

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจและปัญหาในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้จะกล่าวถึงผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้อัตราร้อยละ ตั้งแต่ตารางที่ 2 ถึงตารางที่ 5

ส่วนที่ 2 แสดงถึง พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ตารางที่ 6 ถึงตารางที่ 9

ส่วนที่ 3 ประกอบไปด้วย กระบวนการตัดสินใจและปัญหาในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูป โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ตารางที่ 10 ถึงตารางที่ 60

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาวิชา

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	132	40.5
บริหารธุรกิจ	70	21.5
วิทยาศาสตร์พื้นฐานและเทคโนโลยี	77	23.6
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	47	14.4
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนมากที่สุดเป็นนักศึกษาที่เรียนในสาขาวิชา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์คือ ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือสาขาวิทยาศาสตร์พื้นฐานและเทคโนโลยี ร้อยละ 23.6 และ บริหารธุรกิจร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	131	40.0
หญิง	195	60.0
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 และเป็นเพศชายร้อยละ 40

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	25	7.7
18-20 ปี	113	34.7
21-24 ปี	145	44.4
มากกว่า 24 ปี	43	13.2
	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวนมากที่สุดจะมีอายุอยู่ระหว่าง 21-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคืออายุระหว่าง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.7 และที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีเพียงร้อยละ 7.7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	41	12.6
2,001-4,000 บาท	161	49.3
4,001-6,000 บาท	95	29.1
6,001-10,000 บาท	26	8.0
มากกว่า 10,000 บาท	3	1.0
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนมากที่สุดมีรายได้อยู่ในระดับ 2,000 - 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ 4,000 - 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.1 และ ต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.6

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้
คอมพิวเตอร์ใน 1 สัปดาห์

จำนวนครั้งใน การใช้คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 7 ครั้ง	34	10.4
6-7 ครั้ง	41	12.6
4-5 ครั้ง	157	48.2
2-3 ครั้ง	79	24.2
สัปดาห์ละครั้ง	9	2.8
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	6	1.8
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนมากที่สุดมีการใช้คอมพิวเตอร์ 4-5 ครั้งต่อ
สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 24.2 และ 6-7 ครั้งต่อ
สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 12.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ต่อ 1 ครั้ง

ระยะเวลาในการใช้ต่อ 1 ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	4.6
1-3 ชั่วโมง	276	84.7
มากกว่า 3 ชั่วโมง	35	10.7
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งถึงร้อยละ 84.7 รองลงมาคือ มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.7 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้ เครื่องคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ทำงาน	101	31
บันเทิง	146	44.8
Internet	79	24.2
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนมากที่สุดมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิงร้อยละ 44.8 เพื่อการทำงานร้อยละ 31 และเพื่อใช้ Internet ร้อยละ 24.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ระดับความรู้ความเชี่ยวชาญ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก	6	1.8
ค่อนข้างมาก	73	22.4
ค่อนข้างน้อย	225	68.0
ระดับน้อย	22	6.8
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับค่อนข้างน้อยคิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ ระดับค่อนข้างมาก ร้อยละ 22.4 และ ระดับน้อย ร้อยละ 6.8

ส่วนที่ 3 : กระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ
ซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ในการทำงาน	104	31.9
ใช้เพื่อความบันเทิง	222	68.1
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อความบันเทิง ร้อยละ
68.1 และซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อการทำงานร้อยละ 31.9

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยของการ
ซื้อซอฟต์แวร์

ความบ่อย	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 2-3 ครั้ง	14	4.3
เดือนละครั้ง	68	11.7
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	274	84
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อซอฟต์แวร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ
84 รองลงมาคือ เดือนละครั้ง ร้อยละ 11.7 และ เดือนละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งจำหน่ายซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

แหล่งจำหน่ายที่ซื้อ	ไม่เคยซื้อ		นานๆ ครั้ง		ค่อนข้างบ่อย		บ่อยมาก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์คอมพิวเตอร์	7	2.1	123	37.7	180	55.2	16	4.9	326	100.0
สั่งซื้อทาง Internet	305	93.6	18	5.5	3	0.9	0	0	326	100.0
สั่งซื้อทางไปรษณีย์	302	92.6	23	7.1	1	0.3	0	0	326	100.0
ร้านค้าทั่วไปที่มีการขายซอฟต์แวร์เสริม	196	60.1	116	35.6	14	4.3	0	0	326	100.0
ฝากคนรู้จักซื้อ	201	61.7	96	29.4	28	8.3	1	0.3	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อซอฟต์แวร์จากศูนย์คอมพิวเตอร์ในระดับค่อนข้างบ่อยร้อยละ 55.2 รองลงมาคือระดับนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 37.7

ส่วนใหญ่นิเคยสั่งซื้อทาง Internet ร้อยละ 93.6 รองลงมาคือระดับนานๆ ครั้ง ร้อยละ 5.5

ส่วนใหญ่นิเคยสั่งซื้อทางไปรษณีย์ร้อยละ 92.6 รองลงมาคือระดับนานๆ ครั้ง ร้อยละ 7.1

ส่วนใหญ่นิเคยซื้อจากร้านค้าทั่วไปที่มีการขายซอฟต์แวร์เสริมร้อยละ 60.1 รองลงมาคือระดับนานๆ ครั้ง ร้อยละ 35.6

ส่วนใหญ่นิเคยฝากคนรู้จักซื้อ ร้อยละ 61.7 รองลงมาคือระดับนานๆ ครั้ง ร้อยละ 29.4

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นในการซื้อซอฟต์แวร์
และค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้น	น้อย		ค่อนข้างน้อย		ค่อนข้างมาก		มาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อ ต่างๆ	21	6.4	153	46.9	133	40.8	19	5.8	2.9	ปานกลาง
การโฆษณาของร้านค้า ตัว แทนจำหน่าย	28	8.6	109	33.4	168	51.5	21	6.4	3.1	ปานกลาง
การรับเปลี่ยนรุ่นของ ซอฟต์แวร์	16	4.9	28	8.6	198	60.7	84	25.8	3.9	ค่อนข้างมาก
เห็นผู้อื่นใช้หรือ มีผู้แนะนำ	4	1.2	34	10.4	177	54.3	111	34	4.0	ค่อนข้างมาก
การอยากทดลองซอฟต์แวร์ ใหม่ ๆ	9	2.8	54	16.6	152	46.6	111	34	3.9	ค่อนข้างมาก

จากการพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ให้ระดับความสำคัญในระดับค่อนข้างมากจากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่หรือมีผู้แนะนำ จากการปรับเปลี่ยนรุ่น และ จากการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ๆ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.0 3.9 และ 3.9 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางจากการโฆษณาจากร้านค้าและจากการโฆษณาของผู้ผลิต ในระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.1 และ 2.9 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับแรงกระตุ้น
ในการซื้อซอฟต์แวร์ เมื่อจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ปัจจัย	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์สุขภาพ	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่าง ๆ	2.7	ปานกลาง	2.7	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง	2.4	ค่อนข้างน้อย
การโฆษณาของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	2.9	ปานกลาง	2.6	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง
การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์	2.9	ปานกลาง	3.8	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก	3.1	ปานกลาง
เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือ มีผู้แนะนำ	4.3	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก
การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ๆ	3.2	ปานกลาง	3.8	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก	3.3	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ มีค่าเฉลี่ย 4.3

ในกลุ่มที่มีศึกษาด้านบริหารธุรกิจ จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ และ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 3.8 และ 3.8 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่ศึกษาด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ การเห็นผู้อื่นใช้อยู่ และ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 4.1 และ 3.7 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่ศึกษาด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ และการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.7 เท่ากัน

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงกระตุ้นในการซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่าง ๆ		3.2	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง
การโฆษณาของร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย		3.6	ค่อนข้างมาก	3.2	ปานกลาง
การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์		4.2	ค่อนข้างมาก	3.5	ค่อนข้างมาก
เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือ มีผู้แนะนำ		4.3	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก
การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ		4.1	ค่อนข้างมาก	3.4	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศชาย จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ และ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.3 4.2 และ 4.1 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่เป็นเพศหญิง จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากจากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ และการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 และ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงกระตุ้นในการซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ปัจจัย	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่าง ๆ	3.8	ค่อนข้างมาก	2.7	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง	2.4	ค่อนข้างน้อย
การโฆษณาของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	3.8	ค่อนข้างมาก	2.6	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง
การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์	5.0	มาก	3.8	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก
เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือ มีผู้แนะนำ	4.3	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ	5.0	มาก	3.8	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก	3.6	ค่อนข้างมาก

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญมาก จะให้ความสำคัญในระดับมาก จากการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ และการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย 5.0 เท่ากัน ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่าง ๆ และการโฆษณาของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 3.8 และ 3.8 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญค่อนข้างมาก จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 3.8 และ 3.8 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญค่อนข้างน้อย จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 3.9 และ 3.7 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญน้อย จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ และการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 3.9 และ 3.6

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงกระตุ้นในการซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ปัจจัย	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
	การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่าง ๆ	2.9	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง
	การโฆษณาของร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย	3.1	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง
	การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์	4.0	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก
	เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือ มีผู้แนะนำ	4.1	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก
	การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ	3.9	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงาน จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ และ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 3.9 และ 3.6 ตามลำดับ

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อความบันเทิง จะให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก จากการเห็นผู้อื่นใช้อยู่ และ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.0 3.9 และ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงลักษณะในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์

ลักษณะการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจได้ทันที	16	4.9
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย	163	50.0
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด	147	45.1
รวม	326	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อยก่อนตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาจะใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียดคิดเป็นร้อยละ 45.1 และมีเพียงร้อยละ 4.9 ที่สามารถตัดสินใจได้ทันที

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

การตัดสินใจ	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจได้ทันที	2	1.6	2	2.8	10	12.9	2	4.2
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย	60	45.4	35	50.0	48	62.3	20	42.5
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด	70	53.0	33	47.2	19	24.8	25	53.3
รวม	132	100.0	70	100.0	77	100.0	47	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด ร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 16.7 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 1.6

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 47.2 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 2.8

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเล็กน้อย ร้อยละ 62.3 รองลงมาคือใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด ร้อยละ 24.8 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 12.9

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเล็กน้อย ร้อยละ 42.5 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจ	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจได้ทันที		10	7.6	6	3.0
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย		64	48.8	99	50.7
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด		57	43.6	90	46.3
รวม		131	100.0	195	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศชาย จำนวนมากที่สุดใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 43.6 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 7.6

ในกลุ่มที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 46.3 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 3

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์
จำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

การตัดสินใจ	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจได้ทันที	1	16.7	6	8.2	5	2.2	4	18.2
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย	5	83.3	37	50.7	108	48.2	13	59.1
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด	0	0	30	41.1	112	49.8	5	22.7
รวม	6	100.0	73	100.0	225	100.0	22	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 16.7

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างมาก ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 41.1 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 8.2

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย จำนวนมากที่สุดใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 49.8 รองลงมาคือใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 48.2 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 2.2

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 22.7 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

การตัดสินใจ	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจได้ทันที		5	4.8	11	5.0
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย		47	45.2	116	52.3
ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด		52	35.4	95	42.8
รวม		104	100.0	222	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อการทำงาน จำนวนมากที่สุดใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 35.4 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 4.8

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อย ร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด ร้อยละ 42.8 และ ตัดสินใจได้ทันที ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้แหล่งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม

แหล่งข้อมูล	ไม่ใช้		ใช้		รวมจำนวน
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นิตยสารคอมพิวเตอร์	172	57.7	138	42.3	310
สอบถามบุคคลที่รู้จัก	44	18.4	266	81.6	310
สำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่าย	51	20.6	259	79.4	310
แผ่นพับ ใบปลิว	273	88.7	37	11.3	310
ทดลองใช้งานจริง	285	92.3	25	7.7	310

**หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือก ใช้แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า 1 แหล่ง จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ใช้หลายวิธีในการเสาะหาข้อมูล โดยใช้วิธีการสอบถามจากบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 81.6 รองลงมาคือการสำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่ายร้อยละ 79.4 จากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

แหล่งข้อมูล	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารคอมพิวเตอร์	40	30.3	30	42.8	52	67.5	16	34
สอบถามบุคคลที่รู้จัก	120	90.9	60	85.7	46	59.7	40	85.1
สำรวจและสอบถาม ตามร้านค้าที่จำหน่าย	110	83.3	55	78.6	59	76.6	35	74.5
แผ่นพับ ใบปลิว	10	7.6	9	12.8	12	15.6	6	12.8
ทดลองใช้งานจริง	1	0.7	8	11.4	14	18.2	2	4.3

**หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกใช้แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า 1 แหล่ง
จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 90.9 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 83.3 และนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 30.3

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 85.7 สำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 78.6 และ นิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 42.8

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 76.6 จากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 67.5 และ สอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 59.7

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 85.1 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 74.5 และ จากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารคอมพิวเตอร์	90	68.7	48	24.6
สอบถามบุคคลที่รู้จัก	112	85.5	154	79
สำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่าย	107	81.7	152	83.3
แผ่นพับ ใบปลิว	24	18.3	13	6.7
ทดลองใช้งานจริง	16	12.2	9	4.6

**หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกใช้แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า 1 แหล่ง
จากตารางพบว่าในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 85.5 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 81.7 และจากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 68.7

ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 83.3 สอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 79 และจากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 24.6

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
จำแนกตามระดับความรู้ความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

แหล่งข้อมูล	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารคอมพิวเตอร์	1	20	46	68.7	87	39.5	4	22.2
สอบถามบุคคลที่รู้จัก	4	80	53	19.9	192	87.3	17	94.4
สำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่าย	5	100	54	80.6	187	85.0	13	72.2
แผ่นพับ ใบปลิว	0	0	18	26.9	19	8.6	0	0
ทดลองใช้งานจริง	1	20	10	14.9	14	6.4	0	0

**หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกใช้แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า 1 แหล่ง
จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดย
สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 100 และ สอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 80

ในกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับค่อนข้างมาก ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามตาม
ร้านค้า ร้อยละ 80.6 จากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 68.7 และ จากแผ่นพับใบปลิว ร้อยละ 26.9

ในกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับค่อนข้างน้อย ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถาม
บุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 87.3 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 85.0 และ จากนิตยสาร
คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 39.5

ในกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก
ร้อยละ 94.4 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 72.2 และ จากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ
22.2

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

แหล่งข้อมูล	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารคอมพิวเตอร์		60	60.6	112	53.1
สอบถามบุคคลที่รู้จัก		89	89.9	177	83.9
สำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่ จำหน่าย		81	81.8	178	84.4
แผ่นพับ ใบปลิว		24	24.2	13	6.2
ทดลองใช้งานจริง		16	16.2	9	4.3

**หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกใช้แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมได้มากกว่า 1 แหล่ง
จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 89.9 สำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 81.8 และจากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 60.6

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลโดยสำรวจและสอบถามตามร้านค้า ร้อยละ 84.4 สอบถามบุคคลที่รู้จัก ร้อยละ 83.9 และจากนิตยสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 53.1

ตารางที่ 28 แสดงเวลาในการค้นหาข้อมูล

ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 วัน	6	1.8
1-3 วัน	108	33.1
4-7 วัน	117	35.9
มากกว่า 1 สัปดาห์	79	24.2
รวม	310	100.0

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจ จำนวนมากที่สุด ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.1

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการใช้เวลาค้นหาข้อมูล จำแนกตาม
กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

เวลา	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 วัน	5	3.8	4	5.7	6	7.8	1	2.1
1-3 วัน	33	25.0	30	42.8	35	45.4	10	21.3
4-7 วัน	48	36.3	27	38.5	20	25.9	14	29.8
มากกว่า 1 สัปดาห์	46	34.8	9	13	16	20.7	12	27.9
รวม	132	100.0	70	100.0	77	100.0	47	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 4-7 วัน ร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ มากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 34.8 และ 1-3 วัน ร้อยละ 25.0

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 4-7 วัน ร้อยละ 26.9 และ มากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 13

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 45.4 รองลงมาคือ 4-7 วัน ร้อยละ 25.9 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 20.7

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 4-7 วัน ร้อยละ 29.8 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 27.9 และ 1-3 วัน ร้อยละ 21.3

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการใช้เวลาค้นหาข้อมูล จำแนกตาม เพศ

เวลา	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 วัน		8	6.1	8	4.1
1-3 วัน		53	40.4	55	28.2
4-7 วัน		45	34.3	72	40.1
มากกว่า 1 สัปดาห์		25	19.2	54	27.6
รวม		131	100.0	195	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศชาย ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ 4-7 วัน ร้อยละ 34.3 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 19.2

ในกลุ่มที่เป็นเพศหญิง ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล จำนวนมากที่สุด คือ 4-7 วัน ร้อยละ 40.1 รองลงมาคือ 1-3 วัน ร้อยละ 28.2 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 27.6

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการใช้เวลาค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

เวลา	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 วัน	0	0	1	1.5	5	2.3	0	0
1-3 วัน	4	80.0	32	47.8	67	30.5	5	33.3
4-7 วัน	1	0	16	23.9	88	40.0	12	66.7
มากกว่า 1 สัปดาห์	0	20.0	18	26.9	60	27.3	0	0
รวม	5	100.0	67	100.0	220	100.0	18	100.0

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ มากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 20.0

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างมาก ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 26.9 และ 4-7 วัน ร้อยละ 23.9

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุด คือ 4-7 วัน ร้อยละ 40 รองลงมาคือ 1-3 วัน ร้อยละ 30.5 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 27.3

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุดคือ 4-7 วัน ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ 1-3 วัน ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการใช้เวลาค้นหาข้อมูล จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

เวลา	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 วัน		0	2.0	6	2.8
1-3 วัน		35	35.4	73	34.6
4-7 วัน		50	50.5	67	31.8
มากกว่า 1 สัปดาห์		14	14.1	65	30.8
รวม		99	100	211	100

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุด คือ 4-7 วัน ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 1-3 วัน ร้อยละ 35.4 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 14.1

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลจำนวนมากที่สุด คือ 1-3 วัน ร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ 4-7 วัน ร้อยละ 31.8 และมากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.8

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่ถูกมองว่าอย่างไร

ประเภทของข้อมูล	น้อย		ค่อนข้างน้อย		ค่อนข้างมาก		มาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ราคา	1	0.3	15	4.8	86	27.8	208	67.1	4.5	มาก
คุณสมบัติ	1	0.3	0	0	102	31.2	207	63.5	4.6	มาก
การรับประกัน	1	0.3	26	8.4	174	56.1	109	35.2	4.1	ค่อนข้างมาก
ร้านค้าที่จำหน่าย	6	1.9	51	16.5	172	55.5	81	26.1	3.8	ค่อนข้างมาก

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้านราคาในระดับค่าเฉลี่ย 4.5 และด้านคุณสมบัติในระดับ

ค่าเฉลี่ย 4.6

มีการเสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมาก ทางด้านการรับประกันในระดับค่าเฉลี่ย 4.1 และ ร้านค้าที่จำหน่ายในระดับค่าเฉลี่ย 3.8

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่ถูกมองตัวอย่างคั่นทาง้านแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ข้อมูล	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ราคา	4.7	มาก	4.5	มาก	4.5	มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก
คุณสมบัติ	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.6	มาก	4.7	มาก	4.5	มาก
การรับประกัน	3.9	ค่อนข้าง มาก	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก
ร้านค้าที่จำหน่าย	3.8	ค่อนข้าง มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมาก ทางด้าน ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.7 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.9 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 3.8

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.6 และ ราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมาก ทางด้านการรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.7 และ ราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมาก ทางด้านการรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.3

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมาก ทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมาก ด้านการรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 ด้านราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างกำหนด
ตามเพศ

ข้อมูล	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ราคา		4.5	มาก	4.7	มาก
คุณสมบัติ		4.6	มาก	4.3	ค่อนข้างมาก
การรับประกัน		3.7	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
ร้านค้าที่จำหน่าย		3.5	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก

จากตารางพบว่าในกลุ่มเพศชาย มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.6 และ ราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมาก ทางด้านการรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.7 และ ร้านค้าที่จำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ในกลุ่มเพศหญิง มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้านราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.7 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้านคุณสมบัติ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 และ ร้านค้าที่จำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างค้นหาจำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ข้อมูล	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ราคา	5.0	มาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.5	มาก	4.5	มาก
คุณสมบัติ	4.3	ค่อนข้างมาก	4.5	มาก	4.7	มาก	4.5	มาก
การรับประกัน	4.3	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก
ร้านค้าที่จำหน่าย	4.3	ค่อนข้างมาก	3.6	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก	3.3	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมาก ทางด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ย 5.0 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้าน คุณสมบัติ การรับประกัน และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 4.3

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างมาก มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมาก ทางด้าน คุณสมบัติที่มีค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย 4.4 การรับประกัน ที่มีค่าเฉลี่ย 4.1 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 3.6

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติ ที่มีค่าเฉลี่ย 4.7 และ ราคา ที่มีค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้าน การรับประกัน ที่มีค่าเฉลี่ย 4.1 และ ร้านค้าที่จำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 3.9

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติและราคา ที่มีค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้าน การรับประกัน ที่มีค่าเฉลี่ย 4.2

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างค้นหาจำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ข้อมูล	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ราคา		4.6	มาก	4.4	ค่อนข้างมาก
คุณสมบัติ		4.7	มาก	4.5	มาก
การรับประกัน		4.2	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก
ร้านค้าที่จำหน่าย		3.9	ค่อนข้างมาก	3.6	ค่อนข้างมาก

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อการทำงาน มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.7 และ ราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.6 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้าน การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และ ร้านค้าที่จำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.9

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง มีการเสาะหาข้อมูลในระดับมากทางด้าน คุณสมบัติที่ค่าเฉลี่ย 4.5 เสาะหาข้อมูลในระดับค่อนข้างมากทางด้านราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4. การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และ ร้านค้าที่จำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.6

ตารางที่ 38 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยในการประเมินทางเลือกในการซื้อ

ปัจจัย	น้อย		ค่อนข้างน้อย		ค่อนข้างมาก		มาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์	0	0	3	0.9	174	53.4	149	45.7	4.4	ค่อนข้างมาก
ราคา	1	0.3	23	7.1	154	47.2	148	45.4	4.3	ค่อนข้างมาก
การรับประกัน	0	0	31	9.5	228	69.9	67	20.6	4.0	ค่อนข้างมาก
บริษัทผู้ผลิต	5	1.5	136	41.7	147	45.1	38	11.7	3.2	ปานกลาง
ความเข้ากันได้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ เช่น ระบบปฏิบัติการ , ตัวประมวลผล	0	0	59	18.1	230	70.6	37	11.3	3.7	ค่อนข้างมาก
ความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เดิม (รุ่นเดิม)	5	1.5	179	54.9	129	39.6	13	4	2.8	ปานกลาง

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกันที่ค่าเฉลี่ย 4.0 และ ความเข้ากันได้ของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.7

ให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกระดับปานกลางกับบริษัทผู้ผลิตที่ค่าเฉลี่ย 3.2 และความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เดิมที่ค่าเฉลี่ย 2.8

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินทาง
เลือกจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ปัจจัย	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ประสิทธิภาพของ ซอฟต์แวร์	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.4	ค่อนข้าง มาก	4.5	มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก
ราคา	4.7	มาก	4.1	ค่อนข้าง มาก	4.3	ค่อนข้าง มาก	4.1	ค่อนข้าง มาก
การรับประกัน	4.2	ค่อนข้าง มาก	3.7	ค่อนข้าง มาก	3.8	ค่อนข้าง มาก	4.1	ค่อนข้าง มาก
บริษัทผู้ผลิต	2.8	ปานกลาง	3.3	ปานกลาง	3.2	ปาน กลาง	3.7	ค่อนข้าง มาก
ความเข้ากันได้กับ ซอฟต์แวร์และ ฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ เช่น ระบบปฏิบัติการ , ตัวประมวลผล	2.7	ปานกลาง	3.9	ค่อนข้าง มาก	4.2	ค่อนข้าง มาก	4.0	ค่อนข้าง มาก
ความคุ้นเคยกับ ผลิตภัณฑ์เดิม (รุ่นเดิม)	2.6	ปานกลาง	2.8	ปานกลาง	3.4	ปาน กลาง	3.2	ปาน กลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้ความสำคัญในระดับมากกับราคาที่สำคัญ 4.7 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่สำคัญ 4.3 และ การรับประกันที่สำคัญ 4.2

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่สำคัญ 4.4 ราคาที่สำคัญ 4.1 ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่สำคัญ 3.9 และ การรับประกันที่สำคัญ 3.7

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ให้ความสำคัญในระดับมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่สำคัญ 4.5 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับราคาที่สำคัญ 4.3 ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่สำคัญ 4.2 และ การรับประกันที่สำคัญ 3.8

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่สำคัญ 4.2 ราคา และ การรับประกันที่สำคัญ 4.1 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่สำคัญ 4.0

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินทางเลือกจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย		เพศหญิง	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์	4.5	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก
ราคา	4.2	ค่อนข้างมาก	4.6	ค่อนข้างมาก
การรับประกัน	4.1	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก
บริษัทผู้ผลิต	3.2	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง
ความเข้ากันได้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ เช่น ระบบปฏิบัติการ , ตัวประมวลผล	4.0	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก
ความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เดิม (รุ่นเดิม)	3.1	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.5 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับราคาที่มีค่าเฉลี่ย 4.2 การรับประกันที่มีค่าเฉลี่ย 4.1 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่มีค่าเฉลี่ย 4.0

ในกลุ่มที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากกับราคาที่มีค่าเฉลี่ย 4.6 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่มีค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกันที่มีค่าเฉลี่ย 4.2 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่มีค่าเฉลี่ย 3.9

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้วิจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินทางเลือกจำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ปัจจัย	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์	4.3	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
ราคา	5.0	มาก	4.2	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก
การรับประกัน	4.3	ค่อนข้างมาก	3.8	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก
บริษัทผู้ผลิต	2.8	ปานกลาง	3.3	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง	3.6	ค่อนข้างมาก
ความเข้ากันได้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ เช่น ระบบปฏิบัติการ , ตัวประมวลผล	4.0	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก
ความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เดิม (รุ่นเดิม)	2.6	ปานกลาง	2.6	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก ให้ความสำคัญในระดับมากกับราคาที่ค่าเฉลี่ย 5.0 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการรับประกันที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.0

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างให้ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การรับประกันที่ค่าเฉลี่ย 3.8 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.7

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การรับประกันที่ค่าเฉลี่ย 4.0 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.7

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 การรับประกันที่ค่าเฉลี่ย 3.9 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.7

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินทางเลือกจำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ปัจจัย	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์		4.4	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก
ราคา		4.3	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก
การรับประกัน		4.1	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก
บริษัทผู้ผลิต		3.2	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง
ความเข้ากันได้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ เช่น ระบบปฏิบัติการ , ตัวประมวลผล		3.8	ค่อนข้างมาก	3.6	ค่อนข้างมาก
ความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เดิม (รุ่นเดิม)		2.8	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.8

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การรับประกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.7 และ ความเข้ากันได้ระหว่างซอฟต์แวร์กับฮาร์ดแวร์ที่ค่าเฉลี่ย 3.6

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินแหล่งที่ซื้อซอฟต์แวร์

ปัจจัย	น้อย		ค่อนข้างน้อย		ค่อนข้างมาก		มาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ใกล้ที่ทำงาน หรือ ที่บ้าน	12	3.7	116	35.6	194	59.5	4	1.2	3.1	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้านค้านั้น เช่น เป็นร้านสาขาจากต่างประเทศ	10	3.1	121	37.1	182	55.8	13	4	3.2	ปานกลาง
รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้าน	4	1.2	98	30.1	207	63.5	17	5.2	3.4	ปานกลาง
การจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงาม	12	3.7	90	27.6	203	62.3	21	6.4	3.4	ปานกลาง
มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่นหลายครายี่ห้อ	1	0.3	11	3.4	223	68.4	91	27.9	4.2	ค่อนข้างมาก
ความสะดวกในการซื้อ เช่น การบริการจัดส่งถึงบ้าน	3	0.9	13	4	188	57.7	122	37.4	4.2	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	0	0	5	1.5	162	49.7	159	48.8	4.4	ค่อนข้างมาก
การส่งเสริมการขาย เช่น มีส่วนลดหรือ ของแถม	1	0.3	28	8.6	170	52.1	127	39	4.2	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาของร้านค้าที่จำหน่าย	10	3.1	156	47.9	140	42.9	20	6.1	3.0	ปานกลาง

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 มีสินค้าให้เลือกมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 ความสะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และ การส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับการรู้จักพนักงานหรือเจ้าของร้าน ที่ค่าเฉลี่ย 3.4 การจัดร้าน ที่ค่าเฉลี่ย 3.4 ชื่อเสียงของร้านค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.2 การใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน ที่ค่าเฉลี่ย 3.1 ซึ่งหมายถึง ระดับปานกลาง และ การโฆษณาของร้านค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.0

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้บ่งชี้ในการเลือกร้านจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ปัจจัย	สาขาวิชา	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์สุขภาพ	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ใกล้ที่ทำงาน หรือ ที่บ้าน		3.4	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้านที่นั่น เช่น เป็นร้านสาขาจากต่างประเทศ		2.8	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง	2.9	ปานกลาง
รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้าน		4.0	ค่อนข้างมาก	3.2	ปานกลาง	3.3	ปานกลาง	3.5	ค่อนข้างมาก
การจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงาม		4.2	ค่อนข้างมาก	3.7	ค่อนข้างมาก	3.2	ปานกลาง	3.8	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายตราที่หือ		3.6	ค่อนข้างมาก	4.0	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
ความสะดวกในการซื้อ เช่น การบริการจัดส่งถึงบ้าน		4.4	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ		4.2	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก
การส่งเสริมการขาย เช่นมีส่วนลดหรือ ของแถม		4.1	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก	3.8	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาของร้านที่จำหน่าย		3.6	ค่อนข้างมาก	3.2	ปานกลาง	2.8	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.4 การมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การจัดร้านเป็นระเบียบสวยงามที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 4.0 มีสินค้าให้เลือกมากมายรุ่นหลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 3.6 และการโฆษณาของร้านค้าที่จำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.6

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 การส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.1 มีสินค้าให้เลือกมากมายรุ่นหลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.0 และ การจัดร้านเป็นระเบียบสวยงามที่ค่าเฉลี่ย 3.7

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.4 การมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 3.9 และการส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 3.9

ในกลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ความสะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 การจัดร้านเป็นระเบียบสวยงามที่ค่าเฉลี่ย 3.8 การส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 3.8 และ รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นปัจจัยในการเลือกร้าน
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ใกล้ที่ทำงาน หรือ ที่บ้าน		3.1	ปานกลาง	3.3	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้านค้าที่นั่น เช่น เป็นร้านสาขา จากต่างประเทศ		3.4	ปานกลาง	2.8	ปานกลาง
รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้าน		3.2	ปานกลาง	3.6	ค่อนข้างมาก
การจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงาม		3.2	ปานกลาง	3.6	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายครีเอทีฟ		4.1	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก
ความสะดวกในการซื้อ เช่น การบริการจัดส่ง ถึงบ้าน		3.9	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ		4.2	ค่อนข้างมาก	4.5	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่นมีส่วนลด หรือ ของ แถม		3.7	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาของร้านค้าที่จำหน่าย		3.3	ปานกลาง	3.4	ปานกลาง

พบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือก
หลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.2 มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายยี่ห้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 ความสะดวก
ในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.9 และการส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 3.7

พบว่าในกลุ่มที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลาย
ระดับราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.5 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น
หลายยี่ห้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 ความสะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1 การส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 4.1
การจัดร้านเป็นระเบียบเรียบร้อยที่ค่าเฉลี่ย 3.6 และ รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 3.6

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นปัจจัยในการเลือกร้านจำหน่าย จำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ปัจจัย	ความรู้ ความชำนาญ		ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ใกล้ที่ทำงาน หรือ ที่บ้าน	3.3	ปานกลาง	2.6	ปานกลาง	3.3	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้านค้าที่นั่น เช่น เป็นร้านสาขาจากต่างประเทศ	3.6	ค่อนข้างมาก	3.2	ปานกลาง	3.2	ปานกลาง			2.8	ปานกลาง
รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้าน	3.6	ค่อนข้างมาก	2.8	ปานกลาง	3.5	ค่อนข้างมาก			3.5	ค่อนข้างมาก
การจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงาม	4.0	ค่อนข้างมาก	3.0	ปานกลาง	3.5	ค่อนข้างมาก			3.1	ปานกลาง
มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายตราหือ	4.8	มาก	4.3	ค่อนข้างมาก	4.1	ค่อนข้างมาก			3.8	ค่อนข้างมาก
ความสะดวกในการซื้อ เช่น การบริการจัดส่งถึงบ้าน	4.6	มาก	4.2	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก			4.0	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	5.0	มาก	4.4	ค่อนข้างมาก	4.4	ค่อนข้างมาก			4.1	ค่อนข้างมาก
การส่งเสริมการขาย เช่นมีส่วนลด หรือ ของแถม	5.0	มาก	4.3	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก			3.8	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาของร้านค้าที่จำหน่าย	4.5	มาก	2.7	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง			3.1	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก ให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา และการส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 5.0 การมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.8 ความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.6 การโฆษณาของร้านค้าที่ค่าเฉลี่ย 4.5

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างมาก ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.4 การมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.3 การส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.4 ความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.1 รู้จักกับพนักงานและเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 3.5 และการจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงามที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ในกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.1 ความสะดวกในการซื้อที่ค่าเฉลี่ย 4.0 การมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น หลายยี่ห้อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.8 การส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 3.8 และ รู้จักกับพนักงานและเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นปัจจัยในการเลือกร้าน
จำหน่าย จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ปัจจัย	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		เฉลี่ย	ระดับ	เฉลี่ย	ระดับ
ใกล้ที่ทำงาน หรือ ที่บ้าน		3.2	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง
ชื่อเสียงของร้านค้าที่นั่น เช่น เป็นร้านสาขา จากต่างประเทศ		3.2	ปานกลาง	3.1	ปานกลาง
รู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้าน		3.3	ปานกลาง	3.5	ค่อนข้างมาก
การจัดร้านเป็นระเบียบและสวยงาม		3.4	ปานกลาง	3.4	ปานกลาง
มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายตรา ชี่ห้อ		4.1	ค่อนข้างมาก	4.2	ค่อนข้างมาก
ความสะดวกในการซื้อ เช่น การบริการจัด ส่งถึงบ้าน		4.2	ค่อนข้างมาก	4.3	ค่อนข้างมาก
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ		4.4	ค่อนข้างมาก	4.6	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่นมีส่วนลด หรือ ของแถม		4.3	ค่อนข้างมาก	3.9	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาของร้านค้าที่จำหน่าย		3.0	ปานกลาง	3.0	ปานกลาง

จากตารางพบว่าในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.4 การส่งเสริมการขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 ความสะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2 และมีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.1

ในกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ให้ความสำคัญในระดับมากกับการมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่ค่าเฉลี่ย 4.6 ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับความสะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.3 และมีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายยี่ห้อที่ค่าเฉลี่ย 4.2 การส่งเสริมการขายที่ค่าเฉลี่ย 3.9 และ การรู้จักกับพนักงานหรือเจ้าของร้านที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 48 แสดงความรู้สึกหลังการซื้อซอฟต์แวร์ของกลุ่มตัวอย่างและค่าเฉลี่ย

ความรู้สึก	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	85	26.1
ค่อนข้างพอใจ	231	70.9
ค่อนข้างไม่พอใจ	5	1.5
ไม่พอใจ	5	1.5
รวม	326	100.0

** ค่าเฉลี่ย 4.18 **

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนมากมีความรู้สึกค่อนข้างพอใจหลังการซื้อซอฟต์แวร์ คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมา คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 26.1 ค่อนข้างไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ ไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ซึ่งหมายถึง โดยเฉลี่ยแล้วค่อนข้างพอใจ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกหลังจากการใช้ซอฟต์แวร์
จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ความรู้สึก	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	20	15.1	22	31.4	29	37.7	14	29.8
ค่อนข้างพอใจ	109	82.7	46	65.8	45	58.6	31	66
ค่อนข้างไม่พอใจ	2	1.5	1	1.4	1	1.2	1	2.1
ไม่พอใจ	1	0.7	1	1.4	2	2.5	1	2.1
รวม	132	100.0	70	100.0	77	100.0	47	100.0
ค่าเฉลี่ย	4.1		4.2		4.2		4.1	
ระดับ	ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ	

จากตารางพบว่ากลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกหลังจากการใช้ซอฟต์แวร์
จำแนกตามประเภทเพศ

ความรู้สึก	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ		31	23.7	54	27.7
ค่อนข้างพอใจ		95	72.5	136	69.8
ค่อนข้างไม่พอใจ		2	1.5	3	1.5
ไม่พอใจ		3	2.3	2	1.0
รวม		131	100.0	195	100.0
ค่าเฉลี่ย		4.1		4.1	
ระดับ		ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ	

จากตารางพบว่ากลุ่มที่เป็นเพศชาย หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1

กลุ่มที่เป็นเพศหญิง หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกหลังจากการใช้ซอฟต์แวร์
จำแนกตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ความรู้ ความ ชำนาญ	ระดับมาก		ระดับค่อนข้าง มาก		ระดับค่อนข้าง น้อย		ระดับน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	1	16.7	25	34.2	58	25.8	1	4.5
ค่อนข้างพอใจ	5	83.3	46	63	163	72.4	17	77.3
ค่อนข้างไม่พอใจ	0	0	1	1.4	4	1.8	0	0
ไม่พอใจ	0	0	1	1.1	0	0	4	18.2
รวม	6	100.0	73	100.0	225	100.0	22	100.0
ค่าเฉลี่ย	4.1		4.2		4.2		3.5	
ระดับ	ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ	

จากตารางพบว่ากลุ่มที่ใช้มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1

กลุ่มที่ใช้มีความรู้ความเข้าใจในระดับค่อนข้างมาก หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

กลุ่มที่ใช้มีความรู้ความเข้าใจในระดับค่อนข้างน้อย หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

กลุ่มที่ใช้มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกหลังจากการใช้ซอฟต์แวร์
จำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

ความรู้สึก	ประเภทซอฟต์แวร์		ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	34	32.7	51	23.0		
ค่อนข้างพอใจ	61	58.7	170	76.5		
ค่อนข้างไม่พอใจ	5	4.8	0	0		
ไม่พอใจ	4	3.8	1	0.5		
รวม	104	100.0	222	100.0		
ค่าเฉลี่ย	4.1		4.2			
ระดับ	ค่อนข้างพอใจ		ค่อนข้างพอใจ			

จากตารางพบว่ากลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน หลังจากซื้อแล้วมีความรู้สึกใน
ระดับค่อนข้างพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.1

กลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง หลังจากซื้อแล้ว มีความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ
ที่ค่าเฉลี่ย 4.2

ตารางที่ 53 แสดงวิธีการปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาแล้ว

การปฏิบัติ	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงใช้ต่อไป	79	24.2
เลิกใช้	25	7.7
นำสินค้าไปเปลี่ยน	165	50.6
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	18	5.5
บอกคนใกล้ชิด	19	5.8
นำไปขายต่อ	9	2.8
นำไปให้บุคคลอื่นใช้ฟรี	11	3.4
รวม	326	100

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเมื่อไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาส่วนใหญ่ จะนำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาคือยังคงใช้ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 24.2 และเลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละในการปฏิบัติหลังจากไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

การปฏิบัติ	มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์		บริหารธุรกิจ		วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์ สุขภาพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงใช้ต่อไป	50	37.8	13	18.6	7	9	9	19.1
เลิกใช้	8	6	6	8.6	8	11.7	3	6.4
นำสินค้าไปเปลี่ยน	63	47.8	38	54.3	40	57.1	24	51
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	1	0.7	2	2.9	10	13	5	10.6
บอกคนใกล้ชิด	7	5.4	3	4.3	6	7.8	3	6.4
นำไปขายต่อ	0	0	5	7.1	2	2.5	2	3.2
นำไปให้บุคคลอื่น ใช้ฟรี	3	2.3	3	4.3	4	5.1	1	2.1
รวม	132	100	70	100	77	100	47	100

จากตารางพบว่ากลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวนมากที่สุดนำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 37.8 และ บอกคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 5.4

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ ส่วนใหญ่นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 18.6 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.6

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ส่วนใหญ่ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต คิดเป็น ร้อยละ 13 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.7

กลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 19.1 และร้องเรียนไปยังผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 10.6

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละในการปฏิบัติหลังจากไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาจำนวน
ตามเพศ

การปฏิบัติ	เพศ	เพศชาย		เพศหญิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงใช้ต่อไป		30	23	49	25
เลิกใช้		11	8.4	14	7.1
นำสินค้าไปเปลี่ยน		72	55	93	47.7
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต		6	4.5	12	6.1
บอกคนใกล้ชิด		4	3.1	15	7.7
นำไปขายต่อ		3	2.3	6	3
นำไปให้บุคคลอื่นใช้ฟรี		5	3.8	6	3
รวม		131	100	195	100

จากตารางพบว่ากลุ่มที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 23 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.4

กลุ่มที่เป็นเพศหญิง จำนวนมากที่สุด นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 25 เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 6.8 และ บอกคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละในการปฏิบัติหลังจากไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาจำนวน
ตามระดับความรู้ ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

การปฏิบัติ	ระดับมาก		ระดับค่อนข้างมาก		ระดับค่อนข้างน้อย		ระดับน้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงใช้ต่อไป	4	66.7	22	30.1	49	21.8	4	18.2
เลิกใช้	1	16.7	8	11.0	13	5.8	4	18.2
นำสินค้าไปเปลี่ยน	1	16.7	23	31.5	133	59.1	8	36.4
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	0	0	5	6.8	12	5.3	0	0
บอกคนใกล้ชิด	0	0	6	8.2	9	4.0	4	18.2
นำไปขายต่อ	0	0	2	2.7	5	2.2	2	9.1
นำไปให้บุคคลอื่น ใช้ฟรี	0	0	7	9.6	4	1.8	0	0
รวม	6	100	73	100	225	100	22	100

จากตารางพบว่ากลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับมาก ส่วนใหญ่ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็น ร้อยละ 16.7 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.7

กลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างมาก จำนวนมากที่สุด นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 30.1 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.0

กลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็น ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 21.8 และ เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 5.8

กลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย จำนวนมากที่สุด นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 18.2 เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 18.2 และบอกคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละในการปฏิบัติหลังจากไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาจำแนกตามประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

การปฏิบัติ	ประเภทซอฟต์แวร์	ใช้ในการทำงาน		เพื่อความบันเทิง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงใช้ต่อไป		27	26	52	23.4
เลิกใช้		10	9.6	15	6.8
นำสินค้าไปเปลี่ยน		47	45.2	118	53.2
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต		4	3.8	14	6.3
บอกคนใกล้ชิด		4	3.8	15	6.8
นำไปขายต่อ		2	1.9	7	3.1
นำไปให้บุคคลอื่นใช้ฟรี		10	9.6	1	5
รวม		104	100	222	100

จากตารางพบว่ากลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์ในการทำงาน จำนวนมากที่สุด นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 26 เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 9.6 และ นำไปให้บุคคลอื่นใช้ฟรี คิดเป็นร้อยละ 9.6

กลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ส่วนใหญ่ นำสินค้าไปเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ ยังคงใช้ต่อไป คิดเป็น ร้อยละ 23.4 เลิกใช้ คิดเป็นร้อยละ 6.8 และ บอกคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยแต่ละระดับของปัญหาที่พบในกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์

ปัญหาที่พบ	น้อย		ค่อนข้างน้อย		ค่อนข้างมาก		มาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ซอฟต์แวร์ไม่สามารถใช้งานได้	21	6.4	235	72.1	70	21.5	0	0	2.36	ค่อนข้างน้อย
การขาดความรู้หรือข้อมูลเกี่ยวกับซอฟต์แวร์นั้น ๆ	7	2.1	78	23.9	225	69.0	16	4.9	3.50	ค่อนข้างมาก
ไม่มีซอฟต์แวร์ตามที่ต้องการ	14	4.3	97	29.8	201	61.7	14	4.3	3.31	ปานกลาง
มีซอฟต์แวร์ให้เลือกน้อยเกินไป	11	3.4	86	26.4	208	63.8	21	6.4	3.43	ปานกลาง
ร้านค้าที่จำหน่ายอยู่ไกล และไม่สะดวกในการซื้อ	22	6.7	117	35.9	159	48.8	28	8.6	3.16	ปานกลาง
ราคาแพง	1	0.3	40	12.3	190	58.3	95	29.1	4.03	ค่อนข้างมาก
ไม่มีความรู้หรือไม่ทราบวิธีการที่ถูกต้องในการนำซอฟต์แวร์ที่ไม่ต้องการออกจากคอมพิวเตอร์	16	4.9	130	39.9	168	51.5	12	3.7	3.09	ปานกลาง
พนักงานขายไม่มีความรู้	21	6.4	165	50.6	132	40.5	8	2.5	2.81	ปานกลาง
ไม่มีคู่มือในการใช้งาน	18	5.5	174	53.4	124	38	10	3.1	2.79	ปานกลาง

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ประสบปัญหาในระดับค่อนข้างมาก ในเรื่อง ราคาแพง ที่ค่าเฉลี่ย 4.03 และ การขาดความรู้หรือข้อมูลเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.5

ประสบปัญหาในระดับปานกลางในเรื่อง มีซอฟต์แวร์ให้เลือกน้อยเกินไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.43 ไม่มีซอฟต์แวร์ที่ต้องการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.31 ร้านค้าอยู่ไกลและไม่สะดวกในการซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.16 เรื่อง ไม่สามารถนำซอฟต์แวร์ที่ไม่ต้องการออกจากคอมพิวเตอร์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.09 พนักงานขายไม่มีความรู้ ที่ค่าเฉลี่ย 2.81 และ ไม่มีคู่มือในการใช้งาน ที่ค่าเฉลี่ย 2.79

ประสบปัญหาในระดับค่อนข้างน้อยในเรื่อง ซอฟต์แวร์ไม่สามารถใช้งานได้ ที่ค่าเฉลี่ย 2.36

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อ	137	42
ไม่เคยซื้อ	189	58
รวม	326	100

จากตารางพบว่าตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ คิดเป็น ร้อยละ 58 และเคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เพียง ร้อยละ 42

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ปัจจัย	มีผลน้อย		มีผลค่อนข้างน้อย		มีผลค่อนข้างมาก		มีผลมาก		ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ราคา	0	0	16	4.9	50	15.3	71	21.8	4.28	ค่อนข้างมาก
คุณภาพและประสิทธิภาพ	0	0	0	0	58	17.8	79	24.2	4.57	มาก
การบริการหลังการขาย	4	1.2	5	1.5	86	26.4	42	12.9	4.14	ค่อนข้างมาก
การมีคู่มือการใช้งาน	0	0	22	6.7	107	32.8	8	2.5	3.73	ค่อนข้างมาก
การโฆษณา	0	0	50	15.3	81	24.8	6	1.8	3.31	ปานกลาง
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	51	15.6	45	13.8	33	10.1	8	2.5	2.28	ค่อนข้างน้อย

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากกับ ปัจจัยทางด้านคุณภาพและ ประสิทธิภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 4.57

ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับปัจจัยทางด้านราคา ที่ค่าเฉลี่ย 4.28 การบริการหลัง การขายที่ค่าเฉลี่ย 4.14 และ การมีคู่มือการใช้งานที่ค่าเฉลี่ย 3.73

ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง กับปัจจัยทางการโฆษณา ที่ค่าเฉลี่ย 3.31

ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างน้อยกับปัจจัยทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ค่าเฉลี่ย 2.28

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University