

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปลผล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแยกเป็น 2 ส่วนคือ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตารางที่ 1-5

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ตารางที่ 6-9

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ตารางที่ 10-24

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ ตารางที่ 25-34

การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของกลุ่มที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ตารางที่ 35-43

การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ตามกลุ่มอาชีพ ตารางที่ 44-54

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนนักศึกษา	50	25.0
เจ้าของกิจการ	50	25.0
ลูกจ้าง/พนักงานของเอกชน	50	25.0
ลูกจ้าง/พนักงานของทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	50	25.0
รวม	200	100.0

จากตารางได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มอาชีพได้แก่ นักเรียนนักศึกษา เจ้าของกิจการ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 50 ตัวอย่าง เท่ากันทุกกลุ่ม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	85	42.5
ชาย	115	57.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	26	13.0
20-29 ปี	138	69.0
30-39 ปี	20	10.0
40-51 ปี	15	7.5
มากกว่า 50 ปี	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคืออายุ น้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	2.5
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	20	10.0
อนุปริญญาหรือปวส.	28	14.0
ปริญญาตรี	122	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	25	12.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือระดับการศึกษานอนปริญญาหรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 14.0 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	49	24.5
5,000-10,000 บาท	72	36.0
10,001-20,000 บาท	47	23.5
20,001-30,000 บาท	17	8.5
30,001-40,000 บาท	5	2.5
40,001-50,000 บาท	2	1.0
สูงกว่า 50,000 บาท	8	4.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีระดับรายได้ 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมามีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 และมีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5

ส่วนที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	9	4.5
1-2 ปี	20	10.0
2-5 ปี	68	34.0
5-10 ปี	78	39.0
มากกว่า 10 ปี	25	12.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ 5-10 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นระยะเวลา 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
เข้าใจน้อย-ปานกลาง	85	42.5
เข้าใจมาก	79	39.5
เข้าใจเป็นอย่างดี	36	18.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ระดับน้อย-ปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา มีความเข้าใจมากคิดเป็นร้อยละ 39.5 และมีความเข้าใจเป็นอย่างดีคิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ในที่พักอาศัย

การมีคอมพิวเตอร์ใช้ในที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	18	9.0
มี	182	91.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 91.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการใช้คอมพิวเตอร์ทำกิจกรรมต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กิจกรรม	ไม่ใช้		ใช้น้อย		ใช้บ่อย		ใช้บ่อยมาก		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานส่วนตัว	9	4.5	16	8.0	30	15.0	67	33.5	78	39.0	200	100.0
ใช้คอมพิวเตอร์ทำงานของบริษัทหรือธุรกิจ	74	37.0	8	4.0	20	10.0	50	25.0	48	24.0	200	100.0
ใช้คอมพิวเตอร์ท่องเน็ตเพื่อการศึกษา	27	13.5	20	10.0	45	22.5	66	33.0	42	21.0	200	100.0
ใช้คอมพิวเตอร์ท่องเน็ตเพื่อบันเทิง	30	15.0	25	12.5	38	19.0	61	30.5	46	23.0	200	100.0
ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเล่นเกมส์และบันเทิง	12	6.0	33	16.5	35	17.5	53	26.5	67	33.5	200	100.0

จากการพบว่า ในกิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานส่วนตัวในระดัปลดน้อย คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาใช้บ่อย คิดเป็นร้อยละ 33.5 และใช้น้อย คิดเป็นร้อยละ 15.0

ในกิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานของบริษัทหรืองานของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำงานของบริษัทหรืองานของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาใช้บ่อย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และใช้บ่อยมาก คิดเป็นร้อยละ 24.0

ในกิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ท่องอินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อศึกษาค้นคว้าคิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาใช้น้อย คิดเป็นร้อยละ 22.5 และใช้บ่อยมากคิดเป็นร้อยละ 21

ในกิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ท่องอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้คอมพิวเตอร์เพื่อศึกษาค้นคว้าคิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาใช้บ่อยมากคิดเป็นร้อยละ 23 และใช้น้อย คิดเป็นร้อยละ 19

และในกิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเล่นเกมส์และเพื่อความบันเทิง ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้บ่อยมาก คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาใช้บ่อยคิดเป็นร้อยละ 26.5 และใช้คอมพิวเตอร์เพื่อศึกษาค้นคว้าน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็น ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		เฉยๆ		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
แผ่น CD มีคุณภาพสูง	2	1.0	16	8.0	53	26.5	93	46.5	36	18.0	200	100.0	3.73	เห็นด้วย
การใช้งานมีประสิทธิภาพดี	1	0.5	11	5.5	56	28.0	97	48.5	35	17.5	200	100.0	3.77	เห็นด้วย
ติดตั้งง่าย	3	1.5	7	3.5	69	34.5	90	45.0	31	15.5	200	100.0	3.70	เห็นด้วย
มีข้อผิดพลาด	1	0.5	9	4.5	75	37.5	89	44.5	26	13.0	200	100.0	3.65	เห็นด้วย
มีคู่มือ	-	-	4	2.0	31	15.5	116	58.0	49	24.5	200	100.0	4.05	เห็นด้วย
กล่องแข็งแรงและสวยงาม	-	-	3	1.5	63	31.5	84	42.0	50	25.0	200	100.0	3.91	เห็นด้วย
มีการรับประกัน	3	1.5	4	2.0	38	19.0	99	49.5	56	28.0	200	100.0	4.01	เห็นด้วย
มีบริการหลังการขาย	3	1.5	15	7.5	60	30.0	81	40.5	41	20.5	200	100.0	3.71	เห็นด้วย

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4.49-3.50 หมายถึง เห็นด้วย; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการวางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วยกับประโยคที่ว่าแผ่น CD มีคุณภาพสูง การใช้งานซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีประสิทธิภาพดี ติดตั้งได้ง่าย ครายี่ห้อมีชื่อเสียง มีคู่มือการใช้งาน บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและสวยงาม มีการรับประกัน และมีบริการหลังการขาย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา

ความคิดเห็น ที่มีต่อด้านราคา	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		เฉยๆ		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ราคาสูง	12	6.0	16	8.0	14	7	66	33.0	92	46.0	200	100.0	4.05	เห็นด้วย
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	10	5.0	41	20.5	75	37.5	63	31.5	11	5.5	200	100.0	3.12	เฉยๆ
ต่อราคาไม่ได้	5	2.5	25	12.5	33	16.5	89	44.5	48	24.0	200	100.0	3.75	เห็นด้วย

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4.49-3.50 หมายถึง เห็นด้วย; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการรายงานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วยกับประโยชน์ที่ราคาสูง ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีราคาสูง และซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไม่สามารถต่อราคาได้ และมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ กับประโยชน์ที่กล่าวว่าคุณภาพของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีความเหมาะสมกับราคา

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านของการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็น ที่มีต่อด้านของการจัด จำหน่าย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		เฉยๆ		เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
													จำนวน	ร้อยละ
หาช่องทาง	12	6.0	32	16.0	66	33.0	73	36.5	17	8.5	200	100.0	3.26	เลขๆ
ร้านค้าแนะนำ	6	3.0	17	8.5	80	40.0	79	39.5	18	9.0	200	100.0	3.43	เลขๆ
จัดแสดงสินค้าเป็นระเบียบ	5	2.5	15	7.5	90	45.0	74	37.0	16	8.0	200	100.0	3.41	เลขๆ

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4.49-3.50 หมายถึง เห็นด้วย; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ กับประโยคที่ว่า ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่หาซื้อได้ง่าย ร้านค้าซอฟต์แวร์มีความน่าเชื่อถือ และมีการจัดแสดงสินค้าเป็นระเบียบ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้าน การส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็น ที่มีต่อการส่งเสริมการ ตลาด	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		เฉยๆ		เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
													จำนวน	ร้อยละ
ลดราคาบ่อย	8	4.0	38	19.0	92	46.0	48	24.0	14	7.0	200	100.0	3.11	เลขๆ
แจกของแถมน่าสนใจ	7	3.5	28	14.0	101	50.5	53	26.5	11	5.5	200	100.0	3.17	เลขๆ
พนักงานมีความรู้คอยแนะนำ	9	4.5	27	13.5	68	34.0	63	31.5	33	16.5	200	100.0	3.42	เลขๆ
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	6	3.0	16	8.0	60	30.0	98	49.0	20	10.0	200	100.0	3.55	เห็นด้วย
มีการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ	4	2.0	19	9.5	68	34.0	89	44.5	20	10.0	200	100.0	3.51	เห็นด้วย

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4.49-3.50 หมายถึง เห็นด้วย; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ กับประโยชน์ที่คิดว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีการลดราคาบ่อย มีการแจกของแถมน่าสนใจ และมีพนักงานที่มีความรู้คอยแนะนำ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยในประโยชน์ที่ว่าการโฆษณาตามสื่อต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์	ไม่พอใจมากที่สุด		ไม่พอใจ		เฉยๆ		พอใจ		พอใจมากที่สุด		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
คุณภาพของแผ่น CD	1	0.5	5	2.5	66	33.0	108	54.0	20	10.0	200	100.0	3.71	พอใจ
การใช้งานตัวซอฟต์แวร์	2	1.0	10	5.0	60	30.0	107	53.5	21	10.5	200	100.0	3.68	พอใจ
การติดตั้ง	1	0.5	4	2.0	66	33.0	101	50.5	28	14.0	200	100.0	3.76	พอใจ
ตราหือ	-	-	1	0.5	61	30.5	113	56.5	25	12.5	200	100.0	3.81	พอใจ
คู่มือติดตั้งและคู่มือใช้งาน	-	-	3	1.5	42	21.0	112	56.0	43	21.5	200	100.0	3.98	พอใจ
บรรจุภัณฑ์และฉลาก	-	-	-	-	64	32.0	94	47.0	42	21.0	200	100.0	3.89	พอใจ
การรับประกัน	1	0.5	6	3.0	54	27.0	86	43.0	53	26.5	200	100.0	3.92	พอใจ
การบริการหลังการขาย	3	1.5	5	2.5	81	40.5	63	31.5	48	24.0	200	100.0	3.74	พอใจ

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง พอใจมากที่สุด; 4.49-3.50 หมายถึง พอใจ; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่พอใจ; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่พอใจมากที่สุด

จากการรายงานของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ แผ่น CD ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ การใช้งานตัวซอฟต์แวร์ การติดตั้ง ตราหือ คู่มือการติดตั้งและคู่มือการใช้งาน บรรจุภัณฑ์และฉลาก การรับประกัน และการบริการหลังการขาย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา

ความพึงพอใจ ที่มีต่อด้านราคา	ไม่พอใจมากที่สุด		ไม่พอใจ		เฉยๆ		พอใจ		พอใจมากที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคา	16	8.0	41	20.5	71	35.5	67	33.5	5	2.5	200	100.0	เฉยๆ
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	7	3.5	28	14.0	71	35.5	83	41.5	11	5.5	200	100.0	เฉยๆ
ความสามารถในการต่อราคา	9	4.5	47	23.5	92	46.0	45	22.5	7	3.5	200	100.0	เฉยๆ

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง พื่อใจมากที่สุด; 4.49-3.50 หมายถึง พื่อใจ; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่พอใจ; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่พอใจมากที่สุด

จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ต่อด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ทั้งในด้านราคา ความเหมาะสมของคุณภาพกับราคา และความสามารถในการต่อราคา

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจ ที่มีต่อด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ไม่พอใจมากที่สุด		ไม่พอใจ		พอใจ		พอใจมากที่สุด		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
													จำนวน	ร้อยละ
การหาช่องทาง	3	1.5	17	8.5	84	42.0	87	43.5	9	4.5	200	100.0	3.41	เฉยๆ
ความน่าเชื่อถือของร้านค้า	2	1.0	12	6.0	82	41.0	87	43.5	17	8.5	200	100.0	3.53	พอใจ
การจัดแสดงสินค้า	2	1.0	11	5.5	97	48.5	80	40.0	10	5.0	200	100.0	3.43	เฉยๆ

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง พพอใจมากที่สุด; 4.49-3.50 หมายถึง พพอใจ; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่พอใจ; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่พอใจมากที่สุด

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในด้านการหาช่องทาง และการจัดแสดงสินค้า แต่มีความพอใจในด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้าน การส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการส่งเสริมการ ตลาด	ไม่พอใจมากที่สุด		ไม่พอใจ		เฉยๆ		พอใจ		พอใจมากที่สุด		รวม		ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดราคา	2	1.0	17	8.5	71	35.5	79	39.5	31	15.5	200	100.0	3.60	พอใจ
การแจกของแถม	2	1.0	13	6.5	73	36.5	86	43.0	26	13.0	200	100.0	3.61	พอใจ
พนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	3	1.5	16	8.0	72	36.0	78	39.0	31	15.5	200	100.0	3.59	พอใจ
การโฆษณา	1	0.5	8	4.0	91	45.5	85	42.5	15	7.5	200	100.0	3.53	พอใจ
การประชาสัมพันธ์	6	3.0	8	4.0	81	40.5	93	46.5	12	6.0	200	100.0	3.49	เฉยๆ

หมายเหตุ: การแปลผล 5.00-4.50 หมายถึง พอใจมากที่สุด; 4.49-3.50 หมายถึง พอใจ; 3.49-2.50 หมายถึง เฉยๆ; 2.49-1.50 หมายถึง ไม่พอใจ; 1.49-1.00 หมายถึง ไม่พอใจมากที่สุด

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกพึงพอใจในระดับพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้าน การแจกของแถม ด้านพนักงานขาย ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ การโฆษณา แต่มีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ในด้านการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อซอฟต์แวร์

เคย/ไม่เคยซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	51	25.5
เคย	149	74.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อซอฟต์แวร์ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 74.5 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ 25.5 ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

เคย/ไม่เคยซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	73	36.5
เคย	127	63.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 63.5 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์คิดเป็นร้อยละ 36.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ประเภทต่างๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
 เคยซื้อ

ประเภทของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
โปรแกรมสำหรับใช้ในสำนักงาน	55	17.7
ระบบปฏิบัติการ	67	21.6
โปรแกรมช่วยคำนวณทางสถิติ	11	3.5
โปรแกรมตกแต่งภาพและกราฟิกส์	33	10.6
โปรแกรมช่วยในการออกแบบ	14	4.5
โปรแกรมทางด้าน Multimedia	21	6.8
โปรแกรมทางบัญชี	23	7.4
เกมส์	86	27.7
รวม	310	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ประเภทเกมส์ มากที่สุด
 คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาซื้อระบบปฏิบัติการ และโปรแกรมสำหรับใช้ในสำนักงาน
 คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ 17.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ผู้ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

แหล่งที่เคยซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผ่านอินเทอร์เน็ต	13	5.2
ห้างสรรพสินค้า	35	14.1
ร้านในศูนย์การค้า	39	15.7
ร้านที่ขายคอมพิวเตอร์ให้	46	18.5
ร้านในศูนย์คอมพิวเตอร์	78	31.3
ร้านค้าซอฟต์แวร์โดยเฉพาะ (Dealer)	38	15.3
รวม	249	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จากร้านค้าในศูนย์คอมพิวเตอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาซื้อจากร้านค้าที่ขายคอมพิวเตอร์ให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 18.5 และซื้อจากร้านค้าที่อยู่ในศูนย์การค้าเช่น ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ศูนย์การค้า เซนทรัลแอร์พอร์ต คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ใช้ในการเลือกซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

เหตุผลที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้แล้วไม่เกิดปัญหาเมื่อเทียบกับซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์	75	20.8
มีคู่มือในการใช้งาน	71	19.7
เป็นซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย	74	20.6
ผู้ผลิตซอฟต์แวร์มีความน่าเชื่อถือ	39	10.8
ราคาไม่ต่างกับซอฟต์แวร์ละเมิดมากนัก	30	8.3
มีการโฆษณาที่ดึงดูดใจ	13	3.6
มีการส่งเสริมการตลาดน่าสนใจ	19	5.3
มีบริการหลังการขาย	28	7.8
อื่นๆ	11	3.1
รวม	360	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการเลือกซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ว่า ใช้แล้วไม่เกิดปัญหาเมื่อเทียบกับซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมาคือการเป็นซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย และการมีคู่มือในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และ 19.7 ตามลำดับ

ส่วนเหตุผลอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เพื่อป้องกันตำรวจจับ, หาซื้อซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ได้ และผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในสถาบันการศึกษาจึงไม่ควรเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีให้กับเยาวชน

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม

การตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ซื้อแน่นอน	10	5.0
อาจจะไม่ซื้อ	14	7.0
ไม่แน่ใจ	52	26.0
อาจจะซื้อ	72	36.0
ซื้อแน่นอน	52	26.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อาจจะซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต . โดยคิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาจะซื้อแน่นอนและไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 26 เท่ากัน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำบุคคลอื่น ให้ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต

การแนะนำให้ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แนะนำแน่นอน	6	3.0
อาจจะไม่แนะนำ	12	6.0
ไม่แน่ใจ	62	31.0
อาจจะแนะนำ	76	38.0
แนะนำแน่นอน	44	22.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมารู้สึกไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 31 และจะแนะนำแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 22

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ส่วนที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
แผ่น CD มีคุณภาพสูง	3.76	3.63	3.83	0.781	0.459
การใช้งานมีประสิทธิภาพดี	3.80	3.80	3.64	0.561	0.572
ติดตั้งง่าย	3.68	3.72	3.67	0.071	0.932
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	3.66	3.61	3.72	0.274	0.761
มีคู่มือ	3.89	4.15	4.19	3.900	0.022
กล่องแข็งแรงและสวยงาม	3.81	3.94	4.06	1.324	0.268
มีการรับประกัน	4.06	4.00	3.89	0.53	0.589
มีบริการหลังการขาย	3.76	3.71	3.58	0.481	0.619

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการมีคู่มือ ($F = 3.900, p < 0.022$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และใช้ LSD ทดสอบพบว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจน้อย-ปานกลางมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.017$ และ $p < 0.028$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความคิดเห็นในด้านราคา	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
ราคาสูง	3.92	4.13	4.19	0.969	0.381
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.19	3.13	2.94	0.809	0.447
ต่อราคาไม่ได้	3.46	3.85	4.22	7.977	0.000 *

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการต่อราคาไม่ได้ ($F = 7.977, p < 0.000$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติมโดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ พบว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจน้อย-ปานกลางมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.014$ และ $p < 0.000$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
หาซื้อง่าย	3.25	3.49	2.75	6.938	0.001 *
ร้านค้าน่าเชื่อถือ	3.36	3.54	3.33	1.112	0.331
จัดแสดงสินค้าเป็นระเบียบ	3.46	3.43	3.22	1.065	0.347

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการหาซื้อง่าย ($F = 6.938, p < 0.001$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD พบว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมาก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.013$ และ $p < 0.000$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
ลดราคาบ่อย	3.12	3.14	3.03	0.182	0.834
แจกของแถมน่าสนใจ	3.18	3.20	3.06	0.371	0.691
พนักงานมีความรู้คอยแนะนำ	3.58	3.44	3.00	3.896	0.022 *
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	3.65	3.57	3.28	2.238	0.109
มีการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ	3.53	3.57	3.33	0.940	0.392

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านมีพนักงานที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำ ($F = 3.896, P < 0.022$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ พบว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมาก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.006$ และ $p < 0.036$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
คุณภาพของแผ่น CD	3.71	3.62	3.89	1.835	0.162
ประสิทธิภาพการใช้งาน	3.62	3.70	3.75	0.389	0.679
ความสามารถในการติดตั้ง	3.75	3.82	3.61	1.031	0.358
ตราชี้หือ	3.84	3.76	3.86	0.418	0.659
คู่มือการติดตั้งและคู่มือการใช้งาน	3.88	4.03	4.08	1.394	0.250
บรรจุภัณฑ์	3.78	4.04	3.83	2.878	0.059
การรับประกันสินค้า	3.94	3.95	3.81	0.412	0.663
การบริการหลังการขาย	3.75	3.77	3.64	0.282	0.755

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจด้านราคา	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
ราคา	3.09	2.90	3.11	0.999	0.370
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.45	3.28	3.08	2.172	0.117
ความสามารถในการต่อรองราคา	3.15	2.84	2.83	3.230	0.042 •

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้านความสามารถในการต่อรองราคา ($F = 3.230, p < 0.042$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ พบว่า กลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.021$ และ $p < 0.048$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
การหาซื้อง่าย	3.52	3.39	3.19	2.283	0.105
ความน่าเชื่อถือของร้านค้า	3.51	3.54	3.53	0.050	0.951
การจัดแสดงสินค้า	3.47	3.33	3.53	1.244	0.290

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์			F	p-value
	เข้าใจน้อย-ปานกลาง	เข้าใจมาก	เข้าใจเป็นอย่างดี		
การลดราคา	3.68	3.71	3.17	5.516	0.005 •
การแจกของแถม	3.71	3.65	3.28	3.593	0.029 •
พนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	3.68	3.62	3.31	2.333	0.100
การโฆษณา	3.52	3.54	3.50	0.055	0.947
การประชาสัมพันธ์	3.64	3.48	3.14	5.129	0.007 •

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้านพนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และด้านการโฆษณา แต่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านการลดราคา การแจกของแถม และด้านการประชาสัมพันธ์ จึงทำการทดสอบเพิ่มโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ด้านการลดราคา ($F = 5.516, p < 0.005$) พบว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมาก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.003$ และ $p < 0.002$ ตามลำดับ)

- ด้านการแจกของแถม พบว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมาก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.009$ และ $p < 0.027$ ตามลำดับ)

- ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจน้อย-ปานกลาง และกลุ่มที่มีความเข้าใจมาก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.002$ และ $p < 0.030$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ด้านความตั้งใจซื้อ		ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์					
		เข้าใจน้อย-ปานกลาง		เข้าใจมาก		เข้าใจเป็นอย่างดี	
		ซื้อ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ
ความตั้งใจซื้อ	จำนวน	52	33	49	30	23	13
	ร้อยละ	61.2	38.8	62.0	38.0	63.9	36.1

ค่า $X^2 = 0.079$, $DF = 2$, $Significance = 0.961$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจซื้อไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ซื้อแน่นอน อาจจะซื้อ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่ซื้อ และไม่ซื้อแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้ว พบว่ามี 4 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 26.7% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดสอบจึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจซื้อให้เหลือ 3 ระดับ คือ ซื้อ ซึ่งได้จากการรวมระดับซื้อแน่นอนและอาจจะซื้อ ระดับไม่แน่ใจยังคงเป็นค่าเดิม และระดับไม่ซื้อ ได้จากการรวมระดับอาจจะไม่ซื้อและไม่ซื้อแน่นอนเข้าด้วยกัน และได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ แต่ยังคงพบว่ามี 1 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 คิดเป็น 11.1% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด จึงได้ทำการรวมระดับไม่แน่ใจและระดับไม่ซื้อเข้าด้วยกัน และทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจซื้อที่สองระดับ คือซื้อ และไม่ซื้อ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความตั้งใจแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต
จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ด้านความตั้งใจแนะนำ		ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์					
		เข้าใจน้อย-ปานกลาง		เข้าใจมาก		เข้าใจเป็นอย่างดี	
		แนะนำ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แนะนำ
ความตั้งใจแนะนำ	จำนวน	52	33	46	33	22	14
	ร้อยละ	61.2	38.8	58.2	41.8	61.1	38.9

ค่า $X^2 = 0.171$, $DF = 2$, $Significance = 0.918$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจแนะนำไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ แนะนำแน่นอน อาจจะแนะนำ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่แนะนำ และไม่แนะนำแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้วพบว่า มี 5 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 33.3% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดสอบจึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจแนะนำที่เหลือ 3 ระดับ คือ แนะนำ ซึ่งได้จากการรวมระดับแนะนำแน่นอนและอาจจะแนะนำ ระดับไม่แน่ใจยังคงเป็นค่าเดิม และระดับไม่แนะนำ ได้จากการรวมระดับอาจจะไม่แนะนำและไม่แนะนำแน่นอนเข้าด้วยกัน และได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ แต่ยังคงพบว่ามี 1 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 คิดเป็น 11.1% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด จึงได้ทำการรวมระดับไม่แน่ใจและระดับไม่แนะนำเข้าด้วยกัน และทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจซื้อที่สองระดับ คือแนะนำ และไม่แนะนำ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับต่างๆ โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-value	p-value
แผ่น CD มีคุณภาพสูง	3.67	3.76	-0.650	0.516
การใช้งานมีประสิทธิภาพดี	3.75	3.78	-0.217	0.829
ติดตั้งง่าย	3.62	3.74	-1.018	0.310
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	3.67	3.64	0.291	0.772
มีคู่มือ	3.79	4.20	-4.109	0.000 *
กล่องแข็งแรงและสวยงาม	3.68	4.03	-3.061	0.003 *
มีการรับประกัน	4.00	4.01	-0.064	0.949
มีบริการหลังการขาย	3.66	3.74	-0.606	0.545

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความคิดเห็นด้านการมีคู่มือการใช้งาน และด้านการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและสวยงาม จึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ด้านการมีคู่มือการใช้งานหรือคู่มือการติดตั้ง พบว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญ ($t = -4.109, p < 0.000$)
- ด้านการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและสวยงาม พบว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญ ($t = -3.061, p < 0.003$)

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความคิดเห็นในด้านราคา	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-value	p-value
ราคาสูง	4.00	4.08	-0.453	0.651
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.19	3.08	0.797	0.426
ต่อราคาไม่ได้	3.67	3.80	-0.815	0.416

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นในด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 37 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-value	p-value
หาซื้อง่าย	3.25	3.26	-0.088	0.930
ร้านค้าน่าเชื่อถือ	3.44	3.43	0.101	0.920
จัดแสดงสินค้าเป็นระเบียบ	3.40	3.41	-0.099	0.920

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาดของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์
จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-Value	p-Value
ลดราคาบ่อย	3.15	3.09	0.469	0.640
แจกของแถมน่าสนใจ	3.21	3.14	0.503	0.615
พนักงานมีความรู้คอยแนะนำ	3.40	3.43	-0.23	0.818
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	3.56	3.54	0.14	0.889
มีการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ	3.55	3.49	0.465	0.643

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2
Samples T-Test พบว่าโดยรวมแล้วทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-Value	p-Value
คุณภาพของแผ่น	3.68	3.72	-0.307	0.760
ความสามารถในการใช้งาน	3.67	3.68	-0.052	0.958
ความยากง่ายในการติดตั้ง	3.60	3.84	-2.249	0.026 •
ตราหือ	3.71	3.87	-1.630	0.105
คู่มือ	3.90	4.02	-1.090	0.277
บรรจุภัณฑ์	3.75	3.97	-2.046	0.042 •
การรับประกัน	3.86	3.95	-0.731	0.466
บริการหลังการขาย	3.64	3.80	-1.142	0.255

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในความคิดเห็นด้านความยากง่ายในการติดตั้ง และด้านบรรจุภัณฑ์ จึงทดสอบเพิ่มเติมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

- ด้านความยากง่ายในการติดตั้ง พบว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญ ($t = -2.249, p < 0.026$)

- ด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญ ($t = -2.046, p < 0.042$)

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความพึงพอใจด้านราคา	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-Value	p-Value
ราคา	2.95	3.06	-0.816	0.416
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.22	3.37	-1.135	0.258
ความสามารถในการต่อรองราคา	2.97	2.97	0.031	0.975

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 41 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-Value	p-Value
ความสะดวกซื้อ	3.41	3.41	0.013	0.989
ความน่าเชื่อถือของร้าน	3.45	3.57	-1.008	0.315
การจัดแสดงสินค้าของร้าน	3.41	3.43	-0.209	0.835

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบคือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์
จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ความพึงพอใจด้านการ ส่งเสริมการตลาด	กลุ่มที่ไม่เคยซื้อ ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	กลุ่มที่เคยซื้อ ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	t-Value	p-Value
การลดราคา	3.56	3.62	-0.464	0.643
การแจกของแถม	3.67	3.57	0.853	0.395
พนักงานขาย	3.62	3.57	0.315	0.753
การโฆษณา	3.41	3.59	-1.717	0.087
การประชาสัมพันธ์	3.49	3.48	0.110	0.913

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบ
สอบถามที่เคยซื้อและผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยใช้ค่าสถิติที่ทดสอบ
คือ 2 Samples t-test พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต จำแนกตามการเคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านความตั้งใจซื้อ		ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์					
		ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์			เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์		
		ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ
ความตั้งใจซื้อ	จำนวน	37	22	14	87	30	10
	ร้อยละ	50.7	30.1	19.2	68.5	23.6	7.9

ค่า $X^2 = 8.067$, $DF = 2$, $Significance = 0.018$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจซื้อไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ซื้อแน่นอน อาจจะซื้อ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่ซื้อ และไม่ซื้อแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้ว พบว่ามี 1 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 10% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดสอบจึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจซื้อที่เหลือ 3 ระดับ คือ ซื้อ ซึ่งได้จากการรวมระดับซื้อแน่นอนและอาจจะซื้อ ระดับไม่แน่ใจยังคงเป็นค่าเดิม และระดับไม่ซื้อ ได้จากการรวมระดับอาจจะไม่ซื้อและไม่ซื้อแน่นอนเข้าด้วยกัน และได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจซื้อที่สามระดับ คือซื้อ ไม่แน่ใจ และไม่ซื้อ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่เคยและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จะมีความตั้งใจซื้อสูงกว่า และมีความไม่แน่ใจ และไม่ซื้อต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 44 แสดงการเปรียบเทียบความตั้งใจแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต
จำแนกตามการเคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านความตั้งใจแนะนำ		ความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์					
		ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์			เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์		
		แนะนำ	ไม่แน่ใจ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แน่ใจ	ไม่แนะนำ
ความตั้งใจแนะนำ	จำนวน	37	29	7	83	33	11
	ร้อยละ	50.7	39.7	9.6	65.4	26.0	8.7

ค่า $X^2 = 4.531$, $DF = 2$, $Significance = 0.104$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจแนะนำไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ แนะนำแน่นอน อาจจะแนะนำ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่แนะนำ และไม่แนะนำแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้วพบว่า มี 5 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 30% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดสอบจึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจแนะนำที่เหลือ 3 ระดับ คือ แนะนำ ซึ่งได้จากการรวมระดับแนะนำแน่นอนและอาจจะแนะนำ ระดับไม่แน่ใจซึ่งยังคงค่าเดิมไว้ และระดับไม่แนะนำซึ่งได้จากการรวมระดับอาจจะไม่แนะนำและไม่แนะนำแน่นอนเข้าด้วยกัน และทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจแนะนำที่สามระดับ คือ แนะนำ ไม่แน่ใจ และไม่แนะนำ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่เคยและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบตามกลุ่มอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 45 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน นักศึกษา	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	F	p-value
แผ่น CD มีคุณภาพสูง	4.00	3.38	3.88	3.64	5.104	0.002 *
การใช้งานมีประสิทธิภาพดี	3.96	3.42	3.90	3.80	4.625	0.004 *
ติดตั้งง่าย	3.94	3.36	3.76	3.72	4.536	0.004 *
ยี่ห้อไม่มีชื่อเสียง	3.66	3.52	3.84	3.58	1.598	0.191
มีคู่มือ	4.02	4.04	4.14	4.00	0.399	0.754
กล่องแข็งแรงและสวยงาม	4.08	3.86	3.88	3.80	1.196	0.312
มีการรับประกัน	3.86	3.98	4.24	3.94	1.993	0.116
มีบริการหลังการขาย	3.52	3.48	3.98	3.86	3.719	0.012 *

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความคิดเห็นด้านแผ่น CD มีคุณภาพสูง, ด้านการใช้งานมีประสิทธิภาพดี, ด้านการติดตั้งง่าย และด้านการมีบริการหลังการขาย จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความคิดเห็นด้านแผ่น CD มีคุณภาพสูง ($F = 5.104, p < 0.002$)
 - กลุ่มนักเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.000$ และ $p < 0.037$ ตามลำดับ)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มลูกจ้างเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.004$)
2. ในความคิดเห็นด้านการใช้งานมีประสิทธิภาพดี ($F = 4.625, p < 0.004$)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษา, กลุ่มลูกจ้างเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001, p < 0.003$ และ $p < 0.018$ ตามลำดับ)

3. ในความคิดเห็นด้านการติดตั้งง่าย ($F = 4.536, p < 0.004$)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษา, กลุ่มลูกจ้างเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.000, p < 0.014$ และ $p < 0.027$ ตามลำดับ)
4. ในความคิดเห็นด้านการมีบริการหลังการขาย ($F = 3.719, p < 0.012$)
 - กลุ่มนักเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มลูกจ้างเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.012$)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มลูกจ้างเอกชนและกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.007$ และ $p < 0.038$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 46 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นในด้านราคา	นักเรียน นักศึกษา	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	F	p-value
ราคาสูง	4.10	4.40	3.74	3.96	2.814	0.040 *
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.30	2.76	3.14	3.28	3.495	0.017 *
ต่อราคาไม่ได้	3.68	3.98	3.62	3.72	1.178	0.319

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความคิดเห็นด้านราคาสูง และด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา จึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และใช้ LSD ทดสอบ มีรายละเอียดดังนี้

1. ในความคิดเห็นด้านราคาสูง ($F = 2.814, p < 0.040$)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มลูกจ้างเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.005$)
2. ในความคิดเห็นด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา ($F = 3.495, p < 0.017$)
 - กลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษา, กลุ่มลูกจ้างเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.005, p < 0.046$ และ $p < 0.007$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 47 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	นักเรียนนักศึกษา	เจ้าของกิจการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	F	p-value
หาซื้อง่าย	3.38	3.00	3.16	3.48	2.280	0.081
ร้านค้าน่าเชื่อถือ	3.40	3.28	3.42	3.62	1.281	0.282
จัดแสดงสินค้าเป็นระเบียบ	3.34	3.26	3.52	3.50	1.126	0.340

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 48 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียนนักศึกษา	เจ้าของกิจการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	F	p-value
ลดราคาบ่อย	3.08	3.14	3.24	2.98	0.685	0.562
แจกของแถมน่าสนใจ	3.04	3.10	3.42	3.10	2.034	0.110
พนักงานมีความรู้คอยแนะนำ	3.34	3.30	3.52	3.52	0.604	0.613
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	3.56	3.32	3.78	3.54	2.275	0.081
มีการประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ	3.40	3.44	3.72	3.48	1.360	0.256

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาดของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 49 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน นักศึกษา	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	F	p-value
คุณภาพของแผ่น	3.92	3.56	3.66	3.68	2.427	0.067
ความสามารถในการใช้งาน	3.86	3.46	3.54	3.84	3.686	0.013 *
ความยากง่ายในการติดตั้ง	3.88	3.64	3.68	3.82	1.203	0.310
ตราชี้ข้อ	3.84	3.66	3.96	3.78	1.901	0.131
คู่มือ	4.06	3.92	3.96	3.96	0.363	0.780
บรรจุภัณฑ์	3.92	3.78	3.96	3.90	0.573	0.634
การรับประกัน	3.84	3.76	4.16	3.92	2.180	0.092
บริการหลังการขาย	3.60	3.58	3.90	3.88	1.870	0.136

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในปัจจัยด้านความสามารถในการใช้งาน ($F = 3.686$, $p < 0.013$) จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และใช้ LSD ทดสอบ มีรายละเอียดดังนี้

- กลุ่มนักเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.009$ และ $p < 0.035$ ตามลำดับ)
- กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.013$ และ $p < 0.048$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจในด้านราคา	นักเรียน นักศึกษา	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	F	p-value
ราคา	2.94	2.98	3.14	3.02	0.384	0.765
ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพ	3.30	3.14	3.34	3.48	1.197	0.312
ความสามารถในการต่อรองราคา	3.02	3.04	2.90	2.92	0.312	0.817

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจใน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	นักเรียน นักศึกษา	เจ้าของ กิจการ	ลูกจ้าง บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	F	p-value
ความสะดวกซื้อ	3.50	3.32	3.38	3.44	0.501	0.682
ความน่าเชื่อถือของร้าน	3.54	3.40	3.52	3.64	0.803	0.494
การจัดแสดงสินค้าของร้าน	3.54	3.36	3.44	3.36	0.703	.0551

หมายเหตุ: • หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 52 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียนนักศึกษา	เจ้าของกิจการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	F	p-value
การลดราคา	3.64	3.44	3.64	3.68	0.746	0.526
การแจกของแถม	3.66	3.50	3.80	3.46	1.780	0.152
พนักงานขาย	3.58	3.50	3.74	3.54	0.683	0.563
การโฆษณา	3.48	3.42	3.64	3.56	0.894	0.445
การประชาสัมพันธ์	3.56	3.22	3.72	3.44	3.645	0.014*

หมายเหตุ: * หมายถึงมีความพึงพอใจแตกต่างกันโดยทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยค่าสถิติ ANOVA พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ ($F = 3.645$, $p < 0.014$)

จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและใช้ LSD ทดสอบ พบว่ากลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มลูกจ้างเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.031$ และ $p < 0.002$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 53 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์

ด้านความตั้งใจซื้อ	นักเรียนนักศึกษา			เจ้าของกิจการ			ลูกจ้างบริษัทเอกชน			ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		
	ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่แน่ใจ	ไม่ซื้อ
จำนวน	28	17	5	27	17	6	33	10	7	36	8	6
ร้อยละ	56.0	34.0	10.0	54.0	34.0	12.0	66.0	20.0	14.0	72.0	16.0	12.0

ค่า $X^2 = 7.152$, $DF = 6$, $Significance = 0.307$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจซื้อไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ซื้อแน่นอน อาจซื้อ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่ซื้อ และไม่ซื้อแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้ว พบว่ามี 8 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 40% ของค่าที่ขึ้นไป ได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดสอบจึงได้รวมค่าที่เป็นไป"ได้"ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจซื้อให้เหลือ 3 ระดับ คือ ซื้อ ซึ่งได้จากการรวมระดับซื้อแน่นอนและอาจซื้อ ระดับไม่แน่ใจคงเป็นค่าเดิม และระดับไม่ซื้อ ได้จากการรวมระดับอาจจะไม่ซื้อและไม่ซื้อแน่นอนเข้าด้วยกัน และได้ทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจซื้อที่สามระดับ คือซื้อ ไม่แน่ใจ และไม่ซื้อ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มอาชีพต่างกัน โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ มีการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 54 แสดงการเปรียบเทียบความตั้งใจแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต จำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านความตั้งใจแนะนำ	นักเรียนนักศึกษา		เจ้าของกิจการ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	
	แนะนำ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แนะนำ	แนะนำ	ไม่แนะนำ
จำนวน	29	21	23	27	34	16	34	16
ร้อยละ	58.0	42.0	46.0	54.0	68.0	32.0	68.0	32.0

ค่า $X^2 = 6.833$, $DF = 3$, $Significance = 0.077$, $\alpha = 0.05$

หมายเหตุ: จากแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับของความตั้งใจแนะนำไว้ 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่ แนะนำแน่นอน อาจจะไม่แนะนำ และไม่นำแน่นอน เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย X^2 แล้ว พบว่ามี 8 เซลล์ ที่มีจำนวนค่าความถี่น้อยกว่า 5 และคิดเป็น 40% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง ผู้ทดลองจึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลง โดยรวมระดับของความตั้งใจแนะนำให้เหลือ 3 ระดับ คือ แนะนำ ซึ่งได้จากการรวมระดับแนะนำแน่นอนและแนะนำ ระดับไม่แน่ใจ และระดับไม่แนะนำซึ่งได้จากการรวมระดับอาจจะไม่แนะนำและไม่แน่นอนเข้าด้วยกัน และทำการวิเคราะห์ใหม่ แต่ยังคงพบว่ามี 4 เซลล์ หรือคิดเป็น 33.3% ของค่าที่เป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนสูง จึงได้รวมค่าที่เป็นไปได้ให้น้อยลงอีก โดยรวมระดับไม่แน่ใจกับระดับไม่แนะนำและทำการวิเคราะห์ใหม่ พบว่าไม่มีเซลล์ใดที่มีค่าต่ำกว่า 5 จึงทดสอบความตั้งใจแนะนำที่สองระดับ คือแนะนำ และไม่แนะนำ

จากการทดสอบเปรียบเทียบการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มอาชีพต่างกัน โดยค่าสถิติ Chi-Square พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ