ กฤษณา รัตนพฤษ (2545) ที่กล่าวว่า ความรู้สึกยินดีหรือผิดหวังของลูกค้าอันเนื่องมาจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานจริงของสินค้า หรือ ผลประโยชน์จริงของสินค้าที่เกิดจากการรับรู้ด้วยตนเอง กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะมีมาก ถ้าผลประโยชน์ที่เขาได้รับจากผลิตภัณฑ์จริงตรงกับสิ่งที่เขาคาดหวัง ถ้าประสิทธิภาพการทำงานของสินค้าเป็นตามที่คุณคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพอใจ ลูกค้าจะผูกพันกับตราสินค้านั้นจนเป็นความภักดีต่อตราสินค้าในที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีความรู้สึกดีกับลักษณะของบริษัทผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่ใช้ กับลักษณะใดลักษณะหนึ่ง จะจดจำและรับรู้ถึงคุณภาพของกีตาร์ไฟฟ้า เมื่อมีการเปลี่ยนการใช้กีตาร์ไฟฟ้า ลักษณะของบริษัทผู้ผลิตอื่น จึงเกิดการเปรียบเทียบ มีการประเมินหลังการใช้ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน

อายุการใช้งานกีตาร์ไฟฟ้า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีอายุการใช้งานของกีตาร์ แตกต่างกันแต่แต่ละกลุ่มมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้เล่นอาจมีความคาดหวังในเรื่องคุณภาพเสียงกีตาร์ไฟฟ้า มากกว่าเรื่องอายุการใช้งาน เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ ซึ่งสอดคล้องแนวคิด Wolman (1973) ที่กล่าวว่าความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือ แรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนองแล้ว ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความสุข ได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่งแล้ว และประเมินกีตาร์ไฟฟ้าหลังการใช้ทำให้ผู้เล่นเกิดความพึงพอใจต่อตัวผลิตภัณฑ์

ประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทวัสดุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน แต่แต่ละกลุ่มมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากการเลือกใช้วัสดุที่ใช้ทำกีตาร์มีหลายประเภท และไม่เป็นส่วนสำคัญในการประกอบกีตาร์ไฟฟ้า และยังทำให้เสียงของกีตาร์มีความแตกต่างกัน และผู้เล่นแต่ละบุคคลมีความชอบความคาดหวังในเสียงกีตาร์ไฟฟ้าไม่เหมือนกัน บางผู้เล่นอาจชอบเสียงกีตาร์ที่ใส แหลม ชัดเจนแต่บางผู้เล่นชอบเสียงกีตาร์ที่กังวานทุ้ม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (2003) กล่าวว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ และ ความคาดหวังของบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บริษัทที่ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าที่มีไม่ เป็นวัตถุที่ใช้ทำกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน นั่นเป็นสิ่งที่ดีเพราะ ไม่เป็นส่วนประกอบสำคัญของเครื่องดนตรีชนิดนี้และในการเลือกไม้แต่ละชนิดทำให้เสียงของกีตาร์ไฟฟ้าแตกต่างกัน จึงทำให้ผู้เล่น กีตาร์ไฟฟ้าได้เลือกได้ตัดสินใจ ในการใช้กีตาร์ไฟฟ้าให้เหมาะสมความตั้งใจหรือความคาดหวัง ของตัวผู้เล่นได้

ประเภทกีตาร์ที่เล่น ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของกีตาร์ที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทกีตาร์ลำตัวตัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมมาก เนื่องจาก กีตาร์ไฟฟ้าแต่ละประเภทให้เสียงที่ไม่เหมือนกัน และมีรูปทรงลำตัวของกีตาร์ไฟฟ้าไม่เหมือนกัน อาจทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้เล่นได้ไม่หมด ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีของ Maslow (1970) ที่กล่าวไว้ว่า ความต้องการของคนซ้ำซ้อนกัน บางที ความต้องการหนึ่ง ได้รับการตอบสนองแล้ว ยังไม่สิ้นสุดก็เกิดความต้องการด้านอื่นขึ้นอีก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้เล่นยังคงต้องการสิ่งอื่นอีก เช่น อยากได้เสียงแบบกีตาร์ลำตัวตัน แต่อยากได้รูปทรงแบบกีตาร์ลำตัวโปร่ง น้ำหนักของกีตาร์ลำตัวตันควรจะเบาเหมือนกีตาร์ลำตัวโปร่ง ซึ่งการตอบสนองเหล่านี้ อาจทำให้ผู้ผลิตกีตาร์ไฟฟ้าต้องพิจารณาถึง ด้านผลิตภัณฑ์และพัฒนาต่อไป

ประเภทของเครื่องดนตรีอื่นที่เล่น ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีประเภทของเครื่องดนตรีอื่นที่เล่น แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า แตกต่างกัน โดยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีประเภทของเครื่องดนตรีแซกโซโฟน มีความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าโดยรวมน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจาก แซกโซโฟนเป็นเครื่องดนตรีที่ผู้เล่นสามารถบรรเลงเดี่ยวได้ เหมือนกีตาร์ไฟฟ้า อาจจะทำให้ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเครื่องดนตรีประเภทแซกโซโฟนที่เล่นมีความคิด ประสบการณ์การเรียนรู้ที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าที่มีเครื่องดนตรีประเภทแซกโซโฟนเกิดการเปรียบเทียบ กับเครื่องดนตรีชนิดกีตาร์ไฟฟ้าที่ผู้เล่นกีตาร์เล่น ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Campbell (1976) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวังหรือรู้สึกว่ามันควรจะ ได้รับ ผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินหลังการ ได้ใช้ และเปรียบเทียบกับเครื่องดนตรีที่ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าเคยประสบเหตุการณ์หรือมีประสบการณ์ เคยมีความพึงพอใจในเครื่องดนตรีประเภทอื่นทั้งทางด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การบริการของพนักงานขาย แล้วคาดหวังกับกีตาร์ไฟฟ้าควรจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัย ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เรื่องสีของกีตาร์ไฟฟ้า ดังนั้นร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องดนตรีควรเลือกสี แบบรูปทรงของผลิตภัณฑ์ รุ่นใหม่มาแนะนำเสนอขายผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อสร้างทางเลือกให้แก่ผู้ใช้ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้หรือผู้เล่นต่อไป

2. ด้านราคา จากการวิจัย ผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจด้านราคามาก ดังนั้นราคาคุณภาพควรให้เหมาะสมกันและสัมพันธ์กัน ร้านตัวแทนจำหน่ายไม่ควรตั้งราคาสูงหรือเอากำไรเกินควรเมื่อ ความสัมพันธ์ของราคากับคุณภาพต่างกัน อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จากการวิจัยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นร้านตัวแทนจำหน่าย หรือร้านที่ขายกีตาร์ไฟฟ้า ควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศหรือมีบรรยากาศที่สว่างเย็นสบาย เพื่อให้ผู้เล่นมีบรรยากาศในการเลือกชมกีตาร์ไฟฟ้า และทดลอง ควรมีการทำความสะอาดร้าน ให้ร้านสะอาดอยู่เสมอ ไม่มีกลิ่นอับหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ ทำเลในการตั้งร้าน ควรเห็นได้ง่ายสะดวกในการเดินทาง การทำให้ร้านเป็นส่วนหนึ่งเป็นส่วนหนึ่งเพื่ออำนวยความสะดวก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิจัยผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นร้านตัวแทนจำหน่าย ควรมีโปร โมชั่นส่งเสริมการขาย พวกของแถมหลังการซื้อ เช่น สายต่อสัญญาณหรือเรียกว่าสายแจ๊ค กระเป๋าสีกีตาร์ไฟฟ้า ปิ๊กดีดกีตาร์ เป็นต้น ส่วนลดสินค้า ตกรุ่นเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้เล่น ได้มีทางเลือกซื้อสินค้า การจัดหาพนักงานขายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เล่นหรือผู้ซื้อกีตาร์ไฟฟ้า เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. จากการศึกษา เรื่องความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กีตาร์ไฟฟ้า ยังมีหลายตราสินค้า หลายสัญชาติของผู้ผลิต แต่ละสัญชาติจะมีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกัน ความพึงพอใจของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าก็ไม่เหมือนกัน จึงควรมีการศึกษาเฉพาะตราสินค้า หรือสัญชาติของผู้ผลิตกีตาร์ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ตราสินค้านั้นๆ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อร้านตัวแทนจำหน่ายกีตาร์ไฟฟ้าต่อไป

2. ควรศึกษา ความพึงพอใจของเครื่องดนตรีชนิดอื่นด้วย เพราะเครื่องดนตรีไม่ได้มีแค่กีตาร์ไฟฟ้า เสียงเพลงเกิดจากเครื่องดนตรีชนิดอื่นมาประกอบกันด้วย ดังนั้น การศึกษาเครื่องดนตรีชนิดอื่นก็เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและร้านตัวแทนจำหน่ายต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กฤษณารัตนพฤษ. 2545. การตลาดบริการ. เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จตุรภัทร ดอนศรี.2554 . “ดนตรีเพื่อการพัฒนาศักยภาพมนุษย์”.บทความประชาสัมพันธ์

จากสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

ฉัตยาพร เสมอใจ และจิตินันท์ วารีวนิช. 2551. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ศรุตี ปุ๊กมณี. 2553. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล

ในเว็บบอร์ดของผู้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ปรากรม วุฒิพงศ์และคณะ. 2540 . สุขภาพของไทย.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงแดด

นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2544. เศรษฐศาสตร์การจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นารีรัตน์ พักเพ็ญบุญ. 2554. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส.บี.ดี.ไซค์ สเตจเจอร์ในกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้จัดการ360. 2545. ธุรกิจเรียนดนตรี 600 ล้านก็ 2 ค่ายกยู่รูกขายตลาด[ระบบออนไลน์]. เข้าถึง

ได้จาก <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=3729> (วันที่สืบค้น: 25 ตุลาคม

2556)

ไพรัช มากกาญจนกุล. 2536. กีตาร์ไฟฟ้า. กรุงเทพฯ: สายส่งสุขภาพใจ

มิวสิคแมน. 2552. ส่วนประกอบของกีตาร์ไฟฟ้า[ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://my-musicman.blogspot.com/2009/11/5-guitar-3-guitar.html>.

(วันที่สืบค้น:12 ตุลาคม 2556.)

รัศมี ศรีสงกรานต์. 2555. “พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อเครื่องดนตรีอคูเล่ของผู้นักศึกษามหาวิทยาลัย

ในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2556. กีตาร์ไฟฟ้า[ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://th.wikipedia.org/wiki> (วันที่สืบค้น:12 ตุลาคม 2556)

วิทยา วอสเบียน. 2531. ประวัติความเป็นมาของกีตาร์ตั้งแต่ศตวรรษที่ 15 ถึง ศตวรรษที่ 20.

กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วิรุฬ พรรณเทวี. 2542. “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน  
กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร  
มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสุทธิ์ วัฒนา  
สมพร อิทธิเดช. 2530. “ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการ โรงพยาบาลชุมชน.”  
วิทยานิพนธ์ สาขาวิทยาศาสตร์ (สาขานิติศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารสาธารณสุข  
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2543. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขต  
เทคนิคกรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. 2555
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2552
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). 2556. แนวโน้มธุรกิจที่ไปได้ดี  
SMEs8 กลุ่มใน AEC.[ระบบออนไลน์] เข้าถึงได้จาก  
<http://th.jobsdb.com/th/EN/Resources/JobSeekerArticle/business-trend?ID=7361>  
(วันที่สืบค้น: 10 สิงหาคม 2556.)
- อศุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อศุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร  
: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุษณีย์ จิตะปาโล และนุตประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรง  
พิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- อารี พันธุ์ณี. 2538. จิตวิทยาการเรียนการสอน พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ต้นอ้อ
- อนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อกุลพัฒน์กิจ. 2548. จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร: เพรส  
แอนด์ ดีไซน์
- Belch, George E. and Michael A. Belch. 2005. **Advertising and promotion : an integrated  
marketing communications Perspective.** 6th ed. Boston : McGraw-Hill
- Bovee, C. L. et al. 1933. **Management.** New York: McGraw-Hill
- Campbell, A. 1976. “Subjective measure if well-being”. **American Psychologist.** 31
- Maslow, Abraham M. 1954. **Motivation and Personality.** New York : Harper and Row.
- Maslow, A. 1970. **Motivation and Personality** 2nd ed. New York: Harpers and Row.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Morse, Nancy C. 1955. **Satisfaction in the white collar job**. Michigan: University of Michigan Press.

Kotler Philip. 2003. **Marketing Management**. Englewood Cliffs: Prentice Hall. Meyer Research Center by POPAL.

Kotler. Philip. 1997. **Marketing Management: Analysis. Plannig. Implementation and Control**. 9<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice-Hall

Vroom, V. H. 1984. **Work and motivation**. Florida: Robert E, Krieger Publishing.

Wolman, B.B. 1973. **Dictionary of behavioral Science**. London, Litton Educational Publishing, Inc.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเลขที่.....

สถานที่.....

## แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้ที่เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

## คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อจัดเก็บข้อมูลวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและ 3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้าของผู้เล่นกีตาร์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์

ดังนั้น ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลในผลงานวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม มิได้นำเสนอเป็นรายบุคคลโดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยและจะใช้ข้อมูลเพื่อวิชาการเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- |           |   |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล   |
| ส่วนที่ 2 | แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์                                |
| ส่วนที่ 3 | แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า                     |
| ส่วนที่ 4 | แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า |

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือ

เจริญฤทธิ์ รัตนศรี

นศ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อละ 1 คำตอบ

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี  มากกว่า 15 ปี - 25 ปี  
 มากกว่า 25 ปี - 35 ปี  มากกว่า 35 ปี - 45 ปี  
 มากกว่า 45 ปี - 55 ปี  มากกว่า 55 ปี
3. สถานภาพสมรส  โสด  สมรส/อยู่ด้วยกัน  
 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
 อนุปริญญา/ปวส.  
 ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ  นักเรียน/นักศึกษา  พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน  
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  ข้าราชการ  
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท  
 มากกว่า 5,000 บาท - 10,000 บาท  
 มากกว่า 10,000 บาท - 15,000 บาท  
 มากกว่า 15,000 บาท - 20,000 บาท  
 มากกว่า 20,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้เล่นกีตาร์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงข้อละ 1 ข้อตอบ

1. ท่านซื้อกีตาร์ไฟฟ้าจากสถานที่ใด
 

<input type="checkbox"/> ในห้างสรรพสินค้า	<input type="checkbox"/> ร้านทั่วไปที่เป็นตัวแทนจำหน่าย
<input type="checkbox"/> โรงเรียนสอนดนตรี	<input type="checkbox"/> ทางอินเทอร์เน็ต
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
2. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีกีตาร์ไฟฟ้ามากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> พ่อแม่/พี่น้อง/ครอบครัว	<input type="checkbox"/> เพื่อน
<input type="checkbox"/> นักดนตรี/ศิลปิน	<input type="checkbox"/> พนักงานขาย ณ ร้านขาย
<input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง	
3. ราคากีตาร์ไฟฟ้าที่ท่านซื้อ
 

<input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 5,000 บาท – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 10,000 บาท – 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 15,000 บาท – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท	
4. เหตุผลที่ท่านซื้อกีตาร์ไฟฟ้าเพื่ออะไร
 

<input type="checkbox"/> เพื่อความบันเทิงเล่นส่วนตัว	<input type="checkbox"/> เพื่อสะสม
<input type="checkbox"/> เพื่อไปประกอบอาชีพ	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. สัญชาติบริษัทที่ผลิตและอายุการใช้งานของกีตาร์ไฟฟ้าที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> อเมริกัน (อายุการใช้งาน.....ปี)	<input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น (อายุการใช้งาน.....ปี)
<input type="checkbox"/> เกาหลีใต้ (อายุการใช้งาน.....ปี)	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. ประเภทของวัสดุที่ทำกีตาร์ที่ท่านใช้
 

<input type="checkbox"/> ไม้ Alder	<input type="checkbox"/> ไม้ Mahogany
<input type="checkbox"/> ไม้ Basswood	<input type="checkbox"/> ไม้ Ash
<input type="checkbox"/> ไม้ Maple	<input type="checkbox"/> ไม้ Rosewood
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ประเภทของกีตาร์ไฟฟ้าที่ท่านเล่น

กีตาร์ตัวตัน (Solid Body)

กีตาร์ลำตัวกึ่งโปร่ง (Semi-Hollow

Body)

กีตาร์ลำตัวโปร่ง (Hallow body)

8. ประเภทเครื่องดนตรีชนิดอื่นที่ท่านเล่น(ตอบเพียง 1 ข้อ)

เปียโน

กลองชุด

กีตาร์เบส

แซกโซโฟน

ฟลูท

ไวโอลิน

อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.คุณภาพของเสียงกีตาร์ไฟฟ้า มีความไพเราะ					
2.คุณภาพของวัสดุที่ใช้ผลิต					
3.น้ำหนักของกีตาร์ไฟฟ้า					
4.ตัวแปลงสัญญาณ(Pick Up)รับสัญญาณได้ดี					
5. คอกีตาร์ไม่มีการคดงอ					
6.การออกแบบรูปทรง					
7.สีของกีตาร์ไฟฟ้า					
8. ความคงทนของตัวกีตาร์ไฟฟ้า					
9. ความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่มีตำหนิ					
10. ประเทศที่ผลิต					
11. ตัวกีตาร์มีรหัสรุ่น หรือ หมายเลขเครื่อง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อกีตาร์ไฟฟ้า	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านราคา					
12. ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
13. ราคากีตาร์ไฟฟ้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับเครื่องดนตรีชนิดอื่น					
14. ราคามีความเหมาะสมสามารถซื้อได้					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
15. ทำเลที่ตั้งหาง่าย					
16. ความสะอาดของร้าน					
17. บรรยากาศในร้านมีแอร์เย็น					
18. ในร้านมีโชว์ไฟฟ้าให้นั่งเพื่อไว้ให้ทดลองกีตาร์					
19. การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้					
20. ความสวยงามของหน้าร้าน (Display)					
21. การแยกประเภทเครื่องดนตรีในร้านเป็นสัดส่วน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
22. โฆษณารายละเอียดสินค้าทางนิตยสารกีตาร์					
23. การวางป้ายโฆษณาสินค้า					
24. โปรโมชันของแถม กระเป๋า ปิ๊กคิคกีตาร์ สายต่อสัญญาณหรือเรียกว่าสายแจ๊ค สายสะพายกีตาร์					
25. การลดราคาสินค้าตกรุ่น					
26. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเรื่องกีตาร์ไฟฟ้าท่านได้					
27. การจัดการแข่งขันประกวดเล่นกีตาร์ไฟฟ้า					
28. การบริการหลังการขาย เช่น บริการซ่อม ตรวจสอบเครื่อง					
29. การรับประกันสินค้า					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 4** ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายเจริญฤทธิ์ รัตนศรี  
วัน เดือน ปีเกิด 08 มิถุนายน 2529  
ที่อยู่ 12/13 ซอย อัสวณนท์2 ถนนสุขุมวิท ตำบลปากน้ำ  
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270  
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2552 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขา  
วิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประสบการณ์ทำงาน พ.ศ. 2552-2554 ตำแหน่ง วิศวกร บริษัท ชันอัลลอย อินดัส-  
ตรี (ไทยแลนด์) จำกัด  
พ.ศ. 2554-2555 ตำแหน่ง วิศวกร ดีไซน์  
บริษัท เค.วาย. อินเตอร์เทค จำกัด  
พ.ศ. 2555 ตำแหน่ง วิศวกร ดีไซน์ บริษัท คอสโมกรุ๊ป  
จำกัด มหาชน  
พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง วิศวกร ดีไซน์ ท่อ  
บริษัท บางกอกอินดัสเทรียลบอยเลอร์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้