

ทัศนคติของผู้ซื้อเครื่องปรับอากาศสำหรับใช้ในบ้านเรือน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวพรรณิ วันชเวคินทร์

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการทดลอง

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2527

ISBN 974-563-485-9

011030

I 16630154

BUYERS ATTITUDE TOWARDS HOUSEHOLD AIR CONDITIONERS  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



Miss Punnee Vanitwekin

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1983





ขยายตลาดเครื่องปรับอากาศ ส่วนปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ ก็คือ คุณภาพ การประหยัดไฟและราคาซึ่งสิ่งที่คุณบริโภคชอบมากที่สุดคือ การลดราคา และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนผู้มีความประสงค์จะซื้อเครื่องปรับอากาศในอนาคตต้องการขนาด 12,000 บี ที ยู ต่อชั่วโมง - 16,000 บี ที ยู ต่อชั่วโมง จะอยู่ในช่วงราคาเงินสกระหว่าง 10,000 บาท - 30,000 บาท

จากการศึกษาในเรื่องนี้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้  
คำแนะนำผู้ผลิต

1. ควรมีการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นทางด้าน รูปแบบ สี การปรับอุณหภูมิอัตโนมัติ ตัวถังไม่ เป็นสนิมง่าย และให้มีแผ่นกรองอากาศที่คุณบริโภคสามารถถอดทำความสะอาดได้เอง ตลอดจนสามารถที่จะสังเกตจำนวนน้ำยา (ฟรียอน) ได้ และตัวเครื่องปรับอากาศก็ให้สามารถเคลื่อนย้ายได้เพื่อสะดวกต่อการทำความสะอาดตัวถัง
2. คุณลักษณะพิเศษของเครื่องปรับอากาศ ควรปรับปรุงให้มีระบบ ปิค-เป็คอัตโนมัติหรือ เป็นระบบสัมผัสก็ได้ เพื่อให้สะดวกแก่ผู้ใช้ตลอดจนปรับปรุงระบบการถ่ายเทอากาศให้ดีขึ้นด้วย
3. ด้านราคา ควรจัดให้มีการขายระบบเงินผ่อนหรือระบบขายเงินสด โดยผ่อนชำระเป็นงวด ใ้ระยะยาว เช่น 6 เดือน ถึง 1 ปี โดยไม่มีดอกเบี้ย ขนาด 12,000 บี ที ยู - 16,000 บี ที ยู ซึ่งเป็นที่นิยมมาก ส่วนราคาควรอยู่ระหว่าง 10,000 บาท - 30,000 บาท การลดราคาควรทำในโอกาสพิเศษ เป็นครั้งคราวหรือเมื่อมีเทศกาลเท่านั้น
4. ด้านการจัดจำหน่าย ควรกระจายไปในที่ต่าง ๆ เพิ่มขึ้นโดยเลือกตัวแทนจำหน่ายที่ดีเพื่อให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง
5. ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย จัดให้มีการโฆษณาเพิ่มขึ้นทั้งทาง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนสื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยเน้นคุณภาพและเข้าร่วมนิทรรศการ การแต่งงานและงานโชว์สินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ด้วย รวมถึงการมีบริการที่ดีและรวดเร็วให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังควรพิจารณาให้การส่งเสริมการขายอื่น ๆ แก่ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอีกด้วย

งานรัฐบาลก็ควรจะดำเนินการต่อไปนี้คือ

1. ตรวจสอบมาตรฐานเครื่องปรับอากาศให้มีการรับรองคุณภาพที่ดี โดย  
ประทับตรามาตรฐานของผลิตภัณฑ์
2. สกปรกน้ำเข้าและน้ำขุ่นเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ
3. ชักโรงงานเดือนที่เกิขึ้นอย่างไม่ถูกต้องตามกฎหมายให้หมดไปด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title           Buyers Attitude towards household Air Conditioners  
  in Bangkok Metropolitan Area

Name                     Miss Punnee Vanitwekin

Thesis Advisor         Associate Professor Surashana Vivadhajant

Department            Marketing

Academic Year         1983



#### ABSTRACT

At present air-conditioners play a very important role in the daily life of people living in tropical climate. For those who live in cities, air-conditioners help to reduce air pollution and provide a controlled air temperature as well as reduce the noise level to such extent. that life in cities become more were pleasant. Air-conditioners also help to preserve the condition of goods and commodities and are widely used in business and industries. Moreover, household air-conditioners also serve as indicator of the economic status of householders.

Consumers' demand for airconditioners has increased significantly during the past 5-6 years, and there is a tendency for increased competition in the airconditioners market in the future. The researcher is therefore interested in carrying out a study of the buyers' attitude towards household air - conditioners, particularly of those living in the Bangkok Metropolitan area where air conditioners are widely used. Through the use of questionnaires, inquiries were made at

a sample of people owning air-conditioners and those who do not own one but are planning to do so in future. Marketing executives and agents of the manufacturers were also interviewed. The following conclusions have been drawn from the result of such inquiries and interviews.

The majority of buyers belong to the 5,001-10,000 Baht income group, tend to discuss and consult among themselves before making the purchase. Those planning to make the purchase are also in this income bracket, and mainly comprise government officials with low income. Installment sales should therefore be promoted as this would expand the market for air conditioners. The factors influencing the purchase are quality, energy saving and price, the most favourable factor being price reduction. For those who have plans to purchase air-conditioners, the capacity required is between 12,000 BTU. per hour and 16,000 BTU per hour. and the cash price should range between 10,000-30,000 Baht.

From this study, the researcher has the following recommendations:

Recommendations to manufacturers:-

Product improvements:

1. Improvements should be made to the shape, colour, automatic temperature control, rust-proofing, filter which can be removed and cleaned by users, Freon level indicator, as well



as the mobility of the equipment to facilitate cleaning.

2. Special features:

Automatic on-off switch or touch control mechanism should be installed as a special feature for ease of operations. Improvement should also be made to the air ventilation and circulation system.

3. Pricing: Sales by installment or case sales should be offered. Installments should spread over 6 to 12 months with no interest charge. Popular sizes are 12,000 BTU per hour to 16,000 BTU per hour which should be priced at 10,000-30,000 Baht. Price reduction should be offered on special occasion or during the festival seasons.

4. Marketing: Distributions and servicing should be more widespread through reliable agents.

5. Sales Promotion: There should be more sales promotion in television, newspapers and other medias, with emphasis on quality. The products should be exhibited in home shows and trade shows. Good and fast service should be made available to the consumers. Consideration should be made to offer other types of sales promotion to the agents.

Recommendations to the government:

1. Government authorities should carry out inspection of the quality of products to ensure that the products meet established standard and issue a certification of product standard.

2. Import duty and duplication of tax on air-conditioner should be reduced.

3. Government authorities should take action to search out and close down factories which operate illegally.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## กิติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ที่สำเร็จเป็นรูปเล่มลงไค้ฉบับนี้ ก็ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของ นายรุจิ ทวีทรัพย์อัครชัย นายเกษม อภินันท์กุล นายอานนท์ สิมะกุลธร และ รองศาสตราจารย์สุรชันนา วิวัฒน์ชาก ที่ไค้กรุณาไว้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการ เขียนวิทยานิพนธ์ตลอดจนสละเวลาให้คำแนะนำ ปรึกษา ข้อคิดและแก้ไขวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ยังไค้ได้รับความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ ศิริโลกาภิจ ในการเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้เขียนจึงกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้แทน จำหน่ายเครื่องปรับอากาศต่าง ๆ ที่ไค้ไค้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ และให้ข้อมูล ต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางและประโยชน์ในการ เขียนวิทยานิพนธ์นี้ด้วย

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอีกครั้งสำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยในการ ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ที่สำเร็จลงไค้ด้วยดี หวังท่านที่ไค้กล่าวนามมาและไม่ไค้กล่าวนามมา หากมีสิ่งไค้บกพร่องในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว

พรณี วนิชเวคินทร์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
รายการตารางประกอบ.....	ร
รายการรูปภาพประกอบ.....	ก
บทที่	
1. บทนำ.....	1
2. กรรณวิธีการผลิต.....	9
3. การตลาดของ เครื่องปรับอากาศ.....	39
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
5. สรุปผลการวิจัยและขอเสนอแนะ.....	138
บรรณานุกรม.....	153
ภาคผนวก.....	156
ประวัติผู้เขียน.....	163

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงคุณสมบัติของฟรีออน-22.....	23
3.1	แสดงบโฆษาเครื่องปรับอากาศในช่วง เดือนมกราคม- ธันวาคม 2526.....	69
3.2	แสดงสื่อโฆษาที่นิยมใช้โฆษาเครื่องปรับอากาศของปี พ.ศ. 2526.....	70
4.1	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผูบริโภค.....	98
4.2	แสดงจำนวนผูที่มีเครื่องปรับอากาศและมีโครงการที่จะซื้อเพิ่ม โดยแยกตามเพศ อาชีพ และรายได้.....	99
4.3	แสดงผูที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศภายในบ้าน แต่มีโครงการที่จะ ซื้อโดยแยกตามเพศ อาชีพ และรายได้.....	100
4.4	แสดงจำนวนเครื่องปรับอากาศที่มีใช้ภายในบ้าน โดยแยกตาม เพศ อาชีพ และรายได้.....	101
4.5	แสดงยี่ห้อเครื่องปรับอากาศเครื่องล่าสุดที่มีใช้ในบ้าน.....	102
4.5.1	แสดงขนาดของ บี ที ยู ค่อชั่วโมงของเครื่องปรับอากาศที่มี ใช้ผู.....	103
4.6	แสดงชนิดของเครื่องปรับอากาศภายในบ้านที่มีผูใช้โดยแยก พิจารณาตามเพศและรายได้.....	104
4.7	แสดงระยะเวลาที่ใช้เครื่องปรับอากาศของผูที่ใช้แยกตามเพศ อาชีพ และรายได้.....	105
4.8	แสดงการรับประกันคุณภาพของเครื่องปรับอากาศที่มีใน ครอบครอง.....	106
4.8.1	แสดงการรับประกันคุณภาพของเครื่องปรับอากาศที่มีใน ครอบครอง.....	107

ตารางที่	หน้า
4.9	แสดง เหตุผลในการตัดสินใจของผู้ใช้ โดยแยกตามขนาด ของรายได้..... 108
4.10	แสดงคุณภาพของ เครื่องปรับอากาศที่ผู้ใช้น่าเชื่อถือ..... 109
4.11	แสดง เหตุผลที่มีผู้นิยมใช้เครื่องปรับอากาศ โดยแยกตามอาชีพ และรายได้ของผู้ใช้..... 110
4.11.1	แสดง เหตุผลที่มีผู้นิยมใช้เครื่องปรับอากาศ โดยแยกตามอาชีพ และรายได้ของผู้ใช้..... 111
4.12	แสดงค่าปริกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจ เลือกซื้อ เครื่องปรับอากาศ ของผู้ซื้อโดยแยกตามเพศ อาชีพ และรายได้..... 112
4.13	แสดงวิธีการ เลือกซื้อ เครื่องปรับอากาศ โดยแยกตามรายได้ ของผู้ซื้อ..... 113
4.14	แสดงแหล่ง ของการซื้อ เครื่องปรับอากาศ..... 114
4.15	แสดงปัจจัยสำคัญในการ เลือกร้านที่จำหน่าย เครื่องปรับอากาศ..... 115
4.16	แสดงรายการส่ง เสริมการจำหน่ายที่มีส่วนสนับสนุนในการตัดสินใจซื้อ โดยแยกตามเพศ..... 116
4.17	แสดงอิทธิพลของ สื่อโฆษณากับการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้เครื่อง ปรับอากาศ..... 117
4.18	แสดงการซื้อ เครื่องปรับอากาศในช่วงที่มีการส่ง เสริมการ จำหน่าย โดยแยกตามเพศ..... 118
4.19	แสดงยี่ห้อเครื่องปรับอากาศที่มีโครงการจะซื้อของผู้ที่ไม่มี เครื่องปรับอากาศในบ้าน..... 119
4.20	แสดงวิธีการซื้อ เครื่องปรับอากาศ โดยแยกตามรายได้..... 120
4.20.1	แสดง เหตุผลในการซื้อ เครื่องปรับอากาศเป็นเงินสดของผู้ที่มี โครงการซื้อ เครื่องปรับอากาศ..... 121

ตารางที่	หน้า	
4.20.2	แสดงเหตุผลในการซื้อเครื่องปรับอากาศระบบเงินผ่อนของผู้ ที่มีโครงการซื้อ.....	122
4.20.3	แสดงเหตุผลในการซื้อเครื่องปรับอากาศแบบผ่อนเป็นงวด...	123
4.21	แสดงเหตุผลในการที่ผู้บริโภคยังไม่ซื้อเครื่องปรับอากาศ....	124
4.22	แสดงอิทธิพลของสื่อโฆษณา โดยแยกตามเพศและอาชีพของ ผู้บริโภค.....	125
4.23	แสดงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ.	126
4.23.1	แสดงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย.....	127
4.24	แสดงเหตุผลของการซื้อเครื่องปรับอากาศแบบมีประกันและ ไม่มีประกัน.....	128
4.25	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับประกันและ เหตุผลที่ไม่เหมาะสมในการมีใบรับประกัน.....	129
4.26	แสดงความสนใจของผู้ซื้อเครื่องปรับอากาศในโปรแกรม การส่งเสริมการขาย.....	130
4.27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายการส่งเสริมการขายที่มี ส่วนสนับสนุนการซื้อเครื่องปรับอากาศ โดยแยกตามเพศ และรายได้.....	131
4.28	แสดงขนาดของเครื่องปรับอากาศขนาด (บี ที ยู ต่อชั่วโมง) ที่มีผู้ซื้อ.....	132
4.28.1	แสดงอัตราการซื้อเครื่องปรับอากาศในราคาเงินสด แยกตามรายได้ของผู้ซื้อ.....	133
4.28.2	แสดงอัตราการซื้อเครื่องปรับอากาศด้วยระบบเงินผ่อน โดยแยกตามรายได้.....	134

ตารางที่		หน้า
4.28.3	แสดงการซื้อเครื่องปรับอากาศยระบบเงินผ่อนในอัตรา ผ่อนต่อเดือน.....	135
4.28.4	แสดงการซื้อเครื่องปรับอากาศโดยแยกตามสีและเพศ.....	136
4.28.5	แสดงการซื้อเครื่องปรับอากาศโดยแยกตามแบบ.....	137



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## รายการแผนภูมิประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงคอมเพรสเซอร์แบบลูกสูบ.....	24
2.2	แสดงคอมเพรสเซอร์แบบโรทารี.....	25
	แผนผังการผลิต.....	29
	แบบหน้าต่าง (Window type).....	32
	แบบแยกส่วน (Split type).....	34
3.1	เครื่องปรับอากาศแบบหน้าต่าง.....	46
3.2	เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน.....	47
3.3	ตัวคอยล์ร้อน (Condensor).....	48

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย