

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรม	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
การรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>14</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้	24
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค	85
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และแหล่งที่มาของตราฮือ	92
ส่วนที่ 5 ปัญหาในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราฮือ	167
<b>บทที่ 5 สรุป ผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	<b>172</b>
สรุปผลการศึกษา	172
อภิปรายผลการศึกษา	181
ข้อค้นพบ	184
ข้อเสนอแนะ	184
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>186</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>187</b>
แบบสอบถาม	188
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	<b>197</b>

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของคอมพิวเตอร์	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มาของคอมพิวเตอร์	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของตราयीหื้อของคอมพิวเตอร์	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราयीหื้อต่างๆของคอมพิวเตอร์	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคาของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ	21
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระเงิน	21
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อตราयीหื้อในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่	22
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการพิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์	22
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์	23

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของคอมพิวเตอร์ที่ใช้อยู่ และเพศ	24
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มา และเพศ	25
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของตราฮีห้อคอมพิวเตอร์ และเพศ	26
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราฮีห้อของคอมพิวเตอร์ และเพศ	27
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และเพศ	28
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคาของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ และเพศ	29
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระเงิน และเพศ	30
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อตราฮีห้อในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และเพศ	31
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการพิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และเพศ	32
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของคอมพิวเตอร์ที่ใช้อยู่ และอายุ	33
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มาของคอมพิวเตอร์ และอายุ	34
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของตราฮีห้อคอมพิวเตอร์ และอายุ	35
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราฮีห้อของคอมพิวเตอร์ และอายุ	37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และอายุ	39
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคา ของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ และอายุ	40
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระ เงิน และอายุ	41
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อ ตราหือในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และอายุ	42
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการ พิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และอายุ	44
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภท ของคอมพิวเตอร์ที่ใช้อยู่ และการศึกษา	45
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มา ของคอมพิวเตอร์ และการศึกษา	46
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มา ของตราหือคอมพิวเตอร์ และการศึกษา	47
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราหือ ของคอมพิวเตอร์ และการศึกษา	49
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และการศึกษา	51
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคา ของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ และการศึกษา	52
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระ เงิน และการศึกษา	53
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อ ตราหือในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และการศึกษา	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการพิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และการศึกษา	56
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของคอมพิวเตอร์ที่ใช้ และอาชีพ	57
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มาของคอมพิวเตอร์ และอาชีพ	59
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของตรายี่ห้อคอมพิวเตอร์ และอาชีพ	60
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตรายี่ห้อของคอมพิวเตอร์ และอาชีพ	62
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และอาชีพ	64
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคาของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ และอาชีพ	65
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระเงิน และอาชีพ	67
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อตรายี่ห้อในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และอาชีพ	68
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการพิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และอาชีพ	70
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของคอมพิวเตอร์ที่ใช้ และรายได้	71
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้มาของคอมพิวเตอร์ และรายได้	73
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของตรายี่ห้อคอมพิวเตอร์และรายได้	74

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราयीหื้อของคอมพิวเตอร์ และรายได้	76
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่พิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และรายได้	78
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะราคาของคอมพิวเตอร์ที่เลือกซื้อ และรายได้	79
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระเงิน และรายได้	81
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจต่อตราयीหื้อในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และรายได้	82
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการพิจารณาเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ และรายได้	83
62	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราयीหื้อ	85
63	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราयीหื้อ	86
64	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราयीหื้อ	87
65	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราयीหื้อ	88
66	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราयीหื้อ	89

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
67	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือ	90
68	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือ	91
69	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	92
70	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	93
71	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	94
72	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	96
73	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	97
74	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	98
75	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	99
76	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	100
77	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	102
78	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราฮือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	104



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
79	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	106
80	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	108
81	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	110
82	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	111
83	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	113
84	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	115
85	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	117
86	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	119
87	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	121
88	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	123
89	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา	124



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
102	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	153
103	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	155
104	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	156
105	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	158
106	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	159
107	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	161
108	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	163
109	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	164
110	แสดงค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีตราหือของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่มาของตราหือ	166

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
111	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับปัญหาที่พบในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งที่มาของตราฮือ	167
112	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับปัญหาที่พบในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ในประเทศ จำแนกตามแหล่งที่มาของตราฮือ	169
113	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบปัญหาที่พบในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ต่างประเทศและคอมพิวเตอร์ในประเทศ	171