

51602701 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรม / ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / คอมพิวเตอร์แบบพกพา

กนกพร จงเจริญ : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร . อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. นภานนท์ หอมสุต. 77 หน้า.

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่ซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท รายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 5,000-15,000 บาท อาชีพอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในบริษัทเอกชน นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด และเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระเงินแบบเงินผ่อน ยี่ห้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่ตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ยี่ห้อ Acer สถานที่ที่ซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา คือ ห้างสรรพสินค้า ลักษณะงานที่ใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา คือ ใช้งานเชิงการศึกษา เหตุผลในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา คือ ท่องเว็บไซต์ พุดคุยผ่านอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพามากที่สุดมาจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างนี้อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพามากที่สุดคือ ตัวสินค้า น้ำหนักที่คิดว่าเหมาะสมของคอมพิวเตอร์แบบพกพาควรอยู่ระหว่าง 1 - 1.5 กิโลกรัม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของกลุ่มตัวอย่างภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากโดยความเร็วในการทำงานของคอมพิวเตอร์แบบพกพาภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคาอยู่ในระดับมากโดยราคาเหมาะสมกับความเร็วในการประมวลผลภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และในระดับมากทุกข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากโดยการลดราคาพิเศษภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากโดยในระดับมากทุกข้อ ด้านพนักงานขายอยู่ในระดับปานกลางโดยพนักงานขายมีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการให้ข่าวสารอยู่ในระดับมากโดยคำปรึกษาจากเพื่อนบริษัทผู้ชายมีภาพลักษณ์ที่ดี การรับข่าวสารมาจากสื่อที่น่าเชื่อถือภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านพลังอยู่ในระดับปานกลางโดยในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มคนใกล้ชิดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและการขึ้นชอปราคาสินค้าส่วนตัวมาก่อนแล้วอยู่ในระดับมาก

สาขาวิชาการประกอบการ                      บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร                      ปีการศึกษา2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....

51602701 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : BEHAVIOR / MARKETING FACTORS / COMPUTER NOTEBOOK

KANOKPORN CHONGCHAROEN : BEHAVIOR AND MARKETING FACTORS AFFECTING PRIVACY OFFICER TO BUY COMPUTER NOTEBOOK IN SATHON DISTRICT, BANGKOK. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.NOPPANON HOMSUD. 77 pp.

The study of behavior and marketing factors affecting privacy officer to buy computer notebook in Sathon District, Bangkok. The sample group used in this research is 400 privacy officers in Sathon District, Bangkok Metropolis who buying the computer notebook. The questionnaire is used as a tool for gathering the information. The statistics applied in the analysis are the frequency, percentage value, average value and standard variants.

The results of the research finds that a majority of sampling group is female, aged between 31 – 35 years old ; their status is single ; their education is Bachelor Degree ; their monthly income is between 15,001-25,000 Baht ; their monthly expense is between 5,000-15,000 Baht ; their occupation is the officer which do not be a human resource officer, a marketing officer and an accounting officer.

The behavior to buy the computer notebook of privacy officer in Sathon District, Bangkok finds that mode of the payment for the computer notebook is installment. The most-coveted brand of the computer notebook is Acer. The place to buy most of the computer notebook is department store. The objective to buy the computer notebook is supporting their education. The reason to buy the computer notebook is website visiting and chatting. The receiving of the information in relation to the computer notebook is by mean of the credible person. The expense of buying the computer notebook is between 20,001 – 30,000 Baht. The factors of decision to buy the computer notebook is the most product itself. The suitable weight of computer notebook is between 1 – 1.5 kilograms.

The marketing factors affecting to buy the computer notebook by sampling group are collectively at the much level ; and considering on the basis of individual aspect ; In terms of product, it is much level. Individual item, the most level is the speed of processing. In terms of price, it is much level. Individual item, the most level is suitable price for the speed of processing. In terms of place, it is at the much level in every item. And at the moderate level is the outstanding of shop placement. In terms of promotion, it is much level. Individual item is the price reduction of the computer. In terms of packaging, it is at the much level. Individual item, it is at the much level in every item. In terms of persona, it is moderate level. Individual item, the most level is the computer knowledge of sales person. In terms of PR, it is much level. Individual item, the much level are friend's consultation and the good image of the sales person. In terms of power, it is moderate level. Individual item, moderate level in every item, there are the much level closely person and personal brand favor.

---

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature .....

Independent Study Advisor's signature .....