

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อโน้ตบุ๊กจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้มาตราส่วน Likert Scale ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 74.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโน้ตบุ๊ก 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 83.25 และใช้โน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.25 โดยใช้งานโน้ตบุ๊กในแต่ละวันระหว่าง 2-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 29.25 นิยมใช้งานโปรแกรม Microsoft Office ในโน้ตบุ๊กคิดเป็นร้อยละ 94.25 และคิดว่าตนเองมีความเชี่ยวชาญการใช้งานคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง (3.07)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) 2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) 4) การซื้อ (Purchase) 5) การประเมินหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.50 รองลงมาคือ เพื่อนำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 41.75 และเพื่อนำไปใช้ติดต่อกับอุปกรณ์เสริมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

2) การแสวงหาข้อมูล

ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.75 รองลงมาคือยี่ห้อ COMPAQ คิดเป็นร้อยละ 84.00 และยี่ห้อ TOSHIBA คิดเป็นร้อยละ 81.75 ตามลำดับ

ด้านความรู้และข้อมูลนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (3.06)

ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลในเรื่องความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 77.50 และการรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมาคือ หาข้อมูลจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.75 และหาข้อมูลจากพนักงานขายประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.25 ตามลำดับ

ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.16) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อผมากที่สุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด (3.89) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (3.80) และนิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ (3.21) ตามลำดับ

3) การประเมินทางเลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(3.89) ปัจจัยด้านราคา (3.63) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.48) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(3.25) ตามลำดับ

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.89) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลางมากที่สุด (CPU) (4.38) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) (4.34) และขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) (4.21) ตามลำดับ

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับมากคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.19) ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับปานกลางคือ รูปแบบในการชำระเงิน (3.10) ตามลำดับ

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย (3.88) มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ (3.73) และความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (3.73) ตามลำดับ

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การลดราคา (3.85) การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย (3.60) และการบริการของพนักงานขาย (3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 138 แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	มาก
ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มาก
ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	มาก
การรับประกัน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	มาก
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	4.19	มาก
ความทนทาน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	มาก
การบริการหลังการขาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	มาก
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.88	มาก
การลดราคา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	มาก
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.73	มาก

จากตารางที่ 138 พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 10 อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการลดราคา ตามลำดับ

4) การซื้อ

ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 82.25 รองลงมาคือ เพื่อน ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และบิดา มารดา ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ด้านแหล่งที่ซื้อ โน้ตบุ๊กนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ งานนิทรรศการแสดงสินค้าคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และร้านขายคอมพิวเตอร์ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

ด้านผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ โน้ตบุ๊กพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 11.25 และบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

ด้านงบประมาณในการพิจารณาซื้อ โน้ตบุ๊กพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อ โน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือระหว่าง 30,001- 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 และไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ด้านวิธีการชำระเงินในการซื้อ โน้ตบุ๊กพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ โน้ตบุ๊กชำระโดยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ชำระโดย Credit Card คิดเป็นร้อยละ 31.50 และเงินผ่อนกับสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

5) การประเมินหลังการซื้อ

ในด้านความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมาก (3.74)

ในกรณีที่ไม่พอใจ โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งาน โน้ตบุ๊กต่อไป คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนสินค้าใหม่มาใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.50 และนำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

สำหรับแนวโน้มในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ (3.36) ส่วนแนวโน้มการซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านเดิม ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ (3.20) นอกจากนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำ โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะ

แนะนำ (3.63) และมีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจ (3.42)

ปัญหาที่เกิดจากกระบวนการตัดสินใจ ของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีดังต่อไปนี้

1) ปัญหาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 50.25 และ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 44.75 ตามลำดับ

2) ปัญหาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.25 รองลงมาคือ ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการเช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และไม่พบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

3) ปัญหาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 42.25 และไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

4) ปัญหาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้านส่งเสริมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือ ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 35.75 และการบริการของพนักงานไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 32.75 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล**

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) 2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) 4) การซื้อ (Purchase) 5) การประเมินหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังต่อไปนี้

1) การรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 139 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ใช้ในการทำงาน	87.60	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	50.50	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	26.80
เพศหญิง	ใช้ในการทำงาน	95.10	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	33.50	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	21.40
อายุไม่เกิน 30 ปี	ใช้ในการทำงาน	90.86	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	48.39	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	22.94
อายุ 31-40 ปี	ใช้ในการทำงาน	91.75	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	26.80	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	23.71
อายุมากกว่า 40 ปี	ใช้ในการทำงาน	100.00	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	37.50	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	25.00

ตารางที่ 139 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	สาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ใช้ในการทำงาน	89.71	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	48.53	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	23.53
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ใช้ในการทำงาน	92.63	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	41.35	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	24.36
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ใช้ในการทำงาน	80.00	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	25.00	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	20.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ใช้ในการทำงาน	88.39	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	46.43	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	21.88
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ใช้ในการทำงาน	95.45	นำไปเล่นเกมส์ ชมภาพยนตร์ หรือฟังเพลง	35.80	ติดต่อกับอุปกรณ์เสริม	26.70

จากตารางที่ 139 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊กจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีสาเหตุที่ต้องการซื้อ โน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุดเช่นเดียวกัน

2) การแสวงหาข้อมูล

ตารางที่ 140 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ โน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ

อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ACER	93.30	COMPAQ	83.51	HP	82.99
เพศหญิง	ACER	88.35	COMPAQ, Toshiba	84.47	SONY	79.13
อายุไม่เกิน 30 ปี	ACER	93.55	COMPAQ	87.46	Toshiba	86.02
อายุ 31-40 ปี	ACER	84.54	COMPAQ	78.35	SONY	76.29
อายุมากกว่า 40 ปี	ACER	83.33	COMPAQ	66.67	IBM, Toshiba	62.50
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ACER	85.29	COMPAQ	75.00	Toshiba	69.12
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ACER	92.63	COMPAQ	86.54	Toshiba	84.94
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	SONY	95.00	HP	85.00	ACER	80.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ACER	90.63	COMPAQ	84.82	Toshiba	80.36
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ACER	90.91	HP	85.23	Toshiba	83.52

จากตารางที่ 140 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก รู้จักยี่ห้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER

มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ก่อนที่จะซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อ SONY มากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ก่อนที่จะซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 141 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.16	ปานกลาง
เพศหญิง	2.96	ปานกลาง
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.04	ปานกลาง
อายุ 31-40 ปี	3.19	ปานกลาง
อายุมากกว่า 40 ปี	2.71	ปานกลาง
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	2.90	ปานกลาง
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.07	ปานกลาง
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.35	ปานกลาง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.00	ปานกลาง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 141 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท

คิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 142 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อ
การตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ราคา	94.33	การรับประกัน	73.71	ความทนทาน	70.10
เพศหญิง	ราคา	93.20	ความทนทาน	84.47	การรับประกัน	76.21
อายุไม่เกิน 30 ปี	ราคา	94.62	ความทนทาน	79.57	การรับประกัน	77.42
อายุ 31-40 ปี	ราคา	92.78	ความทนทาน	73.20	การรับประกัน	70.10
อายุมากกว่า 40 ปี	ราคา	87.50	ความทนทาน	70.83	การรับประกัน	66.67
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ราคา	97.06	ความทนทาน, การรับประกัน	70.59	รูปลักษณ์ ความสวยงาม	61.76
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ราคา	92.63	ความทนทาน	79.49	การรับประกัน	76.28
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ราคา	100.00	ความทนทาน, การรับประกัน	70.00	ประสิทธิภาพ การคำนวณ	65.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ราคา	94.64	ความทนทาน	80.36	การรับประกัน	79.02
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ราคา	92.61	ความทนทาน	73.86	การรับประกัน, รูปลักษณ์ ความสวยงาม	69.89

จากตารางที่ 142 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก โดยค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 143 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ
โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	อินเทอร์เน็ต	84.02	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	73.71	นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	50.00
เพศหญิง	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	79.61	อินเทอร์เน็ต	77.67	พนักงานขายประจำร้าน	41.26
อายุไม่เกิน 30 ปี	อินเทอร์เน็ต	82.08	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	76.34	พนักงานขายประจำร้าน	46.59
อายุ 31-40 ปี	อินเทอร์เน็ต	83.51	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	76.29	นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	48.45
อายุมากกว่า 40 ปี	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	83.33	อินเทอร์เน็ต	54.17	พนักงานขายประจำร้าน, โบปลิวแผ่นพับ	33.33
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	77.94	อินเทอร์เน็ต	70.59	พนักงานขายประจำร้าน	45.59
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	อินเทอร์เน็ต	82.69	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	77.24	พนักงานขายประจำร้าน	45.19
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	อินเทอร์เน็ต	85.00	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	65.00	งานนิทรรศการทางคอมพิวเตอร์	50.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	อินเทอร์เน็ต	80.36	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	77.68	พนักงานขายประจำร้าน	48.66
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	อินเทอร์เน็ต	81.25	คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	75.57	นิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์	41.48

จากตารางที่ 143 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสวงหาแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 144 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
แหล่งข้อมูล 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เพศชาย	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้, อินเทอร์เน็ต	3.87 (มาก)	นิตยสาร ทางด้าน คอมพิวเตอร์	3.28 (ปานกลาง)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.18 (ปานกลาง)
เพศหญิง	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.90 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.73 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.21 (ปานกลาง)
อายุไม่เกิน 30 ปี	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.93 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.84 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.21 (ปานกลาง)
อายุ 31-40 ปี	อินเทอร์เน็ต	3.77 (มาก)	คำแนะนำ จากผู้ที่เคย ใช้	3.74 (มาก)	นิตยสารทางด้าน คอมพิวเตอร์	3.23 (ปานกลาง)
อายุมากกว่า 40 ปี	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.92 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.50 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.21 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญา ตรี	อินเทอร์เน็ต	3.75 (มาก)	คำแนะนำ จากผู้ที่เคย ใช้	3.74 (มาก)	นิตยสารทางด้าน คอมพิวเตอร์	3.29 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.92 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.80 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.24 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญา ตรี	อินเทอร์เน็ต	4.00 (มาก)	คำแนะนำ จากผู้ที่เคยใช้	3.80 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์, พนักงานขาย ประจำร้าน	3.10 (ปานกลาง)
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนไม่เกิน 25,000 บาท	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.90 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.78 (มาก)	งานนิทรรศการ ทางคอมพิวเตอร์	3.17 (ปานกลาง)
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนมากกว่า 25,000 บาท	คำแนะนำจาก ผู้ที่เคยใช้	3.87 (มาก)	อินเทอร์เน็ต	3.82 (มาก)	นิตยสารทางด้าน คอมพิวเตอร์	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 144 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน

3) การประเมินทางเลือก

ตารางที่ 145 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เพศชาย	CPU	4.48 (มาก)	RAM	4.40 (มาก)	HDD	4.20 (มาก)
เพศหญิง	RAM	4.28 (มาก)	CPU	4.28 (มาก)	HDD	4.22 (มาก)
อายุไม่เกิน 30 ปี	CPU	4.39 (มาก)	RAM	4.34 (มาก)	การรับประกัน	4.23 (มาก)
อายุ 31-40 ปี	CPU, RAM	4.40 (มาก)	HDD	4.27 (มาก)	การรับประกัน	4.15 (มาก)
อายุมากกว่า 40 ปี	HDD	4.13 (มาก)	CPU, RAM	4.08 (มาก)	ความทนทาน	3.96 (มาก)
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	CPU, RAM	4.29 (มาก)	การรับประกัน	4.28 (มาก)	HDD	4.19 (มาก)
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	CPU	4.40 (มาก)	RAM	4.34 (มาก)	HDD	4.21 (มาก)
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	RAM	4.40 (มาก)	HDD	4.35 (มาก)	CPU	4.30 (มาก)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	CPU	4.38 (มาก)	RAM	4.31 (มาก)	การรับประกัน	4.26 (มาก)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	CPU	4.38 (มาก)	RAM	4.37 (มาก)	HDD	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 145 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) มากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) มากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 146 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เพศชาย	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.16 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.57 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.10 (ปานกลาง)
เพศหญิง	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.21 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.63 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.10 (ปานกลาง)
อายุไม่เกิน 30 ปี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.64 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.11 (ปานกลาง)
อายุ 31-40 ปี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.49 (ปานกลาง)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.08 (ปานกลาง)
อายุมากกว่า 40 ปี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.58 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.08 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.56 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.06 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.19 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.62 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.08 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.30 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.55 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.45 (ปานกลาง)

ตารางที่ 146 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท	ราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.67 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	3.19 (ปานกลาง)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.14 (มาก)	ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊ก	3.52 (มาก)	รูปแบบในการชำระเงิน	2.99 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 146 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องราคาที่เหมาะกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ตารางที่ 147 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เพศชาย	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.82 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมากเพียงพอ	3.72 (มาก)	ความสะดวกใน การเดินทางไปยัง ร้านค้า	3.70 (มาก)
เพศหญิง	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.93 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมากเพียงพอ , ความสะดวกในการ เดินทาง ไปยังร้านค้า	3.75 (มาก)	บริการจัดส่งสินค้า	2.63 (ปานกลาง)
อายุไม่เกิน 30 ปี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.91 (มาก)	ความสะดวกในการ เดินทาง ไปยังร้านค้า	3.74 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมาก เพียงพอ	3.73 (มาก)
อายุ 31-40 ปี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.75 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมากเพียงพอ	3.74 (มาก)	ความสะดวกใน การเดินทางไปยัง ร้านค้า	3.69 (มาก)
อายุมากกว่า 40 ปี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	ความสะดวกในการ เดินทางไปยังร้านค้า	3.71 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมาก เพียงพอ	3.67 (มาก)
ระดับการศึกษาต่ำ กว่าปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.72 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมากเพียงพอ	3.71 (มาก)	ความสะดวกใน การเดินทางไปยัง ร้านค้า	3.69 (มาก)
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.91 (มาก)	ความสะดวกในการ เดินทางไปยังร้านค้า	3.75 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมาก เพียงพอ	3.74 (มาก)
ระดับการศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือ ของร้านค้าที่จัด จำหน่าย	3.90 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายมากเพียงพอ	3.75 (มาก)	ความสะดวกใน การเดินทางไปยัง ร้านค้า	3.50 (มาก)

ตารางที่ 147 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3.95 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.83 (มาก)	ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.76 (มาก)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3.78 (มาก)	ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.68 (มาก)	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 147 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 148 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เพศชาย	การลดราคา	3.91 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.58 (มาก)	การบริการ ของพนักงาน ขาย	3.50 (มาก)
เพศหญิง	การลดราคา	3.80 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.61 (มาก)	การให้ คำแนะนำของ พนักงานขาย	3.53 (มาก)
อายุไม่เกิน 30 ปี	การลดราคา	3.92 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.57 (มาก)	การมีของแถม	3.52 (มาก)
อายุ 31-40 ปี	การลดราคา	3.76 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.65 (มาก)	การมีของแถม	3.41 (ปานกลาง)
อายุมากกว่า 40 ปี	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดย ไม่มีดอกเบี้ย	3.71 (มาก)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย	3.63 (มาก)	การบริการ ของพนักงาน ขาย	3.50 (มาก)
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญา ตรี	การลดราคา	3.62 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.57 (มาก)	การให้ คำแนะนำของ พนักงานขาย	3.46 (ปานกลาง)
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	การลดราคา	3.88 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	3.57 (มาก)	การบริการ ของพนักงาน ขาย	3.50 (มาก)
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญา ตรี	การลดราคา	4.25 (มาก)	การจัดให้มีการ ผ่อนชำระโดยไม่ มีดอกเบี้ย	4.10 (มาก)	การบริการ ของพนักงาน ขาย	3.55 (มาก)

ตารางที่ 148 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 3 อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 2	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ 3	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท	การลดราคา	3.82 (มาก)	การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.63 (มาก)	การบริการของพนักงานขาย	3.58 (มาก)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	การลดราคา	3.89 (มาก)	การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย	3.56 (มาก)	การมีของแถม	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 148 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคามากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ยมากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน

4) การซื้อ

ตารางที่ 149 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ notebook 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ notebook					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ตัวท่านเอง	82.99	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	48.97	คู่สมรส	13.92
เพศหญิง	ตัวท่านเอง	81.55	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	54.37	บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	23.30
อายุไม่เกิน 30 ปี	ตัวท่านเอง	82.80	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	54.48	บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	23.30
อายุ 31-40 ปี	ตัวท่านเอง	78.35	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	45.36	คู่สมรส	31.96
อายุมากกว่า 40 ปี	ตัวท่านเอง	91.67	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	45.83	คู่สมรส	25.00
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ตัวท่านเอง	76.47	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	38.24	คู่สมรส	27.94
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ตัวท่านเอง	83.65	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	54.81	บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	20.19
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ตัวท่านเอง	80.00	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	50.00	พนักงาน ขาย	15.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ตัวท่านเอง	79.02	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	48.21	บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	21.43
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ตัวท่านเอง	86.36	เพื่อน ผู้ร่วมงาน	56.25	คู่สมรส	15.91

จากตารางที่ 149 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ notebook จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงตัดสินใจซื้อ notebook ด้วยตนเองมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเองมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเองมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเองมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 150 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	65.98	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	13.92	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	11.86
เพศหญิง	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	69.90	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	10.68	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	10.19
อายุไม่เกิน 30 ปี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	69.89	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	12.19	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	11.11
อายุ 31-40 ปี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	64.95	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	14.43	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	9.28
อายุมากกว่า 40 ปี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	58.33	ในห้าง	16.67	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	12.50

ตารางที่ 150 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและ
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	60.29	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	17.65	ในห้าง	13.24
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	69.55	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	13.14	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	9.94
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	70.00	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	20.00	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	10.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	66.52	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	12.50	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	9.82
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ร้านขายคอมพิวเตอร์ ในศูนย์ไอทีต่างๆ	69.89	งานนิทรรศการ แสดงสินค้า คอมพิวเตอร์	14.77	ร้านขาย คอมพิวเตอร์ตาม พื้นที่ต่างๆ ทั่วไป	9.66

จากตารางที่ 150 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งที่ซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 151 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อ
โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	71.13	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ให้	10.82	ผู้ปกครองเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ทั้งหมด, ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม เองและผู้ปกครอง ช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	7.73
เพศหญิง	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	62.62	ผู้ปกครองเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ทั้งหมด	14.56	ท่านและผู้ปกครอง ช่วยกันออกค่าใช้จ่าย, บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อให้	9.71
อายุไม่เกิน 30 ปี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	60.57	ผู้ปกครองเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ทั้งหมด	15.41	ท่านและผู้ปกครอง ช่วยกันออกค่าใช้จ่าย	12.54
อายุ 31-40 ปี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	80.41	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ให้	14.43	อื่นๆ	3.09
อายุมากกว่า 40 ปี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	83.33	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ให้	12.50	อื่นๆ	4.17

ตารางที่ 151 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อ
โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	บุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	88.24	ผู้ประกอบการเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายใน การซื้อทั้งหมด	7.35	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อให้	2.94
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	62.18	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อให้	12.18	ผู้ประกอบการเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายใน การซื้อทั้งหมด	11.54
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	65.00	ผู้ประกอบการเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายใน การซื้อทั้งหมด	20.00	อื่นๆ	10.00
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	64.73	ผู้ประกอบการเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายใน การซื้อทั้งหมด	14.29	ท่านและ ผู้ประกอบการ ช่วยกันออก ค่าใช้จ่าย	12.95
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนมากกว่า 25,000 บาท	ท่านออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อเอง ทั้งหมด	69.32	บริษัทเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อให้	16.48	ผู้ประกอบการเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายใน การซื้อทั้งหมด	7.39

จากตารางที่ 151 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลที่ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อ
โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงซื้อ โน้ตบุ๊ก
โดยออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมดมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง
31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมดมากที่สุด
เช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำ
กว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเอง
ทั้งหมดมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ซื้อโน้ตบุ๊กโดยออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมดมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 152 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	งบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	20,001- 30,000 บาท	47.42	30,001- 40,000 บาท	32.99	ไม่เกิน 20,000 บาท	10.82
เพศหญิง	20,001- 30,000 บาท	58.74	30,001- 40,000 บาท	24.27	ไม่เกิน 20,000 บาท	11.17
อายุไม่เกิน 30 ปี	20,001- 30,000 บาท	54.84	30,001- 40,000 บาท	30.82	ไม่เกิน 20,000 บาท	10.04
อายุ 31-40 ปี	20,001- 30,000 บาท	47.42	30,001- 40,000 บาท	24.74	ไม่เกิน 20,000 บาท, 40,001- 50,000 บาท	12.37
อายุมากกว่า 40 ปี	20,001- 30,000 บาท	58.33	30,001- 40,000 บาท, ไม่เกิน 20,000 บาท	16.67	40,001- 50,000 บาท	8.33
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	20,001- 30,000 บาท	50.00	ไม่เกิน 20,000 บาท	30.88	30,001- 40,000 บาท	11.76
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	20,001- 30,000 บาท	54.49	30,001- 40,000 บาท	32.37	ไม่เกิน 20,000 บาท	7.05
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	20,001- 30,000 บาท	45.00	30,001- 40,000 บาท, 40,001- 50,000 บาท	25.00	ไม่เกิน 20,000 บาท	5.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	59.38	30,001- 40,000 บาท	21.43	ไม่เกิน 20,000 บาท	15.18
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	45.45	30,001- 40,000 บาท	37.50	40,001- 50,000 บาท	7.39

จากตารางที่ 152 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001- 30,000 บาท มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 153 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	วิธีการชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ชำระโดย เงินสด	49.48	ชำระโดย Credit Card	39.18	เงินผ่อนกับ สถาบันการเงิน	9.28
เพศหญิง	ชำระโดย เงินสด	60.19	ชำระโดย Credit Card	24.27	เงินผ่อนกับ สถาบันการเงิน	12.62
อายุไม่เกิน 30 ปี	ชำระโดย เงินสด	61.29	ชำระโดย Credit Card	26.16	เงินผ่อนกับ สถาบันการเงิน	9.68
อายุ 31-40 ปี	ชำระโดย Credit Card	44.33	ชำระโดย เงินสด	40.21	เงินผ่อนกับ สถาบันการเงิน	14.43
อายุมากกว่า 40 ปี	ชำระโดย เงินสด, ชำระโดย Credit Card	41.67	เงินผ่อนกับ สถาบันการเงิน	12.50	เงินผ่อนกับ ทางร้านค้า	4.17

ตารางที่ 153 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	วิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ชำระโดยเงินสด	61.76	ชำระโดย Credit Card	23.53	เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน	14.71
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ชำระโดยเงินสด	54.49	ชำระโดย Credit Card	32.37	เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน	10.26
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ชำระโดย Credit Card	45.00	ชำระโดยเงินสด	40.00	เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน	10.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ชำระโดยเงินสด	58.93	ชำระโดย Credit Card	24.55	เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน	13.84
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ชำระโดยเงินสด	50.00	ชำระโดย Credit Card	40.34	เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน	7.39

จากตารางที่ 153 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสดมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสดมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสดและ Credit Card มากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสดมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดย Credit Card มากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ notebook ชำระโดยเงินสดมากที่สุดเช่นเดียวกัน

5) การประเมินหลังการซื้อ

ตารางที่ 154 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.69	มาก
เพศหญิง	3.78	มาก
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.71	มาก
อายุ 31-40 ปี	3.85	มาก
อายุมากกว่า 40 ปี	3.63	มาก
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	มาก
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.72	มาก
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.95	มาก
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.76	มาก
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.70	มาก

จากตารางที่ 154 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊ก
ที่ซื้อมาแล้ว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความ
พึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง
31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับ
มากเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำ
กว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้ว
อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจในการ
ใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 155 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีที่ทำ 3 อันดับแรกเมื่อไม่พอใจ
 โน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	วิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ใช้งานต่อไป	56.19	นำไปขายต่อ	17.01	นำส่งคืนแล้วเปลี่ยน สินค้าใหม่มาใช้	13.40
เพศหญิง	ใช้งานต่อไป	63.11	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	15.53	นำไปขายต่อ	11.17
อายุไม่เกิน 30 ปี	ใช้งานต่อไป	62.72	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	13.26	นำไปขายต่อ	12.54
อายุ 31-40 ปี	ใช้งานต่อไป	50.52	นำไปขายต่อ	20.62	นำส่งคืนแล้วเปลี่ยน สินค้าใหม่มาใช้	17.53
อายุมากกว่า 40 ปี	ใช้งานต่อไป	62.50	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	16.67	อื่นๆ	8.33
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	ใช้งานต่อไป	52.94	นำไปขายต่อ	25.00	นำส่งคืนแล้วเปลี่ยน สินค้าใหม่มาใช้	11.76
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	ใช้งานต่อไป	61.86	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	14.74	นำไปขายต่อ	11.22
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี	ใช้งานต่อไป	50.00	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้, นำไปขายต่อ	20.00	นำส่งคืนเพื่อ ซ่อมแซม, อื่นๆ	5.00
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ใช้งานต่อไป	59.38	นำส่งคืนแล้ว เปลี่ยนสินค้าใหม่ มาใช้	16.96	นำไปขายต่อ	13.39
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนมากกว่า 25,000 บาท	ใช้งานต่อไป	60.23	นำไปขายต่อ	14.77	นำส่งคืนแล้วเปลี่ยน สินค้าใหม่มาใช้	11.36

จากตารางที่ 155 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีที่ทำเมื่อไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงจะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไปมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไปมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไปมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไปมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 156 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคตของผู้ตอบ

แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมในอนาคต	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.40	ไม่แน่ใจ
เพศหญิง	3.33	ไม่แน่ใจ
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.30	ไม่แน่ใจ
อายุ 31-40 ปี	3.51	อาจจะซื้อ
อายุมากกว่า 40 ปี	3.46	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	3.49	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.32	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.60	อาจจะซื้อ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.34	ไม่แน่ใจ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.39	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 156 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิม
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมี
แนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุเกิน 40 ปี มีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับ
อาจจะซื้อ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่
แน่ใจ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีแนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊ก
ยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับอาจจะซื้อ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มี
แนวโน้มในการซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 157 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านเดิมในอนาคตของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมในอนาคต	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.25	ไม่แน่ใจ
เพศหญิง	3.16	ไม่แน่ใจ
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.16	ไม่แน่ใจ
อายุ 31-40 ปี	3.33	ไม่แน่ใจ
อายุมากกว่า 40 ปี	3.08	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	3.28	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.17	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.35	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 157 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมในโอกาสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมในโอกาส	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.23	ไม่แน่ใจ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.16	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 157 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในโอกาสผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 158 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.63	อาจจะแนะนำ
เพศหญิง	3.63	อาจจะแนะนำ

ตารางที่ 158 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.58	อาจจะแนะนำ
อายุ 31-40 ปี	3.74	อาจจะแนะนำ
อายุมากกว่า 40 ปี	3.67	อาจจะแนะนำ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	3.78	อาจจะแนะนำ
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.57	อาจจะแนะนำ
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.95	อาจจะแนะนำ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.62	อาจจะแนะนำ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.64	อาจจะแนะนำ

จากตารางที่ 158 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ
เช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในอนาคตในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน
30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊ก
ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ
เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 159 แสดงค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มการของผู้ตอบแบบสอบถามในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้าน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
เพศชาย	3.46	ไม่แน่ใจ
เพศหญิง	3.37	ไม่แน่ใจ
อายุไม่เกิน 30 ปี	3.38	ไม่แน่ใจ
อายุ 31-40 ปี	3.48	ไม่แน่ใจ
อายุมากกว่า 40 ปี	3.54	อาจจะแนะนำ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	3.49	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	3.40	ไม่แน่ใจ
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	3.35	ไม่แน่ใจ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	3.42	ไม่แน่ใจ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	3.40	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 159 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมี
แนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจ
เช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่
ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี
มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับอาจจะ
แนะนำ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ
โน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีแนวโน้มการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 160 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	61.34	ไม่มั่นใจ ประสิทธิภาพใน การทำงาน, ไม่มั่นใจในการ รับประกันและ บริการหลังการขาย	46.39	ไม่พบปัญหา	6.70
เพศหญิง	ไม่มั่นใจ ประสิทธิภาพใน การทำงาน	53.88	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	49.51	ไม่มั่นใจในการ รับประกันและ บริการหลังการขาย	43.20
อายุไม่เกิน 30 ปี	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	54.48	ไม่มั่นใจ ประสิทธิภาพใน การทำงาน	53.76	ไม่มั่นใจในการ รับประกันและ บริการหลังการขาย	46.24
อายุ 31-40 ปี	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	60.82	ไม่มั่นใจ ประสิทธิภาพใน การทำงาน	41.24	ไม่มั่นใจในการ รับประกันและ บริการหลังการขาย	40.21
อายุ มากกว่า 40 ปี	ไม่มั่นใจ ประสิทธิภาพใน การทำงาน, ไม่มั่นใจในการ รับประกันและ บริการหลังการ ขาย	45.83	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	41.67	ไม่พบปัญหา	8.33

ตารางที่ 160 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	58.82	ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	48.53	ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	39.71
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	55.77	ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	53.85	ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	43.59
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	50.00	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	35.00	ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	30.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	53.13	ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	51.34	ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	42.86
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	57.95	ไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงาน	48.86	ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	47.16

จากตารางที่ 160 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กคืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กคือไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กคืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้าน

ผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือไม่มั่นใจประสิทธิภาพในการทำงานและไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขายมากที่สุด

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขายมากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 161 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วน บุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	78.35	ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ	30.41	ไม่พบปัญหา	8.76
เพศหญิง	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	74.27	ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ	20.87	ไม่พบปัญหา	16.02
อายุไม่เกิน 30 ปี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	74.91	ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ	25.81	ไม่พบปัญหา	13.98
อายุ 31-40 ปี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	83.51	ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ	25.77	ไม่พบปัญหา	6.19
อายุมากกว่า 40 ปี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	62.50	ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ, ไม่พบปัญหา	20.83	อื่นๆ	0.00

ตารางที่ 161 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบในการ
ตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับ ประสิทธิภาพการ ทำงาน	82.35	ไม่มีรูปแบบการ ชำระเงินที่ต้องการ	23.53	ไม่พบปัญหา	5.88
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับ ประสิทธิภาพการ ทำงาน	76.60	ไม่มีรูปแบบการ ชำระเงินที่ต้องการ	25.64	ไม่พบปัญหา	13.46
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับ ประสิทธิภาพการ ทำงาน	50.00	ไม่มีรูปแบบการ ชำระเงินที่ต้องการ	30.00	ไม่พบปัญหา	20.00
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนไม่เกิน 25,000 บาท	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับ ประสิทธิภาพการ ทำงาน	78.57	ไม่มีรูปแบบการ ชำระเงินที่ต้องการ	20.98	ไม่พบปัญหา	12.05
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนมากกว่า 25,000 บาท	สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับ ประสิทธิภาพการ ทำงาน	73.30	ไม่มีรูปแบบการ ชำระเงินที่ต้องการ, ไม่พบปัญหา	31.25	อื่นๆ	13.07

จากตารางที่ 161 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กคือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อ โน้ตบุ๊กคือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 162 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	56.70	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	48.97	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	13.92
เพศหญิง	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	51.46	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	35.92	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	17.48
อายุไม่เกิน 30 ปี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	54.84	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	41.22	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	17.56
อายุ 31-40 ปี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	51.55	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	47.24	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	13.40
อายุมากกว่า 40 ปี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	54.17	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	33.33	ไม่พบปัญหา	12.50
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	57.35	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	26.47	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	19.12
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	53.85	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	46.47	ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	15.06
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	45.00	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	30.00	ไม่พบปัญหา	20.00

ตารางที่ 162 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	53.13	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	37.95	ไม่มีด้านบริการการจัดส่งหรือการจัดส่งมีราคาแพง	19.64
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ	55.11	ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	47.73	ไม่มีด้านบริการการจัดส่งหรือการจัดส่งมีราคาแพง	10.80

จากตารางที่ 162 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 163 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายที่พบ ในการตัดสินใจซื้อไม้ตัดไม้ 3 อันดับแรกและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการตัดสินใจซื้อไม้ตัดไม้					
	ลำดับที่ 1	ร้อยละ	ลำดับที่ 2	ร้อยละ	ลำดับที่ 3	ร้อยละ
เพศชาย	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	55.15	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	38.66	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	37.11
เพศหญิง	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	53.88	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	33.01	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	28.64
อายุไม่เกิน 30 ปี	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	57.71	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	36.92	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	32.62
อายุ 31-40 ปี	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	47.24	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	38.14	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	31.96
อายุมากกว่า 40 ปี	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	45.83	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	37.50	ไม่พบปัญหา	20.83
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	50.00	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	36.76	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	30.88
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	55.77	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	34.29	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	33.01
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	55.00	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	50.00	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	35.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	52.23	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ, การบริการของพนักงานขายไม่ดี	34.82	ไม่พบปัญหา	10.71
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท	ของแถมไม่มีประสิทธิภาพหรือมีน้อย	57.39	คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	36.93	การบริการของพนักงานขายไม่ดี	30.11

จากตารางที่ 163 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุดเช่นเดียวกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือคำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือมากที่สุด

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กคือของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย มากที่สุดเช่นเดียวกัน

อภิปรายผลผลการศึกษา

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสามารถอภิปรายผลการศึกษาตามทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นเพื่อใช้ในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อทำรายงานร่วมกับเพื่อนที่คณะหรือสถานที่อื่นๆ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอม ในกระบวนการตัดสินใจ

ซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์เมื่อคิดว่ามีความจำเป็นต้องใช้

2) การค้นหาข้อมูล

ยี่ห้อโน้ตบุ๊กที่รู้จักก่อนที่จะซื้อ

จากการศึกษาพบว่าก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่าก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊กผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ HP/COMPAQ มากที่สุด

ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง

ประเภทของข้อมูลที่แสวงหาเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด

แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์

ไทยดีโฟโต้คคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์ ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

3) การประเมินทางเลือก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อบริษัทด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อบริษัทด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลางมากที่สุด รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง ขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรองและการรับประกันตามลำดับ และให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 เรื่อง ในระดับมากเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษา

ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลางมากที่สุด รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง การรับประกันและขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง ตามลำดับ และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทั้ง 4 เรื่อง ในระดับมากเช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้ค้อทคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องระบบการทำงานที่ทันสมัยแม่นยำ และการรับประกัน อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูก และรูปแบบในการชำระเงิน ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม้ตบูกในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องรูปแบบในการชำระเงินในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อไม้ตบูก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ตบูกเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบในการชำระเงิน ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องรูปแบบในการชำระเงินในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้ค้อทคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้องอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ และความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทั้ง 3 เรื่อง ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องผู้ผลิตมีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชिरศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทรรศน์วงจรมิดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กเรื่องการลดราคามากที่สุด รองลงมาคือ การจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ย และการบริการของพนักงานขาย ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคาและการจัดให้มีการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ยในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องบริการของพนักงานขายในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กเรื่องการลดราคามากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคาในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผล

การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องมีการลดราคาของแถมที่น่าสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชิริศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องมีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอกบริษัท และความมีมารยาทบุคลิกภาพของพนักงานขาย อยู่ในระดับมาก

4) การซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ มากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์จากร้านขายกล้อง (Dealer) มากที่สุด ซึ่งหมายถึงร้านขายสินค้าเฉพาะเช่นเดียวกับร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์ไอทีต่างๆ ที่เป็นร้านขายสินค้าเฉพาะเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กเองทั้งหมดซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ปกครองเป็นผู้ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กทั้งหมดอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานซึ่งเป็นผู้มีรายได้ จึงต่างจากการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ยังไม่มีรายได้ของตนเองจึงมีผู้ปกครองเป็นผู้ชำระค่าใช้จ่ายในการซื้อโน้ตบุ๊กให้

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 20,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการ

ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง 25,001- 30,000 บาท และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอตคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาประมาณในการซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์ระหว่าง 20,000- 30,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าโน้ตบุ๊กเป็นเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าโน้ตบุ๊กเป็นเงินสด

5) การประเมินหลังการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้ออยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะไชย เอี่ยมศิริรักษ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้คอตคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึพึงพอใจต่อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์และอุปกรณ์ที่ซื้ออยู่ในระดับมาก

ในกรณีที่ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ยังคงจะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงจะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป

ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วีระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการ

ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ

ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ คงวุฒิ วิระศิริ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1) การรับรู้ปัญหา

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเพราะมีความจำเป็นในการใช้โน้ตบุ๊กเพื่อใช้ในการทำงานมากที่สุด

2) การแสวงหาข้อมูล

- ก่อนที่จะซื้อโน้ตบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ ACER มากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีรู้จักโน้ตบุ๊กยี่ห้อ SONY มากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าตนเองมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลในเรื่องราคามากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่หาข้อมูลจากคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้มากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อยจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

3) การประเมินทางเลือก

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก 10 อันดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเร็วของหน่วยประมวลผลกลางมากที่สุด (CPU) รองลงมาคือ ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) และขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) ตามลำดับ

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับมากคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาโน้ตบุ๊กส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับปานกลางคือ รูปแบบในการชำระเงิน ตามลำดับ

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ และความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า ตามลำดับ

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อ โน้ตบุ๊ก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การลดราคา การจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย และการบริการของพนักงานขาย ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ยมากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดแต่ละขณะที่แสวงหาข้อมูลกลับมาหาข้อมูลเรื่องราคามากที่สุดอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาราคาก่อนแล้วค่อยดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในภายหลัง

4) การซื้อ

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเอง

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์

ไอทีต่างๆ

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณางบประมาณในการซื้อโน้ตบุ๊กระหว่าง

20,001- 30,000 บาท มากที่สุด

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กโดยชำระเป็นเงินสดมากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กโดย Credit Card และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ชำระเงินในการซื้อโน้ตบุ๊กโดยชำระเป็นเงินสดและชำระโดย Credit Card มากที่สุด

5) การประเมินหลังการซื้อ

- ในด้านความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมาก

- ในกรณีที่ไม่พอใจโน้ตบุ๊กหลังทำการซื้อมาแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้งานโน้ตบุ๊กต่อไป

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับอาจจะซื้อ

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการแนะนำโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในระดับอาจจะแนะนำ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออยู่ในระดับอาจจะแนะนำ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมาก แต่กลับมีแนวโน้มในการซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจและมีแนวโน้มการซื้อโน้ตบุ๊กจากร้านเดิมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ซึ่งทางผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถ และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอีกด้วย โดยทางผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหา

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โน้ตบุ๊กเพื่อการทำงานและความบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรผลิตโน้ตบุ๊กเพื่อตอบสนองกับการใช้ทำงาน และควรมีโปรแกรมพื้นฐานที่สนับสนุนในการทำงาน เช่น Microsoft Office และ Internet Explorer และโปรแกรมเพื่อความบันเทิง เช่น Windows Media Player และ Winamp เพื่ออำนวยความสะดวกรองรับการใช้งานคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กได้ทันที

2) การแสวงหาข้อมูล

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลในเรื่องราคาและหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้กลุ่มเป้าหมายได้เปรียบเทียบข้อมูลราคากับคุณภาพของโน้ตบุ๊กให้มากขึ้น โดยให้รายละเอียดสินค้า

ที่สามารถเข้าใจได้ง่ายในการเปรียบเทียบ และการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยให้ข้อมูลผ่าน กระดานสนทนาออนไลน์มากขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญของข้อมูลมากในการตัดสินใจซื้อ และกระดานสนทนาออนไลน์ก็เป็นส่วนที่สามารถนำเสนอข้อมูลให้ผู้ที่มีความสนใจได้ ทั้งนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลย่อหากคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นใน ปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU) ขนาดหน่วยความจำสำรอง(RAM) และขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง(HDD) โดยปัจจัยย่อยเหล่านี้จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง (Actual Product) ในด้านระดับคุณภาพ (Quality Level) ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์หลักทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าพร้อมยังเน้นในปัจจัยย่อยเรื่องการรับประกันและการบริการหลังการขายโดยปัจจัยย่อยเหล่านี้จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์เสริม(Augmented Product) เพื่อให้ข้อเสนอของกิจการแตกต่างไปจากผู้แข่งขัน ซึ่งถ้านำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้จะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวก จะทำให้คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สามารถจูงใจผู้ที่สนใจจะซื้อโน้ตบุ๊กในอนาคตได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา ในนิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ด้วยอีกทางหนึ่ง

3) การประเมินทางเลือก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กอยู่ใน 10 อันดับแรก พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่เป็นปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กนั้น ควรเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) และขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรเพิ่มความเร็วของหน่วย

ประมวลผลกลาง (CPU) ขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) และขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) โดยมีการลงทุนวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรรักษาระดับราคาที่จัดจำหน่ายไว้ตามมาตรฐานราคาตลาด โดยควรผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สมเหตุสมผลกับเทคโนโลยีการผลิตให้อยู่ในระดับราคา 20,001-30,000 บาท เพราะว่าเป็นช่วงงบประมาณที่กลุ่มเป้าหมายสนใจมากที่สุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายมากเพียงพอ และความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า ดังนั้นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายหรืออุปกรณ์จัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ ให้แก่ผู้จัดจำหน่ายนำไปตกแต่งร้าน และเลือกกระจายศูนย์จำหน่ายในจุดยุทธศาสตร์ตามศูนย์ไอทีต่างๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคาและควรจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย โดยการที่ส่งเสริมการตลาดให้กับผู้จัดจำหน่ายเช่นเมื่อสั่งซื้อโน้ตบุ๊กตามยอดแล้วให้ส่วนลดในอัตราพิเศษ พร้อมทั้งติดต่อประสานงานกับทางธนาคารเพื่อร่วมทำโปรโมชั่นการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ยหรือในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

4) การซื้อ

ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรให้ความสำคัญการให้บริการของพนักงานขาย โดยการจัดฝึกอบรมให้พนักงานขายเพราะส่วนใหญ่แล้วจะนับเป็นจุดสัมผัสกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และเร่งการตัดสินใจซื้อด้วยการให้ส่วนลดเงินสด พร้อมทั้งกระจายศูนย์จำหน่ายในจุดยุทธศาสตร์ตามศูนย์ไอทีต่างๆ

5) การประเมินหลังการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้งาน โน้ตบุ๊กที่ซื้อมาแล้วอยู่ในระดับมาก แต่ไม่แน่ใจที่จะซื้อ โน้ตบุ๊กยี่ห้อเดิมและไม่แน่ใจที่จะซื้อ โน้ตบุ๊กจากร้านค้าเดิม ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ที่มากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะต้องดำเนินการดังนี้

1. ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรสร้างฐานข้อมูลของลูกค้า โดยมีระบบฐานข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ สามารถเรียกดูได้จากทุกหน่วยงานในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า มีการแยกประเภทลูกค้าจากฐานข้อมูล เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายมีคุณค่าไม่เท่ากัน ซึ่งลูกค้าประกอบด้วย ลูกค้าเริ่มแรก ลูกค้าที่ช่วยประชาสัมพันธ์และลูกค้าที่ซื้อซ้ำ
2. ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรมีเทคโนโลยีที่สามารถให้ลูกค้าติดต่อกับองค์กรได้ เช่น ระบบ Call center , Web site, Interactive voice Response เป็นต้น
3. ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรปฏิบัติเพื่อรักษาลูกค้า โดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลซึ่งสามารถทำให้องค์กรแยกแยะลูกค้าได้ว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มที่ทำกำไรสูงสุดให้องค์กร หลังจากนั้นต้องมากำหนดวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเหล่านั้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์และเข้าถึงการให้บริการลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสม เช่น ส่งเสริมการขายด้วยการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ซื้อซ้ำ
4. ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กควรมีการประเมินผล เพื่อให้ทราบว่าองค์กรสามารถรักษาลูกค้าได้มากขึ้นหรือไม่อย่างไร และนำผลการประเมินที่ได้มาสร้างแผนการตลาดต่อไป

ข้อเสนอแนะตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาโดยแบ่งตามตลาดเป้าหมาย (Target Market) ทำการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ดังนี้

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามเพศ

1. กลุ่มผู้บริหาร โภคเพศชาย ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยเน้นการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตและนิตยสารทางด้านคอมพิวเตอร์ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการ

เป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

2. กลุ่มผู้บริหารโลกเทศหญิง ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพการสร้างความสำเร็จที่น่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามอายุ

1. กลุ่มผู้บริหารโลกที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

2. กลุ่มผู้บริหารโลกที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยเน้นการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) เนื่องจากกลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพการสร้างความสำเร็จที่น่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันและส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

3. กลุ่มผู้บริหารโลกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อ

ได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องขนาดพื้นที่อุปกรณ์เก็บข้อมูลสำรอง (HDD) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการจัดให้มีการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ย

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามระดับการศึกษา

1. กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยเน้นการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) และขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

2. กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

3. กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยเน้นการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องขนาดหน่วยความจำสำรอง (RAM) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา พร้อมทั้งติดต่อประสานงานกับทางธนาคารเพื่อร่วมทำโปรโมชั่นการผ่อนชำระโดยไม่มีดอกเบี้ยหรือในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. กลุ่มผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภครายได้ให้ความสำคัญมากที่สุดการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันและส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

2. กลุ่มผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ใกล้เคียงกับข้อเสนอแนะข้างต้น โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจได้ซึ่งจะทำให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกและสามารถจูงใจการซื้อได้ และควรพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เรื่องความเร็วของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภครายได้ให้ความสำคัญมากที่สุดการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย โดยควรจะมีป้ายการเป็นตัวแทนขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานให้สามารถปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันและส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา พร้อมทั้งติดต่อประสานงานกับทางธนาคารเพื่อร่วมทำโปรโมชั่นการผ่อนชำระ โดยไม่มีดอกเบี้ยหรือในอัตราดอกเบี้ยต่ำ