

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องเล่น MP3 ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	นางสาวจาริณี สุขสำเนียง
วิชาเอก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ
ปีการศึกษา	การจัดการทั่วไป
	2549

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องเล่น MP3 ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือน และเพื่อศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องเล่น MP3 ของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-Test ใช้กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ใช้ One way Anova กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 14-19 ปี ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนใหญ่จะได้รับรายได้จากผู้ปกครอง รายได้รวมของผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 20,000-40,000 บาท อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว ในการเลือกซื้อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเครื่องเล่น MP3 ด้วยตนเอง ยี่ห้อที่เลือกซื้อมากที่สุดคือ ยี่ห้อโซนี่ เหตุผลที่เลือกซื้อเครื่องเล่น MP3 ส่วนใหญ่ไว้ฟังเพลง ขนาดความจุที่เลือก 512 MB ราคาที่เลือกซื้ออยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท เมื่อมองในภาพรวมของปัจจัยทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ยี่ห้อเครื่องเล่น MP3 ขนาดความจุ ราคาแตกต่างกันมีปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

Independent Study Title	Marketing Factors Concerning MP3 Buying of Youths, in Bangkok Metropolis
Student	Miss Jarinee Suksamniang
Advisor	Assistant Professor Pimpa Hirankitti
Major	General Management
Academic year	2006

ABSTRACT

The objective to the independent study entitled marketing factor concerning MP 3 buying of youths in Bangkok Metropolis were to investigate the general information of the respondents such as sex, age, educational level and income / month, study the marketing factors such as the projects, price, place and promotions concerning MP3 buying of youths. The 400 youths were used as the sample of the study. The questionnaire was used as the instrument of the study. The percentage, mean, standard deviation, t-test and one way of analysis of variance, including least significant Difference (LSD) were used as the statistical analysis.

The study found that majority of the respondents were female, 14-19 years of age, studying in secondary education / diploma of certificate, receiving the income from the guardian, guardian's income 20,000-40,000 baht, and the guardian profession was private entrepreneur. Majority of the respondents bought MP3 by themselves, most favorite trademark was SONY, the reason of MP3 buying was the song hearing, with 512 MB capacity, and the price was between 2,001-4,000 baht. The whole perspective of marketing factors found that majority of respondents focusing on the products as the first priority. The hypothesis testing found that there were statistical significant differences in the products, the place and the promotion when differences in age, education, MP3 trademark, capacity and the price.