

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Printer) กรณีศึกษานักเรียน – นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคโยธ
<b>ผู้ศึกษา</b>	นางสาวพิกุลทอง จิตรเงิน นางสาวสุนิตย์ สาสิงห์
<b>ครูที่ปรึกษา</b>	นางสาวมณฑาวดี พูลเกิด
<b>แผนกวิชา</b>	การขายและการตลาด
<b>ประเภทวิชา</b>	บริหารธุรกิจ

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษ เรื่องการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Printer) กรณีศึกษานักเรียน-นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคโยธ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียน-นักศึกษาที่เลือกซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Printer) ในวิทยาลัยเทคนิคโยธ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Printer) ของนักเรียน - นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคโยธ

### สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่งคือ เรื่องมีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9339 แปรความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่องความแข็งแรง คงทนของเครื่องพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9524 แปรความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับสามคือ เรื่องคุณภาพของเครื่องพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9346 แปรความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านราคา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา อันดับหนึ่งคือ เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9209 แปรความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่องสามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.0524 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับสามคือ เรื่องมีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.0591 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อันดับหนึ่งคือ เรื่องมีการแยกยี่ห้อและประเภทของเครื่องพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9339 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่องการจัดแสดงเครื่องพิมพ์มีหลากหลายสีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8836 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับสามคือ เรื่องการจัดเรียง การจัดแสดงเครื่องพิมพ์มีความเป็นระเบียบสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9535 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับหนึ่งคือ เรื่องการโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีความโดดเด่นสะดุดตาดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8787 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือ เรื่องการส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8968 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับที่สามคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของเครื่องพิมพ์ในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8733 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก