

**ชื่อเรื่อง** การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อถ่านไฟฉาย กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

**ผู้ศึกษา** นางสาวชนิษฐา อินทนาม

นางสาวกมลเนตร ผุดผ่อง

**ครูที่ปรึกษา** นางสาวมณฑาวดี พูลเกิด

**แผนกวิชา** การขายและการตลาด

**ประเภทวิชา** บริหารธุรกิจ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อถ่านไฟฉาย กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในการตัดสินใจซื้อถ่านไฟฉายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อถ่านไฟฉายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษารายการประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่ง คือ เรื่องคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7211/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องตรายี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5830/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด และอันดับสาม คือ เรื่องความหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 0.7490/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

การศึกษารายการประกอบด้านราคา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา อันดับหนึ่ง คือ เรื่องราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9671/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องราคาสินค้าถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8944/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

และอันดับสาม คือ เรื่องมีการบริการชำระเงินโดยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 ส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 1.2165/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

การศึกษาองค์ประกอบด้านสถานที่ พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ อันดับหนึ่ง คือ เรื่องทำเลที่ตั้งของร้านเข้าถึงสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.4919/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6006/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด และอันดับสาม คือ เรื่องการจัดร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 0.9069/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

การศึกษาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับหนึ่ง คือ เรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.1410/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องการบริการของพนักงาน เช่น พนักงานมีความรู้ธยาศัยดี เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.9059/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด และอันดับสาม คือ เรื่องการลดสินค้าเมื่อซื้อถึงระดับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 ส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 1.3795/แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

## คำนำ

การศึกษาปัญหาพิเศษในครั้งนี สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยทั้งได้ผลงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ที่เกี่ยวข้อง เพราะได้รับความกรุณา และช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากคณะครู แผนกวิชาการขายและการตลาด ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่ง ในการให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่งมาตลอดผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลรอบข้างที่คอยเป็นแรงผลักดัน และให้กำลังใจคอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เสมอมา

ท้ายสุด ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมกันแก้ปัญหาต่าง ๆ จนการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้

ชนิษฐา อินทนาม

กมลเนตร ผุดผ่อง