

## บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 ; วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาววารภรณ์ อิศสระ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: ธันวาคม 2548
จำนวนหน้า	: 48 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดผู้บริโภคในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อโน้ตบุ๊ก จำนวน 300 ราย โดยแบ่งแบบสอบถามตามอาชีพ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 100 ราย คือ กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ, กลุ่มพนักงานเอกชน/เจ้าของกิจการและกลุ่มนักศึกษา/นักเรียน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เลือกสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อหรือใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-34 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงาน ในราคาเครื่องละประมาณ 40,001-60,000 บาท ชำระเงินด้วยตนเอง โดยใช้เงินสด นิยมซื้อคอมพิวเตอร์ที่ร้านตัวแทนจำหน่าย อีกทั้งยังหาแหล่งข้อมูลจากพนักงานขาย เอกสารจากบริษัทและ

Internet ก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อ นิยมใช้โน้ตบุ๊กที่มีน้ำหนัก ไม่เกิน 3.0 กิโลกรัม ตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กที่นิยมใช้คือ ยี่ห้อเอเซอร์

กลุ่มตัวอย่างพนักงานเอกชน/เจ้าของกิจการส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง พนักงานเอกชน/เจ้าของกิจการ ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานและใช้เพื่อความบันเทิง และนิยมซื้อโน้ตบุ๊ก ในราคา 50,001-70,000 บาท ชำระเงินด้วยเงินผ่อน แบบ 0% และซื้อคอมพิวเตอร์ที่ร้านตัวแทนจำหน่าย ก่อนจะตัดสินใจซื้อได้หาข้อมูลจากเอกสารจากบริษัทผู้จำหน่าย พนักงานขายและ Internet และจะใช้โน้ตบุ๊กที่มีน้ำหนัก ไม่เกิน 2.0 กิโลกรัม และพกพาโน้ตบุ๊กเฉพาะเวลาที่ต้องการใช้งาน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวเอง นิยมซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อ โซนี่และเอเซอร์

กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษา/นักเรียน ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊ก เพื่อใช้ในการเรียน นิยมซื้อโน้ตบุ๊ก ในราคา 40,001-50,000 บาท พ่อ/แม่ เป็นผู้ชำระเงินให้ นิยมชำระเงินด้วยเงินสด จะซื้อคอมพิวเตอร์ที่ร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไป ร้านตัวแทนจำหน่ายและร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้า ก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อได้หาข้อมูลจากพนักงานขาย เอกสารจากบริษัทผู้จำหน่าย และ Internet ใช้โน้ตบุ๊กที่มีน้ำหนัก ไม่เกิน 2.0 กิโลกรัม จะพกพาโน้ตบุ๊กเฉพาะเวลาที่ต้องการใช้งาน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวเอง นิยมซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเอเซอร์

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความทนทาน ตรายี่ห้อ รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การลดราคา พนักงานมีความรู้/อัธยาศัยดี การได้ชม/ทดลองสินค้า ตัวอย่าง และการแจก/แถม ด้านราคา คือ ราคาของตัวเครื่องโน้ตบุ๊ก และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง ทำเลที่ตั้งสะดวก ขายสินค้าหลายยี่ห้อและหลายรุ่น มีสาขาทั่วประเทศและการเป็นตัวแทนจำหน่าย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) และทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (Post Hoc Test) ด้วยเทคนิค LSD พิจารณาตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กของผู้บริโภค จำแนกตามระดับอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกัน ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ, กลุ่มพนักงานเอกชน/เจ้าของกิจการและกลุ่มนักศึกษา/นักเรียน มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดมีความแตกต่างกัน