

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างกว้างขวางทั้งในส่วนของการใช้งานโดยตรง การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล และในระยะใกล้จนถึงระยะไกลข้ามโลก รวมไปถึงการใช้ในด้านความบันเทิงทั้งเกมส์คอมพิวเตอร์หรือภาพยนตร์ที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก นอกจากนี้เรายังพบการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ที่แฝงเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น ในการใช้ควบคุมการทำงานเครื่องปรับอากาศ เต้าไมโครเวฟ และกล้องถ่ายภาพ และวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนได้ว่าในโลกต่อไป มนุษย์จะพึ่งการทำงานของคอมพิวเตอร์มากขึ้น โดยการทำงานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ในชีวิตประจำวันจะถูกควบคุมโดยผ่านระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ วิทยาการของคอมพิวเตอร์ นับเป็นวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่สำคัญที่สุดในศตวรรษที่ 20 ซึ่งนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่สังคมมนุษย์เป็นอันมาก ทั้งนี้เนื่องจากคอมพิวเตอร์ช่วยขยายขีดความสามารถของมนุษย์ในด้านการวิเคราะห์ การสื่อสาร การศึกษา และในด้านการวางแผน ทำให้มนุษย์สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจสังคม และในด้านอื่นๆ ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากโลกยุคปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร จึงมีคำกล่าวที่ว่า ผู้ที่ครอง ข้อมูลข่าวสารจะเป็นผู้ที่ครองโลกต่อไป ซึ่งการจะใช้งานข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดย่อมหลีกเลี่ยงจากการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่ได้ อย่างแน่นอน การศึกษาถึงวิธีการจัดเก็บข้อมูล การค้นกรอง การแปลงข้อมูลให้เป็นสารสนเทศที่มีคุณค่า ตลอดจนการนำเสนอสารสนเทศที่ทันสมัยและทันเวลา จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนควรมีความรู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการก้าวเข้าแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

เทคโนโลยีและการสื่อสารได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ อุปกรณ์สื่อสารและคอมพิวเตอร์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาและการทำธุรกิจ ด้วยความสามารถของอุปกรณ์สื่อสารและ

ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ทำให้องค์กรต่างๆ นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับส่งข้อมูลข่าวสาร อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกิจและการให้บริการบนอินเทอร์เน็ตตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน

เนื่องมาจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ดังนั้นการเรียนรู้การใช้งานคอมพิวเตอร์ การค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาช่วยในการตัดสินใจ การวิเคราะห์และการจัดเก็บข้อมูลจึงเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการปฏิรูปการศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่ต้องการให้บัณฑิตมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า การมีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า คอมพิวเตอร์บุคคล (Personal computer) นั้น เป็นความสามารถหรือความชำนาญขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เนื่องมาจากปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์ และคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้คนจำนวนมากเชื่อว่า แต่ละคนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ กล่าวคือ วัธีการใช้คอมพิวเตอร์ได้อย่างเหมาะสม อย่งไรก็ตาม โลกปัจจุบันซึ่งเป็นโลกของเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือที่เรียกกันว่า เป็นโลกของข้อมูลข่าวสาร การมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียวนั้นถือว่าไม่เพียงพอต่อไปแล้ว บุคคลจำเป็นต้องเรียนรู้การบริโภคข้อมูลข่าวสาร และสามารถวิเคราะห์ข่าวสาร ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากให้เกิดประโยชน์ได้

ระบบเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ จะเป็นระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ (New economy) ที่เกิดจากการให้ความสำคัญต่อ “ทุน” ที่เป็นความรู้ มากกว่าทุนประเภทอื่นๆ เพราะข้อมูลสารสนเทศ และระบบการสื่อสาร ค้นหาข้อมูลอย่างรวดเร็ว และการคุ้มครองข้อมูลทางการตลาด คือหัวใจของความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจใหม่ การก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ของประเทศไทย จึงจำเป็นจะต้องมีการเร่งพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ อย่างมาก และรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมทรัพยากรบุคคลในระดับต่างๆ นับตั้งแต่เยาวชนรุ่นใหม่ จนถึงผู้บริหารทั้งภาครัฐและเอกชน ที่จะต้องได้รับการสร้างความพร้อมและมีการเรียนรู้เรื่องต่างๆ เหล่านี้อย่างจริงจังและกว้างขวาง ตลอดจนสามารถใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่นี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติได้

สืบเนื่องให้ธุรกิจคอมพิวเตอร์ของไทยในปัจจุบัน มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ประกอบกับธุรกิจคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งที่เข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพเพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจเชิงการศึกษา และอื่นๆ อีกนานัปการ นอกจากนี้ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยสารสนเทศและการบริโภคข่าวสารข้อมูลเป็นอย่างมากเพื่อความได้เปรียบในด้านต่างๆ จึงส่งผลให้ตลาดคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยเจริญเติบโตขึ้นมากกว่าเดิม

สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยคงจะมีแนวโน้มที่สดใส และสามารถขยายการเจริญเติบโตได้อย่างสูงต่อไป เนื่องจากมีปัจจัยเกื้อหนุนอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นกระแสความนิยมในการบริโภคคอมพิวเตอร์ที่เพิ่มมากขึ้นตามยุคสมัย เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในการปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดีขึ้น กระแสการค้ายุคโลกาภิวัตน์ที่มีการบริโภคข่าวสารข้อมูลเพิ่มมากขึ้น โดยต้องอาศัยอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการหาและจัดเก็บข้อมูล ทั้งยังรวมถึงความนิยมในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต

นอกเหนือจากการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงแล้ว ภาวะค่าเงินบาทที่ไม่มีเสถียรภาพในปัจจุบัน และมีมูลค่าที่ลดลงกว่าในอดีต ทำให้เกิดโอกาสในการแข่งขันแก่ธุรกิจคอมพิวเตอร์ที่ผลิตและมีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย สังเกตได้จากส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจคอมพิวเตอร์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยในอดีตส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนใหญ่จะเป็นของคอมพิวเตอร์ที่มีตราผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันกลับพบว่าอัตราการเจริญเติบโตทางการตลาดของธุรกิจคอมพิวเตอร์ที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงทำให้ต้นทุนการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากต่างประเทศมีต้นทุนที่สูงขึ้น และจำเป็นต้องขึ้นราคาขาย ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง คอมพิวเตอร์ที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศจึงกลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจและเหมาะสมกับ ผู้บริโภคในภาวะปัจจุบันแทน รวมถึงสืบเนื่องจากภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นนโยบายใช้สินค้าไทยหรือโครงการคอมพิวเตอร์ราคาประหยัด โครงการจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ทั้งนี้คาดการณ์ไว้ว่าสัดส่วนทางการตลาดของคอมพิวเตอร์ในอนาคตประมาณ 3-5 ปี จะเป็นของคอมพิวเตอร์ที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศ (Local Brand) สูงถึงร้อยละ 70 และส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 30 จะเป็นของคอมพิวเตอร์ที่มีตราผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ (Brand Name) ซึ่งในปัจจุบันมีอัตราส่วนทางการตลาดที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 50 : 50

ดังนั้น สำหรับบริษัทที่ประกอบธุรกิจคอมพิวเตอร์ ที่มีตราผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้เหมาะสม และพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจอื่นๆ เพื่อความอยู่รอดและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นในอนาคต ทั้งในตลาดคอมพิวเตอร์ที่มี

ตราผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศด้วยตนเอง และระหว่างคู่แข่งที่มีตราผลิตภัณฑ์ภายในประเทศด้วย สำหรับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันนี้ ได้แก่ เอเซอร์ (Acer), แอปเปิ้ล (Apple), เอซัส (Asus), เอเทค (Atec), เบลดาร์ (Belta), คอมแพค (Compaq), ฟุจิตสึ (Fujitsu), เอชพี (HP), ไอบีเอ็ม (IBM)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ด้านความสะดวกในการใช้งาน, ด้านราคา, ด้านช่องทางจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการบริการหลังการขาย รวมทั้งการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่อยู่ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

## 3. ความสำคัญของการศึกษา

3.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชากรในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

3.2 เพื่อทราบถึงความแตกต่าง ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

3.3 เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

3.4 เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการแก้ปัญหา ปรับปรุงคุณภาพสินค้าของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

#### 4. กรอบแนวคิดในการศึกษา

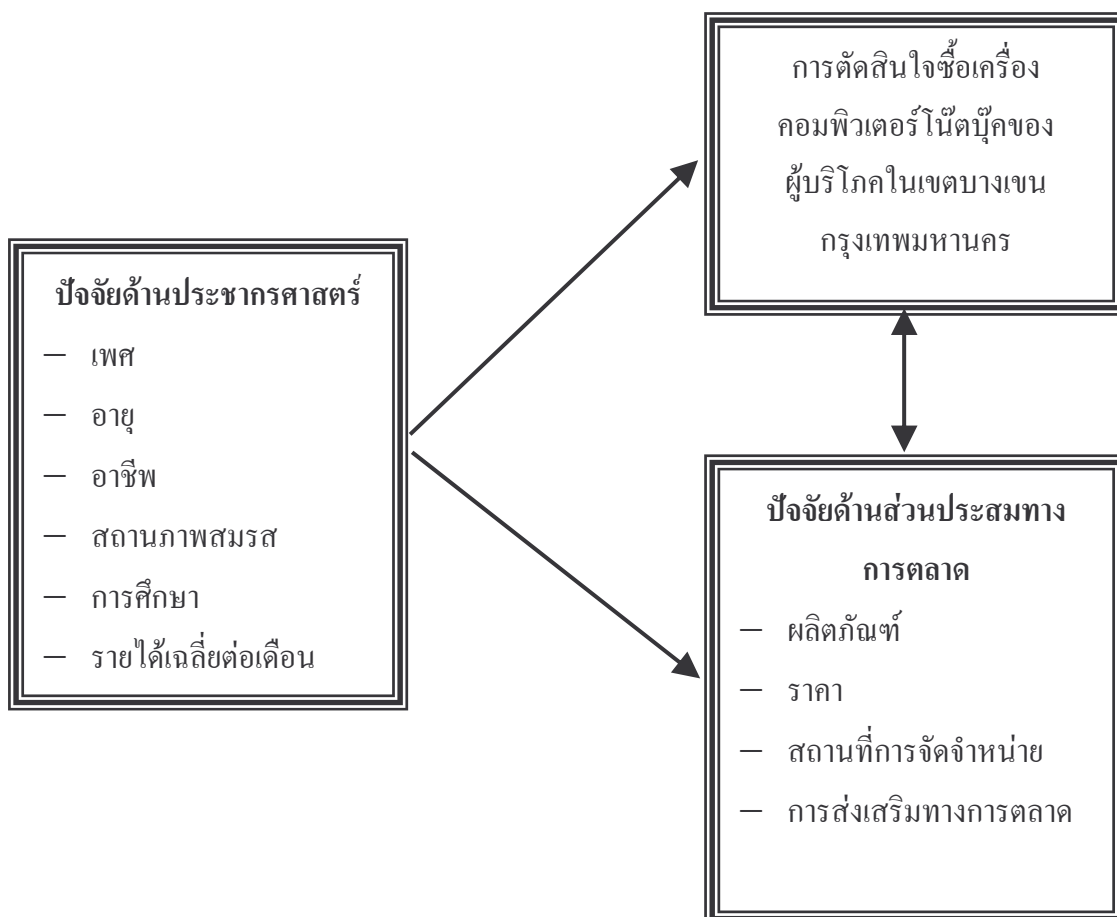
การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถกำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ การตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ (Independent variable)

ตัวแปรตาม (Dependent variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก  
กรณีศึกษาในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร



5.14 ราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

5.15 การจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

5.16 การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

## 6. ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร” ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 181,143 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรกฎาคม, 2549) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ค่าความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ .05 จากสูตรยามาเน่ (Yamane, 1967, pp. 886-887) ได้กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน

## 7. ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร” ใช้เวลาในการศึกษาประมาณ 3 เดือน โดยเริ่มศึกษาจากเอกสารและวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่วันที่ 28 ตุลาคม–16 ธันวาคม 2549

## 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ ในการเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ตลอดจนทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

8.2 ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค



8.3 เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เสริมสร้างจุดแข็ง และจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ของตนลง และยังสามารถใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

## 9. นวัตกรรม

9.1 เพศ หมายถึง ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 เพศ คือ เพศชาย และเพศหญิง

9.2 อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถามนับเป็นจำนวนเต็มปี แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-35 ปี อายุ 36-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป

9.3 สถานภาพสมรส หมายถึง สถานภาพสมรสของผู้ที่เลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ โสด สมรส

9.4 การศึกษา หมายถึง วุฒิกการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 7 ระดับ ได้แก่ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

9.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่ได้รับตอบแทนจากการทำงานนับเป็นจำนวนบาท แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 - 25,000 บาท และ 25,001 ขึ้นไป

9.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว หมายถึง จำนวนคนที่อยู่ในความรับผิดชอบในครอบครัว โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1-2 คน 3-4 คน และ 5 คนขึ้นไป

9.7 อาชีพ หมายถึง ประเภทของงานที่ก่อให้เกิดรายได้ โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆ

9.8 พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้งาน การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

9.9 การตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าด้วยเงิน

9.10 คอมพิวเตอร์ (Computer) หมายถึง อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic device) ที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการจัดการกับข้อมูลที่สามารถเป็นไปได้อื่นๆ ทั้งตัวเลข ตัวอักษร หรือ

สัญลักษณ์อื่นที่ใช้แทนเครื่องหมายในสิ่งต่างๆ โดยคุณสมบัติที่สำคัญของคอมพิวเตอร์คือการทำงานที่สามารถกำหนดชุดคำสั่งล่วงหน้าได้

**9.11 คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal computer)** หมายถึง เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดตั้งโต๊ะซึ่ง ประกอบด้วยหน่วยประมวลผลกลาง หน่วยความจำ หน่วยเก็บข้อมูล และส่วนแสดงผล ซึ่งมีความสามารถในการใช้งานได้โดยอิสระในแต่ละเครื่อง และสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้

**9.12 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก** หมายถึง เครื่องคอมพิวเตอร์ประเภทพกพา ซึ่งประกอบด้วยหน่วยประมวลผลกลาง หน่วยความจำ หน่วยเก็บข้อมูล และส่วนแสดงผล ซึ่งมีความสามารถในการใช้งานได้โดยอิสระในแต่ละเครื่อง และสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้

**9.13 ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง รูปร่างโดยทั่วไปของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก พิจารณาจากภาพรวมซึ่งประกอบด้วย ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ ตัวเครื่อง จอภาพ แป้นพิมพ์ คีย์บอร์ด ตัวซาร์ดไฟฟ้า และ ช่องสำหรับเสียบอุปกรณ์เสริมอื่นๆ

**9.14 ด้านความสะดวกในการใช้งาน** หมายถึง การใช้งานคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก นั้น ได้รับความสะดวกสบายจากชุดแป้นพิมพ์ที่ถูกรวมมากับตัวเครื่องมากน้อยเพียงใด

**9.15 ด้านความเป็นธรรมชาติเกี่ยวกับราคา** หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งได้รับจากการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่ใช้ไป

**9.16 ด้านช่องทางจำหน่าย** หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เข้ามาเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้สินค้าเคลื่อนย้ายไปตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้ กิจกรรมในช่องทางการจำหน่ายจะทำหน้าที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ จัดการเกี่ยวกับการบริการ การซ่อมแซม การส่งคืนสินค้า การเก็บรักษาสินค้าการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูลทางการตลาด ตลอดจนทำหน้าที่ทางการเงินด้วย

**9.17 ด้านการส่งเสริมการขาย** หมายถึง การสร้างความพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดยวิธีการต่างๆ เช่น การลดราคา การเพิ่มเติมด้วยส่วนประกอบอื่นๆ เป็นต้น

**9.18 ด้านการบริการหลังการขาย** หมายถึง การดูแล แก้ไขเหตุขัดข้องในการใช้งาน รวมไปถึงการซ่อมบำรุง และการเปลี่ยนชิ้นส่วนที่ทำงานไม่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้อยู่ในเงื่อนไขที่ผู้จำหน่ายกำหนด โดยพิจารณาถึงความประทับใจและพึงพอใจในการให้บริการดังกล่าว