

หัวข้อเรื่อง	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของข้าราชการสำนักงานตรวจสอบภายในทหารบก
นักศึกษา	ร้อยตรีหญิง ณัฐธิดา จับจิตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ประเสริฐ สิริจิรพัฒน์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของข้าราชการสำนักงานตรวจสอบภายในทหารบก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของข้าราชการสำนักงานตรวจสอบภายในทหารบก เพื่อศึกษาการซื้อของผู้บริโภคในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของข้าราชการสำนักงานตรวจสอบภายในทหารบก โดยศึกษาจากข้าราชการสำนักงานตรวจสอบภายในทหารบก โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 162 คน และทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยส่วนมากอยู่ 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระแบบเงินผ่อน ต้องการซื้อตราสินค้า Acer สถานที่ในการซื้อ คือ ห้างสรรพสินค้า มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ คือ อินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อใช้ในเรื่องส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 25,001-35,000 บาท ปัจจัยที่ใช้ประกอบการซื้อ คือ คุณสมบัติของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก น้ำหนักที่เหมาะสม น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม การศึกษาระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความเร็วในการทำงานของคอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญมากที่สุดคือ เงื่อนไขที่ง่ายต่อการซื้อ ด้านการจัดจำหน่ายความสำคัญมากที่สุดคือ มีการบริการนอกสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาดความสำคัญมากที่สุดคือ มีการลดราคา จาก การทดสอบสมมติฐาน พบว่ามีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลทางระดับการศึกษาที่มีผลต่อการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ยังพบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการซื้อทุกด้าน