

## การวิจัยและผลของการวิจัย

### รายละเอียดของการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึง รายละเอียดของวิธีการวิจัย และผลของการวิจัยจากการออกแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภครูปแบบต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อรวบรวมข้อมูลที่นำมาทำการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยการออกแบบสอบถาม ซึ่งมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานควบคุมการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดขึ้นตามแผนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยกำหนดคุณลักษณะที่สำคัญ และจำนวนของตัวอย่างที่จะทำการศึกษา เพื่อถือเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากประชากรแต่ละรายไม่สามารถจะระบุได้ว่าประชากรหน่วยใดมีโอกาส หรือความน่าจะเป็นที่จะถูกเลือกมาเป็นตัวอย่างได้มากนักน้อยเพียงใด และเพื่อให้วิธีการสุ่มตัวอย่างนี้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น จึงพยายามสุ่มตัวอย่างให้มีการกระจายของคุณลักษณะต่าง ๆ กันออกไปให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ตัวแทนของประชากรที่ดี ทั้งประเภทครัวเรือน และประเภทของสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ

คุณลักษณะที่สำคัญ หรือข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดขึ้น สำหรับตัวอย่างประเภทครัวเรือน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ในครัวเรือน ส่วนคุณลักษณะสำหรับตัวอย่างประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของการประกอบการ และสถานะหรือตำแหน่งงานของผู้ตอบ เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะใช้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ผลของการวิจัยครั้งนี้

การสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นครัวเรือน หมายถึง การเลือกสุ่มตัวอย่างจากบุคคลธรรมดาทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุไม่ต่ำกว่า 14 ปี โดยมีลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเขตพื้นที่ที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการจัดแบ่งพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น 24 เขต ตามการแบ่งเขตของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ซึ่งในแต่ละเขตจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มประชากรที่เป็นครัวเรือน เช่น จำนวนประชากรในเขตจำนวนประชากรที่เป็นชาย จำนวนประชากรที่เป็นหญิง และจำนวนบ้าน ตามลำดับ เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างทุก ๆ เขตจะทำให้สิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายสำหรับการทำวิจัยนี้เป็นจำนวนมาก จึงได้ใช้วิธีเลือกสุ่มเขตตัวอย่าง โดยกำหนดเลขที่ให้แต่ละเขตเรียงตามลำดับ แล้วทำการจับฉลากเพื่อเลือกเขตตัวอย่าง จำนวน 6 เขต สำหรับใช้เป็นตัวแทนในการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคจากเขตต่าง ๆ ทั้งหมด เขตตัวอย่างที่เลือกมาทำการศึกษา ได้แก่

<u>เขต</u>	<u>ชาย</u>	<u>%</u>	<u>หญิง</u>	<u>%</u>	<u>รวม</u>	<u>%</u>
เขตพญาไท	258,461	49.6	262,046	53.4	520,507	100
เขตคูสิต	293,105	53.5	253,763	46.6	546,868	100
เขตพระโขนง	280,916	50.1	278,896	49.9	559,812	100
เขตบางรัก	70,124	49.4	71,543	50.6	141,667	100
เขตบางกะปิ	156,846	49.8	157,934	50.2	314,780	100
เขตคลองสาน	70,291	50.4	69,019	49.6	139,310	100

2. กำหนดขนาดตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยหรือการสำรวจ โดยกำหนดให้มีขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านเงินทุน กำลังคน และเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

3. คำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะต้องเลือกสุ่มในแต่ละเขต โดยคิดเป็นสัดส่วนของครัวเรือนทั้งหมดภายในเขตตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ดังนี้

<u>เขต</u>	<u>จำนวนบ้าน</u>	<u>สัดส่วน (%)</u>	<u>จำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต</u>
เขตพญาไท	56,594	16.25	49
เขตดุสิต	50,374	14.47	43
เขตพระโขนง	116,162	33.36	100
เขตบางรัก	23,622	6.78	20
เขตบางกะปิ	76,322	21.92	66
เขตคลองสาน	<u>25,082</u>	<u>7.20</u>	<u>22</u>
รวม	349,156	100.00	300

4. กำหนดคุณสมบัติของผู้บริโภคที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่าง โดยคำนึงถึงคุณสมบัติสำคัญที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภค จำแนกออกตาม เพศ และอาชีพหรือการทำงานดังนี้

4.1 จำแนกตามเพศ ได้แก่

4.1.1 เพศชาย

4.1.2 เพศหญิง

4.2 จำแนกตามอาชีพหรือการทำงาน ได้แก่

4.2.1 นักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา

4.2.2 ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว

4.2.3 รับจ้างหรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท ห้างร้าน

4.2.4 รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

4.2.5 อื่น ๆ ซึ่งไม่อาจจัดเข้าในกลุ่มใดดังกล่าวข้างต้น

5. กระจายจำนวนตัวอย่างของแต่ละเขตที่คำนวณได้ หรือคุณสมบัติของตัวอย่างที่กำหนด โดยจำแนกออกตามอาชีพในอัตราส่วนเท่า ๆ กัน เฉพาะผู้บริโภคที่มีอาชีพหรือการทำงานเป็น นักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้างหรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท หรือห้างร้าน รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนที่

เหลือจากการคำนวณ ให้ถือเป็นตัวอย่างที่จะต้องสุ่มจากอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน หรือ  
ผู้ไม่มีงานทำ เป็นต้น เมื่อได้จำนวนตัวอย่างที่มีอาชีพตามที่กำหนดไว้ในแต่ละเขตแล้ว  
จึงทำการกระจายจำนวนตัวอย่างดังกล่าว โดยจำแนกออกตามเพศ ในอัตราส่วน หรือ  
ใกล้เคียงกับอัตราส่วนของผู้นับริโลกที่เป็นเพศชาย หรือเพศหญิง ในแต่ละเขตตัวอย่าง  
ตามลำดับ ยกเว้นจำนวนตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ ซึ่งจะทำการสุ่มเฉพาะตัวอย่างเพศหญิง  
เท่านั้น จำนวนตัวอย่างซึ่งจำแนกออกตามเขต อาชีพ และเพศของตัวอย่างทั้งหมดตาม  
ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.2



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มประชากรที่เป็นครัวเรือน  
ในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2525

เขต	รวม	ชาย	หญิง	จำนวนครัวเรือน
<b>กรุงเทพมหานคร</b>	5,468,286	2,771,386	2,696,900	875,819
เขตพญาไท	520,507	258,461	262,046	56,594
เขตดุสิต	546,868	293,105	253,763	50,374
เขตปทุมวัน	233,978	116,725	117,253	26,400
เขตยานนาวา	386,843	196,024	190,819	66,153
เขตพระโขนง	559,812	280,916	278,896	116,162
เขตป้อมปราบฯ	189,207	93,775	95,432	16,341
เขตพระนคร	117,649	61,827	55,822	22,407
เขตบางรัก	141,667	70,124	71,543	23,622
เขตสัมพันธวงศ์	75,581	37,319	38,262	23,521
เขตบางเขน	429,977	222,939	207,038	76,196
เขตบางกะปิ	314,780	156,846	157,934	76,322
เขตหนองจอก	51,799	25,913	25,886	7,462
เขตมีนบุรี	61,349	31,326	30,023	9,878
เขตลาดกระบัง	45,303	22,175	23,128	6,685
เขตห้วยขวาง	231,069	117,121	113,948	37,807
เขตธนบุรี	268,662	137,411	131,251	38,836
เขตคลองสาน	139,310	70,291	69,019	25,082
เขตบางกอกใหญ่	103,365	52,455	50,910	20,018
เขตบางกอกน้อย	388,325	194,224	194,101	53,154
เขตบางขุนเทียน	223,388	111,474	111,914	40,524
เขตภาษีเจริญ	196,138	97,318	98,820	37,365
เขตคลองตัน	72,608	36,840	35,768	13,425
เขตราชบุรณะ	122,614	63,100	59,514	22,489
เขตหนองแขม	47,487	23,677	23,810	9,002

ที่มา : กองทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย "ประมวล  
สถิติประจำปี 2525"

ตารางที่ ๔.๒ แสดงจำนวนตัวอย่างประเภทครัวเรือน จำแนกออกตาม เขต อาชีพ และ เพศ

อาชีพ	รวม			เขตพระโขนง			เขตบางกะปิ			เขตพญาไท			เขตคูสิต			เขตคลองสาน			เขตบางรัก		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	73	37	36	25	12	13	16	8	8	12	6	6	10	5	5	5	3	2	5	3	2
ค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว	73	37	36	25	12	13	16	8	8	12	6	6	10	5	5	5	3	2	5	3	2
ลูกจ้าง หรือรับจ้างในบริษัท ห้างร้าน	73	36	37	25	13	12	16	8	8	12	6	6	10	5	5	5	2	3	5	2	3
รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	73	36	37	25	13	12	16	8	8	12	6	6	10	5	5	5	2	3	5	2	3
อื่นๆ	8	-	8	-	-	-	2	-	2	1	-	1	3	-	3	2	-	2	-	-	-
รวม	300	146	154	100	50	50	66	32	34	49	24	25	43	20	23	22	10	12	20	10	10

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



การสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นสถาบันธุรกิจ หรือหน่วยงานราชการ  
หมายถึง การเลือกสุ่มตัวอย่างจากบุคคลที่ปฏิบัติงานตามหน้าที่อยู่ภายในสถาบัน หรือ  
องค์การต่าง ๆ ตามกฎหมาย ทั้งในภาคเอกชน และภาครัฐบาล เช่น บริษัทจำกัด  
ห้างหุ้นส่วน ร้านค้าทั่วไป ตลอดจนหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ เป็นต้น  
ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารวมทั้งสิ้น 160 ตัวอย่าง โดยจำแนกออกตามรูปแบบ  
ของกิจการที่กำหนดไว้ในอัตราส่วนเท่า ๆ กัน ดังนี้

<u>รูปแบบของกิจการ</u>	<u>อัตราส่วน(%)</u>	<u>จำนวนตัวอย่าง</u>
บริษัทจำกัด	25.0	40
ห้างหุ้นส่วน	25.0	40
ร้านค้า หรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว	25.0	40
ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	<u>25.0</u>	<u>40</u>
รวม	100.0	160

### หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ตารางข้อมูลที่ได้ออกมาจากการออกแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคประเภท  
ครัวเรือน และประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ จะใช้วิธีการเปรียบเทียบเป็นสัดส่วน  
ร้อยละ (เปอร์เซ็นต์) ตามแนวคิด กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการเปรียบเทียบร้อยละ  
ของค่าตอบแต่ละข้อภายในกลุ่มคุณลักษณะของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่น ค่าตอบในแต่ละ  
ข้อของผู้บริโภคที่เป็นชาย จะคิดเป็นร้อยละของเพศชายทั้งหมด ค่าตอบในแต่ละข้อของ  
ผู้บริโภคที่เป็นหญิง จะคิดเป็นร้อยละของเพศหญิงทั้งหมด หรือค่าตอบจากผู้บริโภคที่มี  
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะคิดเป็นร้อยละของผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่า  
ปริญญาตรีทั้งหมด เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อมิให้ความแตกต่างในจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละ  
กลุ่ม หรือคุณลักษณะมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์

นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์จะพิจารณาเฉพาะกลุ่มคุณลักษณะเกี่ยวกับผู้ตอบ  
แบบสอบถามที่มีจำนวนเกินกว่าร้อยละ 5 ของขนาดตัวอย่างที่ทำการศึกษา เพื่อให้การ  
แปลความหมายมีความเหมาะสม และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มคุณลักษณะที่มี  
จำนวนน้อยกว่าร้อยละ 5 ของขนาดตัวอย่างนั้น ไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์

เพราะจะทำให้การแปลความหมายจากข้อมูลโดยวิธีการเปรียบเทียบเป็นสัดส่วนร้อยละ อาจสูงหรือต่ำกว่าที่ควรจะเป็นได้

### ผลของการวิจัย

#### การวิเคราะห์ตารางข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามประเภทครัวเรือน

การรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการออกแบบสอบถามสำหรับตัวอย่างประเภทครัวเรือนหรือบุคคลธรรมดา ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ราย ได้จำแนกคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประเภทดังกล่าวออกตามเพศ และอาชีพ โดยมีจำนวนตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนการสุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างออกตามคุณลักษณะอื่น ๆ ที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้ครัวเรือน โดยมีจำนวนและสัดส่วนแตกต่างกันไปตามที่ได้จากการสำรวจตัวอย่าง ดังแสดงไว้ในตารางข้อมูลต่อไปนี้

#### ตารางข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามประเภทครัวเรือน

	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
	ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	300	100.0
เพศ	ชาย	146	48.7
	หญิง	154	51.3
อายุ	14 - 20 ปี	33	11.0
	21 - 30 ปี	160	53.3
	31 - 40 ปี	63	21.0
	มากกว่า 40 ปี	44	14.7
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	163	54.3
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	122	40.7
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	5.0



รายละเอียด		จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	73	24.3
	ค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว	73	24.3
	รับจ้าง หรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัทห้างร้าน	73	24.3
	รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	73	24.3
	อื่น ๆ	8	2.8
รายได้			
ครัวเรือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	79	26.3
	5,001 - 10,000 บาท	94	31.3
	10,001 - 15,000 บาท	62	20.7
	14,001 - 20,000 บาท	26	8.7
	มากกว่า 20,000 บาท	39	13.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามประเภทครัวเรือน

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงการมีหรือไม่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ในครัวเรือน  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา  
อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนครัวเรือนหรือผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย จะมีเครื่อง  
พิมพ์ดีดไว้ใช้งานประมาณร้อยละ 57.0 ซึ่งในจำนวนดังกล่าว ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ของ  
กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนเกินกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้  
ในครัวเรือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้  
ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65.4 ของกลุ่มผู้บริโภค  
ดังกล่าว

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ครัวเรือนต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร  
มีการใช้เครื่องพิมพ์ดีดเป็นจำนวนมากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ครัวเรือนที่มีรายได้  
ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.4 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภท จำแนกตาม  
เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้งานทั้งหมด มีการใช้เครื่องพิมพ์ดีด  
แบบกระเป่าหัวเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมา มีเครื่องพิมพ์ดีด  
แบบตั้งโต๊ะธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 12.6 และมีเครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้า  
ระบบธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ครัว  
เรือนของผู้บริโภค ปรากฏว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวเป็นที่นิยมใช้ในกลุ่มของผู้  
บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 87.0 และกลุ่มผู้  
บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ประมาณร้อยละ  
86.8 ตามลำดับ ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดา มักนิยมใช้ในกลุ่มผู้บริโภค  
ที่มีรายได้ครัวเรือนเกินกว่า 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ซึ่งมีประมาณร้อยละ 16.1

และเครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้าระบบธรรมดา มักนิยมใช้ในกลุ่มผู้บริโภครายได้ครัวเรือนระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีประมาณร้อยละ 10.5 ของกลุ่มผู้บริโภครายได้ดังกล่าวตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคประเภทครัวเรือนโดยส่วนใหญ่ มีความนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทันทีมากกว่าเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ ความนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแต่ละประเภทยังขึ้นอยู่กับความแตกต่างของระดับรายได้ กล่าวคือ ผู้บริโภครายได้สูงมักจะมีการใช้เครื่องพิมพ์ดีดที่มีประสิทธิภาพการใช้งานสูง หรือเครื่องพิมพ์ดีดขนาดใหญ่มากกว่าผู้บริโภครายได้น้อย

ตารางที่ 4.5 แสดงถึงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทันที จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทันทีใช้งานทั้งหมด ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดมีประมาณร้อยละ 73.2 ซึ่งในจำนวนดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภครายได้ที่เป็นชาย ประมาณร้อยละ 75.7 และเป็นกลุ่มผู้บริโภครายได้ที่เป็นหญิง ประมาณร้อยละ 71.1 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงการตัดสินใจซื้อจำแนกตามคุณลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภค ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภครายได้น้อยกว่า 40 ปี และผู้บริโภครายได้ระหว่าง 31-40 ปี ประมาณร้อยละ 91.1 และ 84.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อ แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทันที มักจะอยู่ภายใต้การตัดสินใจซื้อของผู้มีอายุในครัวเรือนนั้น นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภครายได้น้อยกว่าปริญญาตรี ประมาณร้อยละ 85.7 จะเป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดมากกว่ากลุ่มผู้บริโภครายได้น้อยกว่าปริญญาตรี ในระดับการศึกษาอื่น ในด้านอาชีพของผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้บริโภครายได้น้อยกว่าปริญญาตรีหรือราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 88.6 อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับจ้างหรือเป็นลูกจ้างบริษัท ห้างร้าน ร้อยละ 78.1 และร้อยละ 70.6 ของกลุ่มผู้บริโภครายได้น้อยกว่า จะเป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทันทีสำหรับใช้ในครัวเรือน ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะของผู้บริโภคมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ โดยเฉพาะคุณลักษณะที่เกี่ยวกับอายุ กล่าวคือ การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดส่วนใหญ่ บุคคลในระดับหัวหน้าครอบครัว หรือผู้ที่มิได้อยู่ในครัวเรือนนั้น จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงสาเหตุของใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

การสอบถามถึงสาเหตุของใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์แทนที่จะตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ ปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นชาย หญิง ซึ่งมีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ในระดับใดก็ตาม ประมาณร้อยละ 42.1 ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ เพราะสาเหตุเนื่องจากความต้องการความสะดวกในการเคลื่อนย้ายหรือนำติดตัว รองลงมาประมาณร้อยละ 26.9 ตัดสินใจซื้อเพราะสาเหตุเนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์มีขนาดเล็ก กระทัดรัด ไม่สิ้นเปลืองเนื้อที่หรือเกะกะ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า สาเหตุของใจที่ทำให้ผู้บริโภคประเภทครัวเรือนหรือบุคคลธรรมดาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ แทนที่จะซื้อเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ส่วนใหญ่เนื่องจากความสะดวกในการใช้งาน โดยเฉพาะความสามารถในการหยิบยก หรือเคลื่อนย้ายติดตัวไปในที่ต่าง ๆ ได้โดยสะดวก และยังมีขนาดเล็ก กระทัดรัด ไม่สิ้นเปลืองเนื้อที่หรือเกะกะ ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์โดยทั่วไป

ตารางที่ 4.7 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ในแต่ละภาษา จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนผู้บริโภคที่ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ ไม่ว่าจะ เป็นชาย หญิง ซึ่งมีอายุ อาชีพ การศึกษา หรือรายได้ระดับใดก็ตาม ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 75.7 ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ภาษาไทย ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดแบบ

กระเป๋าทัวร์ภาษาอังกฤษ มีประมาณร้อยละ 24.3 ซึ่งผู้ทัศนใจซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 24.3 อายุของผู้ทัศนใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดภาษาอังกฤษส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.4 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.3 ในค่านายได้ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภครายได้ครัวเรือนระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ประมาณร้อยละ 37.5 และกลุ่มผู้บริโภครายได้ครัวเรือนเกินกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ประมาณร้อยละ 32.0 จะเป็นผู้ทัศนใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ภาษาอังกฤษมากที่สุด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของจำนวนเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ที่ใช้ในงานในแต่ละปีห่อ ตามที่ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวแล้ว ปรากฏว่ามีผลดังนี้

เครื่องพิมพ์ดีดแบบ กระเป๋าทัวร์ยี่ห้อ	ภาษาไทย		ภาษาอังกฤษ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โอลิมเปีย	59	55.14	20	58.83	79	56.03
2. บราเดอร์	27	25.23	7	20.59	34	24.11
3. ไทรอมพ์-แอดเลอร์	7	6.54	2	5.88	9	6.38
4. โอลิเวตตี	6	5.61	1	2.94	7	4.96
5. เรมิงตัน	3	2.80	2	5.88	5	3.55
6. ซิลเวอร์-ลิค	3	2.80	1	2.94	4	2.84
7. โคเวอร์	1	0.94	-	-	1	0.71
8. เซอร์เมส	1	0.94	-	-	1	0.71
9. อื่นเดอรูค	-	-	1	2.94	1	0.71
รวม	107	100.00	34	100.00	141	100.00
ร้อยละ (%)		75.89		24.11		100.00

ที่มา : จากการสำรวจตัวอย่าง

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
7	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	3.24
8	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.20
9	น้ำหนักเครื่อง	3.09
10	สีสรร	2.45
11	ข้อมูลหรือข่าวสารจากการโฆษณา	2.42

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านความคงทนถาวร ความคล่องตัวในการพิมพ์ และชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อของเครื่องพิมพ์ดีด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านสีสรร และข้อมูลหรือข่าวสารจากการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้ว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยเฉลี่ยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผู้บริโภคได้นำมาใช้ในการพิจารณาแล้ว สำหรับผู้บริโภคบางราย ยังได้นำปัจจัยอื่น ๆ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจอีกด้วย เช่น การให้บริการตรวจสอบความสะอาดในการเปลี่ยนผ้าหมึก เป็นต้น

ตารางที่ 4.9 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วแต่ละยี่ห้อที่สำคัญของผู้บริโภคประเภทครัวเรือน

ในการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคประเภทครัวเรือนได้คำนึงถึงในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วแต่ละยี่ห้อที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ เครื่องพิมพ์ดีดโอลิมเปีย เครื่องพิมพ์ดีดบราเดอร์ เครื่องพิมพ์ดีดไทรอัมพ์-แอดเดอร์ และเครื่องพิมพ์ดีดเรมิงตัน ตามลำดับความถี่สูงมากหรือน้อยของผู้ตัดสินใจซื้อนั้น มีความแตกต่างกันไปดังนี้



ก. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์โอลิมเปีย โดยส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตันผลิตภัณฑ์มากกว่าทางด้านราคา และการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วที่ห่อโอลิมเปีย มีดังนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร	3.93
2	ความคงทนถาวร	3.89
3	ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ	3.79
4	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.62
5	ความคล่องตัวในการพิมพ์	3.56
6	ราคา	3.39
7	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	3.30
8	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.15
9	น้ำหนักเครื่อง	3.06
10	สีสรร	2.45
11	การโฆษณา	2.45

ข. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดบราเดอร์ โดยส่วนใหญ่ จะทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตันผลิตภัณฑ์มากกว่าทางด้านราคา และการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา อย่างไรก็ตาม ปรากฏว่า ปัจจัยทางด้านชื่อเสียง ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์กลับมีความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยทางด้านราคา ด้วยเหตุนี้ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจึงมักจะคำนึงถึงการรับประกันผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญก่อนมากกว่าปัจจัยหนึ่ง ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วที่ห่อบราเดอร์ มีดังนี้



<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	น้ำหนักพิมพ์หรือความชัดของตัวอักษร	4.00
2	ความคงทนถาวร	3.93
3	ความคล่องตัวในการพิมพ์	3.80
4	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.77
5	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.63
6	ราคา	3.60
7	ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ	3.47
8	น้ำหนักเครื่อง	3.37
9	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	3.30
10	การโฆษณา	2.77
11	สีสรร	2.43

ค. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดไทรอัมพ์-แอดเลอร์ โดยส่วนใหญ่ จะทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่อบริษัทที่ขายมากกว่าทางด้านการรับประกัน และการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทวิยี่ห้อไทรอัมพ์-แอดเลอร์ มีดังนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	ราคา	4.00
2	ความคงทนถาวร	3.43
3	น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร	3.43
	ความคมชัดของตัวอักษร	3.43
	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.43
3	ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ	3.29
	ความคล่องตัวในการพิมพ์	3.29
4	น้ำหนักเครื่อง	3.00
5	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	2.86

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
6-	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	2.71
	สีสรร	2.71
7	การโฆษณา	2.14

ง. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดเรมington โดยส่วนใหญ่ ทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าทางด้านราคา และการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือปัจจัยที่ห่อเรมington มีดังนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.80
	ความคมชัดของตัวอักษร	3.80
2	ความคล่องตัวในการพิมพ์	3.20
3	ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ	3.00
	ความคงทนถาวร	3.00
	ขนาดหรือรูปร่างของเครื่อง	3.00
	การรับประกัน	3.00
4	ราคา	2.60
5	น้ำหนักเครื่อง	2.40
	สีสรร	2.40
6	การโฆษณา	2.00

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือแต่ละยี่ห้อของผู้บริโภค ได้ให้ความสำคัญต่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อ เครื่องพิมพ์ดีดไทรอัมพ์-แอกเลอร์ ซึ่งจะให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคามากกว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคได้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือแต่ละยี่ห้อ ปรากฏว่า มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านชื่อเสียง ตรายี่ห้อ

ยี่ห้อ ซึ่งผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดโอลิมเปีย มีความเชื่อมั่นในชื่อเสียง ตรา หรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้ออื่น ๆ จำเป็นจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านการรับประกันผลิตภัณฑ์มากกว่าความเชื่อมั่นในชื่อเสียง ตรา หรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะกลุ่มผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อใดก็ตาม จะให้ความสำคัญต่อยี่ห้อสินค้า และข้อมูลหรือข่าวสารจากการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 4.10 แสดงถึงแหล่งข้อมูลหรือข่าวสารที่ผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้รู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ สำหรับใช้ในครัวเรือนทั้งหมด ประมาณร้อยละ 39.7 มักทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยมีได้รับข้อมูลหรือข่าวสารจากแหล่งใดมาก่อน รองลงมาประมาณร้อยละ 29.4 ได้รับข่าวสารหรือข้อมูล โดยมีผู้แนะนำให้อ่าน รองลงมา ประมาณร้อยละ 21.4 ได้รับข่าวสารหรือข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ และมีเพียงประมาณร้อยละ 4.7 เท่านั้น ที่ได้รับข้อมูลหรือข่าวสารหรือจากพนักงานขายของบริษัท หรือผู้แทนจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดดังกล่าว ปรากฏว่าผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ที่เป็นชาย ประมาณร้อยละ 41.0 มักจะทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง แต่เมื่อพิจารณาในค่านาอาชีพหรือการทำงานของผู้ทำการตัดสินใจซื้อนั้น ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภครู้สึกดีใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ที่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษาส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 37.9 จะทำการตัดสินใจซื้อโดยได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นชาย หญิง อายุ การศึกษา อาชีพ หรือรายได้ครัวเรือนเท่าใด จะมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์จากพนักงานขายของบริษัทหรือผู้แทนจำหน่ายต่าง ๆ

ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การส่งเสริมการจำหน่ายหรือการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว โดยอาศัยพนักงานขายของบริษัท และการโฆษณาหรือสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ก่อนข้างมีการใช้เพียงเล็กน้อยในกลุ่มผู้บริโภคประเภทครัวเรือน การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วของผู้บริโภคส่วนใหญ่ จึงทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง หรืออาศัยคำแนะนำจากผู้อื่นเป็นสำคัญ

ตารางที่ 4.11 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในการสอบถามผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วทั้งหมด ปรากฏว่า ผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดในครัวเรือนส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ประมาณร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นผู้ประกอบอาชีพหรือทำงานรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ประมาณร้อยละ 14.8 และเป็นผู้ประกอบอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ประมาณร้อยละ 13.9 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวตามลำดับ

ในการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อ และกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดในครัวเรือน ปรากฏว่า ผู้ตัดสินใจซื้อและเป็นผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว ซึ่งเป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา มีประมาณร้อยละ 84.0 ผู้ตัดสินใจซื้อและเป็นผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งมีอาชีพค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีเพียงประมาณร้อยละ 37.5 ผู้ตัดสินใจซื้อและเป็นผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งมีอาชีพหรือทำงานรับจ้าง หรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ มีเพียงประมาณร้อยละ 33.3 และผู้ตัดสินใจซื้อและเป็นผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งทำงานรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีเพียงประมาณร้อยละ 41.9 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตัดสินใจซื้อที่มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับจ้างหรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท

ห้างร้าน และอาชีพรับราชการหรือทำงานในรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ นั้น มิได้เป็นบุคคลเดียวกันกับผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีด ยกเว้นในกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อที่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ซึ่งจะทำการตัดสินใจซื้อเพื่อใช้งานตนเองเป็นส่วนใหญ่

เมื่อพิจารณาถึงผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรายได้ครัวเรือนปรากฏว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวที่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษามากที่สุด คือ กลุ่มผูบริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนเกินกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีประมาณร้อยละ 63.2 ของกลุ่มผูบริโภคดังกล่าว กลุ่มผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดที่ประกอบอาชีพค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับจ้างหรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีประมาณร้อยละ 25.0 และ 16.7 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดที่ประกอบอาชีพหรือการทำงานรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ส่วนใหญ่จะมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งมีประมาณร้อยละ 19.3 ของกลุ่มผูบริโภคที่มีรายได้ดังกล่าว

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดส่วนใหญ่ มิได้เป็นผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดนั้นเป็นประจำ ยกเว้นกลุ่มผูบริโภคที่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวในครัวเรือนมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มผูบริโภคหรือครัวเรือนที่มีรายได้ที่ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.12 แสดงถึงความคิดเห็นของผูบริโภคในด้านความเหมาะสมของราคาที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว สำหรับใช้ในครัวเรือนทั้งหมด ประมาณร้อยละ 92.2 มีความคิดเห็นว่าราคาของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวในปัจจุบันมีความเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นอย่าง

หญิง ซึ่งมีอายุ การศึกษา อาชีพ หรือรายได้เท่าใดก็ตาม ต่างก็มีความคิดเห็นในลักษณะเดียวกัน

ในจำนวนผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือทั้งหมด ที่มีความคิดเห็นว่า ราคาของเครื่องพิมพ์ดีดที่จำหน่ายในปัจจุบันยังไม่เหมาะสม ปรากฏว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ประมาณร้อยละ 10.2 และเมื่อพิจารณาในด้านของอายุจะอยู่ระหว่าง 14-20 ปี ซึ่งเป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษาส่วนใหญ่ โดยมีประมาณร้อยละ 18.2 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวตามลำดับ

ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาของเครื่องพิมพ์ดีดในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีความคิดว่าเหมาะสม

ตารางที่ 4.13 แสดงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดทั้งหมด ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40.9 ทำการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ ที่จัดจำหน่ายซึ่งมิใช่ห้างสรรพสินค้า หรือสหกรณ์ รองลงมา ประมาณร้อยละ 26.1 เลือกซื้อจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายหรือจากพนักงานขายของบริษัทโดยตรง และประมาณร้อยละ 23.5 เลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้าหรือสหกรณ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีผู้บริโภคบางรายประมาณร้อยละ 9.6 ที่ทำการซื้อจากสถานที่ หรือโดยช่องทางการจำหน่ายอื่น ๆ เช่น ซื้อต่อจากเพื่อน ซื้อจากต่างประเทศ ซื้อจากการขายทอดตลาด และของหลุมจ่านำ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ ปรากฏว่า โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เป็นหญิง หรือผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี หรือผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะนิยมซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือจากร้านค้าปลีกมากกว่าแหล่งจำหน่ายอื่น ๆ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือที่ผู้บริโภคเลือกใช้ ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อจากร้านค้าปลีกมากกว่าการจัดซื้อจากบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายโดยตรง



ตารางที่ 4. 14 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความแตกต่างในด้านคุณภาพของ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่ว่าจะ เป็นชาย หญิง ซึ่งมีอายุ การศึกษา อาชีพ หรือรายได้ระดับใดก็ตาม ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 86.7 มีทัศนคติต่อความแตกต่างในด้านคุณภาพของ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วว่า มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีอายุเกินกว่า 40 ปี ประมาณร้อยละ 95.4 กลุ่มผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประมาณร้อยละ 93.3 กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ประมาณร้อยละ 93.1 และกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ประมาณร้อยละ 92.4 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคประเภทครัวเรือน ในแต่ละกลุ่ม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วแต่ละยี่ห้อ มีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพ

ตารางที่ 4. 15 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคในด้านคุณภาพของ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

ในจำนวนความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีทัศนคติเกี่ยวกับ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วว่ามีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพ ซึ่งประมาณร้อยละ 27.7 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว เชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วแตกต่างกันในด้านรูปแบบหรือรูปร่างหน้าตาของเครื่องพิมพ์ประมาณร้อยละ 24.3

เมื่อพิจารณาในด้านอาชีพของผู้บริโภค ปรากฏว่า นักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วมีความแตกต่างในด้านคุณภาพเกี่ยวกับความคมชัดของตัวอักษร หรือน้ำหนักพิมพ์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 26.9 ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับจ้างหรือเป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ มีความเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแตกต่างกันในด้านคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร คิดเป็นร้อยละ 32.6 และ 28.9 ส่วนผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพ



รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแตก  
ต่างกันในด้านคุณภาพเกี่ยวกับความคงทนถาวร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.6 ของกลุ่มผู้  
บริโภคดังกล่าวตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ในแต่ละอาชีพทัศนคติ  
ในด้านคุณภาพต่าง ๆ ของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแตกต่างกันไปในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน  
อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างในด้านคุณภาพตามทัศนคติของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่  
เป็นความแตกต่างที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ หรือลักษณะตัวอักษร

ตารางที่ 4. 16 แสดงถึงเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด  
ในทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ  
และรายได้ครัวเรือน

การสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว ปรากฏว่า  
ประมาณร้อยละ 71.9 มีความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย  
(Olympia) มีคุณภาพดีที่สุด รองลงมา ประมาณร้อยละ 16.9 และร้อยละ 6.2 มี  
ความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเดอร์ (Brother) และยี่ห้อเรมิงตัน (Remington)  
มีคุณภาพดีที่สุด

เมื่อพิจารณาจำแนกออกตามคุณลักษณะของผู้บริโภค ปรากฏว่า ไม่ว่าผู้บริโภค  
ที่เป็น ชาย หญิง มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือนในระดับใดก็ตาม ส่วน  
ใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย มีคุณภาพดีที่สุด โดย  
เฉพาะผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 14-20 ปี ซึ่งมีประมาณร้อยละ 80 หรือกลุ่มผู้บริโภค  
ที่มีรายได้ครัวเรือนประมาณ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีประมาณร้อยละ  
90.0 กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเดอร์ มีคุณภาพดีที่สุด ได้แก่  
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นหญิง ซึ่งมีประมาณร้อยละ 18.8 ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งมี  
ประมาณร้อยละ 18.2 หรือกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน  
ซึ่งมีประมาณร้อยละ 23.3 ของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคประเภทครัวเรือนส่วนใหญ่ มี  
ความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อโอลิมเปีย เป็นเครื่องพิมพ์ดีดที่มีคุณภาพดีที่สุด

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงการมีหรือไม่มีเครื่องพิมพ์ดีดที่ใช้ในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ						อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครอบครัว			
		ชาย	หญิง	ไม่ระบุ	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ประถมศึกษา	ประถมศึกษา ตรี	สูงกว่า ประถมศึกษา ตรี	ไม่เรียน ไม่ศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	สูงกว่า มัธยมศึกษา	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ การ/รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
มี	171	80	91	22	95	30	24	87	76	8	46	44	38	38	5	44	48	34	17	28			
X	57.00	54.79	59.09	66.67	59.38	47.62	54.55	53.37	62.30	53.33	63.01	60.27	52.05	52.05	62.50	55.70	51.06	54.84	65.38	71.79			
ไม่มี	129	66	63	11	65	33	20	76	46	7	27	29	35	35	3	35	46	28	9	11			
X	43.00	45.21	40.91	33.33	40.63	52.38	45.45	46.63	37.70	46.67	36.99	39.73	47.95	47.95	37.50	44.30	48.94	45.16	34.62	28.21			
รวม	300	146	154	33	160	63	44	163	122	15	73	73	73	73	8	79	94	62	26	39			
X	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00			
X	100.00	48.67	51.33	11.00	53.33	21.00	14.67	54.33	40.67	5.00	24.33	24.33	24.33	24.33	2.67	26.33	31.33	20.67	8.67	13.00			

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

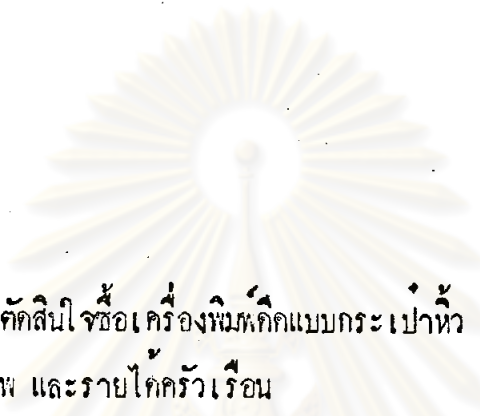
ตารางที่ 4.4 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภท

จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครัวเรือน				
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ประถมศึกษา	ประถมศึกษา	สูงกว่า ประถมศึกษา	ไม่เรียน นอกศึกษา	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับจ้าง- การ/รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดา	24	13	11	1	10	7	6	15	9	0	4	14	4	2	0	5	9	4	1	5
	12.57	14.29	11.00	4.17	9.62	21.21	20.00	15.46	10.47	0.00	8.16	24.14	9.76	5.26	0.00	10.87	15.79	10.53	5.26	16.13
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะตั้งวางในพื้นธรรมดา	9	3	6	2	5	1	1	2	6	1	3	3	2	1	0	1	5	1	2	0
	4.71	3.30	6.00	8.33	4.81	3.03	3.33	2.06	6.98	12.50	6.12	5.17	4.68	2.63	0.00	2.17	8.77	2.63	10.53	0.00
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะตั้งวางในเบ้อเล็กทรอนิกส์	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	0.52	1.10	0.00	0.00	0.96	0.00	0.00	0.00	1.16	0.00	0.00	0.00	2.44	0.00	0.00	0.00	1.75	0.00	0.00	0.00
เครื่องพิมพ์ดีดแบบโต๊ะเข้ายี่ห้อธรรมดา	157	74	83	21	88	25	23	80	70	7	42	41	34	35	5	40	42	33	16	26
	82.20	81.32	83.00	87.50	84.62	75.76	76.67	82.47	81.40	87.50	85.71	70.69	82.93	92.11	100.00	86.96	73.68	86.84	84.21	85.87
เครื่องพิมพ์ดีดแบบโต๊ะเข้ายี่ห้อตั้งวาง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	191	91	100	24	104	33	30	97	86	8	49	58	41	38	5	46	57	36	19	51
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	47.64	52.36	12.57	54.45	17.28	15.71	50.79	45.03	4.19	25.65	30.37	21.47	19.90	2.62	24.06	25.64	19.30	9.95	16.23



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.5 แสดงถึงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์แบบกระเป๋าคือ  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครัวเรือน				
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับจ้าง การรับ จ้างอิสระ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
ชาย	115	56	59	11	62	21	21	59	50	6	25	32	24	31	3	31	27	26	12	19
1	73.25	75.68	71.08	52.38	70.45	84.00	91.30	73.75	71.43	85.71	59.52	76.05	70.59	68.57	60.00	77.50	64.29	78.79	75.00	73.06
ชาย	42	18	24	10	26	4	2	21	20	1	17	9	10	4	2	9	15	7	4	7
1	26.75	24.32	28.92	47.62	29.55	16.00	8.70	26.25	28.57	14.29	46.48	21.95	29.41	11.43	40.00	22.50	35.71	21.21	25.00	26.12
ชาย	157	74	83	21	88	25	23	80	70	7	42	41	34	35	5	46	42	33	16	26
1	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
2	100.00	47.13	52.87	13.38	56.05	15.92	14.65	50.96	44.59	4.46	26.75	26.11	21.66	22.29	3.12	25.42	26.75	21.02	10.19	16.56

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงสาเหตุของโรคหัวใจที่หัวใจใหญ่บริเวณคอดลีโม ซื่อเครื่องพิมพ์อีกแบบกระเป่าหัว  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

โรค/เงื่อนไข	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครัวเรือน					
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ การ/รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000	
เพราะต้องการความสะดวกในการเคลื่อนย้าย หรือนำตัว	1	63	45	38	10	45	13	15	43	35	5	22	24	18	18	1	18	20	19	9	17
		42.13	42.45	41.76	50.00	44.55	41.94	33.33	43.00	40.70	45.45	44.90	47.06	48.65	33.33	16.67	33.33	42.55	44.19	42.86	53.13
เพราะราคาต่ำกว่าเครื่องชนิดประเภทอื่น	1	34	18	16	4	18	6	6	15	18	1	10	7	8	8	1	11	8	6	4	5
		17.26	16.98	17.58	20.00	17.82	19.35	13.33	15.00	20.93	9.09	20.41	13.73	21.62	14.81	16.67	20.37	17.02	13.95	19.05	15.63
เพราะมีขนาดกระทัดรัด ไม่เปลืองเนื้อที่หรือเกาะ	1	53	28	25	4	29	9	11	25	25	3	13	14	9	16	1	16	13	12	5	7
		26.90	26.42	27.47	20.00	28.71	29.03	24.44	25.00	29.07	27.27	26.53	27.45	24.32	29.63	16.67	29.63	27.66	27.91	23.81	21.88
เพราะง่ายต่อการดูแลรักษา	1	17	9	8	2	6	2	7	12	4	1	4	4	1	7	1	7	3	3	2	2
		8.63	8.49	8.79	10.00	5.94	6.45	15.56	12.00	4.65	9.09	8.16	7.84	2.70	12.96	16.67	12.96	6.38	6.98	9.52	6.25
อื่น ๆ	1	10	6	4	0	3	1	6	5	4	1	0	2	1	5	2	2	3	3	1	1
		5.08	5.66	4.40	0.00	2.97	3.23	13.33	5.00	4.65	9.09	0.00	3.92	2.70	9.26	33.33	3.70	6.36	6.98	4.76	3.13
รวม	1	197	106	91	20	101	31	45	100	66	11	49	51	37	54	6	54	47	45	21	32
		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		100.00	53.81	46.19	10.15	51.27	15.74	22.84	50.76	43.65	5.58	24.87	25.89	18.78	27.41	3.05	27.41	23.86	21.63	10.66	16.24

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.7 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวในแต่ละภาษา  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครัวเรือน					
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ประถมศึกษา	ปริญา ตรี	สูงกว่า ปริญา ตรี	นักเรียน ฝึกหัด	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/ รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
ภาษาไทย	103	52	51	10	59	16	18	54	45	4	23	30	21	26	3	30	25	20	11	17
	75.74	81.25	70.83	76.92	76.62	69.57	78.26	76.06	76.27	66.67	79.31	75.00	75.00	72.22	100.00	83.33	83.33	62.50	84.62	68.00
ภาษาอังกฤษ	33	12	21	3	18	7	5	17	14	2	6	10	7	10	0	6	5	12	2	8
	24.26	18.75	29.17	23.08	23.38	30.43	21.74	23.94	23.73	33.33	20.69	25.00	25.00	27.78	0.00	16.67	16.67	37.50	15.38	32.00
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	136	64	72	13	77	23	23	71	59	6	29	40	28	36	3	36	30	32	13	25
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	47.06	52.94	9.56	56.62	16.91	16.91	52.21	43.38	4.41	21.32	29.41	20.59	26.47	2.21	26.47	22.06	23.53	9.56	18.38

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4:8 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคประเภทครัวเรือน

	ราคา	ชื่อเสียง/ชื่อ	รูปหรือ ลักษณะตัวอักษร	ความคงทนถาวร	น้ำหนักเครื่อง	ความคล่องตัว ในการพิมพ์	ความคมชัด ของตัวอักษร	ขนาดหรือ รูปร่าง	สีสรร	การโฆษณา	การรับประกัน	อื่นๆ
	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน	จำนวน คะแนน
มากที่สุด	16 80	13 65	16 80	28 140	7 35	21 105	27 135	7 35	1 5	1 5	8 40	2 10
มาก	35 140	57 228	47 188	57 228	29 116	51 204	62 248	32 128	19 76	8 32	48 192	4 16
ปานกลาง	53 159	33 99	43 129	24 72	53 159	24 72	21 63	61 183	34 102	45 135	27 81	1 3
น้อย	7 14	11 22	6 12	5 10	20 40	17 34	4 8	12 24	38 76	45 90	24 48	0 0
น้อยที่สุด	4 4	1 1	3 3	1 1	6 6	2 2	1 1	3 3	23 23	16 16	8 8	1 1
รวม	115 397	115 415	115 412	115 454	115 356	115 417	115 455	115 373	115 282	115 278	115 369	8 30

คะแนนเฉลี่ย      3.45      3.60      3.58      3.92      3.09      3.63      3.96      3.24      2.45      2.42      3.20      3.75

หมายเหตุ :- กำหนดให้ลำดับความรู้สึก มากที่สุด 5  
 มาก 4  
 ปานกลาง 3  
 น้อย 2  
 น้อยที่สุด 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย











ตารางที่ 4.10 แสดงถึงแหล่งข้อมูลหรือข่าวสารที่ผู้บริโภครวมเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัด  
 จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครัวเรือน				
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ประถมศึกษา	ประถมศึกษา	สูงกว่า ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
พนักงานขายของบริษัท	6	5	1	2	2	2	0	2	4	0	3	0	1	1	3	1	1	0	1	
ซิงส์อิมพ์ ารสาร หรือสิ่งพิมพ์ต่าง	27	9	18	2	16	4	5	16	11	0	9	7	6	5	0	5	11	5	4	2
ผู้แนะนำหนังสือ	37	19	18	4	21	7	5	19	14	4	11	8	9	8	1	7	11	5	7	7
ไม่เคยได้รับข้อมูลหรือข่าวสารมาก่อน เพราะตัดสินใจเอง	50	25	25	4	25	8	13	26	22	2	6	16	9	18	1	17	8	13	1	11
อื่น	6	3	3	0	2	1	3	4	2	0	0	4	0	1	1	1	1	3	0	1
รวม	126	61	65	12	66	22	26	67	53	6	29	35	25	33	4	33	32	27	12	22
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	48.41	51.59	9.52	52.38	17.46	20.63	53.17	42.06	4.76	23.02	27.78	19.84	26.19	3.17	26.19	25.40	21.43	9.52	17.46

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.11 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้เครื่องพิมพ์แบบกระดาษจากชุดแบบสอบถาม  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครัวเรือน					
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/ วิชาชีพ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
นักเรียน หรือ นักศึกษา	68	36	32	9	34	10	15	35	29	4	21	15	14	15	3	18	16	16	6	12
	59.13	64.29	54.24	81.82	54.84	47.62	71.43	59.32	58.00	66.67	84.00	46.88	58.33	48.39	100.00	58.06	59.26	61.54	50.00	63.16
ค้าขาย หรือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว	16	9	7	1	11	4	0	10	6	0	2	12	1	1	0	3	4	4	3	2
	13.91	16.07	11.86	9.09	17.74	19.05	0.00	16.95	12.00	0.00	8.00	37.50	4.17	3.23	0.00	9.68	14.81	15.38	25.00	10.53
รับจ้าง หรือ เป็นลูกจ้างพนักงานของบริษัท หรือ ห้างร้านเอกชน	13	4	9	1	7	3	2	6	6	1	1	2	8	2	0	4	2	3	2	2
	11.30	7.14	15.25	9.09	11.29	14.29	9.52	10.17	12.00	16.67	4.00	6.25	33.33	6.45	0.00	12.90	7.41	11.54	16.67	10.53
รับราชการ หรือ รัฐบาลสังกัด	17	6	11	0	10	4	3	7	9	1	1	2	1	13	0	6	4	3	1	3
	14.78	10.71	18.64	0.00	16.13	19.05	14.29	11.86	18.00	16.67	4.00	6.25	4.17	41.94	0.00	19.35	14.81	11.54	8.33	15.79
อื่น ๆ	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	0.87	1.79	0.00	0.00	0.00	0.00	4.76	1.69	0.00	0.00	0.00	3.13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	115	56	59	11	62	21	21	59	50	6	25	32	24	31	3	31	27	26	12	19
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	48.70	51.30	9.57	53.91	18.26	18.26	51.30	43.48	5.22	21.74	27.83	20.87	26.96	2.61	26.96	23.48	22.61	10.43	16.52

ศูนย์วิจัยสหวิทยาการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.12 แสดงถึงความคิดเห็นของบุรุษทั่วโลกในค่านความเหมาะสมของราคาติดต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว					
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญ ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน พักกลางวัน	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
เหมาะสม	106	53	53	9	57	20	20	54	46	6	21	30	22	50	3	30	24	23	10	19
	92.17	94.64	89.83	81.82	91.94	95.24	95.24	91.53	92.00	100.00	84.00	93.75	91.67	96.77	100.00	96.77	88.89	88.46	83.33	100.00
ไม่เหมาะสม	9	3	6	2	5	1	1	5	4	0	4	2	2	1	0	1	3	3	2	0
	7.83	5.36	10.17	18.18	8.06	4.76	4.76	8.47	8.00	0.00	16.00	6.25	8.33	3.23	0.00	3.23	11.11	11.54	16.67	0.00
รวม	115	56	59	11	62	21	21	59	50	6	25	32	24	31	3	31	27	26	12	19
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	48.70	51.30	9.57	53.91	18.26	18.26	51.30	43.48	5.22	21.74	27.83	20.87	28.96	2.61	26.96	25.48	22.61	10.43	16.52

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.13 แสดงถึงช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ			อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครอบครัว				
		ชาย	หญิง	อื่น ๆ	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/ รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
ห้างสรรพสินค้าหรือห้าง	27	12	15	1	14	4	8	14	12	1	3	11	8	5	0	7	7	7	1	5	
I	23.48	21.43	25.42	9.09	22.58	19.05	38.10	23.73	24.00	16.67	12.00	34.38	33.33	16.13	0.00	22.58	25.93	26.92	8.33	26.32	
ร้านค้าปลีกอื่น ๆ ที่จำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีด	47	20	27	5	24	11	7	24	19	4	8	12	10	15	2	11	12	13	6	5	
I	40.87	35.71	45.76	45.45	38.71	52.38	33.33	40.68	38.00	66.67	32.00	37.50	41.67	48.39	66.67	35.48	44.44	50.00	50.00	26.32	
บริษัทตัวแทนจำหน่าย หรือจากพนักงานขายของบริษัทโดยตรง	30	15	15	4	18	5	3	16	14	0	12	6	5	6	1	12	2	6	4	6	
I	26.09	26.79	25.42	36.36	29.03	23.81	14.29	27.12	28.00	0.00	48.00	18.75	20.83	19.35	33.33	38.71	7.41	23.08	33.33	31.58	
อื่น ๆ	11	9	2	1	6	1	3	5	5	1	2	3	1	5	0	1	6	0	1	3	
I	9.57	16.07	3.39	9.09	9.68	4.76	14.29	8.47	10.00	16.67	8.00	9.38	4.17	16.13	0.00	3.23	22.22	0.00	8.33	15.79	
รวม	115	56	59	11	62	21	21	59	50	6	25	32	24	31	3	31	27	26	12	19	
I	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
I	100.00	48.70	51.30	9.57	53.91	18.26	18.26	51.30	43.48	5.22	21.74	27.83	20.87	26.96	2.61	26.96	23.48	22.61	10.43	16.52	

ศูนย์วิจัยทรัพยากรบุคคล  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.14 แสดงถึงทัศนคติของบุรุษวัยผู้ใหญ่ที่มีต่อความแตกต่างในด้านคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว

จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครัวเรือน				
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ประถมศึกษา	ประถมศึกษา ตรี	สูงกว่า ประถมศึกษา ตรี	ไม่เรียน ไม่ศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ การ/รัฐ วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
♂	260	127	133	30	143	45	42	139	107	14	68	62	65	60	5	73	77	54	20	38
♀	86.67	86.99	86.36	90.91	89.38	71.43	95.45	85.28	87.70	93.33	93.15	84.93	89.04	82.19	62.50	92.41	81.91	87.10	76.92	92.31
ชาย	40	19	21	3	17	18	2	24	15	1	5	11	8	13	3	6	17	8	6	3
♀	13.33	13.01	13.64	9.09	10.63	28.57	4.55	14.72	12.30	6.67	6.85	15.07	10.96	17.81	37.50	7.59	18.09	12.90	23.08	7.69
รวม	300	146	154	33	160	63	44	163	122	15	73	73	73	8	79	94	62	26	39	
♂	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
♀	100.00	48.67	51.33	11.00	53.33	21.00	14.67	54.33	40.67	5.00	24.33	24.33	24.33	24.33	2.67	26.33	31.33	20.67	8.67	13.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.15 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคในด้านคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	รวม	เพศ		อายุ (ปี)				การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครอบครัว				
		ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	บริหาร- การ/รัฐ ราชการ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5001- 10000	10001- 15000	15001- 20000	มากกว่า 20000
รูปแบบ หรือลักษณะตัวอักษร	171	80	91	17	98	29	27	92	70	9	37	47	43	40	4	48	49	34	16	24
	27.67	26.85	28.44	23.61	28.00	29.90	27.27	28.22	27.56	23.68	23.13	32.64	28.86	26.32	30.77	29.27	26.34	26.56	32.65	26.37
ความคงทนถาวร	150	72	78	19	77	29	25	81	59	10	38	29	40	42	1	44	39	32	12	23
	24.27	24.16	24.38	26.39	22.00	29.90	25.25	24.85	23.23	26.32	23.75	20.14	26.85	27.63	7.69	26.83	20.97	25.00	24.49	25.27
ความคมชัดของตัวอักษร. พร้อมนำขึ้น	150	76	74	15	91	21	23	73	68	9	43	32	31	40	4	39	46	35	11	19
	24.27	25.50	23.13	20.83	26.00	21.65	23.23	22.39	26.77	23.68	26.88	22.22	20.81	26.32	30.77	23.78	24.73	27.34	22.45	20.88
ความคล่องตัวในการพิมพ์	139	65	74	19	80	18	22	74	57	8	39	33	34	29	4	32	49	25	9	24
	22.49	21.81	23.13	26.39	22.86	18.56	22.22	22.70	22.44	21.05	24.38	22.92	22.82	19.06	30.77	19.51	26.34	19.53	18.37	26.37
อื่นๆ	8	5	3	2	4	0	2	6	0	2	3	3	1	1	0	1	3	2	1	1
	1.29	1.68	0.94	2.78	1.14	0.00	2.02	1.84	0.00	5.26	1.88	2.08	0.67	0.66	0.00	0.61	1.61	1.56	2.04	1.10
รวม	618	298	320	72	350	97	99	326	254	38	160	144	149	152	13	164	186	128	49	91
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	1100.00	48.22	51.78	11.65	56.63	15.70	16.02	52.75	41.10	6.15	25.89	23.30	24.11	24.60	2.10	26.54	30.10	20.71	7.93	14.72

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.16 แสดงถึงเครื่องพิมพ์คิดแบบกระจายหัวที่มีคุณภาพที่สุดในทัศนะของยูนิโคก  
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครัวเรือน

รายละเอียด	เพศ			อายุ (ปี)				การศึกษา			อาชีพ					รายได้ครัวเรือน				
	รวม	ชาย	หญิง	14-20	21-30	31-40	> 40	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	นักเรียน นักศึกษา	ค้าขาย	รับจ้าง ลูกจ้าง	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า 5000	5000- 10000	10000- 15000	15000- 20000	มากกว่า 20000
ร้อยละ	187	93	94	24	106	30	27	100	76	11	50	44	45	45	3	52	58	35	18	24
	71.92	73.23	70.68	80.00	74.13	66.67	64.29	71.94	71.03	78.57	73.53	70.97	69.23	75.00	60.00	71.23	75.32	64.81	90.00	66.67
เริ่มขั้น	16	7	9	2	5	4	5	10	5	1	4	1	4	7	0	1	4	6	0	5
	6.15	5.51	6.77	6.67	3.50	8.89	11.90	7.19	4.67	7.14	5.88	1.61	6.15	11.67	0.00	1.37	5.19	11.11	0.00	13.89
จัดเวสต์-รีด	2	2	0	0	0	2	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0
	0.77	1.57	0.00	0.00	0.00	4.44	0.00	0.00	1.87	0.00	0.00	1.61	1.54	0.00	0.00	0.00	1.30	1.85	0.00	0.00
พรอเซส-แอสเลอส์	9	6	3	0	5	3	1	5	3	1	1	4	3	1	0	3	3	0	1	2
	3.46	4.72	2.26	0.00	3.50	6.67	2.38	3.60	2.80	7.14	1.47	6.45	4.62	1.67	0.00	4.11	3.90	0.00	5.00	5.56
บราเคอส์	44	19	25	4	26	6	8	23	20	1	12	12	12	6	2	17	11	12	1	3
	16.92	14.96	18.80	13.33	18.18	13.33	19.05	16.55	18.69	7.14	17.65	19.35	18.46	10.00	40.00	23.29	14.29	22.22	5.00	8.33
รตเวอส์	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่นๆ	2	0	2	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
	0.77	0.00	1.50	0.00	0.70	0.00	2.38	0.72	0.93	0.00	1.47	0.00	0.00	1.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.56
รวม	260	127	133	30	143	45	42	139	107	14	68	62	65	60	5	73	77	54	20	36
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	100.00	48.85	51.15	11.54	55.00	17.31	16.15	53.46	41.15	5.38	26.15	23.85	25.00	23.08	1.92	28.08	29.62	20.77	7.69	13.85

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ตารางข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงาน

การรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการออกแบบสอบถามสำหรับตัวอย่างประเภทสถาบันหรือหน่วยงานจำนวน 160 ราย ได้จำแนกคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประเภทดังกล่าวออกตามรูปแบบของกิจการ ซึ่งได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ โดยมีจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มกลุ่มละเท่า ๆ กัน นอกจากนี้ยังได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างออกตามลักษณะการประกอบการและตามสถานะหรือตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีจำนวนและสัดส่วนแตกต่างกันไปตามที่ได้จากการสำรวจตัวอย่าง ดังแสดงไว้ในตารางข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงาน

รายละเอียด		จำนวน	ร้อยละ
<u>ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด</u>			
รูปแบบของกิจการ	บริษัทจำกัด	160	100.0
	ห้างหุ้นส่วน	40	25.0
	ร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว	40	25.0
	หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	40	25.0
ลักษณะการประกอบการ	การผลิต	20	12.5
	การบริการ	68	48.5
	การจัดจำหน่าย	72	45.0
สถานะของผู้ตอบ	เจ้าของหรือหุ้นส่วน	41	25.6
	ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร	32	20.0
	พนักงานหรือลูกจ้าง	75	46.9
	อื่น ๆ	12	7.5



### ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน

ตารางที่ 4.17 แสดงถึงการมีหรือไม่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้งาน จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงานทั้งหมด ประมาณร้อยละ 85.0 ซึ่งกิจการทุกประเภท ทั้งประกอบการผลิต การให้บริการ และการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จะมีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้สำหรับการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการที่จัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัด และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ จะมีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้ในการดำเนินงาน เกินกว่าร้อยละ 90.0 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพียงประมาณร้อยละ 15.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเท่านั้น ที่ไม่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้ประกอบในการดำเนินงานประจำวัน ส่วนใหญ่ได้แก่ กิจการที่จัดตั้งในรูปแบบของร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่มีความสำคัญต่อการประกอบการของสถาบัน องค์การ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งต่างก็จำเป็นต้องมีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้สำหรับการดำเนินงานด้านเอกสารเกือบทั้งสิ้น

ตารางที่ 4.18 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภท จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนสถาบันหรือหน่วยงานที่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้งานทั้งหมด มีการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะ ประมาณร้อยละ 71.6 ซึ่งแบ่งออกเป็นเครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดา ร้อยละ 39.1 เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้าระบบธรรมดา ร้อยละ 27.4 และเครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้าระบบอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 5.1 ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 28.4 เป็นการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือ

กิจกรรมที่ประกอบการให้บริการส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 84.5 จะใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะ ไม่ว่าจะ เป็นแบบตั้งโต๊ะธรรมดาหรือแบบใช้ไฟฟ้า รองลงมาคือ กิจกรรมที่ประกอบการค้าการผลิต และการจัดจำหน่ายตามลำดับ ในทางตรงข้าม การใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ จะใช้ในกิจกรรมที่ประกอบการค้าการจัดจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่ใช้เครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภท ปรากฏว่า กิจกรรมที่จัดตั้งในรูปแบบบริษัทจำกัด ประมาณร้อยละ 56.1 มักจะนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะ ซึ่งใช้ไฟฟ้า ไม่ว่าจะ เป็นแบบใช้ไฟฟ้าระบบธรรมดาหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นเครื่องพิมพ์ดีดที่มีประสิทธิภาพการทำงานค่อนข้างสูง สามารถจัดพิมพ์งานปริมาณมาก ๆ ได้ภายในเวลาที่รวดเร็ว รองลงมาประมาณร้อยละ 36.4 จะนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดา ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์มีใช้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ประมาณร้อยละ 56.9 จะนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดามากกว่ากลุ่มผู้บริโภคอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากนโยบายรายจ่าย และงบประมาณของรัฐบาลมีจำกัด ในทางตรงข้าม กิจกรรมประเภทร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วน จะมีเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ไว้ใช้ในการดำเนินงานเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว ที่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้ในการดำเนินงาน ประมาณร้อยละ 68.6 จะนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ตลาดเครื่องพิมพ์ดีดแต่ละประเภทมีกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความต้องการและความนิยมในเครื่องพิมพ์ดีดแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตาม เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะ หรือเครื่องพิมพ์ดีดขนาดใหญ่ จะนิยมใช้ในกลุ่มผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ มากที่สุด

ตารางที่ 4.19 แสดงถึงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ จำแนกตามรูปแบบของกิจกรรม ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวไว้ใช้ในการดำเนินงานของกิจการทั้งหมด ปรากฏว่า เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ ประมาณร้อยละ 75.0 ซึ่งในจำนวนดังกล่าวส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่มีอำนาจหรือตำแหน่งงานในระดับค่อนข้างสูง. กล่าวคือ เป็นเจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วน ประมาณร้อยละ 52.4 และเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร ประมาณร้อยละ 30.9

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่มีอำนาจหรือตำแหน่งงานในระดับค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.20 แสดงถึงสาเหตุของใจที่ทำให้ผู้บริหารตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบกิจการ และสถานะของผู้ตอบ

การสอบถามถึงสาเหตุของใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริหารตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแทนที่จะตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริหารส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 44.3 ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร พนักงานหรือลูกจ้าง ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว เพราะสาเหตุเนื่องจากต้องการความสะดวกในการเคลื่อนย้ายหรือนำติดตัว รองลงมา ประมาณร้อยละ 29.1 ตัดสินใจซื้อเพราะสาเหตุเนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวมีขนาดเล็กกระทัดรัด ไม่สิ้นเปลืองเนื้อที่หรือเกะกะ ส่วนสาเหตุของใจในค่านราคาของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว ซึ่งมีราคาถูกกว่าเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ นั้น มีเพียงร้อยละ 13.9 ที่ทำให้ผู้บริหารทำการตัดสินใจเลือกซื้อ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ราคาไม่ได้เป็นสาเหตุของใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริหารประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำการตัดสินใจซื้อ สาเหตุของใจที่สำคัญคือ ความสะดวกสบายในการใช้งาน โดยเฉพาะความสามารถในการหยิบยกหรือเคลื่อนย้ายติดตัวไปในที่ต่าง ๆ ได้โดยสะดวก เพราะมีน้ำหนักเบา และมีขนาดเล็กกระทัดรัด ไม่สิ้นเปลืองเนื้อที่หรือเกะกะ ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวไป

ตารางที่ 4.21 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวในแต่ละภาษา  
จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และ  
สถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้บริโภครที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 69.6 มีเครื่องพิมพ์ดีดกระเป๋าทัวภาษาไทยสำหรับใช้ในการดำเนินงานประจำวัน กล่าวคือ ร้านค้าทั่วไป และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ประมาณร้อยละ 81.8 และร้อยละ 75.0 จะใช้เครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่ ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดกระเป๋าทัวภาษาอังกฤษ จะมีใช้ในกิจการประเภทบริษัทจำกัดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มผู้บริโภครดังกล่าวตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของจำนวนเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวที่ใช้ในแต่ละยี่ห้อ ตามที่ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ปรากฏผลดังนี้

เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว ยี่ห้อ	ภาษาไทย		ภาษาอังกฤษ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โอลิมเปีย	44	81.49	13	72.22	57	79.17
2. บราเคอร์	6	11.11	2	11.11	8	11.11
3. โอลิเวคัส	2	3.70	2	11.11	4	5.55
4. ไทรอัมพ์-แอดเลอร์	1	1.85	1	5.56	2	2.78
5. โคเวอร์	1	1.85	-	-	1	1.39
รวม	54	100.00	18	100.00	72	100.00
ร้อยละ (%)		75.00		25.00		100.00

ที่มา : จากการสำรวจตัวอย่าง

ในจำนวนเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว ที่ผู้บริโภครตัดสินใจซื้อทั้ง ปรากฏว่าประมาณร้อยละ 75.0 เป็นเครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อโอลิมเปีย (olympia) คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมา คือ เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเคอร์

มีประมาณร้อยละ 11.1 ของจำนวนเครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทยทั้งหมด ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดภาษาอังกฤษ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 25.0 ส่วนใหญ่เป็นเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อโอลิมเปีย คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเธอร์ (Brother) และยี่ห้อโอลิเวตตี (Olivette) ซึ่งคิดเป็นอย่างละร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การใช้เครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทยมีอัตราค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับเครื่องพิมพ์ดีดภาษาอื่น ๆ และเมื่อพิจารณาในด้านของจำนวนเครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทย และภาษาอังกฤษแต่ละยี่ห้อ ปรากฏว่า ผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานส่วนใหญ่ จะนิยมใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย รองลงมา คือ ยี่ห้อบราเธอร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย มีส่วนแบ่งตลาด (Market share) มากที่สุด รองลงมาคือ เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเธอร์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามลำดับ

ในการพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉลี่ย ได้คำนึงถึงในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว ตามความรู้อีกมาก น้อย แยกต่างกันไปดังต่อไปนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	ความคงทนถาวร	4.19
	ความคล่องตัวในการพิมพ์	4.19
2	น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร	3.95
3	ชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อ	3.90
4	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.71
5	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.64
6	ราคา	3.57
7	ขนาดหรือรูปร่างของเครื่องพิมพ์ดีด	3.24
8	น้ำหนักเครื่อง	3.07
9	ข้อมูลหรือข่าวสารจากการโฆษณา	2.76
10	สีสรร	2.76



ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ความคงทนถาวร และความคล่องตัวในการพิมพ์ของ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแต่ละยี่ห้อ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านน้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร และชื่อเสียง หรือตราห้อยของเครื่องพิมพ์ดีด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านข้อมูลหรือข่าวสารจากการโฆษณา และสีสรรของเครื่องพิมพ์ดีด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคโดยเฉลี่ยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 4.23 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแต่ละยี่ห้อที่สำคัญของผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน

ในการพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแต่ละยี่ห้อที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ เครื่องพิมพ์ดีดโอลิมเปีย และเครื่องพิมพ์ดีดบราเดอร์ ตามลำดับ ความรู้สึกมากหรือน้อยแตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

ก. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดโอลิมเปีย โดยส่วนใหญ่ จะทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่อยี่ห้อด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าทางด้านราคา และการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย มีดังนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	ความคงทนถาวร	4.28
2	ความคล่องตัวในการพิมพ์	4.24
3	น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร	4.07
4	ชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อ	4.00
5	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.79
6	การรับประกันผลิตภัณฑ์	3.72
7	ราคา	3.59





<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
8	น้ำหนักเครื่อง	3.48
9	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	3.38
10	สีสรร	2.72
11	การโฆษณา	2.34

ข. กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษ โดยส่วนใหญ่ จะทำการตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตภัณฑ์มากกว่าด้านราคา หรือการได้รับข้อมูลจากการโฆษณา และเป็นที่น่าสนใจว่า ปัจจัยในการพิจารณาตัดสินใจซื้อดังกล่าว ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อบัณฑิตภัณฑ์มากกว่าชื่อเสียง ตรา หรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษที่ผู้ซื้อกระดาษ มีดังนี้

<u>ลำดับที่</u>	<u>ปัจจัยที่พิจารณา</u>	<u>คะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย</u>
1	ความคงทนถาวร	4.38
	ความคล่องตัวในการพิมพ์	4.38
	การรับประกันผลิตภัณฑ์	4.38
2	น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร	4.13
3	รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร	3.63
4	ชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อ	3.50
5	ราคา	3.25
6	ขนาดหรือรูปร่างเครื่อง	3.13
	การโฆษณา	3.13
7	สีสรร	2.50
8	น้ำหนักเครื่อง	2.13

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษที่ผู้ซื้อแต่ละยี่ห้อของผู้บริโภค ได้ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านความคงทนถาวร ความคล่องตัวในการพิมพ์ และน้ำหนักพิมพ์

หรือความคมชัดของตัวอักษร ส่วนในด้านชื่อเสียงและการรับประกันผลิตภัณฑ์นั้น ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าท้ายหรือโอลิมเปีย ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดบราเดอร์ จะพิจารณาถึงปัจจัยด้านการรับประกันมากกว่าการให้ความเชื่อมั่นในชื่อเสียง ตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น

ตารางที่ 4.24 แสดงถึงแหล่งข้อมูลหรือข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าท้าย จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าท้ายทั้งหมด ประมาณร้อยละ 31.8 ได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีด โดยมีผู้แนะนำให้ซื้อ รongลงมา ประมาณร้อยละ 27.3 ได้รับข้อมูลหรือข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ และประมาณร้อยละ 22.7 ทำการตัดสินใจซื้อ โดยมีได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดจากแหล่งใดมาก่อน

ผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดสำหรับกิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วน และร้านค้าทั่วไป ประมาณร้อยละ 41.2 และร้อยละ 35.0 ของกิจการประเภทดังกล่าว ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีด โดยอาศัยข้อมูลจากคำแนะนำของบุคคลอื่น ๆ เป็นสำคัญ โดยเฉพาะผู้ตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีสถานะหรือตำแหน่งงานเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน สำหรับบริษัทจำกัด และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ประมาณร้อยละ 66.7 และร้อยละ 50.0 ของกิจการประเภทดังกล่าว ตามลำดับ จะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยข้อมูลหรือข่าวสารจากพนักงานขายของบริษัทเป็นสำคัญ ซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะมีสถานะหรือตำแหน่งงานเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของกิจการ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ข้อมูลหรือข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับจากพนักงานขายของบริษัทหรือผู้แทนจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดต่าง ๆ มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 11.4 ของข้อมูลหรือข่าวสารที่ได้รับทั้งหมด

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การส่งเสริมการจำหน่ายโดยอาศัยพนักงานขายของบริษัท หรือผู้แทนจำหน่ายและการโฆษณาหรือสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ก่อนข้างมีการใช้เพียงเล็กน้อยในกลุ่มผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือของผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะอาศัยคำแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ

ตารางที่ 4.25 แสดงถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านความเหมาะสมของราคาที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือ จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

การสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่ทำการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือในด้านความเหมาะสมของราคา ปรากฏว่า ประมาณร้อยละ 88.1 มีความเห็นว่าการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือที่จำหน่ายในปัจจุบันมีระดับราคาที่เหมาะสม ไม่ว่าจะผู้ตอบแบบสอบถามจะมีสถานะหรือตำแหน่งงานเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน หรือเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหารก็ตาม ต่างก็มีความคิดเห็นในลักษณะเดียวกัน

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาของเครื่องพิมพ์ดีดในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีความคิดว่าเหมาะสม

ตารางที่ 4.26 แสดงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือ จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดทั้งหมด ไม่ว่าจะบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ร้านค้า และราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 57.1 ทำการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดจากบริษัทผู้แทนจำหน่าย หรือจากพนักงานขายของบริษัทโดยตรง รองลงมา ประมาณร้อยละ 30.9 จะเลือกซื้อจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ ที่จัดจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีด ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าคือที่ผู้บริโภคเลือกใช้ ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อโดยผ่านทางพนักงานขายของบริษัท

หรือชื่อจากวิธีผู้แทนจำหน่ายโดยตรงมากกว่าช่องทางการจำหน่ายอื่น ๆ

ตารางที่ 4.27 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความแตกต่างในค่านิยมภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิว จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่ว่าจะประกอบกิจการหรือทำงานในกิจการประเภทใดก็ตาม ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 83.1 มีทัศนคติต่อความแตกต่างในค่านิยมภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวว่า มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีสถานะเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนในกิจการ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 90.2 ที่มีความเห็นว่าเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวในแต่ละยี่ห้อ มีความแตกต่างกัน

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวแต่ละยี่ห้อที่มีความแตกต่างกันในค่านิยมภาพ

ตารางที่ 4.28 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคในค่านิยมภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิว จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้บริโภคที่มีทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวว่า มีความแตกต่างกันในค่านิยมภาพ มีความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวแตกต่างกันในค่านิยมรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร ประมาณร้อยละ 27.3 ความเชื่อว่าแตกต่างกันในค่านิยมคมชัดของตัวอักษร หรือน้ำหนักพิมพ์ ประมาณร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ ความเชื่อในค่านิยมคล่องตัวในการพิมพ์ และความคงทนถาวรของเครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.6 และร้อยละ 22.9 ของกลุ่มผู้บริโภครวมแล้ว ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีทัศนคติในค่านิยมภาพต่าง ๆ ของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเป่าหิวแตกต่างกันไปเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างในค่านิยมภาพตามทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นความแตกต่างที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ หรือลักษณะตัวอักษร

ตารางที่ 4.29 แสดงถึงเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้วที่มีคุณภาพดีที่สุด ใน  
ทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะ  
การประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

การสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว ปรากฏว่า  
ประมาณร้อยละ 75.9 มีความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว ยี่ห้อโอลิมเปีย  
(Olympia) มีคุณภาพดีที่สุด รองลงมา ประมาณร้อยละ 8.3 มีความเชื่อว่า เครื่อง  
พิมพ์ดีดยี่ห้อบราเดอร์ (Brother) มีคุณภาพดีที่สุด และรองลงมา ประมาณร้อยละ 7.5  
มีความเชื่อว่าเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อเรมิงตัน (Remington) มีคุณภาพดีที่สุด ตามลำดับ

ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ  
มีความเชื่อในค่านคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหิ้ว ยี่ห้อโอลิมเปีย ว่าเป็นเครื่อง  
พิมพ์ดีดที่มีคุณภาพดีที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.17 แสดงถึงการมีหรือไม่มีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้งาน

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ					ลักษณะการประกอบการ			สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การยืมดี การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ		
มี	136	40	30	29	37	19	63	54	28	31	67	10	
	%	85.00	100.00	75.00	72.50	92.50	95.00	92.65	75.00	66.29	96.88	89.33	83.33
ไม่มี	24	0	10	11	3	1	5	18	13	1	8	2	
	%	15.00	0.00	25.00	27.50	7.50	5.00	7.35	25.00	31.71	3.13	10.67	16.67
รวม	160	40	40	40	40	20	68	72	41	32	75	12	
	%	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	%	100.00	25.00	25.00	25.00	12.50	42.50	45.00	25.63	20.00	46.88	7.50	

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.18 แสดงถึงการใช้เครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภท

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ครอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ครอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การยืม	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดา	77	24	11	9	33	15	45	17	8	19	46	4	
	39.09	36.36	28.95	25.71	56.90	46.88	46.39	25.00	24.24	35.85	46.94	30.77	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้าแบบธรรมดา	54	32	4	2	16	8	29	17	3	17	34	0	
	27.41	48.48	10.53	5.71	27.59	25.00	29.90	25.00	9.09	32.08	34.69	0.00	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้าแบบอิเล็กทรอนิกส์	10	5	1	0	4	1	8	1	0	4	6	0	
	5.08	7.58	2.63	0.00	6.90	3.13	8.25	1.47	0.00	7.55	6.12	0.00	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าสีฟ้าธรรมดา	55	5	21	24	5	8	15	32	22	13	11	9	
	27.92	7.58	55.26	68.57	8.62	25.00	15.46	47.06	66.67	24.53	11.22	69.23	
เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าสีฟ้าซึ่งใช้ไฟฟ้า	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	
	0.51	0.00	2.63	0.00	0.00	0.00	0.00	1.47	0.00	0.00	1.02	0.00	
รวม	197	66	38	35	58	32	97	68	33	53	98	13	
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	100.00	33.50	19.29	17.77	29.44	16.24	49.24	34.52	16.75	26.90	49.75	6.60	

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4. 19 แสดงถึงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์คัลเลอร์ประเภทหัว  
 จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ					ลักษณะการประกอบการ			สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การยืม การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ		
ใช่	42	3	16	19	4	4	10	28	22	13	2	5	
	%	75.00	60.00	72.73	79.17	80.00	50.00	66.67	84.85	100.00	100.00	16.67	55.56
ไม่ใช่	14	2	6	5	1	4	5	5	0	0	10	4	
	%	25.00	40.00	27.27	20.83	20.00	50.00	33.33	15.15	0.00	0.00	83.33	44.44
รวม	56	5	22	24	5	8	15	33	22	13	12	9	
	%	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	%	100.00	8.93	39.29	42.86	8.93	14.29	26.79	58.93	39.29	23.21	21.43	16.07

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.20 แสดงถึงสาเหตุของใจที่ทำไมผู้บริหารโลกทัศน์ในข้อเรื่องพิมพ์ก็แบบกระเป่าหัว

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การผลิต	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
เพราะต้องการความสะดวกในการเคลื่อนย้าย หรือน้ำหนักตัว	35	3	12	16	4	3	8	24	18	11	2	4	
	X	44.30	33.33	40.00	51.61	44.44	37.50	44.44	45.28	50.00	39.29	40.00	
เพราะราคาถูกกว่าเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ	11	1	6	3	1	1	2	8	4	5	0	2	
	X	13.92	11.11	20.00	9.68	11.11	12.50	11.11	15.09	11.11	17.86	0.00	
เพราะมีขนาดกระทัดรัด ไม่เปลืองเนื้อที่หรือเคอะ	23	3	9	9	2	2	5	16	11	7	2	3	
	X	29.11	33.33	30.00	29.03	22.22	25.00	27.78	30.19	30.56	25.00	40.00	
เพราะง่ายต่อการดูแลรักษา	10	2	3	3	2	2	3	5	3	5	1	1	
	X	12.66	22.22	10.00	9.68	22.22	25.00	16.67	9.43	8.33	17.86	20.00	
อื่น ๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	X	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
รวม	79	9	30	31	9	8	18	53	36	28	5	10	
	X	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	X	100.00	11.39	37.97	39.24	11.39	10.13	22.78	67.09	45.57	35.44	6.33	

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.21 แสดงถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบกระจายตัวในแต่ละภาษา

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ			สถานะของผู้ตอบ				
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การผลิต	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
ภาษาไทย	39	2	16	18	3	3	9	27	21	11	2	5	
	Σ	69.64	40.00	64.00	81.82	75.00	60.00	75.00	69.23	72.41	57.89	100.00	83.33
ภาษาอังกฤษ	17	3	9	4	1	2	3	12	8	8	0	1	
	Σ	30.36	60.00	36.00	18.18	25.00	40.00	25.00	30.77	27.59	42.11	0.00	16.67
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Σ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
รวม	56	5	25	22	4	5	12	39	29	19	2	6	
	Σ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	Σ	100.00	8.93	44.64	39.29	7.14	8.93	21.43	69.64	51.79	33.93	3.57	10.71

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-22 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน

	ราคา		ชื่อเสียง/ยี่ห้อ		รูปหรือลักษณะตัวอักษร		ความคงทนถาวร		น้ำหนักเครื่อง		ความคล่องตัวในการพิมพ์		ความคมชัดของตัวอักษร		ขนาดหรือรูปร่าง		สีสรร		การโฆษณา		การรับประกัน		อื่นๆ	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน
มากที่สุด	8	40	10	50	7	35	18	90	7	35	17	85	15	75	7	35	1	5	2	10	10	50	0	0
มาก	10	40	19	76	17	68	16	64	6	24	16	64	16	64	11	44	3	12	11	44	15	60	0	0
ปานกลาง	22	66	12	36	15	45	6	18	16	48	9	27	9	27	13	39	15	45	13	39	12	36	0	0
น้อย	2	4	1	2	2	4	2	4	9	18	0	0	2	4	7	14	14	28	7	14	5	10	0	0
น้อยที่สุด	0	0	0	0	1	1	0	0	4	4	0	0	0	0	4	4	9	9	9	9	0	0	0	0
รวม	42	150	42	164	42	153	42	176	42	129	42	176	42	166	42	136	42	99	42	116	42	156	0	0

คะแนนเฉลี่ย      3.57                  3.90                  3.64                  4.19                  3.07                  4.19                  3.95                  3.24                  2.36                  2.76                  3.71                  -                  -

หมายเหตุ :- กำหนดให้ลำดับความรู้สึกมากที่สุด 5  
 มาก 4  
 ปานกลาง 3  
 น้อย 2  
 น้อยที่สุด 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.23 แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหัวเคาะข้อต่อที่สำคัญของผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน

เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหัว	ราคา	ชื่อเสียง/ยี่ห้อ	รูปหรือลักษณะตัวอักษร		ความคงทนถาวร		น้ำหนักเครื่อง		ความคล่องตัวในการพิมพ์		ความคมชัดของตัวอักษร		ขนาดหรือรูปร่าง		สีสรร		การโฆษณา		การรับประกัน		อื่นๆ			
			จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน
โอลิมเปีย																								
มากที่สุด	5	25	9	45	6	30	13	65	7	35	13	65	10	50	5	25	1	5	0	0	7	35	0	0
มาก	7	28	12	48	14	56	12	48	6	24	10	40	13	52	8	32	7	28	3	12	10	40	0	0
ปานกลาง	17	51	7	21	7	21	3	9	12	36	6	18	4	12	10	30	10	30	11	33	9	27	0	0
น้อย	0	0	1	2	1	2	1	2	2	4	0	0	2	4	5	10	5	10	8	16	3	6	0	0
น้อยที่สุด	0	0	0	0	1	1	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1	6	6	7	7	0	0	0	0
รวม	29	104	29	116	29	110	29	124	29	101	29	123	29	118	29	98	29	79	29	68	29	108	0	0

คะแนนเฉลี่ย 3.59 4.00 3.79 4.28 3.48 4.24 4.07 3.38 2.72 2.34 3.72 0.00

หมายเหตุ :- กำหนดให้ลำดับความรูสึกมากที่สุด 5  
 มาก 4  
 ปานกลาง 3  
 น้อย 2  
 น้อยที่สุด 1

ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อเดียวกันในหนึ่งปีจำนวนเพียงครั้งเดียว

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 วิทยาลัย  
 มหาวิตายาลัย



ตารางที่ 4.23 (ต่อ) แสดงถึงการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหัวแต่ละยี่ห้อที่จำหน่ายของผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน

เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหัว	ราคา		ชื่อเสียง/ยี่ห้อ		รูปหรือลักษณะตัวอักษร		ความทนทาน		น้ำหนักเครื่อง		ความคล่องตัวในการพิมพ์		ความคมชัดของตัวอักษร		ขนาดหรือรูปร่าง		สีสรร		การโฆษณา		การรับประกัน		อื่นๆ	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน
มากที่สุด	1	5	0	0	1	5	5	25	0	0	4	20	3	15	1	5	0	0	1	5	2	10	0	0
มาก	1	4	4	16	3	12	1	4	0	0	3	12	3	12	2	8	2	8	3	12	5	20	0	0
ปานกลาง	5	15	4	12	4	12	2	6	2	6	1	3	2	6	3	9	2	6	2	6	1	3	0	0
น้อย	1	2	0	0	0	0	0	0	5	10	0	0	0	0	1	2	2	4	0	0	1	2	0	0
น้อยที่สุด	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	2	2	2	2	0	0	0	0
รวม	8	26	8	28	8	29	8	35	8	17	8	35	8	33	8	25	8	20	8	25	8	35	0	0

คะแนนเฉลี่ย 3.25 3.50 3.63 4.38 2.13 4.38 4.13 3.13 2.50 3.13 4.38 0.00

หมายเหตุ :- กำหนดให้ลำดับความรู้สึกมากที่สุด 5  
 มาก 4  
 ปานกลาง 3  
 น้อย 2  
 น้อยที่สุด 1

ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อเดียวกันในนับจำนวนเพียงครั้งเดียว

ตารางที่ 4.24 แสดงถึงแหล่งข้อมูลหรือข่าวสารที่ผู้บริหารทั่วโลกได้รับเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์ที่แบบกระเป๋าทัว  
จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การยืม การ	การจัด บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ / หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
พนักงานของบริษัท	5	2	0	1	2	0	3	2	0	4	0	1	
	11.36	66.67	0.00	5.00	50.00	0.00	27.27	6.90	0.00	30.77	0.00	20.00	
หนังสือพิมพ์ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ข่าว	12	1	5	6	0	1	2	9	8	3	0	1	
	27.27	33.33	29.41	30.00	0.00	25.00	18.18	31.03	33.33	23.08	0.00	20.00	
ผู้แนะนำซื้อ	14	0	7	7	0	2	3	9	10	2	1	1	
	31.82	0.00	41.18	35.00	0.00	50.00	27.27	31.03	41.67	15.38	50.00	20.00	
ไม่เคยได้รับข้อมูลหรือข่าวสารมาก่อน เพราะตัดสินใจเอง	10	0	4	4	2	1	3	6	3	4	1	2	
	22.73	0.00	23.53	20.00	50.00	25.00	27.27	20.69	12.50	30.77	50.00	40.00	
อื่น	3	0	1	2	0	0	0	3	3	0	0	0	
	6.82	0.00	5.88	10.00	0.00	0.00	0.00	10.34	12.50	0.00	0.00	0.00	
รวม	44	3	17	20	4	4	11	29	24	13	2	5	
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	100.00	6.82	38.64	45.45	9.09	9.09	25.00	65.91	54.55	29.55	4.55	11.36	

ตารางที่ 4.25 แสดงถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านการเหมาะสมของราคาที่มีต่อเครื่องพิมพ์คิกแบบกระเป๋าทัว  
 จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การผลิต	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ / หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
เหมาะสม	37	1	14	18	4	1	10	26	21	10	2	4	
	7	88.10	33.33	87.50	94.74	100.00	25.00	100.00	92.86	95.45	76.92	100.00	80.00
ไม่เหมาะสม	5	2	2	1	0	3	0	2	1	3	0	1	
	7	11.90	66.67	12.50	5.26	0.00	75.00	0.00	7.14	4.55	23.08	0.00	20.00
รวม	42	3	16	19	4	4	10	28	22	13	2	5	
	7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	7	100.00	7.14	38.10	45.24	9.52	9.52	23.81	66.67	52.38	30.95	4.76	11.90

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.26 แสดงถึงช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคลือกใช้ในการซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การผลิต	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์	4	1	2	1	0	2	0	2	2	1	0	1	
	9.52	33.33	12.50	5.26	0.00	50.00	0.00	7.14	9.09	7.69	0.00	20.00	
ร้านค้าปลีกอื่น ๆ ที่จำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีด	13	0	4	8	1	0	2	11	7	3	0	3	
	30.95	0.00	25.00	42.11	25.00	0.00	20.00	39.29	31.82	23.08	0.00	60.00	
บริษัทตัวแทนจำหน่าย หรือจากพนักงานขายของบริษัทโดยตรง	24	2	10	9	3	2	8	14	13	9	2	0	
	57.14	66.67	62.50	47.37	75.00	50.00	80.00	50.00	59.09	69.23	100.00	0.00	
อื่นๆ	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
	2.38	0.00	0.00	5.26	0.00	0.00	0.00	3.57	0.00	0.00	0.00	20.00	
รวม	42	3	16	19	4	4	10	28	22	13	2	5	
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	100.00	7.14	38.10	45.24	9.52	9.52	23.81	66.67	52.38	30.95	4.76	11.90	

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.27 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความแตกต่างในคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว  
 จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ			สถานะของผู้ตอบ				
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การผลิต	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ / หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
มี	133	29	34	36	34	17	56	60	37	24	62	10	
	X	83.13	72.50	85.00	90.00	85.00	85.00	82.35	83.33	90.24	75.00	82.67	83.33
ไม่มี	27	11	6	4	6	3	12	12	4	8	13	2	
	X	16.87	27.50	15.00	10.00	15.00	15.00	17.65	16.67	9.76	25.00	17.33	16.67
รวม	160	40	40	40	40	20	68	72	41	32	75	12	
	X	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	Z	100.00	25.00	25.00	25.00	25.00	12.50	42.50	45.00	25.63	20.00	46.88	7.50

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4. 28 แสดงถึงทัศนคติของผู้บริหาร โภคิน ในด้านคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ				สถานะของผู้ตอบ			
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การบิลด์	การ บริการ	การจัด จำหน่าย	เจ้าของ /หุ้นส่วน	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
รูปแบบ หรือลักษณะตัวอักษร	81	21	18	22	20	13	32	36	23	14	41	3	
	27.27	33.33	25.35	26.51	25.00	28.89	25.60	28.35	26.14	29.79	28.08	18.75	
ความคงทนถาวร	68	11	17	21	19	11	28	29	21	9	34	4	
	22.90	17.46	23.94	25.30	23.75	24.44	22.40	22.83	23.86	19.15	23.29	25.00	
ความคมชัดของตัวอักษร หรือพนักงานพิมพ์	75	15	19	20	21	14	32	29	23	13	34	5	
	25.25	23.81	26.76	24.10	26.25	31.11	25.60	22.83	26.14	27.66	23.29	31.25	
ความคล่องตัวในการพิมพ์	70	15	17	19	19	7	31	32	20	11	35	4	
	23.57	23.81	23.94	22.89	23.75	15.56	24.80	25.20	22.73	23.40	23.97	25.00	
อื่นๆ	3	1	0	1	1	0	2	1	1	0	2	0	
	1.01	1.59	0.00	1.20	1.25	0.00	1.60	0.79	1.14	0.00	1.37	0.00	
รวม	297	63	71	83	80	45	125	127	88	47	146	16	
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
	100.00	21.21	23.91	27.95	26.94	15.15	42.09	42.76	29.63	15.82	49.16	5.39	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 4.29 แสดงถึงเครื่องพิมพ์คัดแบบกระดาษที่มียุโรปที่มากที่สุดในแต่ละของภูมิภาค

จำแนกตามรูปแบบของกิจการ ลักษณะการประกอบการ และสถานะของผู้ตอบ

รายละเอียด	รวม	รูปแบบของกิจการ				ลักษณะการประกอบการ			สถานะของผู้ตอบ				
		บริษัท จำกัด	ห้าง- หุ้นส่วน	ร้านค้า	ราชการ / รัฐ วิสาหกิจ	การยืม	การ บริการ	การจัด จำหน่าย/ หุ้นส่วน	เจ้าของ	ผู้บริหาร	พนักงาน	อื่น ๆ	
จอสีมัลติ	101	20	29	27	25	8	44	49	30	16	48	7	
	%	75.94	68.97	85.29	75.00	73.53	47.06	78.57	81.67	81.08	66.67	77.42	70.00
โทรศัพท์-มอดโม	6	3	0	3	0	4	2	0	1	1	4	0	
	%	4.51	10.34	0.00	8.33	0.00	23.53	3.57	0.00	2.70	4.17	6.45	0.00
เรอิ่งตัน	10	2	2	1	5	3	5	2	0	4	4	2	
	%	7.52	6.90	5.88	2.78	14.71	17.65	8.93	3.33	0.00	16.67	6.45	20.00
บราเคอร์	11	2	3	3	3	1	3	7	5	2	4	0	
	%	8.27	6.90	8.82	8.33	8.82	5.88	5.36	11.67	13.51	8.33	6.45	0.00
ซิลเวอร์-รีด	2	0	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	
	%	1.50	0.00	0.00	5.56	0.00	5.88	0.00	1.67	2.70	0.00	0.00	10.00
โคเวอ์	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	3	2	0	0	1	0	2	1	0	1	2	0	
	%	2.26	6.90	0.00	0.00	2.94	0.00	3.57	1.67	0.00	4.17	3.23	0.00
รวม	133	29	34	36	34	17	56	60	37	24	62	10	
	%	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	%	100.00	21.80	25.56	27.07	25.56	12.78	42.11	45.11	27.82	18.05	46.62	7.52

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### การทดสอบสมมุติฐาน

การทดสอบสมมุติฐานหรือแนวเหตุผลดังต่อไปนี้ ได้อาศัยหลักเกณฑ์ทางสถิติ เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์และทดสอบข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่าง ทั้งในกลุ่มผู้บริโภคระเภทครัวเรือน หรือบุคคลธรรมดา และกลุ่มผู้บริโภคระเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆ การทดสอบสมมุติฐานหรือแนวเหตุผลที่กำหนดไว้ มีดังต่อไปนี้

1. การทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับตลาดเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวที่ผู้บริโภครุ่นหนึ่งเป็นผู้ใช้ เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ท้าทดสอบโดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่าง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.10 ด้วยการทดสอบโดยใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติ ดังนี้

ผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีด	$O_i$	$E_i$	$\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	68	57.5	1.917
บุคคลที่มีอาชีพ หรือทำงานอื่น ๆ	47	57.5	1.917
รวม	115	115.0	3.83

- กำหนดสมมุติฐาน :  $H_0$  = ผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา มีจำนวนหรือสัดส่วน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวทั้งหมด
- ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha$  = 0.05
- ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ:  $\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$   
= 3.83
- เกณฑ์การตัดสินใจ: สมมุติฐานเป็นจริงเมื่อ  $\chi^2 < \chi^2_{.95}(2-1)$   
= 3.84

5. ผลการทดสอบ : เนื่องจาก  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 3.83 ซึ่งน้อยกว่า 3.84 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่กำหนดตามสถิติ ( $H_0$ ) นั่นคือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ในตลาดผู้บริโภค จะมีผู้ใช้เป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

2. การทดสอบสมมติฐานที่ว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว มีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพ ในทัศนะของผู้บริโภคประเภทครัวเรือน สามารถทดสอบได้โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.14 ด้วยการใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติ ดังนี้

ความคิดเห็นด้านคุณภาพ	$O_i$	$E_i$	$\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
แตกต่าง	260	150	80.67
ไม่แตกต่าง	40	150	80.67
รวม	300	300	161.34

- กำหนดสมมติฐาน :  $H_0 =$  ในทัศนะของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว ไม่มีความแตกต่างกัน
- ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha = 0.05$
- ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ :  $\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} = 161.34$
- เกณฑ์การตัดสินใจ : สมมติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $\chi^2 < \chi^2_{.95(2-1)} = 3.84$



## 5. ผลการทดสอบ :

เนื่องจาก  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 161.3 ซึ่งมากกว่า 3.84 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด ( $H_0$ ) นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า คุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวมีความแตกต่างกัน ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมุติฐานดังกล่าว สำหรับผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.25 ปรากฏว่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 70.22 ซึ่งมากกว่า 3.84 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด ( $H_0$ ) นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า คุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวมีความแตกต่างกัน

3. การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า ความสะดวกสบายในการใช้งานของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัว เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประเภทครัวเรือน สามารถทำการทดสอบได้โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่าง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.6 ด้วยการทดสอบโดยอาศัยหลักเกณฑ์ทางสถิติ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	$O_i$	$E_i$	$\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$
ความสะดวกในการเคลื่อนย้าย	83	39.4	48.2
ราคา	34	39.4	0.7
ขนาดกระทัดรัด ไม่เปลืองเนื้อที่	53	39.4	4.7
ง่ายต่อการดูแลรักษา	17	39.4	12.7
อื่น ๆ	10	39.4	21.9
รวม	197	197.0	88.2

1. กำหนดสมมุติฐาน :  $H_0$  = บั๊จจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว แทนที่จะซื้อเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น มีความสำคัญเท่ากัน
2. ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha$  = 0.05
3. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ :  $\chi^2 = \sum \frac{(O_1 - E_1)^2}{E_1}$   
= 88.2
4. เกณฑ์การตัดสินใจ : สมมุติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $\chi^2 < \chi^2_{.95}(5-1)$   
= 9.45
5. ผลการทดสอบ : เนื่องจาก  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 88.2 ซึ่งมากกว่า 9.45 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด ( $H_0$ ) นั่นคือ บั๊จจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว มีความสำคัญไม่เท่ากัน ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย หรือใช้งาน และควมมีขนาดกระทัดรัด ไม่เปลืองเนื้อที่ตามลำดับ

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมุติฐานดังกล่าว สำหรับผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4, 19 ปรากฏว่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 46.0 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด ( $H_0$ ) นั่นคือ บั๊จจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแบบกระเป๋าทัวมีความสำคัญไม่เท่ากัน ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้ายหรือใช้งาน และการมีขนาดกระทัดรัด ไม่เปลืองเนื้อที่ ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับคุณภาพการใช้งานของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวในแต่ละตราหรือยี่ห้อ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สามารถทดสอบจากบั๊จจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดได้ ดังต่อไปนี้

4.1 รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร

4.2 ความคงทนถาวร

4.3 ความคล่องตัวในการพิมพ์

4.4 น้ำหนักพิมพ์ หรือความคมชัดของตัวอักษร

4.1 การทดสอบอิทธิพลของรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษรที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษสำหรับผู้นับถือโลกประเภทครัวเรือน จากข้อมูลตารางที่

4.8

ลำดับความสำคัญ	$O_i$	$f_i$	$F_a(x)$	$F_i$	$F_e(x)$	D
มากที่สุด	16	0.14	0.14	0.20	0.20	6
มาก	47	0.41	0.55	0.20	0.40	15
ปานกลาง	43	0.37	0.92	0.20	0.60	32
น้อย	6	0.05	0.97	0.20	0.80	17
น้อยที่สุด	9	0.03	1.00	0.20	1.00	-
รวม	115	1.00	-	1.00	-	-

1. กำหนดสมมติฐาน :  $H_0$  = ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร ไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจซื้อของผู้นับถือ

2. ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha$  = 0.05

3. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ :  $D = \max |F_e(x) - F_a(x)|$   
 $= |10.60 - 0.921| = 0.32$

4. เกณฑ์การตัดสินใจ : สมมติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $D = 1.36/\sqrt{n}$   
 $= 0.127$



5. ผลการทดสอบ : เนื่องจากค่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.32 ซึ่งมากกว่า 0.127 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่กำหนด นั่นคือผู้บริหารโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมติฐานดังกล่าว สำหรับผู้บริหารประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.21 ปรากฏว่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น .33 ซึ่งมากกว่า 0.127 นั่นคือ ผู้บริหารโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

4.2 การทดสอบอิทธิพลของความคงทนถาวรที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้ว สำหรับผู้บริหารประเภทครัวเรือน จากข้อมูลตารางที่ 4.8

ลำดับความสำคัญ	$O_i$	$f_i$	$F_a(x)$	$E_i$	$F_e(x)$	$ D $
มากที่สุด	28	2.24	0.24	0.20	0.20	4
มาก	57	0.50	0.74	0.20	0.40	34
ปานกลาง	24	0.21	0.95	0.20	0.60	35
น้อย	5	0.04	0.99	0.20	0.80	19
น้อยที่สุด	1	0.01	1.00	0.20	1.00	-
รวม	115	1.00	-	1.00	-	-

- กำหนดสมมติฐาน :  $H_0 =$  ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านความคงทนถาวร ไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha = 0.05$
- ค่าสถิติที่ทดสอบ :  $D = \max |F_e(x) - F_a(x)|$   
 $= |0.60 - 0.95| = 0.35$

4. เกณฑ์การตัดสินใจ : - สมมุติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $D > 1.36/\sqrt{n}$   
 $= 0.127$
5. ผลการทดสอบ : เนื่องจากค่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.35 ซึ่งมากกว่า 0.127 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านการคงทนถาวรของเครื่องพิมพ์ดีด เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมุติฐานดังกล่าวสำหรับผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.21 ปรากฏว่า  $D$  ที่กำหนดได้มีค่าเป็น .41 ซึ่งมากกว่า 0.127 นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านการคงทนถาวรของเครื่องพิมพ์ดีด เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

4.3 การทดสอบอิทธิพลของความคล่องตัวในการพิมพ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ สำหรับผู้บริโภคประเภทครัวเรือน จากตารางข้อมูลที่

ลำดับความสำคัญ	$O_i$	$f_i$	$F_a(x)$	$E_i$	$F_e(x)$	$ D $
มากที่สุด	21	0.18	0.18	0.20	0.20	2
มาก	51	0.44	0.62	0.20	0.40	22
ปานกลาง	24	0.21	0.83	0.20	0.60	23
น้อย	17	0.15	0.98	0.20	0.80	18
น้อยที่สุด	2	0.02	1.00	0.20	1.00	-
รวม	115	1.00	-	1.00	-	-

1. กำหนดสมมุติฐาน :  $H_0$  = ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านความคล่องตัวในการพิมพ์ ไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha$  = 0.05
3. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ :  $D = \max |F_e(x) - F_a(x)|$   
 $= |10.60 - 0.831| = 0.23$
4. เกณฑ์การตัดสินใจ : สมมุติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $D = 1.36/\sqrt{n}$   
 $= 0.127$
5. ผลการทดสอบ : เนื่องจากค่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.23 ซึ่งมากกว่า 0.127 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านความคล่องตัวในการพิมพ์ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมุติฐานดังกล่าวสำหรับผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน โดยอาศัยข้อมูลจากตารางที่ 4.21 ปรากฏว่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น .40 ซึ่งมากกว่า 0.127 นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านความคล่องตัวในการพิมพ์ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

4.4 การทดสอบอิทธิพลของน้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษรที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัว สำหรับผู้บริโภคประเภทครัวเรือน จากตารางข้อมูลที่ 4.8

ลำดับความสำคัญ	$O_i$	$f_i$	$F_a(x)$	$E_i$	$F_e(x)$	$ D $
มากที่สุด	27	0.24	0.24	0.20	0.20	4
มาก	62	0.54	0.78	0.20	0.40	38
ปานกลาง	21	0.18	0.96	0.20	0.60	36
น้อย	4	0.03	0.99	0.20	0.80	19
น้อยที่สุด	1	0.01	1.00	0.20	1.00	-
รวม	115	1.00	-	1.00	-	-

1. กำหนดสมมุติฐาน :  $H_0$  = ค่ากับความสำคัญของปัจจัยค่าน้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร ไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ระดับนัยสำคัญ :  $\alpha = 0.05$
3. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ :  $D = \text{Max} |F_a(x) - F_e(x)|$   
 $= |10.60 - 0.781| = 0.38$
4. เกณฑ์การตัดสินใจ : = สมมุติฐานจะเป็นจริงเมื่อ  $D = 1.36/\sqrt{n}$   
 $= 0.127$
5. ผลการทดสอบ : - เนื่องจากค่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.38 ซึ่งมากกว่า 0.127 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กำหนด นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางค่าน้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

ในทำนองเดียวกัน การทดสอบสมมุติฐานดังกล่าว สำหรับผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงาน โดยอาศัยตารางที่ 4.21 ปรากฏว่า  $D$  ที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.35 ซึ่งมากกว่า 0.127 นั่นคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางค่าน้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย