

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์นำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน โน้ตบุ๊กที่มี ยี่ห้อ โน้ตบุ๊กที่ใช้ เวลาที่ใช้งาน โน้ตบุ๊กในแต่ละวัน โปรแกรมที่ใช้งานในโน้ตบุ๊ก และความเชี่ยวชาญในการใช้โน้ตบุ๊ก นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล (ตารางที่ 3-12)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ผลិតภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด อยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการประเมินทางเลือก นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล (ตารางที่ 13-37)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก นำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่

ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล (ตารางที่ 38-137)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	194	48.50
หญิง	206	51.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	279	69.75
31-40 ปี	97	24.25
มากกว่า 40 ปี	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.25 และมีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	299	74.75
สมรส	99	24.75
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ หมั้น 1 คน และหม้าย 1 คน

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 74.75 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 24.75 และมีสถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	68	17.00
ปริญญาตรี	312	78.00
สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.00 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25,000 บาท	224	56.00
มากกว่า 25,000 บาท	176	44.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้แบ่งสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่ม คือ พนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรีที่มีรายได้ไม่เกิน 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 และพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรีที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโน้ตบุ๊กที่มี

จำนวนโน้ตบุ๊กที่มี	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	333	83.25
มากกว่า 1 เครื่อง	67	16.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโน้ตบุ๊ก 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 83.25 รองลงมาคือ มีโน้ตบุ๊กมากกว่า 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่ใช้

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	11	2.75
COMPAQ	53	13.25
IBM	5	1.25
ACER	113	28.25
Apple	8	2.00
Toshiba	53	13.25
SVOA	1	0.25
SONY	19	4.75
Lenovo	20	5.00
Liberta	0	0.00
BenQ	11	2.75
Dell	18	4.50
ASUS	37	9.25
HP	48	12.00
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ Samsung 3 คน

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 13.25 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 13.25 HP คิดเป็นร้อยละ 12.00 ASUS คิดเป็นร้อยละ 9.25 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 5.00 SONY คิดเป็นร้อยละ 4.75 Dell คิดเป็นร้อยละ 4.50 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 2.75 BenQ คิดเป็นร้อยละ 2.75 Apple คิดเป็นร้อยละ 2.00 IBM คิดเป็นร้อยละ 1.25 โน้ตบุ๊กยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 SVOA คิดเป็นร้อยละ 0.25 และ Liberta คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้งานโน้ตบุ๊กในแต่ละวัน

เวลาที่ใช้งานโน้ตบุ๊กในแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ชั่วโมง	33	8.25
2-4 ชั่วโมง	117	29.25
5-7 ชั่วโมง	83	20.75
8-10 ชั่วโมง	97	24.25
มากกว่า 10 ชั่วโมง	70	17.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานโน้ตบุ๊กในแต่ละวันระหว่าง 2-4 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือ ใช้งานระหว่าง 8-10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.25 ใช้งานระหว่าง 5-7 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.75 ใช้งานมากกว่า 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ ใช้งานน้อยกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโปรแกรมที่ใช้งานใน
โน้ตบุ๊ก

โปรแกรม	จำนวน	ร้อยละ
Microsoft Office	377	94.25
Winamp	290	72.50
Internet Explorer	375	93.75
Msn Messenger	259	64.75
Bitcomet	95	23.75
โปรแกรมแปลภาษา	214	53.50
โปรแกรมคูดวง	25	6.25
Dreamweaver	28	7.00
Visual Basic	32	8.00
DotA Allstar	40	10.00
Ragnarokonline	8	2.00
Audition	18	4.50
Test4words	5	1.25
Nero Burn	238	59.50
Windows Media Player	297	74.25
คาราโอเกะ	49	12.25
ACDsee	192	48.00
อื่นๆ	54	13.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Game 4 คน Photo Scape 3 คน Picassa 2 คน SAP 2 คน Firefox 3 คน
AIM2 1 คน Gtalk 1 คน Adobe Photoshop 4 คน Adobe Illustrator 2 คน Adobe Acrobat 2 คน
Camfrog 1 คน Autocad 6 คน Gom 1 คน Google Chrome 4 คน IDM 1 คน Orbit 1 คน mtorrent 2
คน maximo 4 คน Foobar 1 NX5 1 คน Window media player classic 1 คน Movie maker 2 คน
Google Earth Pro 1 คน โปรแกรมของบริษัท 1 คน Pialux 4.8 1 คน Skype 1 คน และ Fasstone 1
คน

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน โปรแกรม Microsoft Office มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.25 รองลงมาคือ Internet Explorer คิดเป็นร้อยละ 93.75 Windows Media Player คิดเป็นร้อยละ 74.25 Winamp คิดเป็นร้อยละ 72.50 Msn Messenger คิดเป็นร้อยละ 64.75 Nero Burn คิดเป็นร้อยละ 59.50 โปรแกรมแปลภาษา คิดเป็นร้อยละ 53.50 ACDsee คิดเป็นร้อยละ 48.00 Bitcomet คิดเป็นร้อยละ 23.75 โปรแกรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.50 คาราโอเกะ คิดเป็นร้อยละ 12.25 DotA Allstar คิดเป็นร้อยละ 10.0 Visual Basic คิดเป็นร้อยละ 8.00 Dreamweaver คิดเป็นร้อยละ 7.00 โปรแกรมดูวง คิดเป็นร้อยละ 6.25 Audition คิดเป็นร้อยละ 4.50 Ragnarokonline คิดเป็นร้อยละ 2.00 และ Test4words คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความเชี่ยวชาญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้งานโน้ตบุ๊ก

	ระดับความเชี่ยวชาญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	จำนวน (ร้อยละ)					
	น้อย	ค่อนข้างน้อย	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	มาก	
ความเชี่ยวชาญในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	8 (2.00)	46 (11.50)	265 (66.25)	74 (18.50)	7 (1.75)	3.07 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีความเชี่ยวชาญในการใช้งานโน้ตบุ๊กมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.07)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ notebook

2.1 ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ notebook

สาเหตุที่ต้องการซื้อ notebook	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพราะมีความจำเป็นในการใช้ notebook เพื่อใช้ในการทำงาน	366	91.50
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสมัณิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน	23	5.75
ซื้อเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน	96	24.00
ซื้อเพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	167	41.75
อื่นๆ	15	3.75

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อการเรียน หาความรู้ 4 คน พบปะและเคลื่อนย้าย 4 คน ทำรายงาน 3 คน โหลดบิท 2 คน บริษัทช่วยค่าใช้จ่าย 1 คน และสะดวกในการใช้กับงานดีไซน์ 1 คน

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่ต้องการซื้อ notebook เพราะมีความจำเป็นในการใช้ notebook เพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.50 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 41.75 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 24.00 เพราะเหตุผลทางด้านสมัณิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเพราะอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

2.2 ขั้นการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ โน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	213	53.25
COMPAQ	336	84.00
IBM	225	56.25
ACER	363	90.75
Apple	238	59.50
Toshiba	327	81.75
SVOA	147	36.75
SONY	320	80.00
Lenovo	202	50.50
Liberta	34	8.50
BenQ	253	63.25
Dell	244	61.00
ASUS	281	70.25
HP	324	81.00
อื่นๆ	9	2.25

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Samsung 5 คน MSI 1 คน LG 1 คน Atec 1 คน และ GateWay 1 คน

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.75 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 84.00 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 81.75 HP คิดเป็นร้อยละ 81.00 SONY คิดเป็นร้อยละ 80.00 ASUS คิดเป็นร้อยละ 70.25 BenQ คิดเป็นร้อยละ 63.25 Dell คิดเป็นร้อยละ 61.00 Apple คิดเป็นร้อยละ 59.50 IBM คิดเป็นร้อยละ 56.25 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 53.25 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 50.50 SVOA คิดเป็นร้อยละ 36.75 Liberta คิดเป็นร้อยละ 8.50 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความรู้ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามใน การตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

	ระดับความรู้ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อย	ค่อนข้าง น้อย	ปานกลาง	ค่อนข้าง มาก	มาก	
ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	12 (3.00)	51 (12.75)	248 (62.00)	80 (20.00)	9 (2.25)	3.06 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.06)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	375	93.75
ประสิทธิภาพการคำนวณ	229	57.25
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	273	68.25
สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต	170	42.50
ความทนทาน	310	77.50
ราคาขายต่อ	33	8.25
รูปแบบการชำระเงิน	57	14.25
ร้านค้าที่จำหน่าย	67	16.75
บริการหลังการขาย	227	56.75
รายละเอียดอุปกรณ์เสริม	132	33.00
การรับประกัน	300	75.00
ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม	113	28.25
อื่นๆ	7	1.75

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ Spec 6 คน และลักษณะการใช้งาน 1 คน

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 77.50 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 68.25 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 57.25 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 56.75 สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.50 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 33.00 ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 28.25 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 16.75 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 8.25 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการ
ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายประจำร้าน	177	44.25
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	134	33.50
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	307	76.75
อินเทอร์เน็ต	323	80.75
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	159	39.75
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	38	9.50
ใบปลิว แผ่นพับ	77	19.25
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	46	11.50
อื่นๆ	5	1.25

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน 2 คน อาจารย์ 1 คน หัวหน้า 1 คน และข้อมูลที่ศึกษามา 1 คน

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.75 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.25 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 39.75 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 33.50 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 19.25 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 11.50 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 9.50 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ระดับความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
พนักงานขายประจำร้าน	26 (6.50)	71 (17.75)	179 (44.75)	116 (29.00)	8 (2.00)	3.02 (ปานกลาง)	5
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	22 (5.50)	54 (13.50)	174 (43.50)	124 (31.00)	26 (6.50)	3.20 (ปานกลาง)	4
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3 (0.75)	10 (2.50)	94 (23.50)	216 (54.00)	77 (19.25)	3.89 (มาก)	1
อินเตอร์เน็ต	1 (0.25)	14 (3.50)	112 (28.00)	210 (52.50)	63 (15.75)	3.80 (มาก)	2
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	21 (5.25)	56 (14.00)	157 (39.25)	152 (38.00)	14 (3.50)	3.21 (ปานกลาง)	3
โฆษณาทางโทรทัศน์และ/หรือวิทยุ	39 (9.75)	110 (27.50)	221 (55.25)	30 (7.50)	-	2.61 (ปานกลาง)	7
ใบปลิว แผ่นพับ	56 (14.00)	111 (27.75)	190 (47.50)	41 (10.25)	2 (0.50)	2.56 (ปานกลาง)	8
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	36 (9.00)	76 (19.00)	174 (43.50)	90 (22.50)	24 (6.00)	2.98 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.16 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.89) รองลงมาคือ อินเตอร์เน็ต (3.80) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.21) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.20) พนักงานขายประจำร้าน (3.02) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.98) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.61) และ ใบปลิว แผ่นพับ (2.56) ตามลำดับ

2.3 ขั้นตอนการประเมินทางเลือก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ระดับความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU)	1 (0.25)	1 (0.25)	27 (6.75)	188 (47.00)	183 (45.75)	4.38 (มาก)	1
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	-	2 (0.50)	25 (6.25)	209 (52.25)	164 (41.00)	4.34 (มาก)	2
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD)	-	3 (0.75)	55 (13.75)	197 (49.25)	145 (36.25)	4.21 (มาก)	3
อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY)	5 (1.25)	44 (11.00)	197 (49.25)	134 (33.50)	20 (5.00)	3.30 (ปานกลาง)	10
ตราชื่อ	3 (0.75)	19 (4.75)	196 (49.00)	163 (40.75)	19 (4.75)	3.44 (ปานกลาง)	8
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	3 (0.75)	21 (5.25)	131 (32.75)	207 (51.75)	38 (9.50)	3.64 (ปานกลาง)	7
ความทนทาน	-	2 (0.50)	55 (13.75)	226 (56.50)	117 (29.25)	4.15 (มาก)	5
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง	21 (5.25)	40 (10.00)	141 (35.25)	162 (40.50)	36 (9.00)	3.38 (ปานกลาง)	9
การบริการหลังการขาย	3 (0.75)	14 (3.50)	86 (21.50)	208 (52.00)	89 (22.25)	3.92 (มาก)	6
การรับประกัน	-	2 (0.50)	50 (12.50)	218 (54.50)	130 (32.50)	4.19 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.89 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลางมากที่สุด (CPU) (4.38) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.34) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.21) การรับประกัน (4.19) ความทนทาน (4.15) การบริการหลังการขาย (3.92) รูปลักษณ์ความสวยงาม (3.64) ทรายี่ห้อ (3.44) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.38) และ อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ระดับความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	-	1 (0.25)	58 (14.50)	207 (51.75)	134 (33.50)	4.19 (มาก)	1
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	6 (1.50)	22 (5.50)	142 (35.50)	186 (46.50)	44 (11.00)	3.60 (มาก)	2
รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น)	27 (6.75)	51 (12.75)	204 (51.00)	90 (22.50)	28 (7.00)	3.10 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.63 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.19) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.60) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ระดับความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	2 (0.50)	14 (3.50)	139 (34.75)	179 (44.75)	66 (16.50)	3.73 (มาก)	2
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	2 (0.50)	15 (3.75)	143 (35.75)	171 (42.75)	69 (17.25)	3.73 (มาก)	3
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	4 (1.00)	5 (1.25)	123 (30.75)	173 (43.25)	95 (23.75)	3.88 (มาก)	1
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	82 (20.50)	127 (31.75)	164 (41.00)	24 (6.00)	3 (0.75)	2.35 (น้อย)	5
บริการจัดส่งสินค้า	68 (17.00)	106 (26.50)	171 (42.75)	44 (11.00)	11 (2.75)	2.56 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.25) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.88) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.73) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.73) บริการจัดส่งสินค้า (2.56) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ระดับความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
การโฆษณาของเจ้าของตราชื่อ	17 (4.25)	54 (13.50)	248 (62.00)	72 (18.00)	9 (2.25)	3.01 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	10 (2.50)	23 (5.75)	177 (44.25)	142 (35.50)	48 (12.00)	3.49 (ปานกลาง)	3
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	10 (2.50)	24 (6.00)	182 (45.50)	138 (34.50)	46 (11.50)	3.47 (ปานกลาง)	5
การมีของแถม	8 (2.00)	36 (9.00)	157 (39.25)	158 (39.50)	41 (10.25)	3.47 (ปานกลาง)	4
การลดราคา	1 (0.25)	14 (3.50)	123 (30.75)	167 (41.75)	95 (23.75)	3.85 (มาก)	1
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	21 (5.25)	41 (10.25)	104 (26.00)	146 (36.50)	88 (22.00)	3.60 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.48 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.48) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.85) รองลงมาคือการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.60) การบริการของพนักงานขาย (3.49) การมีของแถม (3.47) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.47) และการโฆษณาของเจ้าของตราชื่อ (3.01) ตามลำดับ

2.4 ขั้นการซื้อ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	72	18.00
เพื่อน ผู้ร่วมงาน	207	51.75
คู่สมรส	57	14.25
พนักงานขาย	45	11.25
ตัวท่านเอง	329	82.25

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กมากที่สุดคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 82.25 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 51.75 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 18.00 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 14.25 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น	24	6.00
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่	9	2.25
ร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ	272	68.00
ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	45	11.25
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์	48	12.00
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อมือสอง 1 คน และ โครงการโน้ตบุ๊กเอื้ออาทร 1 คน

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.25 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 6.00 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.25 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	267	66.75
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	45	11.25
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	35	8.75
บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	41	10.25
อื่นๆ	12	3.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริษัทและตนเองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 11 คน และบริษัทและผู้ปกครองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 1 คน

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตบูกคือ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 11.25 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 10.25 ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อไม้ตบูก

งบประมาณในการซื้อไม้ตบูก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	44	11.00
20,001- 30,000 บาท	213	53.25
30,001- 40,000 บาท	114	28.50
40,001- 50,000 บาท	22	5.50
50,001- 60,000 บาท	5	1.25
มากกว่า 60,000 บาท	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อไม้ตบูกระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อ
โน้ตบุ๊ก

วิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	220	55.00
ชำระโดย Credit Card	126	31.50
เงินผ่อนกับทางร้านค้า	9	2.25
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย	44	11.00
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนกับบัตรเครดิต 1 คน

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ
โน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ
31.50 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 11.00 เงินผ่อนกับทาง
ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.25 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

2.5 ขั้นตอนการประเมินหลังการซื้อ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้งานโน้ตบุ๊ก

	ระดับความพึงพอใจ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	1 (0.25)	5 (1.25)	119 (29.75)	249 (62.25)	26 (6.50)	3.74 (มาก)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว

วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	239	59.75
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้	58	14.50
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	37	9.25
นำไปขายต่อ	56	14.00
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	1	0.25
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	4	1.00
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้งานต่อไปและ upgrade 1 คน ซื้อใหม่ 1 คน พอใจโน้ตบุ๊กที่ซื้อมา 1 คน ใช้งานต่อไปแต่ไม่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ 1 คน และใช้งานต่อไปและลงโปรแกรมเพิ่มเติม 1 คน

จากตารางที่ 29 พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจไน้ตบู้กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะใช้งานไน้ตบู้กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.50 นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 14.00 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 9.25 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 1.00 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มน้ำ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มน้ำการซื้อไน้ตบู้กยี่ห้อเคิมในอนาคค

	ระดับแนวโน้มน้ำ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	อาจจะ ไม่ซื้อ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ ซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน	
แนวโน้มน้ำการซื้อไน้ตบู้ก ยี่ห้อเคิมในอนาคค	18 (4.50)	41 (10.25)	170 (42.50)	120 (30.00)	51 (12.75)	3.36 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไมซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 30 พบว่า ในอนาคคผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มน้ำการซื้อไน้ตบู้กยี่ห้อเคิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.36)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มน้ำ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มน้ำการซื้อไน้ตบู้กจากร้านเคิมในอนาคค

	ระดับแนวโน้มน้ำ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	อาจจะ ไม่ซื้อ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ ซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน	
แนวโน้มน้ำการซื้อไน้ตบู้ก จากร้านเคิมในอนาคค	24 (6.00)	34 (8.50)	203 (50.75)	116 (29.00)	23 (5.75)	3.20 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ใช่, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 31 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.20)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้

	ระดับแนวโน้ม จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่แนะนำ อย่างแน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่ แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำอย่าง แน่นอน	
แนวโน้มการ แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ ผู้ตอบแบบ สอบถามใช้	14 (3.50)	38 (9.50)	89 (22.25)	201 (50.25)	58 (14.50)	3.63 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 32 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.63)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้ม และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ notebook จากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

	ระดับแนวโน้ม จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่แนะนำ อย่างแน่นอน	อาจจะไม่ แนะนำ	ไม่แน่ใจ	อาจจะ แนะนำ	แนะนำอย่าง แน่นอน	
แนวโน้มการ แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ notebook จากร้านที่ ผู้ตอบแบบ สอบถามซื้อ	24 (6.00)	37 (9.25)	121 (30.25)	185 (46.25)	33 (8.25)	3.42 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะ
แนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-
5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 33 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำให้
ผู้อื่นซื้อ notebook จากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.42)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบ
ในการตัดสินใจซื้อ notebook

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อ notebook	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	201	50.25
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	221	55.25
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	179	44.75
ไม่พบปัญหา	26	6.50
อื่นๆ	1	0.25

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ถนัดมือ 1 คน

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูก คือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 50.25 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 44.75 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.50 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูก

ปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูก	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	305	76.25
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	102	25.50
ไม่พบปัญหา	50	12.50
อื่นๆ	3	0.75

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นที่ spec เท่ากัน 1 คน อะไหล่แพง 1 คน และราคาเครื่องไม่ได้รวมประกัน 1 คน

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อไม้ตบูก คือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.25 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 25.50 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.50 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อไอ้ตบุ๊ก

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อไอ้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	169	42.25
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	216	54.00
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	63	15.75
ไม่พบปัญหา	43	10.75
อื่นๆ	2	0.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ตัวอย่างมีให้ดูน้อย 2 คน

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อไอ้ตบุ๊ก คือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 42.25 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 15.75 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 10.75 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไอ้ตบุ๊ก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไอ้ตบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	218	54.50
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	143	35.75
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	131	32.75
ไม่พบปัญหา	44	11.00
อื่นๆ	4	1.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีของแถม 2 คน ไม่ลงโปรแกรมเสริมให้ 1 คน และซื้อเสร็จแล้วพนักงานบริการไม่ดี 1 คน

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 35.75 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 32.75 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.00 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม

- ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสินค้าอย่างละเอียด ก่อนตัดสินใจซื้อ ควรจะศึกษาการใช้งาน แล้วจึงหาโน้ตบุ๊กที่เหมาะสมกับการใช้งานนั้น โดยดูจากประสิทธิภาพ ความทนทาน มาตรฐาน สเปกเครื่องหรือรูปลักษณะต่าง ๆ (44 คน)

- ควรเปรียบเทียบโน้ตบุ๊กหลาย ๆ ยี่ห้อเพื่อจะได้มีตัวเลือกในการซื้อ (3 คน)

- ไม่ควรซื้อโน้ตบุ๊กราคาแพงมาก เพราะเทคโนโลยีด้านนี้มีการพัฒนาอย่าง

ต่อเนื่อง จึงทำให้ตกุ่นได้เร็วและราคาตกลงอย่างรวดเร็ว (2 คน)

- ซื้อตามความชอบของตนเอง (5 คน)

- ควรซื้อจากยี่ห้อและร้านที่น่าเชื่อถือ (1 คน)

- ชอบสีขาว (1 คน)

- สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต (2 คน)

- น่าจะมีแบบให้ทดลองใช้ฟรี 1 เดือน (1 คน)

- ควรตรวจสอบคุณภาพและสินค้า รวมทั้งโปรแกรมต่างๆ ที่ทางร้านทำให้ก่อน

ออกจากร้าน (1 คน)

ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ ในการทำงาน	170	87.60	196	95.10
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสมัณิยม เพื่อให้ดู ทันสมัยในสายตาเพื่อน	13	6.70	10	4.90
ซื้อเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการ ทำงาน	52	26.80	44	21.40
ซื้อเพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟัง เพลง	98	50.50	69	33.50
อื่นๆ	7	3.60	8	3.90

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อการเรียน หาคำความรู้ 4 คน พบปะและเคลื่อนย้าย 4 คน ทำรายงาน 3
คน โหลดบิท 2 คน บริษัทช่วยค่าใช้จ่าย 1 คน และสะดวกในการใช้กับงานดีไซน์ 1 คน

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก
เพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.60 รองลงมา
คือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 50.50 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับ
อุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26.80 เพราะเหตุผลทางด้านสมัณิยม เพื่อให้ดูทันสมัย
ในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นใน
การใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์
ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 33.50 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน
คิดเป็นร้อยละ 21.40 เพราะเหตุผลทางด้านสมัณิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ
4.90 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่
จะซื้อและจำแนกตามเพศ

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	108	55.67	105	50.97
COMPAQ	162	83.51	174	84.47
IBM	112	57.73	113	54.85
ACER	181	93.30	182	88.35
Apple	104	53.61	134	65.05
Toshiba	153	78.87	174	84.47
SVOA	81	41.75	66	32.04
SONY	157	80.93	163	79.13
Lenovo	93	47.94	109	52.91
Liberta	22	11.34	12	5.83
BenQ	125	64.43	128	62.14
Dell	115	59.28	129	62.62
ASUS	145	74.74	136	66.02
HP	161	82.99	163	79.13
อื่นๆ	7	3.61	2	0.97

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Samsung 5 คน MSI 1 คน LG 1 คน Atec 1 คน และ GateWay 1 คน

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายก่อนที่จะซื้อ โน้ตบุ๊กที่รู้จัก
โน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.30 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 83.51
HP คิดเป็นร้อยละ 82.99 SONY คิดเป็นร้อยละ 80.93 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 78.87 ASUS คิดเป็น
ร้อยละ 74.74 BenQ คิดเป็นร้อยละ 64.43 Dell คิดเป็นร้อยละ 59.28 IBM คิดเป็นร้อยละ 57.73
Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 55.67 Apple คิดเป็นร้อยละ 53.61 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 47.94 SVOA
คิดเป็นร้อยละ 41.75 Liberta คิดเป็นร้อยละ 11.34 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.35 COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 84.47 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 84.47 SONY คิดเป็นร้อยละ 79.13 HP คิดเป็นร้อยละ 79.13 ASUS คิดเป็นร้อยละ 66.02 Apple คิดเป็นร้อยละ 65.05 Dell คิดเป็นร้อยละ 62.62 BenQ คิดเป็นร้อยละ 62.14 IBM คิดเป็นร้อยละ 54.85 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 52.91 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 50.97 SVOA คิดเป็นร้อยละ 32.04 Liberta คิดเป็นร้อยละ 5.83 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	3.16 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.96)

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่
แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการ ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	183	94.33	192	93.20
ประสิทธิภาพการคำนวณ	126	64.95	103	50.00
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	126	64.95	147	71.36
สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต	82	42.27	88	42.72
ความทนทาน	136	70.10	174	84.47
ราคาขายต่อ	20	10.31	13	6.31
รูปแบบการชำระเงิน	29	14.95	28	13.59
ร้านค้าที่จำหน่าย	32	16.49	35	16.99
บริการหลังการขาย	118	60.82	109	52.91
รายละเอียดอุปกรณ์เสริม	63	32.47	69	33.50
การรับประกัน	143	73.71	157	76.21
ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม	54	27.84	59	28.64
อื่นๆ	3	1.55	4	1.94

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Spec 6 คน และลักษณะการใช้งาน 1 คน

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.33 รองลงมาคือ การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 73.71 ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 70.10 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 64.95 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 64.95 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 60.82 สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.27 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 32.47 ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 27.84 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 16.49 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.95 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 10.31 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.20 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ

84.47 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 76.21 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 71.36 บริการ
หลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 52.91 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถอัปเดต
ได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.72 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 33.50 ทรายี่ห่อที่เป็นที่
นิยม คิดเป็นร้อยละ 28.64 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 16.99 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็น
ร้อยละ 13.59 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 6.31 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการ
ตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายประจำร้าน	92	47.42	85	41.26
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	59	30.41	75	36.41
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	143	73.71	164	79.61
อินเทอร์เน็ต	163	84.02	160	77.67
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	97	50.00	62	30.10
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	20	10.31	18	8.74
ใบปลิว แผ่นพับ	37	19.07	40	19.42
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ ร้านค้าจัดไว้ให้	25	12.89	21	10.19
อื่นๆ	2	1.03	3	1.46

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน 2 คน อาจารย์ 1 คน หัวหน้า 1 คน และข้อมูลที่ศึกษามา 1 คน

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ
โน้ตบุ๊กจาก อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.02 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้
คิดเป็นร้อยละ 73.71 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 50.00 พนักงานขายประจำร้าน
คิดเป็นร้อยละ 47.42 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 30.41 ใบปลิว แผ่นพับ
คิดเป็นร้อยละ 19.07 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 12.89
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.31 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.61 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 77.67 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.26 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 36.41 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 30.10 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 19.42 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 10.19 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 8.74 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
พนักงานขายประจำร้าน	3.01 (ปานกลาง)	4	3.03 (ปานกลาง)	5
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	3.18 (ปานกลาง)	3	3.21 (ปานกลาง)	3
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3.87 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1
อินเทอร์เน็ต	3.87 (มาก)	1	3.73 (มาก)	2
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	3.28 (ปานกลาง)	2	3.13 (ปานกลาง)	4
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	2.56 (ปานกลาง)	6	2.65 (ปานกลาง)	8
ใบปลิว แผ่นพับ	2.45 (น้อย)	7	2.65 (ปานกลาง)	7
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	3.00 (ปานกลาง)	5	2.95 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.15 (ปานกลาง)		3.16 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.15) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (3.87) รองลงมาคือ นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.28) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.18) พนักงานขายประจำร้าน (3.01) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (3.00) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.56) และใบปลิว แผ่นพับ (2.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่ใช้มากที่สุด (3.90) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.73) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.21) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.13) พนักงานขายประจำร้าน (3.03) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.95) ใบปลิว แผ่นพับ (2.65) และโฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU)	4.48 (มาก)	1	4.28 (มาก)	2
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.40 (มาก)	2	4.28 (มาก)	1
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD)	4.20 (มาก)	3	4.22 (มาก)	3
อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY)	3.28 (ปานกลาง)	9	3.32 (ปานกลาง)	10
ตราชื่อ	3.42 (ปานกลาง)	8	3.46 (ปานกลาง)	9
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	3.63 (มาก)	7	3.65 (มาก)	7
ความทนทาน	4.09 (มาก)	5	4.20 (มาก)	5
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง	3.25 (ปานกลาง)	10	3.50 (มาก)	8
การบริการหลังการขาย	3.93 (มาก)	6	3.90 (มาก)	6
การรับประกัน	4.17 (มาก)	4	4.21 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)		3.90 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด (4.48) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.40) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.20) การรับประกัน (4.17) ความทนทาน (4.09) การบริการหลังการขาย (3.93) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.63) ทรายี่ห้อ (3.42) อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.28) และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด (4.28) รองลงมาคือ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) (4.28) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.22) การรับประกัน (4.21) ความทนทาน (4.20) การบริการหลังการขาย (3.90) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.65) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.50) ทรายี่ห้อ (3.46) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.16 (มาก)	1	4.21 (มาก)	1
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.57 (มาก)	2	3.63 (มาก)	2
รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น)	3.10 (ปานกลาง)	3	3.10 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)		3.65 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.16) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.57) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.21) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.63) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูก	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.72 (มาก)	2	3.75 (มาก)	2
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.70 (มาก)	3	3.75 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3.82 (มาก)	1	3.93 (มาก)	1
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.37 (น้อย)	5	2.33 (น้อย)	4
บริการจัดส่งสินค้า	2.49 (น้อย)	4	2.63 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 (ปานกลาง)		3.27 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.22) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.82) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.72) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.70) บริการจัดส่งสินค้า (2.49) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.27) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.93)

รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.75) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.75) บริการจัดส่งสินค้า (2.63) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การโฆษณาของเจ้าของตรายี่ห้อ	2.97 (ปานกลาง)	6	3.04 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	3.50 (มาก)	3	3.48 (ปานกลาง)	5
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	3.39 (ปานกลาง)	5	3.53 (มาก)	3
การมีของแถม	3.44 (ปานกลาง)	4	3.50 (มาก)	4
การลดราคา	3.91 (มาก)	1	3.80 (มาก)	1
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.58 (มาก)	2	3.61 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 (ปานกลาง)		3.49 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.47) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.91) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.58) การบริการของพนักงานขาย (3.50)

การมีของแถม (3.44) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.39) และการโฆษณาของเจ้าของตรา
ยี่ห้อ (2.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายใน
การตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.49) โดยให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.80) รองลงมาคือ การจัดให้มีการ
ผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.61) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.53) การมีของแถม (3.50)
การบริการของพนักงานขาย (3.48) และการโฆษณาของเจ้าของตรายี่ห้อ (3.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการ
ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	24	12.37	48	23.30
เพื่อน ผู้ร่วมงาน	95	48.97	112	54.37
คู่สมรส	27	13.92	30	14.56
พนักงานขาย	26	13.40	19	9.22
ตัวท่านเอง	161	82.99	168	81.55

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการ
ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.99 รองลงมาคือ เพื่อน
ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 48.97 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 13.92 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 13.40
และบิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 12.37 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ
ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.55 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ
54.37 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 23.30 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 14.56 และพนักงานขาย
คิดเป็นร้อยละ 9.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและ
จำแนกตามเพศ

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น	13	6.70	11	5.34
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่	1	0.52	8	3.88
ร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ	128	65.98	144	69.90
ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	23	11.86	22	10.68
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.00	0	0.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	27	13.92	21	10.19
อื่นๆ	2	1.04	0	0.00
รวม	194	100.00	206	100.00

หมายเหตุ เพศชาย อื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อมือสอง 1 คน และ โครงการ โน้ตบุ๊กเอื้ออาทร 1 คน

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 65.98 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.92 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.86 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 6.70 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 0.52 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.04 และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 69.90 รองลงมาคือ ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.68 งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 10.19 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 5.34 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 3.88 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	138	71.13	129	62.62
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	15	7.73	30	14.56
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	15	7.73	20	9.71
บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	21	10.82	20	9.71
อื่นๆ	5	2.58	7	3.40
รวม	194	100.00	206	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริษัทและตนเองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 11 คน และบริษัทและผู้ปกครองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 1 คน

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 71.13 รองลงมาคือ บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 10.82 ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 7.73 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 7.73 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 62.62 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 14.56 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 9.71 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 9.71 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

งบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	21	10.82	23	11.17
20,001- 30,000 บาท	92	47.42	121	58.74
30,001- 40,000 บาท	64	32.99	50	24.27
40,001- 50,000 บาท	13	6.70	9	4.37
50,001- 60,000 บาท	2	1.03	3	1.46
มากกว่า 60,000 บาท	2	1.03	0	0.00
รวม	194	100.00	206	100.00

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.42 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.99 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.82 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.70 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.03 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.74 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.27 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.17 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.37 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.46 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

วิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	96	49.48	124	60.19
ชำระโดย Credit Card	76	39.18	50	24.27
เงินผ่อนกับทางร้านค้า	4	2.06	5	2.43
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย	18	9.28	26	12.62
อื่นๆ	0	0.00	1	0.49
รวม	194	100.00	206	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนกับบัตรเครดิต 1 คน

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 49.48 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 39.18 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 9.28 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.06 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 60.19 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 24.27 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 12.62 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.43 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.78)

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจ โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามเพศ

วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	109	56.19	130	63.11
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้	26	13.40	32	15.53
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	21	10.82	16	7.77
นำไปขายต่อ	33	17.01	23	11.17
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	1	0.52	0	0.00
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	2	1.03	2	0.97
อื่นๆ	2	1.03	3	1.46
รวม	194	100.00	206	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้งานต่อไปและ upgrade 1 คน ซื้อใหม่ 1 คน พอใจโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้ว 1 คน ใช้งานต่อไปแต่ไม่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ 1 คน และใช้งานต่อไปและลงโปรแกรมเพิ่มเติม 1 คน

จากตารางที่ 54 พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 56.19 รองลงมาคือ นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 17.01 นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 13.40 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 10.82 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 1.03 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 63.11 รองลงมาคือ

นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 15.53 นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 11.17 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 7.77 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.46 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 0.97 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคต	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.33 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 55 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.40)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.33)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคต	3.25 (ไม่แน่ใจ)	3.16 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 56 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.25)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.16)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	3.63 (อาจจะแนะนำ)	3.63 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่นำแนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 57 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.63)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.63)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามเพศ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เพศชาย	เพศหญิง
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	3.46 (ไม่แน่ใจ)	3.37 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่นะเน่าอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่นะเน่า, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่น่าใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะเน่า, และ 4.50-5.00 หมายถึง เน่าอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 58 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเมื่อครั้งในครั้งไม่แน่ใจ (3.46)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเมื่อครั้งในครั้งไม่แน่ใจ (3.37)

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	90	46.39	111	53.88
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	119	61.34	102	49.51
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	90	46.39	89	43.20
ไม่พบปัญหา	13	6.70	13	6.31
อื่นๆ	1	0.52	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่นัดมือ 1 คน

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.34 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 46.39 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 46.39 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.70 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.51 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 43.20 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย

คิดเป็นร้อยละ 43.20 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.31 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาทีพบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคาทีพบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	152	78.35	153	74.27
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	59	30.41	43	20.87
ไม่พบปัญหา	17	8.76	33	16.02
อื่นๆ	2	1.03	1	0.49

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นที่ spec เท่ากัน 1 คน อะไหล่แพง 1 คน และราคาเครื่องไม่ได้รวมประกัน 1 คน

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.35 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 30.41 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.76 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.27 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 20.87 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 16.02 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และแจกแจงตามเพศ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	95	48.97	74	35.92
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	110	56.70	106	51.46
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	27	13.92	36	17.48
ไม่พบปัญหา	15	7.73	28	13.59
อื่นๆ	0	0.00	2	0.97

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ตัวอย่างมีให้น้อย 2 คน

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ คือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 48.97 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 13.92 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.73 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ คือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.46 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 35.92 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 17.48 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 13.59 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไน้ตบุ๊กและจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อไน้ตบุ๊ก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	107	55.15	111	53.88
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	75	38.66	68	33.01
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	72	37.11	59	28.64
ไม่พบปัญหา	17	8.76	27	13.11
อื่นๆ	2	1.03	2	0.97

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีของแถม 2 คน ไม่ลงโปรแกรมเสริมให้ 1 คน และซื้อเสร็จแล้วพนักงานบริการไม่ดี 1 คน

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อไน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.15 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 38.66 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 37.11 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.76 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อไน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.88 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 33.01 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 28.64 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 13.11 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊ก เพื่อใช้ในการทำงาน	253	90.86	89	91.75	24	100.00
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน	15	5.38	8	8.25	0	0.00
ซื้อเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม ในการทำงาน	64	22.94	23	23.71	9	37.50
ซื้อเพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	135	48.39	26	26.80	6	25.00
อื่นๆ	13	4.66	1	1.03	1	4.17

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อการเรียน หาคำความรู้ 4 คน พบปะและเคลื่อนย้าย 4 คน ทำรายงาน 3 คน โหลดบิท 2 คน บริษัทช่วยค่าใช้จ่าย 1 คน และสะดวกในการใช้กับงานดีไซน์ 1 คน

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.86 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 48.39 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 22.94 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.38 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 26.80 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 23.71 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ

เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 37.50 เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 25.00 เพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.17 และเพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้คู่ทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ โน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามอายุ

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	163	58.42	41	42.27	9	37.50
COMPAQ	244	87.46	76	78.35	16	66.67
IBM	159	56.99	51	52.58	15	62.50
ACER	261	93.55	82	84.54	20	83.33
Apple	192	68.82	40	41.24	6	25.00
Toshiba	240	86.02	72	74.23	15	62.50
SVOA	119	42.65	24	24.74	4	16.67
SONY	232	83.15	74	76.29	14	58.33
Lenovo	158	56.63	38	39.18	6	25.00
Liberta	23	8.24	10	10.31	1	4.17
BenQ	201	72.04	45	46.39	7	29.17
Dell	186	66.67	49	50.52	9	37.50
ASUS	212	75.99	58	59.79	11	45.83
HP	240	86.02	72	74.23	12	50.00
อื่นๆ	8	2.87	1	1.03	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

อื่นๆ ได้แก่ Samsung 5 คน MSI 1 คน LG 1 คน Atec 1 คน และ GateWay 1 คน

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อ Acer มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.55 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 87.46 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 86.02 HP คิดเป็นร้อยละ 86.02 SONY คิดเป็นร้อยละ 83.15 ASUS คิดเป็นร้อยละ 75.99 BenQ คิดเป็นร้อยละ 72.04 Apple คิดเป็นร้อยละ 68.82 Dell คิดเป็น

ร้อยละ 66.67 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 58.42 IBM คิดเป็นร้อยละ 56.99 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 56.63 SVOA คิดเป็นร้อยละ 42.65 Liberta คิดเป็นร้อยละ 8.24 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.54 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 78.35 SONY คิดเป็นร้อยละ 76.29 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 74.23 HP คิดเป็นร้อยละ 74.23 ASUS คิดเป็นร้อยละ 59.79 IBM คิดเป็นร้อยละ 52.58 Dell คิดเป็นร้อยละ 50.52 BenQ คิดเป็นร้อยละ 46.39 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 42.27 Apple คิดเป็นร้อยละ 41.24 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 39.18 SVOA คิดเป็นร้อยละ 24.74 Liberta คิดเป็นร้อยละ 10.31 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 66.67 IBM คิดเป็นร้อยละ 62.50 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 62.50 SONY คิดเป็นร้อยละ 58.33 HP คิดเป็นร้อยละ 50.00 ASUS คิดเป็นร้อยละ 45.83 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 37.50 Dell คิดเป็นร้อยละ 37.50 BenQ คิดเป็นร้อยละ 29.17 Apple คิดเป็นร้อยละ 25.00 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 25.00 SVOA คิดเป็นร้อยละ 16.67 Liberta คิดเป็นร้อยละ 4.17 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	3.04 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.71)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อ การตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	264	94.62	90	92.78	21	87.50
ประสิทธิภาพการคำนวณ	173	62.01	46	47.42	10	41.67
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	200	71.68	58	59.79	15	62.50
สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต	114	40.86	46	47.42	10	41.67
ความทนทาน	222	79.57	71	73.20	17	70.83
ราคาขายต่อ	21	7.53	12	12.37	0	0.00
รูปแบบการชำระเงิน	41	14.70	13	13.40	3	12.50
ร้านค้าที่จำหน่าย	52	18.64	11	11.34	4	16.67
บริการหลังการขาย	157	56.27	58	59.79	12	50.00
รายละเอียดอุปกรณ์เสริม	95	34.05	29	29.90	8	33.33
การรับประกัน	216	77.42	68	70.10	16	66.67
ตราฮือที่เป็นที่นิยม	84	30.11	27	27.84	2	8.33
อื่นๆ	7	2.51	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Spec 6 คน และลักษณะการใช้งาน 1 คน

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.62 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 79.57 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 77.42 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 71.68 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 62.01 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 56.27 สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 40.86 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 34.05 ตราฮือที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 30.11 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 18.64 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 7.53 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.78 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 73.20 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 70.10 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 59.79 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 59.79 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 47.42 สามารถอัปเดตได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 47.42 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 29.90 ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 27.84 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 13.40 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 12.37 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 11.34 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 70.83 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 62.50 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 41.67 สามารถอัปเดตได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 41.67 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 33.33 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 16.67 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 8.33 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 0.00 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายประจำร้าน	130	46.59	39	40.21	8	33.33
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	98	35.13	32	32.99	4	16.67
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	213	76.34	74	76.29	20	83.33
อินเทอร์เน็ต	229	82.08	81	83.51	13	54.17
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	107	38.35	47	48.45	5	20.83
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือ วิทยุ	25	8.96	8	8.25	5	20.83
ใบปลิว แผ่นพับ	55	19.71	14	14.43	8	33.33
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่อง ที่ร้านค้าจัดไว้ให้	32	11.47	13	13.40	1	4.17
อื่นๆ	4	1.43	0	0.00	1	4.17

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน 2 คน อาจารย์ 1 คน หัวหน้า 1 คน และข้อมูลที่ศึกษามา 1 คน

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจาก อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.08 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.34 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 46.59 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 38.35 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 35.13 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 19.71 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 11.47 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 8.96 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.51 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.29 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 48.45 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.21 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 32.99 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 14.43

การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจืดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 13.40 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 8.25 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 54.17 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ไปปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 33.33 นิตยสาร ทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 20.83 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 20.83 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจืดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 4.17 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
พนักงานขายประจำร้าน	3.06 (ปานกลาง)	5	2.95 (ปานกลาง)	5	2.83 (ปานกลาง)	7
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	3.21 (ปานกลาง)	3	3.14 (ปานกลาง)	4	3.21 (ปานกลาง)	3
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3.93 (มาก)	1	3.74 (มาก)	2	3.92 (มาก)	1
อินเทอร์เน็ต	3.84 (มาก)	2	3.77 (มาก)	1	3.50 (มาก)	2
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	3.20 (ปานกลาง)	4	3.23 (ปานกลาง)	3	3.13 (ปานกลาง)	4
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	2.58 (ปานกลาง)	7	2.60 (ปานกลาง)	7	2.88 (ปานกลาง)	6
ใบปลิว แผ่นพับ	2.58 (ปานกลาง)	8	2.43 (น้อย)	8	2.79 (ปานกลาง)	8
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	3.04 (ปานกลาง)	6	2.81 (ปานกลาง)	6	2.92 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)		3.09 (ปานกลาง)		3.15 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.18) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.93) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.84) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.21) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.20) พนักงานขายประจำร้าน (3.06) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (3.04) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.58) และใบปลิว แผ่นพับ (2.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.09) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (3.77) รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ (3.74) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.23) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.14) พนักงานขายประจำร้าน (2.95) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.81) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.60) และใบปลิว แผ่นพับ (2.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.15) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.92) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.50) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.21) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.13) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.92) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.88) พนักงานขายประจำร้าน (2.83) และใบปลิว แผ่นพับ (2.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการ ตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความเร็วของหน่วยประมวลผล กลาง (CPU)	4.39 (มาก)	1	4.40 (มาก)	1	4.08 (มาก)	2
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.34 (มาก)	2	4.40 (มาก)	1	4.08 (มาก)	2
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูล สำรอง (HDD)	4.20 (มาก)	4	4.27 (มาก)	2	4.13 (มาก)	1
อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY)	3.31 (ปานกลาง)	10	3.28 (ปานกลาง)	9	3.25 (ปานกลาง)	6
ตราชื่อ	3.48 (ปานกลาง)	8	3.39 (ปานกลาง)	7	3.17 (ปานกลาง)	7
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	3.65 (มาก)	7	3.64 (มาก)	6	3.54 (มาก)	5
ความทนทาน	4.18 (มาก)	5	4.09 (มาก)	4	3.96 (มาก)	3
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมา กับเครื่อง	3.39 (ปานกลาง)	9	3.31 (ปานกลาง)	8	3.54 (มาก)	5
การบริการหลังการขาย	3.94 (มาก)	6	3.94 (มาก)	5	3.54 (มาก)	5
การรับประกัน	4.23 (มาก)	3	4.15 (มาก)	3	3.88 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)		3.89 (มาก)		3.72 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49

หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด (4.39) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.34) การรับประกัน

(4.23) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.20) ความทนทาน (4.18) การบริการหลังการขาย (3.94) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.65) ทรายี่ห้อ (3.48) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.39) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด (4.44) รองลงมาคือ ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.27) การรับประกัน (4.15) ความทนทาน (4.09) การบริการหลังการขาย (3.94) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.64) ทรายี่ห้อ (3.39) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.31) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) มากที่สุด (4.13) รองลงมาคือ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) (4.08) ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.08) ความทนทาน (3.96) การรับประกัน (3.88) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.54) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.54) การบริการหลังการขาย (3.54) อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.25) และทรายี่ห้อ (3.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	1	4.15 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก	3.64 (มาก)	2	3.49 (ปานกลาง)	2	3.58 (มาก)	2
รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น)	3.11 (ปานกลาง)	3	3.08 (ปานกลาง)	3	3.08 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)		3.58 (มาก)		3.58 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.20) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก (3.64) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.58) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.15) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก (3.49) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.58) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.08) รองลงมาคือ

ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.58) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมาก เพียงพอ	3.73 (มาก)	3	3.74 (มาก)	2	3.67 (มาก)	3
ความสะดวกในการเดินทางไปยัง ร้านค้า	3.74 (มาก)	2	3.69 (มาก)	3	3.71 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.91 (มาก)	1	3.75 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.32 (น้อย)	5	2.38 (น้อย)	5	2.58 (ปานกลาง)	5
บริการจัดส่งสินค้า	2.57 (ปานกลาง)	4	2.43 (น้อย)	4	2.96 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (ปานกลาง)		3.20 (ปานกลาง)		3.38 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.25) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.91) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.74) มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.73) บริการจัดส่งสินค้า (2.57) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.32) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.20) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัด

จำหน่ายมากที่สุด (3.75) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.74) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.69) บริการจัดส่งสินค้า (2.43) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.38) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (4.00) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.71) มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.67) บริการจัดส่งสินค้า (2.96) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การโฆษณาของเจ้าของตราชื้อ	3.01 (ปานกลาง)	6	2.99 (ปานกลาง)	5	3.00 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	3.51 (มาก)	4	3.41 (ปานกลาง)	3	3.50 (มาก)	3
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	3.48 (ปานกลาง)	5	3.37 (ปานกลาง)	4	3.63 (มาก)	2
การมีของแถม	3.52 (มาก)	3	3.41 (ปานกลาง)	3	3.13 (ปานกลาง)	5
การลดราคา	3.92 (มาก)	1	3.76 (มาก)	1	3.38 (ปานกลาง)	4
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.57 (มาก)	2	3.65 (มาก)	2	3.71 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)		3.43 (ปานกลาง)		3.39 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.92) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.57) การมีของแถม (3.52) การบริการของพนักงานขาย (3.51) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.48) และการโฆษณาของเจ้าของตราชื้อ (3.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.43) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.76) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.65) การบริการของพนักงานขาย (3.41) การมีของ

แถม (3.41) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.37) และการโฆษณาของเจ้าของตราयीหื้อ (2.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.39) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ยมากที่สุด (3.71) รองลงมาคือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.63) การบริการของพนักงานขาย (3.50) การลดราคา (3.38) การมีของแถม (3.13) และการโฆษณาของเจ้าของตราयीหื้อ (3.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	65	23.30	6	6.19	1	4.17
เพื่อน ผู้ร่วมงาน	152	54.48	44	45.36	11	45.83
คู่สมรส	20	7.17	31	31.96	6	25.00
พนักงานขาย	31	11.11	10	10.31	4	16.67
ตัวท่านเอง	231	82.80	76	78.35	22	91.67

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.80 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 54.48 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 23.30 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 11.11 และคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 7.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.35 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 45.36 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 31.96 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 10.31 และบิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 6.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน

คิดเป็นร้อยละ 45.83 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 25.00 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 16.67 และบิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 4.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและ จำแนกตามอายุ

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น	13	4.66	7	7.22	4	16.67
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ขนาดใหญ่	6	2.15	2	2.06	1	4.17
ร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ ไอทีต่างๆ	195	69.89	63	64.95	14	58.33
ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ ต่างๆ ทั่วไป	34	12.19	9	9.28	2	8.33
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.00	0	0.00	0	0.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	31	11.11	14	14.43	3	12.50
อื่นๆ	0	0.00	2	2.06	0	0.00
รวม	279	100.00	97	100.00	24	100.00

หมายเหตุ เพศชาย อื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อมือสอง 1 คน และโครงการ โน้ตบุ๊กเอื้ออาทร 1 คน

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 69.89 รองลงมาคือ ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.19 งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 11.11 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 4.66 ร้าน จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.15 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขาย คอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 64.95 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้า

คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 14.43 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.28 ในห้าง เช่น เทสโกโลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 7.22 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.06 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.06 และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ ในห้าง เช่น เทสโกโลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 16.67 งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 12.50 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.33 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 4.17 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	169	60.57	78	80.41	20	83.33
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	43	15.41	2	2.06	0	0.00
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	35	12.54	0	0.00	0	0.00
บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	24	8.60	14	14.43	3	12.50
อื่นๆ	8	2.87	3	3.09	1	4.17
รวม	279	100.00	97	100.00	24	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริษัทและตนเองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 11 คน และบริษัทและผู้ปกครองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 1 คน

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด

คิดเป็นร้อยละ 60.57 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 15.41 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 12.54 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 8.60 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 80.41 รองลงมาคือ บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 14.43 บุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.09 ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 2.06 และตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 12.50 บุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.17 ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 0.00 และตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

งบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	28	10.04	12	12.37	4	16.67
20,001- 30,000 บาท	153	54.84	46	47.42	14	58.33
30,001- 40,000 บาท	86	30.82	24	24.74	4	16.67
40,001- 50,000 บาท	8	2.87	12	12.37	2	8.33
50,001- 60,000 บาท	2	0.72	3	3.09	0	0.00
มากกว่า 60,000 บาท	2	0.72	0	0.00	0	0.00
รวม	279	100.00	97	100.00	24	100.00

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.84 รองลงมาคือระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.82 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.04

ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.87 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.72 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.42 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.74 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.37 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.37 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.09 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.33 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

วิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	171	61.29	39	40.21	10	41.67
ชำระโดย Credit Card	73	26.16	43	44.33	10	41.67
เงินผ่อนกับทางร้านค้า	7	2.51	1	1.03	1	4.17
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย	27	9.68	14	14.43	3	12.50
อื่นๆ	1	0.36	0	0.00	0	0.00
รวม	279	100.00	97	100.00	24	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนกับบัตรเครดิต 1 คน

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 61.29 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 26.16 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 9.68 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.51 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือ ชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 40.21 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 14.43 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 1.03 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 41.67 และชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 12.50 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 4.17 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	3.71 (มาก)	3.85 (มาก)	3.63 (มาก)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63)

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจ
โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามอายุ

วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลัง ทำการซื้อมาแล้ว	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	175	62.72	49	50.52	15	62.50
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	37	13.26	17	17.53	4	16.67
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	28	10.04	8	8.25	1	4.17
นำไปขายต่อ	35	12.54	20	20.62	1	4.17
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	0	0.00	1	1.03	0	0.00
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	1	0.36	2	2.06	1	4.17
อื่นๆ	3	1.08	0	0.00	2	8.33
รวม	279	100.00	97	100.00	24	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้งานต่อไปและ upgrade 1 คน ซื่อใหม่ 1 คน พอใจโน้ตบุ๊กที่ซื้อมา 1 คน
ใช้งานต่อไปแต่ไม่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ 1 คน ใช้งานต่อไปและลงโปรแกรมเพิ่มเติม 1 คน

จากตารางที่ 79 พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ไม่พอใจ
โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ
62.72 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 13.26 นำไปขายต่อ คิดเป็น
ร้อยละ 12.54 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 10.04 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.08 ยกให้ผู้อื่น
หรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 0.36 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำ
การซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 50.52
รองลงมาคือ นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 20.62 นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ
17.53 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 8.25 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 2.06
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 1.03 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการ
ซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.67 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.33 นำส่งคืนเพื่อ

ซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 4.17 นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 4.17 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 4.17 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคต	3.30 (ไม่แน่ใจ)	3.51 (อาจจะซื้อ)	3.46 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 80 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีแนวโน้มนำในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.30)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มนำในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะซื้อ (3.51)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มนำในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.46)

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมในอนาคต	3.16 (ไม่แน่ใจ)	3.33 (ไม่แน่ใจ)	3.08 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 81 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.16)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.33)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.08)

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	3.58 (อาจจะแนะนำ)	3.74 (อาจจะแนะนำ)	3.67 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่แนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 82 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.58)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.74)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.67)

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตัดกิ่งจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามอายุ

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ไม่เกิน 30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตัดกิ่งจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	3.38 (ไม่แน่ใจ)	3.48 (ไม่แน่ใจ)	3.54 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่นำแนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 83 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตัดกิ่งจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.38)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตัดกิ่งจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.48)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตัดกิ่งจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.54)

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบ ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	150	53.76	40	41.24	11	45.83
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	152	54.48	59	60.82	10	41.67
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	129	46.24	39	40.21	11	45.83
ไม่พบปัญหา	19	6.81	5	5.15	2	8.33
อื่นๆ	1	0.36	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ถนัดมือ 1 คน

จากตารางที่ 84 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.48 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 53.76 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 46.24 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.81 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.82 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 41.24 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 40.21 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 5.15 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.83 และ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 41.67 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.33 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	209	74.91	81	83.51	15	62.50
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	72	25.81	25	25.77	5	20.83
ไม่พบปัญหา	39	13.98	6	6.19	5	20.83
อื่นๆ	2	0.72	1	1.03	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นที่ spec เท่ากัน 1 คน อะไหล่แพง 1 คน และราคาเครื่องไม่ได้รวมประกัน 1 คน

จากตารางที่ 85 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.91 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 25.81 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 13.98 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.51 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 25.77 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.19 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 20.83 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 20.83 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและแจ็กแองตามอายุ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	115	41.22	46	47.24	8	33.33
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	153	54.84	50	51.55	13	54.17
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	49	17.56	13	13.40	1	4.17
ไม่พบปัญหา	33	11.83	7	7.22	3	12.50
อื่นๆ	2	0.72	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ตัวอย่างมีให้ผู้น้อย 2 คน

จากตารางที่ 86 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.84 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 41.22 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 17.56 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.83 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.55 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 47.24 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 13.40 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.22 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 33.33 ไม่พบปัญหา คิดเป็น

ร้อยละ 12.50 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 4.17 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	161	57.71	46	47.24	11	45.83
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	103	36.92	37	38.14	3	12.50
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	91	32.62	31	31.96	9	37.50
ไม่พบปัญหา	31	11.11	8	8.25	5	20.83
อื่นๆ	1	0.36	1	1.03	2	8.33

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีของแถม 2 คน ไม่ลงโปรแกรมเสริมให้ 1 คน และซื้อเสร็จแล้วพนักงานบริการไม่ดี 1 คน

จากตารางที่ 87 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.71 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 36.92 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 32.62 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.11 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.24 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 38.14 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 31.96 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.25 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือ การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 37.50 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 20.83 คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 12.50 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊ก เพื่อใช้ในการทำงาน	61	89.71	289	92.63	16	80.00
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ คู่กันสมัยในสายตาเพื่อน	7	10.29	16	5.13	0	0.00
ซื้อเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมใน การทำงาน	16	23.53	76	24.36	4	20.00
ซื้อเพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือ ฟังเพลง	33	48.53	129	41.35	5	25.00
อื่นๆ	5	7.35	9	2.88	1	5.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อการเรียน หาคำความรู้ 4 คน พบปะและเคลื่อนย้าย 4 คน ทำรายงาน 3 คน โหลดบิท 2 คน บริษัทช่วยค่าใช้จ่าย 1 คน และสะดวกในการใช้กับงานดีไซน์ 1 คน

จากตารางที่ 88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.71 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 48.53 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 23.53 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้คู่กันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 10.29 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.63 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 41.35 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 24.36 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้คู่กันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.13 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00

รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 25.00 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้คู่กันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่
จะซื้อและจำแนกตามระดับการศึกษา

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	23	33.82	178	57.05	12	60.00
COMPAQ	51	75.00	270	86.54	15	75.00
IBM	27	39.71	183	58.65	15	75.00
ACER	58	85.29	289	92.63	16	80.00
Apple	25	36.76	197	63.14	16	80.00
Toshiba	47	69.12	265	84.94	15	75.00
SVOA	22	32.35	116	37.18	9	45.00
SONY	46	67.65	255	81.73	19	95.00
Lenovo	26	38.24	163	52.24	13	65.00
Liberta	4	5.88	30	9.62	0	0.00
BenQ	31	45.59	207	66.35	15	75.00
Dell	33	48.53	196	62.82	15	75.00
ASUS	45	66.18	222	71.15	14	70.00
HP	46	67.65	261	83.65	17	85.00
อื่นๆ	1	1.47	8	2.56	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

อื่นๆ ได้แก่ Samsung 5 คน MSI 1 คน LG 1 คน Atec 1 คน และ GateWay 1 คน

จากตารางที่ 89 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.29 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 75.00 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 69.12 SONY คิดเป็นร้อยละ 67.65 HP

คิดเป็นร้อยละ 67.65 ASUS คิดเป็นร้อยละ 66.18 Dell คิดเป็นร้อยละ 48.53 BenQ คิดเป็นร้อยละ 45.59 IBM คิดเป็นร้อยละ 39.71 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 38.24 Apple คิดเป็นร้อยละ 36.76 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 33.82 SVOA คิดเป็นร้อยละ 32.35 Liberta คิดเป็นร้อยละ 5.88 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.63 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 86.54 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 84.94 HP คิดเป็นร้อยละ 83.65 SONY คิดเป็นร้อยละ 81.73 ASUS คิดเป็นร้อยละ 71.15 BenQ คิดเป็นร้อยละ 66.35 Apple คิดเป็นร้อยละ 63.14 Dell คิดเป็นร้อยละ 62.82 IBM คิดเป็นร้อยละ 58.65 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 57.05 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 52.24 SVOA คิดเป็นร้อยละ 37.18 Liberta คิดเป็นร้อยละ 9.62 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ SONY มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือ HP คิดเป็นร้อยละ 85.00 ACER คิดเป็นร้อยละ 80.00 Apple คิดเป็นร้อยละ 80.00 COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 75.00 IBM คิดเป็นร้อยละ 75.00 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 75.00 BenQ คิดเป็นร้อยละ 75.00 Dell คิดเป็นร้อยละ 75.00 ASUS คิดเป็นร้อยละ 70.00 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 65.00 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 60.00 SVOA คิดเป็นร้อยละ 45.00 Liberta คิดเป็นร้อยละ 0.00 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 90 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษากว่าปริญญาตรี มีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.35)

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	66	97.06	289	92.63	20	100.00
ประสิทธิภาพการคำนวณ	34	50.00	182	58.33	13	65.00
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	42	61.76	221	70.83	10	50.00
สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต	29	42.65	133	42.63	8	40.00
ความทนทาน	48	70.59	248	79.49	14	70.00
ราคาขายต่อ	3	4.41	28	8.97	2	10.00
รูปแบบการชำระเงิน	7	10.29	44	14.10	6	30.00
ร้านค้าที่จำหน่าย	8	11.76	56	17.95	3	15.00
บริการหลังการขาย	36	52.94	179	57.37	12	60.00
รายละเอียดอุปกรณ์เสริม	24	35.29	102	32.69	6	30.00
การรับประกัน	48	70.59	238	76.28	14	70.00
ตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม	19	27.94	90	28.85	4	20.00
อื่นๆ	1	1.47	6	1.92	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Spec 6 คน และลักษณะการใช้งาน 1 คน

จากตารางที่ 91 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.06 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 70.59 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 70.59 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 61.76 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.65

รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 35.29 ทรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 27.94 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 11.76 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.29 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 4.41 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.63 รองลงมาคือความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 79.49 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 76.28 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 70.83 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 58.33 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 57.37 สามารถอัปเดตได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.63 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 32.69 ทรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 28.85 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 17.95 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.10 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 8.97 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 70.00 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 70.00 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 65.00 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 60.00 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถอัปเดตได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 40.00 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 30.00 ทรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 20.00 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 15.00 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการ
ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายประจำร้าน	31	45.59	141	45.19	5	25.00
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	17	25.00	107	34.29	10	50.00
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	53	77.94	241	77.24	13	65.00
อินเทอร์เน็ต	48	70.59	258	82.69	17	85.00
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	27	39.71	125	40.06	7	35.00
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือ วิทยุ	8	11.76	30	9.62	0	0.00
ใบปลิว แผ่นพับ	15	22.06	59	18.91	3	15.00
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่อง ที่ร้านค้าจัดไว้ให้	8	11.76	36	11.54	2	10.00
อื่นๆ	2	2.94	3	0.96	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน 2 คน อาจารย์ 1 คน หัวหน้า 1 คน และข้อมูลที่ศึกษามา 1 คน

จากตารางที่ 92 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหา
ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.94
รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 70.59 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.59
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 39.71 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ
25.00 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 22.06 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ
11.76 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 11.76 และจากแหล่งอื่นๆ
คิดเป็นร้อยละ 2.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ
โน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.69 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็น
ร้อยละ 77.24 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.19 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็น
ร้อยละ 40.06 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 34.29 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ

18.91 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 11.54 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 9.62 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อไม้ตุงจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 65.00 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 50.00 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 35.00 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 15.00 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 10.00 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
พนักงานขายประจำร้าน	2.87 (ปานกลาง)	6	3.05 (ปานกลาง)	5	3.10 (ปานกลาง)	3
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	3.00 (ปานกลาง)	5	3.24 (ปานกลาง)	3	3.10 (ปานกลาง)	3
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3.74 (มาก)	2	3.92 (มาก)	1	3.80 (มาก)	2
อินเทอร์เน็ต	3.75 (มาก)	1	3.80 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	3.29 (ปานกลาง)	3	3.20 (ปานกลาง)	4	3.00 (ปานกลาง)	4
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	2.57 (ปานกลาง)	7	2.63 (ปานกลาง)	7	2.40 (น้อย)	7
ใบปลิว แผ่นพับ	2.40 (น้อย)	8	2.60 (ปานกลาง)	8	2.45 (น้อย)	6
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	3.13 (ปานกลาง)	4	2.96 (ปานกลาง)	6	2.70 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ปานกลาง)		3.17 (ปานกลาง)		3.07 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.09) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (3.75) รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ (3.74) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.29) การทดลอง

ใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (3.13) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.00) พนักงานขายประจำร้าน (2.87) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.57) และใบปลิว แผ่นพับ (2.40)

ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.17) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.92) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.80) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.24) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.20) พนักงานขายประจำร้าน (3.05) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.96) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.63) และใบปลิว แผ่นพับ (2.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.07) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (4.00) รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ (3.80) พนักงานขายประจำร้าน (3.10) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.10) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.00) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.70) ใบปลิว แผ่นพับ (2.45) และ โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการ ตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความเร็วของหน่วย ประมวลผลกลาง (CPU)	4.29 (มาก)	1	4.40 (มาก)	1	4.30 (มาก)	3
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.29 (มาก)	1	4.34 (มาก)	2	4.40 (มาก)	1
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บ ข้อมูลสำรอง (HDD)	4.19 (มาก)	3	4.21 (มาก)	3	4.35 (มาก)	2
อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY)	3.32 (ปานกลาง)	8	3.28 (ปานกลาง)	10	3.50 (มาก)	7
ตราชื่อ	3.31 (ปานกลาง)	9	3.48 (ปานกลาง)	8	3.20 (ปานกลาง)	8
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	3.56 (มาก)	6	3.67 (มาก)	7	3.50 (มาก)	7
ความทนทาน	4.18 (มาก)	4	4.13 (มาก)	5	4.20 (มาก)	4
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ แถมมากับเครื่อง	3.49 (ปานกลาง)	7	3.38 (ปานกลาง)	9	2.95 (ปานกลาง)	9
การบริการหลังการขาย	3.96 (มาก)	5	3.92 (มาก)	6	3.70 (มาก)	6
การรับประกัน	4.28 (มาก)	2	4.19 (มาก)	4	3.95 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)		3.90 (มาก)		3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49
หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 94 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด (4.29) รองลงมาคือ การรับประกัน (4.28) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.19) ความทนทาน (4.18) การบริการหลังการขาย (3.96) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.56) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.49) อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.32) และตราชื่อ (3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด (4.40) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.34) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.21) การรับประกัน (4.19) ความทนทาน (4.13) การบริการหลังการขาย (3.92) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.67) ตราชื่อ (3.48) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.38) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด (4.40) รองลงมาคือ ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.35) ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) (4.30) ความทนทาน (4.20) การรับประกัน (3.95) การบริการหลังการขาย (3.70) อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.50) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.50) ตราชื่อ (3.20) และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (2.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.30 (มาก)	1
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.56 (มาก)	2	3.62 (มาก)	2	3.45 (ปานกลาง)	3
รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น)	3.06 (ปานกลาง)	3	3.08 (ปานกลาง)	3	3.55 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)		3.63 (มาก)		3.77 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 95 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.15) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.56) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.19) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.62) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) โดยให้ความสำคัญ

กับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.30) รองลงมาคือ รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.55) และค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไน้ตบู้ก(3.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไน้ตบู้ก จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไน้ตบู้ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.71 (มาก)	2	3.74 (มาก)	3	3.75 (มาก)	2
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.69 (มาก)	3	3.75 (มาก)	2	3.50 (มาก)	3
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3.72 (มาก)	1	3.91 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.54 (ปานกลาง)	5	2.30 (น้อย)	5	2.35 (น้อย)	4
บริการจัดส่งสินค้า	2.84 (ปานกลาง)	4	2.53 (ปานกลาง)	4	2.15 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)		3.24 (ปานกลาง)		3.13 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 96 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อไน้ตบู้ก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.30) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.72) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.71) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.69) บริการจัดส่งสินค้า (2.84) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.24) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.91) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.75) มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.74) บริการจัดส่งสินค้า (2.53) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.13) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.90) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.75) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.50) สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.35) และบริการจัดส่งสินค้า (2.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การโฆษณาของเจ้าของตรา ยี่ห้อ	3.09 (ปานกลาง)	6	3.01 (ปานกลาง)	6	2.65 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	3.41 (ปานกลาง)	4	3.50 (มาก)	3	3.55 (มาก)	3
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	3.46 (ปานกลาง)	3	3.47 (ปานกลาง)	5	3.35 (ปานกลาง)	5
การมีของแถม	3.34 (ปานกลาง)	5	3.50 (มาก)	4	3.50 (มาก)	4
การลดราคา	3.62 (มาก)	1	3.88 (มาก)	1	4.25 (มาก)	1
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.57 (มาก)	2	3.57 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)		3.49 (ปานกลาง)		3.57 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 97 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.41) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคา มากที่สุด (3.62) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.57) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.46) การบริการของพนักงานขาย (3.41) การมีของแถม (3.34) และการโฆษณาของเจ้าของตรา ยี่ห้อ (3.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.49) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.88) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.57) การบริการของพนักงานขาย (3.50) การมีของ

แถม (3.50) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.47) และการโฆษณาของเจ้าของตราयीหื้อ (3.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อบัจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) โดยให้ความสำคัญกับบัจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (4.25) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (4.10) การบริการของพนักงานขาย (3.55) การมีของแถม (3.50) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.35) และการโฆษณาของเจ้าของตราयीหื้อ (2.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	7	10.29	63	20.19	2	10.00
เพื่อน ผู้ร่วมงาน	26	38.24	171	54.81	10	50.00
คู่สมรส	19	27.94	38	12.18	0	0.00
พนักงานขาย	5	7.35	37	11.86	3	15.00
ตัวท่านเอง	52	76.47	261	83.65	16	80.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 98 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.47 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 38.24 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 27.94 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 10.29 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 7.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.65 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 54.81 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 20.19 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 12.18 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 11.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ

เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 50.00 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 15.00 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 10.00 และกลุ่มสมรส คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและ จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น	9	13.24	15	4.81	0	0.00
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ขนาดใหญ่	2	2.94	7	2.24	0	0.00
ร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ ไอทีต่างๆ	41	60.29	217	69.55	14	70.00
ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ ต่างๆ ทั่วไป	12	17.65	31	9.94	2	10.00
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.00	0	0.00	0	0.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	3	4.41	41	13.14	4	20.00
อื่นๆ	1	1.47	1	0.32	0	0.00
รวม	68	100.00	312	100.00	20	100.00

หมายเหตุ เพศชาย อื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อมือสอง 1 คน และโครงการ โน้ตบุ๊กเอื้ออาทร 1 คน

จากตารางที่ 99 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 60.29 รองลงมาคือ ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.65 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 13.24 งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 4.41 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.94 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.47 และ สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 69.55 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้า

คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.14 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.94 ในห้าง เช่น เทสโกโลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 4.81 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 2.24 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.32 และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 ในห้าง เช่น เทสโกโลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 0.00 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 0.00 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	60	88.24	194	62.18	13	65.00
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	5	7.35	36	11.54	4	20.00
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	0	0.00	35	11.22	0	0.00
บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	2	2.94	38	12.18	1	5.00
อื่นๆ	1	1.47	9	2.88	2	10.00
รวม	68	100.00	312	100.00	20	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริษัทและตนเองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 11 คน และบริษัทและผู้ปกครองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 1 คน

จากตารางที่ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายใน

การซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 88.24 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 7.35 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 2.94 บุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.47 และตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 62.18 รองลงมาคือ บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 12.18 ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 11.54 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 11.22 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 20.00 บุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.00 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 5.00 และตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

งบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	21	30.88	22	7.05	1	5.00
20,001- 30,000 บาท	34	50.00	170	54.49	9	45.00
30,001- 40,000 บาท	8	11.76	101	32.37	5	25.00
40,001- 50,000 บาท	5	7.35	12	3.85	5	25.00
50,001- 60,000 บาท	0	0.00	5	1.60	0	0.00
มากกว่า 60,000 บาท	0	0.00	2	0.64	0	0.00
รวม	68	100.00	312	100.00	20	100.00

จากตารางที่ 101 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.00

รองลงมาคือ ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.88 ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.76 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.35 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.49 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.37 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.05 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.85 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.60 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 102 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

วิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	42	61.76	170	54.49	8	40.00
ชำระโดย Credit Card	16	23.53	101	32.37	9	45.00
เงินผ่อนกับทางร้านค้า	0	0.00	9	2.88	0	0.00
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย	10	14.71	32	10.26	2	10.00
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	1	5.00
รวม	68	100.00	312	100.00	20	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนกับบัตรเครดิต 1 คน

จากตารางที่ 102 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมาคือชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 23.53 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย

คิดเป็นร้อยละ 14.71 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 00.00 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.49 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 32.37 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 10.26 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.88 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 40.00 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สท์ซ้อย คิดเป็นร้อยละ 10.00 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.95 (มาก)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 103 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.95)

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจ โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามระดับการศึกษา

วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊ก หลังทำการซื้อมาแล้ว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	36	52.94	193	61.86	10	50.00
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้า ใหม่มาใช้	8	11.76	46	14.74	4	20.00
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	7	10.29	29	9.29	1	5.00
นำไปขายต่อ	17	25.00	35	11.22	4	20.00
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	0	0.00	1	0.32	0	0.00
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	0	0.00	4	1.28	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00	4	1.28	1	5.00
รวม	68	100.00	312	100.00	20	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้งานต่อไปและ upgrade 1 คน ซื้อใหม่ 1 คน พอใจโน้ตบุ๊กที่ซื้อมา 1 คน ใช้งานต่อไปแต่ไม่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ 1 คน และใช้งานต่อไปและลงโปรแกรมเพิ่มเติม 1 คน

จากตารางที่ 104 พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือ นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 25.00 นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.76 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 10.29 ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 0.00 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 61.86 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.74 นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 11.22 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 9.29 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 1.28 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.28 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 20.00 นำไปขายต่อ คิดเป็น

ร้อยละ 20.00 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 5.00 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.00 ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 และยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคต	3.49 (ไม่แน่ใจ)	3.32 (ไม่แน่ใจ)	3.60 (อาจจะซื้อ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 105 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.49)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.32)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะซื้อ (3.60)

ตารางที่ 106 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมในอนาคต	3.28 (ไม่แน่ใจ)	3.17 (ไม่แน่ใจ)	3.35 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 106 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อไม้ตบูกจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ(3.28)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อไม้ตบูกจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ(3.17)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อไม้ตบูกจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ(3.35)

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	3.78 (อาจจะแนะนำ)	3.57 (อาจจะแนะนำ)	3.95 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่แนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 107 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ(3.78)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ(3.57)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อไม้ตบูกยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ(3.95)

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊ก จากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	3.49 (ไม่แน่ใจ)	3.40 (ไม่แน่ใจ)	3.35 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะ
แนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-
5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 108 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
ปริญญาตรีมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยใน
ระดับไม่แน่ใจ (3.49)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีแนวโน้มการ
แนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.40)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้ม
การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.35)

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่
พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการ ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	27	39.71	168	53.85	6	30.00
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	40	58.82	174	55.77	7	35.00
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการ หลังการขาย	33	48.53	136	43.59	10	50.00
ไม่พบปัญหา	6	8.82	17	5.45	3	15.00
อื่นๆ	0	0.00	1	0.32	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ถนัดมือ 1 คน

จากตารางที่ 109 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.82 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 48.53 ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 39.71 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.82 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.77 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 53.85 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 43.59 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 5.45 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสสูงกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.77 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 53.85 ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 43.59 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 5.45 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาทีพบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านราคาทีพบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	56	82.35	239	76.60	10	50.00
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	16	23.53	80	25.64	6	30.00
ไม่พบปัญหา	4	5.88	42	13.46	4	20.00
อื่นๆ	0	0.00	3	0.96	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นที่ spec เท่ากัน 1 คน อะไหล่แพง 1 คน และราคาเครื่องไม่ได้รวมประกัน 1 คน

จากตารางที่ 110 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.35 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 23.53 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 5.88 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.60 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 25.64 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 13.46 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 20.00 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 111 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและแจกแจงตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	18	26.47	145	46.47	6	30.00
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	39	57.35	168	53.85	9	45.00
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	13	19.12	47	15.06	3	15.00
ไม่พบปัญหา	8	11.76	31	9.94	4	20.00
อื่นๆ	0	0.00	2	0.64	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ตัวอย่างมีให้น้อย 2 คน

จากตารางที่ 111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.35 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 26.47 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 19.12 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.76 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 46.47 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 15.06 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 9.94 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 20.00 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 15.00 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 112 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม ไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	34	50.00	174	55.77	10	50.00
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	25	36.76	107	34.29	11	55.00
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	21	30.88	103	33.01	7	35.00
ไม่พบปัญหา	4	5.88	37	11.86	3	15.00
อื่นๆ	3	4.41	1	0.32	0	0.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีของแถม 2 คน ไม่ลงโปรแกรมเสริมให้ 1 คน และซื้อเสร็จแล้วพนักงานบริการไม่ดี 1 คน

จากตารางที่ 112 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถม ไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 36.76 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 30.88 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 5.88 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถม ไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.77 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 34.29 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 33.01 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.86 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ของแถม ไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 50.00 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 35.00 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 15.00 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ ในการทำงาน	198	88.39	168	95.45
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดู ทันสมัยในสายตาเพื่อน	16	7.14	7	3.98
ซื้อเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการ ทำงาน	49	21.88	47	26.70
ซื้อเพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟัง เพลง	104	46.43	63	35.80
อื่นๆ	11	4.91	4	2.27

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อการเรียนรู้ หาคำความรู้ 4 คน พบพาและเคลื่อนย้าย 4 คน ทำรายงาน 3
คน โหลดบิท 2 คน บริษัทช่วยค่าใช้จ่าย 1 คน และสะดวกในการใช้กับงานดีไซน์ 1 คน

จากตารางที่ 113 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.39 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 46.43 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 21.88 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 7.14 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.45 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 35.80 เพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26.70 เพราะเหตุผลทางด้านสมัยนิยม เพื่อให้ดูทันสมัยในสายตาเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.98 และเพราะสาเหตุอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 114 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Fujitsu	104	46.43	109	61.93
COMPAQ	190	84.82	146	82.95
IBM	120	53.57	105	59.66
ACER	203	90.63	160	90.91
Apple	133	59.38	105	59.66
Toshiba	180	80.36	147	83.52
SVOA	79	35.27	68	38.64
SONY	173	77.23	147	83.52
Lenovo	115	51.34	87	49.43
Liberta	13	5.80	21	11.93
BenQ	139	62.05	114	64.77
Dell	135	60.27	109	61.93
ASUS	153	68.30	128	72.73
HP	174	77.68	150	85.23
อื่นๆ	4	1.79	5	2.84

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Samsung 5 คน MSI 1 คน LG 1 คน Atec 1 คน และ GateWay 1 คน

จากตารางที่ 114 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.63 รองลงมาคือ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 84.82 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 80.36 HP คิดเป็นร้อยละ 77.68 SONY คิดเป็นร้อยละ 77.23 ASUS คิดเป็นร้อยละ 68.30 BenQ คิดเป็นร้อยละ 62.05 Dell คิดเป็นร้อยละ 60.27 Apple คิดเป็นร้อยละ 59.38 IBM คิดเป็นร้อยละ 53.57 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 51.34 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 46.43 SVOA คิดเป็นร้อยละ 35.27 Liberta คิดเป็นร้อยละ 5.80 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาคือ HP คิดเป็นร้อยละ 85.23 Toshiba คิดเป็นร้อยละ 83.52 SONY คิดเป็นร้อยละ 83.52 COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 82.95 ASUS คิดเป็นร้อยละ 72.73 BenQ คิดเป็นร้อยละ 64.77 Fujitsu คิดเป็นร้อยละ 61.93 Dell คิดเป็นร้อยละ 61.93 IBM คิดเป็นร้อยละ 59.66 Apple คิดเป็นร้อยละ 59.66 Lenovo คิดเป็นร้อยละ 49.43 SVOA คิดเป็นร้อยละ 38.64 Liberta คิดเป็นร้อยละ 11.93 และยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อย, 1.50-2.49 หมายถึง ค่อนข้างน้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง ค่อนข้างมาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มาก

จากตารางที่ 115 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.14)

ตารางที่ 116 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อ notebook และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อ notebook	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	212	94.64	163	92.61
ประสิทธิภาพการคำนวณ	117	52.23	112	63.64
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	150	66.96	123	69.89
สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต	106	47.32	64	36.36
ความทนทาน	180	80.36	130	73.86
ราคาขายต่อ	17	7.59	16	9.09
รูปแบบการชำระเงิน	34	15.18	23	13.07
ร้านค้าที่จำหน่าย	45	20.09	22	12.50
บริการหลังการขาย	129	57.59	98	55.68
รายละเอียดอุปกรณ์เสริม	82	36.61	50	28.41
การรับประกัน	177	79.02	123	69.89
ตราี่ห้อที่เป็นที่นิยม	71	31.70	42	23.86
อื่นๆ	3	1.34	4	2.27

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ Spec 6 คน และลักษณะการใช้งาน 1 คน

จากตารางที่ 116 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ notebook โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.64 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 80.36 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 79.02 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 66.96 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 57.59 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 52.23 สามารถอัพเกรดได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 47.32 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 36.61 ตราี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 31.70 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 20.09 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 15.18 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 7.59 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.61 รองลงมาคือ ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 73.86 รูปลักษณ์ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 69.89 การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 69.89 ประสิทธิภาพการคำนวณ คิดเป็นร้อยละ 63.64 บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 55.68 สามารถอัปเดตได้ในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 36.36 รายละเอียดอุปกรณ์เสริม คิดเป็นร้อยละ 28.41 ทรายี่ห้อที่เป็นที่นิยม คิดเป็นร้อยละ 23.86 รูปแบบการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 13.07 ร้านค้าที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 12.50 ราคาขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 9.09 และข้อมูลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายประจำร้าน	109	48.66	68	38.64
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	74	33.04	60	34.09
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	174	77.68	133	75.57
อินเทอร์เน็ต	180	80.36	143	81.25
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	86	38.39	73	41.48
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	26	11.61	12	6.82
ไบปลิว แผ่นพับ	41	18.30	36	20.45
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ ร้านค้าจัดไว้ให้	29	12.95	17	9.66
อื่นๆ	2	0.89	3	1.70

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน 2 คน อาจารย์ 1 คน หัวหน้า 1 คน และข้อมูลที่ศึกษามา 1 คน

จากตารางที่ 117 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.36 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 77.68 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 48.66

นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 38.39 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 33.04 ไปป๊อปปี้ แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 18.30 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 12.95 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 11.61 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 75.57 นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 41.48 พนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.64 งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 34.09 ไปป๊อปปี้ แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 20.45 การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 9.66 โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 6.82 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 118 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
พนักงานขายประจำร้าน	3.02 (ปานกลาง)	5	3.02 (ปานกลาง)	5
งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	3.17 (ปานกลาง)	3	3.23 (ปานกลาง)	4
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3.90 (มาก)	1	3.87 (มาก)	1
อินเทอร์เน็ต	3.78 (มาก)	2	3.82 (มาก)	2
นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	3.12 (ปานกลาง)	4	3.32 (ปานกลาง)	3
โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ	2.61 (ปานกลาง)	7	2.60 (ปานกลาง)	8
ใบปลิว แผ่นพับ	2.46 (น้อย)	8	2.67 (ปานกลาง)	7
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้	2.99 (ปานกลาง)	6	2.96 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 (ปานกลาง)		3.19 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 118 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง (3.13) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.90) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.78) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์

(3.17) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.12) พนักงานขายประจำร้าน (3.02) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.99) โฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.61) และใบปลิว แผ่นพับ (2.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.19) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.87) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.82) นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.32) งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์ (3.23) พนักงานขายประจำร้าน (3.02) การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้าจัดไว้ให้ (2.96) ใบปลิว แผ่นพับ (2.67) และโฆษณาทางโทรทัศน์ และ/หรือวิทยุ (2.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 119 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU)	4.38 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.31 (มาก)	2	4.37 (มาก)	2
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD)	4.24 (มาก)	4	4.18 (มาก)	3
อุปกรณ์เสริม (ACCESSORY)	3.33 (ปานกลาง)	10	3.26 (ปานกลาง)	10
ตราชื่อ	3.47 (ปานกลาง)	8	3.40 (ปานกลาง)	8
รูปลักษณ์ ความสวยงาม	3.62 (มาก)	7	3.67 (มาก)	7
ความทนทาน	4.21 (มาก)	5	4.06 (มาก)	5
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง	3.42 (ปานกลาง)	9	3.33 (ปานกลาง)	9
การบริการหลังการขาย	3.95 (มาก)	6	3.88 (มาก)	6
การรับประกัน	4.26 (มาก)	3	4.10 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)		3.86 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 119 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด (4.38) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.31) การรับประกัน (4.26) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.24) ความทนทาน (4.21) การบริการหลังการขาย (3.95) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.62) ตรายี่ห้อ (3.47) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.42) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด (4.38) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.37) ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.18) การรับประกัน (4.10) ความทนทาน (4.06) การบริการหลังการขาย (3.88) รูปลักษณ์ ความสวยงาม (3.67) ตรายี่ห้อ (3.40) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แถมมากับเครื่อง (3.33) และอุปกรณ์เสริม (ACCESSORY) (3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 120 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคาที่เท่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1
ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก	3.67 (มาก)	2	3.52 (มาก)	2
รูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อน กับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อน ผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น)	3.19 (ปานกลาง)	3	2.99 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 (มาก)		3.55 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 120 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เท่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.22) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก (3.67) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ตบูก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ราคาที่เท่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (4.14) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก (3.52) และรูปแบบในการชำระเงิน (เงินสด ผ่อนกับทางร้าน ผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่อนผ่านสถาบันการเงิน เป็นต้น) (2.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 121 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.83 (มาก)	2	3.61 (มาก)	3
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.76 (มาก)	3	3.68 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3.95 (มาก)	1	3.78 (มาก)	1
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	2.39 (น้อย)	5	2.29 (น้อย)	5
บริการจัดส่งสินค้า	2.67 (ปานกลาง)	4	2.41 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (ปานกลาง)		3.16 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 121 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.32) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.95) รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.83) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.76) บริการจัดส่งสินค้า (2.67) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.39) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือ

ของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด (3.78) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.68) มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.61) บริการจัดส่งสินค้า (2.41) และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (2.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 122 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การโฆษณาของเจ้าของครายี่ห้อ	3.08 (ปานกลาง)	6	2.91 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	3.58 (มาก)	3	3.37 (ปานกลาง)	4
การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	3.56 (มาก)	4	3.35 (ปานกลาง)	5
การมีของแถม	3.46 (ปานกลาง)	5	3.48 (ปานกลาง)	3
การลดราคา	3.82 (มาก)	1	3.89 (มาก)	1
การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.63 (มาก)	2	3.56 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)		3.43 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 122 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลด

ราคามากที่สุด (3.82) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย (3.63) การบริการของพนักงานขาย (3.58) การมีของแถม (3.46) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.56) และการโฆษณาของเจ้าของตราหือ (3.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.43) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การลดราคามากที่สุด (3.89) รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย (3.56) การมีของแถม (3.48)

การบริการของพนักงานขาย (3.37) การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (3.35) และการโฆษณาของเจ้าของตราหือ (2.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 123 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	48	21.43	24	13.64
เพื่อน ผู้ร่วมงาน	108	48.21	99	56.25
คู่สมรส	29	12.95	28	15.91
พนักงานขาย	25	11.16	20	11.36
ตัวท่านเอง	177	79.02	152	86.36

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 123 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.02 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 48.21 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 21.43 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 12.95 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 11.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.36 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 56.25 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 15.91 บิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 13.64 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 11.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊กและ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น	18	8.04	6	3.41
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่	7	3.13	2	1.14
ร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ	149	66.52	123	69.89
ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	28	12.50	17	9.66
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	0	0.00	0	0.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	22	9.82	26	14.77
อื่นๆ	0	0.00	2	1.14
รวม	224	100.00	176	100.00

หมายเหตุ เพศชาย อื่นๆ ได้แก่ ซื้อต่อมือสอง 1 คน และ โครงการ โน้ตบุ๊กเอื้ออาทร 1 คน

จากตารางที่ 124 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 66.52 รองลงมาคือ ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 9.82 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 8.04 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 3.13 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 และจากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 69.89 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 14.77 ร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.66 ในห้าง เช่น เทสโก โลตัส คาร์ฟู แมคโคร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.41 ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 1.14 จากแหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.14 และ สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 125 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	145	64.73	122	69.32
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	32	14.29	13	7.39
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	29	12.95	6	3.41
บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	12	5.36	29	16.48
อื่นๆ	6	2.68	6	3.41
รวม	224	100.00	176	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ บริษัทและตนเองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 11 คน บริษัทและผู้ปกครองร่วมกันออกค่าใช้จ่าย 1 คน

จากตารางที่ 125 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 64.73 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 12.95 บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 5.36 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 69.32 รองลงมาคือ บริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ คิดเป็นร้อยละ 16.48 ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 7.39 ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 3.41 และบุคคลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 126 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อ
โน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

งบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	34	15.18	10	5.68
20,001- 30,000 บาท	133	59.38	80	45.45
30,001- 40,000 บาท	48	21.43	66	37.50
40,001- 50,000 บาท	9	4.02	13	7.39
50,001- 60,000 บาท	0	0.00	5	2.84
มากกว่า 60,000 บาท	0	0.00	2	1.14
รวม	224	100.00	176	100.00

จากตารางที่ 126 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.38 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.43 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.18 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.02 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50 ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.39 ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.68 ระหว่าง 50,001- 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.84 และมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	132	58.93	88	50.00
ชำระโดย Credit Card	55	24.55	71	40.34
เงินผ่อนกับทางร้านค้า	6	2.68	3	1.70
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สทีช้อย	31	13.84	13	7.39
อื่นๆ	0	0.00	1	0.57
รวม	224	100.00	176	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผ่อนกับบัตรเครดิต 1 คน

จากตารางที่ 127 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 58.93 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 24.55 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สทีช้อย คิดเป็นร้อยละ 13.84 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 2.68 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 40.34 เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน เฟิร์สทีช้อย คิดเป็นร้อยละ 7.39 เงินผ่อนกับทางร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 1.70 และวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 128 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 2.50-3.49
หมายถึง ปานกลาง, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, และ 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

จากตารางที่ 128 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70)

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจ
โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการ ซื้อมาแล้ว	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	133	59.38	106	60.23
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้	38	16.96	20	11.36
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	20	8.93	17	9.66
นำไปขายต่อ	30	13.39	26	14.77
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	0	0.00	1	0.57
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	2	0.89	2	1.14
อื่นๆ	1	0.45	4	2.27
รวม	224	100.00	176	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้งานต่อไปและ upgrade 1 คน ซื้อใหม่ 1 คน พอใจโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้ว 1 คน
ใช้งานต่อไปแต่ไม่แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ 1 คน ใช้งานต่อไปและลงโปรแกรมเพิ่มเติม 1 คน

จากตารางที่ 129 พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 59.38 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.96 นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 13.39 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 8.93 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 0.89 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.45 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 60.23 รองลงมาคือ นำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 14.77 นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.36 นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 9.66 วิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.27 ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 1.14 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 130 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคต	3.34 (ไม่แน่ใจ)	3.39 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่ซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 130 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.34)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.39)

ตารางที่ 131 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในขนาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมใน อนาคต	3.23 (ไม่แน่ใจ)	3.16 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะซื้อ, และ 4.50-5.00 หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน

จากตารางที่ 131 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.23)

ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.16)

ตารางที่ 132 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	3.62 (อาจจะแนะนำ)	3.64 (อาจจะแนะนำ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 132 พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.62)

ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มีค่าเฉลี่ยในระดับอาจจะแนะนำ (3.64)

ตารางที่ 133 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	ไม่เกิน 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	3.42 (ไม่แน่ใจ)	3.40 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ : การแปลผล 1.00-1.49 หมายถึง ไม่แนะนำอย่างแน่นอน, 1.50-2.49 หมายถึง อาจจะไม่นำแนะนำ, 2.50-3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 หมายถึง อาจจะแนะนำ, และ 4.50-5.00 หมายถึง แนะนำอย่างแน่นอน

จากตารางที่ 133 พบว่า ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.42)

ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่แน่ใจ (3.40)

ตารางที่ 134 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อ notebook และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อ notebook	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	115	51.34	86	48.86
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	119	53.13	102	57.95
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	96	42.86	83	47.16
ไม่พบปัญหา	14	6.25	12	6.82
อื่นๆ	0	0.00	1	0.57

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ถนัดมือ 1 คน

จากตารางที่ 134 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ notebook คือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.13 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 51.34 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 42.86 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.25 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ notebook คือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.95 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 48.86 ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 47.16 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.82 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 135 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	176	78.57	129	73.30
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	47	20.98	55	31.25
ไม่พบปัญหา	27	12.05	23	13.07
อื่นๆ	0	0.00	3	1.70

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ราคาแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นที่ spec เท่ากัน 1 คน อะไหล่แพง 1 คน และราคาเครื่องไม่ได้รวมประกัน 1 คน

จากตารางที่ 135 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.57 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 20.98 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.05 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.30 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 31.25 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 13.07 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าและแจกแจงตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้า	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	85	37.95	84	47.73
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	119	53.13	97	55.11
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	44	19.64	19	10.80
ไม่พบปัญหา	25	11.16	18	10.23
อื่นๆ	0	0.00	2	1.14

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ ตัวอย่างมีให้คูน้อย 2 คน

จากตารางที่ 136 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.13 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 37.95 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 19.64 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.16 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.11 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 47.73 ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 10.80 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 10.23 และพบปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 137 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อ notebook และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบในการตัดสินใจซื้อ notebook	ไม่เกิน 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	117	52.23	101	57.39
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	78	34.82	65	36.93
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	78	34.82	53	30.11
ไม่พบปัญหา	24	10.71	20	11.36
อื่นๆ	1	0.45	3	1.70

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีของแถม 2 คน ไม่ลงโปรแกรมเสริมให้ 1 คน ซื้อเสร็จแล้วพนักงานบริการไม่ดี 1 คน

จากตารางที่ 137 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อ notebook คือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.23 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 34.82 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 34.82 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 10.71 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อ notebook คือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.39 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 36.93 การบริการของพนักงานขายไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 30.11 ไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.36 และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ