

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
1. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	5
2. ส่วนประสมการตลาด	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัท	
ในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	15
ระยะเวลาในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	26
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม	46

ญ

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	155
สรุปผลการศึกษา	155
อภิปรายผลการศึกษา	201
ข้อค้นพบ	208
ข้อเสนอแนะตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	214
บรรณานุกรม	218
ภาคผนวก	220
แบบสอบถาม	221
ประวัติผู้เขียน	229

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	14
2	แสดงขนาดตัวอย่างของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามระดับรายได้	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโน้ตบุ๊กที่มี	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่ใช้	22
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้งาน โน้ตบุ๊ก ในแต่ละวัน	23
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โปรแกรมที่ใช้งาน ในโน้ตบุ๊ก	24
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความเชี่ยวชาญ และการแปลผลของ ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	25
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการ ซื้อโน้ตบุ๊ก	26
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊ก ที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	27
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความรู้ และการแปลผลของ ผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	28
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่ แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	30
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	31
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	32
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	33
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	34
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	35
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	36
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	37
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก	37
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก	38
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก	39
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	40
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มการซื้อไม้ตบูกียี่ห้อเดิมในอนาคต	41
31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มการซื้อไม้ตบูกิจากร้านเดิมในอนาคต	41
32	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกียี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	42
33	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกิจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	43
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิ	43
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิ	44
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิ	45
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิ	45
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อไม้ตบูกิและจำแนกตามเพศ	47
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อไม้ตบูกิที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามเพศ	48
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	49
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกิและจำแนกตามเพศ	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	51
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามเพศ	52
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ	54
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ	55
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามเพศ	57
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามเพศ	58
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	59
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	60
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	61
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	62
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ	63
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจในต้นไม้ปลูกหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามเพศ	64
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อไม้ปลูกยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	65
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อไม้ปลูกจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	65
57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ไม้ปลูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามเพศ	66
58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ไม้ปลูกจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามเพศ	66
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อ ไม้ปลูกและจำแนกตามเพศ	67
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อ ไม้ปลูกและจำแนกตามเพศ	68
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อ ไม้ปลูกและจำแนกตามเพศ	69
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อ ไม้ปลูกและจำแนกตามเพศ	70
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ ไม้ปลูกและจำแนกตามอายุ	71
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ ไม้ปลูกที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามอายุ	72
65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อ ไม้ปลูกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	74
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	76
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามอายุ	78
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามอายุ	80
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามอายุ	82
71	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามอายุ	83
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามอายุ	85
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	86
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	87
75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	88
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	89
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
78	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	91
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำ เมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามอายุ	92
80	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนำการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	93
81	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนำการซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	93
82	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนำของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊ก ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามอายุ	94
83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนำของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊ก จากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามอายุ	95
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	96
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	97
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	98
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ	99
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการ ซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	100
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ โน้ตบุ๊ก ที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามระดับการศึกษา	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
90	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	102
91	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	103
92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	105
93	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามระดับการศึกษา	107
94	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา	109
95	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา	111
96	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา	112
97	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา	114
98	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	115
99	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	116
100	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
101	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	118
102	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	119
103	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานไม้ตบูกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	120
104	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจไม้ตบูกหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามระดับการศึกษา	121
105	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการซื้อไม้ตบูกยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	122
106	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการซื้อไม้ตบูกจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	122
107	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา	123
108	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ไม้ตบูกจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	124
109	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	124
110	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	125
111	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
112	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามระดับการศึกษา	128
113	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อไม้ตบูกและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129
114	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อไม้ตบูกที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	130
115	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อไม้ตบูกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	131
116	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อ ไม้ตบูกและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	132
117	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ ไม้ตบูกและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
118	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูกจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	135
119	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	137
120	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	139
121	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	140
122	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
123	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	142
124	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143
125	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	144
126	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	145
127	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	146
128	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	147
129	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	147
130	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กที่หือเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	148
131	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	149
132	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	149
133	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	150
134	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	151

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
135	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	152
136	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	153
137	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	154
138	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการ ซื้อคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก 10 อันดับแรก	158
139	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	161
140	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ โน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	163
141	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	164
142	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหา เพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	165
143	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	167
144	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่ง ข้อมูล 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
145	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	171
146	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	173
147	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	175
148	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	177
149	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	179
150	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	180
151	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	182
152	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	184
153	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	185
154	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	187

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
155	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำ 3 อันดับแรก เมื่อไม่พอใจในตัดบู้กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	188
156	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการซื้อในตัดบู้กยี่ห้อเดิมในอนาคคของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	189
157	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการซื้อในตัดบู้กจากร้านเดิมในอนาคคของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	190
158	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่น ซื้อในตัดบู้กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	191
159	แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มนการของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่น ซื้อในตัดบู้กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	193
160	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่พบในการตัดสินใจซื้อในตัดบู้ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	194
161	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่พบในการตัดสินใจซื้อในตัดบู้ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	196
162	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่พบในการตัดสินใจซื้อในตัดบู้ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	198
163	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย ที่พบในการตัดสินใจซื้อในตัดบู้ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	200