

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก: ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด จากประชากรทั้งหมด 181,143 คน และได้รับแบบสอบถามกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยหาความถี่และร้อยละ หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบค่าที (t test) ในกรณีมีตัวแปร 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : ANOVA) ในกรณีที่มีตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรและกรณีทีพบนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD. และใช้สถิติค่าไค-สแควร์ (Chi-square) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หลังจากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและบรรยายผล ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
df	แทน	ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา (t test)
SS	แทน	Sum of squares.

MS	แทน	Mean square
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา (F distribution)
χ^2	แทน	ค่าสถิติ (Chi-square)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นของค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วง ปฏิเสธสมมติฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	186	46.5
หญิง	214	53.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	78	19.5
20 - 25 ปี	218	54.5
26 - 30 ปี	29	7.2
31 - 35 ปี	28	7.0
36-40 ปี	20	5.0
40 ปีขึ้นไป	27	6.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
โสด	350	87.5
สมรส	50	12.5
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	5	1.3
มัธยมศึกษา	19	4.8
ปวช.	11	2.8
ปวส.	20	5.0
ปริญญาตรี	314	78.5
ปริญญาโท	31	7.6
ปริญญาเอก	-	-
รวม	400	100.0
5. อาชีพ		
นักเรียน – นักศึกษา	227	56.7
รับราชการ	20	5.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	.5
พนักงานเอกชน	120	30.0
นักธุรกิจ	11	2.8
อื่นๆ	20	5.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้		
5,000 - 10,000 บาท	247	61.8
10,001 - 15,000 บาท	78	19.5
15,001 - 20,000 บาท	29	7.2
20,001 - 25,000 บาท	16	4.0
25,001 ขึ้นไป	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเป็นเพศชายจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 218 คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุ 26-30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 อายุ 31-35 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอายุ 36-40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ระดับปวส. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ระดับปวช. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และระดับประถมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักเรียน-นักศึกษา จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคืออาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อาชีพรับราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อาชีพอื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5 และผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็น

ร้อยละ 7.5 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และมีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน		
ชำระแบบเงินสด	225	56.3
ชำระแบบเงินผ่อน	175	43.7
2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร		
แอปเปิ้ล (Apple)	115	28.7
เอเซอร์ (Acer)	162	40.5
เอซัส (Asus)	21	5.3
เอเทค (Atec)	-	-
เบลต้า (Belta)	4	1.0
คอมแพค (ComPaq)	30	7.5
ฟูจิตสึ (Fujitsu)	11	2.8
เอชพี (HP)	32	8.0
ไอบีเอ็ม (IBM)	25	6.2
3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด		
ห้างสรรพสินค้า	213	53.3
ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)	111	27.7
ตามสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ	75	18.7
ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง	1	.3

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด		
ใช้งานในสำนักงาน	130	32.5
ใช้งานในเชิงพาณิชย์	60	15.0
เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	206	51.5
ใช้ในงานอุตสาหกรรม	4	1.0
5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด		
บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	161	40.3
นิตยสารคอมพิวเตอร์	117	29.2
หนังสือพิมพ์	11	2.8
ใบปลิว/แผ่นพับ	30	7.5
อินเทอร์เน็ต	44	11.0
พนักงานขาย	37	9.2
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด		
19,000 – 29,000 บาท	108	27.0
29,001 – 39,000 บาท	157	39.3
39,001 – 49,000 บาท	106	26.5
49,001 บาทขึ้นไป	29	7.2

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด		
สินค้า (Spec notebook)	195	48.7
ราคา	56	14.0
ตราสินค้า (Brand)	35	8.8
ร้านค้า/ผู้ขาย	11	2.8
ผ่อนชำระได้	7	1.7
บริการหลังการขาย	28	7.0
ส่วนลดพิเศษ	1	.3
วินโดวส์ เอ็กซ์ พี (Widow XP) ที่ถูกต้อง	10	2.5
ของแถม	7	1.7
สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก	50	12.5
8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก(Computer notebook) อยู่ที่เท่าใด		
น้อยกว่า1.5 กิโลกรัม	159	39.7
1.6 – 2.0 กิโลกรัม	176	44.0
2.1 – 2.5 กิโลกรัม	37	9.3
2.5 กิโลกรัมขึ้นไป	28	7.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จำนวน 400 คน ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชำระแบบเงินสด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 และชำระแบบเงินผ่อน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7

2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อเอเซอร์ (Acer) มากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือยี่ห้อ แอปเปิล (Apple) จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ยี่ห้อเอชพี (HP) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ยี่ห้อคอมแพค (Compaq) จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ยี่ห้อไอบีเอ็ม (IBM) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ยี่ห้อเอซัส (Asus) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ยี่ห้อฟูจิตสึ (Fujitsu) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และยี่ห้อเบลต้า (Belta) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือที่ตัวแทนจำหน่าย (Distributor) จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ซื้อตามสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และซื้อตามเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีชื่อเสียง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3 ตามลำดับ

4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้เล่นเกมส์ แชนท ทองอินเตอร์เน็ต จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือใช้งานในสำนักงาน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ใช้งานในเชิงพาณิชย์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และใช้ในงานอุตสาหกรรม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากบุคคลที่ท่านเชื่อถือ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือจากนิตยสารคอมพิวเตอร์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 จากอินเตอร์เน็ต จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 จากพนักงานขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 จากใบปลิว/แผ่นพับ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำหนดค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กครากระหว่าง 29,001-39,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือราคา 19,000-29,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ราคา 39,001-49,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และราคา 49,001 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยด้านสินค้า (Spec notebook) ประกอบในการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กมากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ปัจจัยด้านสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ปัจจัยด้านตราสินค้า (Brand) จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ปัจจัยด้านบริการหลังการขาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ปัจจัยด้านร้านค้า/ผู้ขาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ปัจจัยด้านวินโดวส์ เอ็กซ์พี (Windows XP) ที่ถูกกฎหมาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ปัจจัยด้านฟอนท์ชำระ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ปัจจัยด้านของแถม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และปัจจัยด้านส่วนลดพิเศษ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก อยู่ที่เท่าใด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มากที่สุดคือน้ำหนักอยู่ระหว่าง 1.6-2.0 กิโลกรัม จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือน้ำหนักน้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 น้ำหนัก 2.1-2.5 กิโลกรัม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และน้ำหนัก 2.5 กิโลกรัมขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์
(Product)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ยี่ห้อของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	4.02	.71	มาก
2. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีให้เลือกหลายรุ่น	3.96	.65	มาก
3. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีน้ำหนักเบา	3.98	.79	มาก
4. ความเร็วในการทำงานของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีผลต่อการใช้งาน	4.31	.72	มาก
5. ชื่อเสียงของผู้ผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	3.96	.87	มาก
6. ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ดูทันสมัย	3.85	.89	มาก
รวม	4.19	.63	มาก

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .63

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รายข้อที่ 4 ความเร็วในการทำงานของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีผลต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .72 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายข้อที่ 6 ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ดูทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .89

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา (Price)

ปัจจัยด้านราคา (Price)	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
7. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีราคาเหมาะสมกับความเร็วในการประมวลผล (CPU)	4.15	.79	มาก
8. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีราคาใกล้เคียงกับคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	3.43	.93	ปานกลาง
9. เงื่อนไขที่ง่ายต่อการซื้อ (สามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้)	3.49	.90	ปานกลาง
10. ราคาขายต่อของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไม่ตก	3.32	.99	ปานกลาง
11. ค่าซ่อมของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีผลต่อการเข้ารับบริการ	3.70	.94	มาก
12. เมื่อทำการเพิ่มแรม (RAM) มีราคาใกล้เคียงกับคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ	3.68	.89	มาก
รวม	3.71	.73	มาก

จากตารางที่ 4 จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา (Price) พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .73

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รายข้อที่ 7 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีราคาเหมาะสมกับความเร็วในการประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .79 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายข้อที่ 10 ราคาขายต่อของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไม่ตก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .99

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ (Place)

ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
13. มีการบริการนอกสถานที่	3.75	.90	มาก
14. สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ใกล้ที่พำนักอาศัย	3.63	.85	มาก
15. เดินทางได้สะดวกสบายรถไม่ติด	3.61	.85	มาก
16. สถานที่จัดตั้งร้านมีความโดดเด่นเป็นที่สะดุดตา	3.60	.91	มาก
17. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายอย่างเพียงพอ	3.75	.83	มาก
18. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.60	.92	มาก
รวม	3.72	.75	มาก

จากตารางที่ 5 จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ (Place) พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .75

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รายข้อที่ 13 มีการบริการนอกสถานที่และรายข้อที่ 17 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายอย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .83 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายข้อที่ 16 สถานที่จัดตั้งร้านมีความโดดเด่นเป็นที่สะดุดตาและรายข้อที่ 18 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .91

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
19. สื่อทางโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.76	.90	มาก
20. สื่อทางอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.54	.91	มาก
21. สื่อสิ่งพิมพ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.61	.93	มาก
22. สื่อทางวิทยุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	2.97	1.02	ปานกลาง
23. สื่อกลางแจ้ง(Billbord)มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.30	.91	ปานกลาง
24. เมื่อซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสามารถเลือกของแถมได้	3.62	.97	มาก
25. มีการลดราคาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	3.96	.87	มาก
รวม	3.64	.80	มาก

จากตารางที่ 6 จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .80

เมื่อพิจารณาวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รายข้อที่ 25 มีการลดราคาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .87 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายข้อที่ 22 สื่อทางวิทยุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยรวมทั้ง 4 ด้าน

ปัจจัยโดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.19	.63	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.71	.73	มาก
3. ด้านสถานที่ (Place)	3.72	.75	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.64	.80	มาก
รวม	4.05	.70	มาก

จากตารางที่ 7 จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยรวมทั้ง 4 ด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกๆด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .70

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .63 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ (Place) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .75 ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .73 และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .80 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1

H_0 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.01	.47	4.02	.45	-.305	.761
2. ด้านราคา (Price)	3.59	.56	3.66	.54	-1.173	.241
3. ด้านสถานที่ (Place)	3.68	.59	3.63	.57	.827	.409
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.53	.55	3.54	.66	-.222	.822
รวม	3.70	.39	3.71	.39	-.281	.779

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1

สมมติฐานที่ 2

H_0 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค
เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	<i>p</i>
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	1.479	.296	1.400	.223
	ภายในกลุ่ม	394	83.260	.211		
	รวม	399	84.739			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.208	.842	2.813*	.016
	ภายในกลุ่ม	394	117.860	.299		
	รวม	399	122.068			
ด้านสถานที่ (Place)	ระหว่างกลุ่ม	5	6.624	1.325	4.046*	.001
	ภายในกลุ่ม	394	129.027	.327		
	รวม	399	135.651			
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	6.632	1.326	3.664*	.003
	ภายในกลุ่ม	394	142.613	.362		
	รวม	399	149.245			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.041	.208	1.352	.242
	ภายในกลุ่ม	394	60.702	.154		
	รวม	399	61.744			

* $p < .05$

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่าผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีปัจจัยด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 10–12

ตารางที่ 10 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านราคา (Price) เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20–25 ปี	26–30 ปี	31–35 ปี	36–40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		3.73	3.62	3.54	3.69	3.72	3.30
ต่ำกว่า 20 ปี	3.73	-	.11	.19	.04	.01	.43*
20 – 25 ปี	3.62		-	.08	.07	-.10	.32*
26 – 30 ปี	3.54			-	-.15	-.18	.24
31 – 35 ปี	3.69				-	-.03	.39
36 – 40 ปี	3.72					-	.42
40 ปีขึ้นไป	3.30						-

* $p < .05$

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านราคา (Price) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและ 20-25 ปี มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 11 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่ (Place) เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		3.66	3.60	3.86	3.60	3.50	4.04
ต่ำกว่า 20 ปี	3.66	-	.06	-.20	.06	.16	-.38
20-25 ปี	3.60		-	-.26	.00	.10	-.44 *
26-30 ปี	3.86			-	.26	.36	-.18
31-35 ปี	3.60				-	.10	-.44
36-40 ปี	3.50					-	-.54
40 ปีขึ้นไป	4.04						-

* $p < .05$

จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่ (Place) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปี มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 20-25 ปี

ตารางที่ 12 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
		3.66	3.48	3.66	3.70	3.70	3.21
ต่ำกว่า 20 ปี	3.66	-	.18	.0	-.04	.04	.45*
20 – 25 ปี	3.48		-	-.18	-.22	-.22	.27
26 – 30 ปี	3.66			-	-.04	-.04	.45
31 – 35 ปี	3.70				-	.0	.49
36 – 40 ปี	3.70					-	.49
40 ปีขึ้นไป	3.21						-

* $p < .05$

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 3

H_0 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

การตัดสินใจของผู้บริโภค	โสด		สมรส		t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.99	.44	4.15	.53	-2.205	.028*
ด้านราคา (Price)	3.66	.55	3.40	.51	3.091	.002*
ด้านสถานที่ (Place)	3.62	.56	3.92	.63	-3.461	.001*
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.54	.62	3.51	.55	.300	.764
รวม	3.70	.39	3.74	.37	-.716	.475

* $p < .05$

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ใน 3 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสมีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส และด้านสถานที่ (Place) พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสมีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด

สมมติฐานที่ 4

H_0 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	f	p
ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	5.514	1.103	5.485	.000*
	ภายในกลุ่ม	394	79.224	.201		
	รวม	399	84.739			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	1.908	.382	1.251	.285
	ภายในกลุ่ม	394	120.160	.305		
	รวม	399	122.068			
ด้านสถานที่ (Place)	ระหว่างกลุ่ม	5	.944	.189	.552	.737
	ภายในกลุ่ม	394	134.707	.342		
	รวม	399	135.651			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	2.471	.494	1.327	.252
	ภายในกลุ่ม	394	146.774	.373		
	รวม	399	149.245			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.088	.218	1.413	.218
	ภายในกลุ่ม	394	60.656	.154		
	รวม	399	61.774			

* $p < .05$

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงต้องมีการทดสอบความแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 15 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถม	มัธยม	ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ประถมศึกษา	4.17	-	-.03	.32	.46	.17	-.13
มัธยมศึกษา	4.20		-	.35	.49*	.20	-.10
ปวช.	3.85			-	.14	-.15	-.45
ปวส.	3.71					-.29	-.59*
ปริญญาตรี	4.00					-	-.30*
ปริญญาโท	4.30						-

* $p < .05$

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปวส. และ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับ ปวส. และ ปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 5

H_0 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	f	p
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	1.385	.277	1.309	.259
	ภายในกลุ่ม	394	83.354	.212		
	รวม	399	84.739			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	2.834	.567	1.873	.098
	ภายในกลุ่ม	394	119.234	.303		
	รวม	399	122.068			
ด้านสถานที่ (Place)	ระหว่างกลุ่ม	5	3.169	.634	1.885	.096
	ภายในกลุ่ม	394	132.483	.336		
	รวม	399	135.651			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	1.937	.387	1.036	.396
	ภายในกลุ่ม	394	147.308	.374		
	รวม	399	149.245			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	.447	.089	.574	.720
	ภายในกลุ่ม	394	61.297	.156		
	รวม	399	61.744			

จากตารางที่ 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในรายด้านทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$)

สมมติฐานที่ 6

H_0 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	f	p
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	4	1.808	.452	2.152	.074
	ภายในกลุ่ม	395	82.931	.210		
	รวม	399	84.739			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	4	6.255	1.564	5.333	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	115.813	.293		
	รวม	399	122.068			

ตารางที่ 17 (ต่อ)

การตัดสินใจของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	f	p
ด้านสถานที่ (Place)	ระหว่างกลุ่ม	4	5.979	1.495	4.553	.001*
	ภายในกลุ่ม	395	129.672	.328		
	รวม	399	135.651			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	4	4.368	1.092	2.977	.019*
	ภายในกลุ่ม	395	114.877	.367		
	รวม	399	149.245			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	.488	.122	.786	.535
	ภายในกลุ่ม	395	61.256	.155		
	รวม	399	61.744			

* $p < .05$

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ใน 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 17-19

ตารางที่ 18 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านราคา (Price) เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป
		3.68	3.52	3.65	3.93	3.29
5,000 - 10,000 บาท	3.68	-	.16	.0	-.25	.39*
10,001-15,000 บาท	3.52		-	-.16	-.41	.23
15,001-20,000 บาท	3.65			-	-.28	.36
20,001-25,000 บาท	3.93				-	.64*
25,000 บาทขึ้นไป	3.29					-

* $p < .05$

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านราคา (Price) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทและ 20,001-25,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสถานที่ (Place) เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	5,000 - 10,000 บาท 3.58	10,001- 15,000 บาท 3.76	15,001- 20,000 บาท 3.63	20,001- 25,000 บาท 3.68	25,001 บาทขึ้นไป 4.00
5,000 - 10,000 บาท	3.58	-	-.18*	-.05	-.10	-.42*
10,001-15,000 บาท	3.76		-	.13	.08	-.24
15,001-20,000 บาท	3.63			-	-.05	-.37*
20,001-25,000 บาท	3.68				-	-.32
25,000 บาทขึ้นไป	4.00					-

* $p < .05$

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านสถานที่ (Place) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทและ 25,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทและ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาท มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	5,000 -	10,001-	15,001-	20,001-	25,000
		10,000 บาท	15,000 บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	บาทขึ้นไป
		3.52	3.51	3.85	3.24	3.54
5,000 - 10,000 บาท	3.52	-	-.01	-.33*	.28	-.02
10,001-15,000 บาท	3.51		-	-.34*	.27	-.03
15,001-20,000 บาท	3.85			-	.61*	.31
20,001-25,000 บาท	3.24				-	-.30
25,000 บาทขึ้นไป	3.54					-

* $p < .05$

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท

ตอนที่ 5 เป็นการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แต่เนื่องจากจำนวนข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตัวแปร มีการกระจายกระจายและมีจำนวนน้อยในบางกลุ่มตัวแปรซึ่งไม่เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ ดังนี้

สมมติฐานที่ 7

H_0 = เพศ ต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = เพศ ต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามเพศ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. ชำระแบบเงินสด	93	132	225
1. ชำระแบบเงินผ่อน	93	82	175
รวม	186	214	400

$$X^2 (df = 1) = 5.518 * p = .019$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 5.518$ และค่า $p = .019$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 22 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามเพศ

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	39	76	115
2. เอเซอร์ (Acer)	75	87	162
3. เอชพี (Asus) และอื่น ๆ	72	51	123
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 14.490^* \quad p = .001$$

* $p < .05$

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 14.490$ และค่า $p = .001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 23 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามเพศ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. ห้างสรรพสินค้า	91	122	213
2. Distributor (ตัวแทนจำหน่าย)	60	51	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมต่างๆและตามเว็บไซต์ต่างๆ	35	41	76
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 3.774 \quad p = .152$$

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามเพศพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 3.774$ และ ค่า $p = .152$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

ตารางที่ 24 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามเพศ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไป ใช้งานในด้านใด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. ใช้งานในสำนักงาน	65	65	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้ในงาน อุตสาหกรรม	36	28	64
3. เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	85	121	206
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 5.358 \quad p = .069$$

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 5.358$ และค่า $p = .069$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

ตารางที่ 25 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	74	87	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	112	127	239
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 1) = .031 \quad p = .860$$

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .031$ และค่า $p = .860$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

ตารางที่ 26 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. 19,000 – 29,000 บาท	33	75	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	70	87	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	83	52	135
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 23.448* \quad p = .000$$

* $p < .05$

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 23.448$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 27 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. สีน้า (Spec notebook)	103	92	195
2. ราคา	22	34	56
3. ตราสินค้าน้า (Brand)และอื่น ๆ	61	88	149
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 6.155* \quad p = .046$$

* $p < .05$

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 6.155$ และค่า $p = .046$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 28 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามเพศ

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	55	104	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	104	72	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	27	38	65
รวม	186	214	400

$$\chi^2 (df = 2) = 20.923 * p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 20.923$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 8

H_0 = อายุแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = อายุแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามอายุ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. ชำระแบบเงินสด	54	140	16	15	225
2. ชำระแบบเงินผ่อน	24	78	41	32	175
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 40.671 * p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 40.671$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 30 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามอายุ

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	29	63	17	6	115
2. เอเซอร์ (Acer)	26	87	23	26	162
3. เอซัส (Asus) และอื่นๆ	23	68	17	15	123
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 9.777 \quad p = .134$$

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 9.777$ และค่า $p = .134$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1

ตารางที่ 31 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามอายุ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. ห้างสรรพสินค้า	45	111	37	20	213
2. Distributor (ตัวแทนจำหน่าย)	18	65	13	15	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมและตาม เว็บไซต์ต่างๆ	15	42	7	12	76
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 7.143 \quad p = .308$$

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามอายุพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 7.143$ และค่า $p = .308$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และ ปฏิเสธ H_1

ตารางที่ 32 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามอายุ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. ใช้งานในสำนักงาน	8	77	26	19	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้งานในอุตสาหกรรม	10	25	7	22	64
3. เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	60	116	24	6	206
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 72.581* \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 72.581$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 33 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-25 ปี	26-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	20	104	18	19	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	58	114	39	28	239
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 3) = 13.744* \quad p = .003$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 13.744$ และค่า $p = .003$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 34 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-25 ปี	26 - 35ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. 19,000 – 29,000 บาท	26	62	12	8	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	24	95	18	20	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	28	61	27	19	135
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 13.270* \quad p = .039$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 13.270$ และค่า $p = .039$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 35 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-25 ปี	26-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. สเปค (Spec notebook)	31	123	22	19	195
2. ราคา	11	27	12	6	56
3. ตราสินค้า (Brand) และอื่น ๆ	36	68	23	22	149
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 13.394^* \quad p = .037$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ประกอบการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 13.394$ และค่า $p = .037$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 36 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอายุ

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	อายุ				รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-25 ปี	26 - 35ปี	36 ปีขึ้นไป	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	34	93	13	19	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	28	89	34	25	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	16	36	10	3	65
รวม	78	218	57	47	400

$$\chi^2 (df = 6) = 14.370^* \quad p = .026$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 14.370$ และค่า $p = .026$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 9

H_0 = สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 37 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. ชำระแบบเงินสด	206	19	225
2. ชำระแบบเงินผ่อน	144	31	175
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 1) = 7.734* \quad p = .005$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 7.734$ และค่า $p = .005$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 38 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	103	12	115
2. เอเซอร์ (Acer)	140	22	162
3. เอซัส (Asus) และอื่น ๆ	107	16	123
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 1) = .650 \quad p = .772$$

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .650$ และค่า $p = .772$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 39 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามสถานภาพสมรส

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. ห้างสรรพสินค้า	190	23	213
2. ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)	93	18	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมและตามเว็บไซต์ต่างๆ	67	9	76
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = 1.996 \quad p = .369$$

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 1.996$ และค่า $p = .369$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 40 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามสถานภาพสมรส

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. ใช้งานในสำนักงาน	102	28	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้ในงานอุตสาหกรรม	201	5	206
3. เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	47	17	64
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = 40.391 * p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 40.391$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 41 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามสถานภาพสมรส

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	143	18	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	207	32	239
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = .429 \quad p = .512$$

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .429$ และค่า $p = .512$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 42 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามสถานภาพสมรส

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของท่านอยู่ที่เท่าใด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. 19,000 – 29,000 บาท	100	8	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	143	14	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	107	28	135
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = 12.785 * p = .002$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 12.785$ และค่า $p = .002$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 43 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. สิ้นค้า (spec notebook)	177	18	195
2. ราคา	48	8	56
3. ตราสินค้า (Brand)และอื่น ๆ	125	24	149
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = 3.842 \quad p = .146$$

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 3.842$ และค่า $p = .146$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 44 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามสถานภาพสมรส

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	สถานภาพสมรส		รวม
	โสด	สมรส	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	137	22	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	156	20	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	57	8	65
รวม	350	50	400

$$\chi^2 (df = 2) = .470 \quad p = .791$$

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันไม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .470$ และค่า $p = .791$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

สมมติฐานที่ 10

H_0 = ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 45 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามระดับการศึกษา

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ชำระเงินแบบไหน	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. ชำระแบบเงินสด	24	201	225
2. ชำระแบบเงินผ่อน	31	144	175
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 1) = 4.123* \quad p = .042$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 4.123$ และค่า $p = .042$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 46 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามระดับการศึกษา

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	20	95	115
2. เอเซอร์ (Acer)	18	144	162
3. เอซัส (Asus) และอื่น ๆ	17	106	123
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = 2.238 \quad p = .327$$

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 2.238$ และค่า $p = .327$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 47 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามระดับการศึกษา

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. ห้างสรรพสินค้า	34	179	213
2. ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)	19	92	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมและตามเว็บไซต์ ต่างๆ	2	74	76
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = 9.862^* \quad p = .007$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 9.862$ และค่า $p = .007$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 48 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามระดับการศึกษา

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. ใช้งานในสำนักงาน	10	120	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้ในงานอุตสาหกรรม	28	178	206
3. เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	17	47	64
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = 12.886* \quad p = .002$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 12.886$ และค่า $p = .002$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 49 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	22	139	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	33	206	239
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 1) = .002 \quad p = .968$$

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .002$ และค่า $p = .968$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 50 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามระดับการศึกษา

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของท่านอยู่ที่เท่าใด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. 19,000 – 29,000 บาท	28	80	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	15	142	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	12	123	135
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = 18.522^* \quad p = .000$$

* $p < .05$

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 18.522$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 51 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. สเปค (Spec notebook)	18	177	195
2. ราคา	15	41	56
3. ตราสินค้า (Brand) และอื่น ๆ	22	127	149
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = 11.512^* \quad p = .003$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 11.512$ และค่า $p = .003$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 52 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามระดับการศึกษา

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	ระดับการศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	19	140	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	27	149	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	9	56	65
รวม	55	345	400

$$\chi^2 (df = 2) = .811 \quad p = .667$$

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .811$ และค่า $p = .667$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 11

H_0 = อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 53 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามอาชีพ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน	อาชีพ		รวม
	นักเรียน, นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว	
1. ชำระแบบเงินสด	158	67	225
2. ชำระแบบเงินผ่อน	69	106	175
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 1) = 38.030^* \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 38.030$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 54 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามอาชีพ

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	อาชีพ		รวม
	นักเรียน, นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	69	46	115
2. เอเซอร์ (Acer)	84	78	162
3. เอซัส (Asus) และอื่น ๆ	74	49	123
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 1) = 2.662 \quad p = .264$$

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 2.662$ และค่า $p = .267$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 55 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามอาชีพ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	อาชีพ		รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและ ธุรกิจส่วนตัว	
1. ห้างสรรพสินค้า	125	88	213
2. ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)	58	53	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมและตามเว็บไซต์ ต่างๆ	44	32	76
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 2) = 1.281 \quad p = .527$$

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 1.281$ และค่า $p = .527$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 56 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามอาชีพ

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	อาชีพ		รวม
	นักเรียนนักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว	
1. ใช้งานในสำนักงาน	57	73	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้ในงานอุตสาหกรรม	23	41	64
3. เล่นเกมส์ แชนท ท่องอินเทอร์เน็ต	147	59	206
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 2) = 38.027* \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 38.027$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 57 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	อาชีพ		รวม
	นักเรียนนักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	93	68	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	134	105	239
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 1) = .113 \quad p = .737$$

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .113$ และค่า $p = .737$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 58 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของท่านอยู่ที่เท่าใด	อาชีพ		รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและ ธุรกิจส่วนตัว	
1. 19,000 – 29,000 บาท	64	44	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	96	61	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	67	68	135
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 2) = 4.302 \quad p = .116$$

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 4.302$ และค่า $p = .116$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 59 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	อาชีพ		รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและ ธุรกิจส่วนตัว	
1. สีน้า (Spec notebook)	114	81	195
2. ราคา	32	24	56
3. ตราสินค้าน้า (Brand) และอื่น ๆ	81	68	149
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 2) = .582 \quad p = .747$$

จากตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = .582$ และค่า $p = .747$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 60 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอาชีพ

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	อาชีพ		รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ, พนักงานเอกชน รัฐวิสาหกิจและ ธุรกิจส่วนตัว	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	105	54	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	81	95	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	41	24	65
รวม	227	173	400

$$\chi^2 (df = 2) = 14.900* \quad p = .001$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 14.900$ และค่า $p = .001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 12

H_0 = รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 = รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 61 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. ชำระแบบเงินสด	165	33	27	225
2. ชำระแบบเงินผ่อน	82	45	48	175
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 2) = 29.833 \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กชำระเงินแบบไหน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 29.833$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 62 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. แอปเปิ้ล (Apple)	75	28	12	115
2. เอเซอร์ (Acer)	86	39	37	162
3. เอซัส (Asus) และอื่น ๆ	86	11	26	123
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 19.736^* \quad p = .001$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 19.736$ และค่า $p = .001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 63 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจาก สถานที่ใด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	
1. ห้างสรรพสินค้า	137	34	42	213
2. ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)	72	18	21	111
3. สถานที่จัดกิจกรรมและตาม เว็บไซต์ต่างๆ	38	26	12	76
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 12.980 \quad p = .011$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากสถานที่ใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 12.980$ และค่า $p = .011$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 64 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. ใช้งานในสำนักงาน	71	24	35	130
2. ใช้งานในเชิงพาณิชย์และใช้งานอุตสาหกรรม	149	44	13	206
3. เล่นเกมส์เซहतงอินเทอร์เน็ต	27	10	27	64
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 50.084 \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 50.084$ และค่า $p = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 65 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. บุคคลที่ท่านเชื่อถือ	97	38	26	161
2. นิตยสารคอมพิวเตอร์และอื่น ๆ	150	40	49	239
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 3.396 \quad p = .183$$

จากตารางที่ 65 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องแหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 3.396$ และค่า $P = .183$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 66 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. 19,000 – 29,000 บาท	83	10	15	108
2. 29,001 – 39,000 บาท	107	26	24	157
3. 39,001 บาทขึ้นไป	57	42	36	135
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 36.084* \quad p = .000$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 66 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 36.084$ และค่า $P = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 67 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. สีน้า (Spec notebook)	122	44	29	195
2. ราคา	34	9	13	56
3. ตรายี่ห้อ (Brand) และอื่น ๆ	91	25	33	149
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 4.961 \quad p = .291$$

จากตารางที่ 67 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $\chi^2 = 4.961$ และค่า $p = .291$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_1 และยอมรับ H_0

ตารางที่ 68 ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม	111	21	27	159
2. 1.6 - 2.0 กิโลกรัม	93	41	42	176
3. 2.1 กิโลกรัมขึ้นไป	43	16	6	65
รวม	247	78	75	400

$$\chi^2 (df = 4) = 15.402^* \quad p = .004$$

$$* p < .05$$

จากตารางที่ 68 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในเรื่อง ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กอยู่ที่เท่าใด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า $X^2 = 15.402$ และค่า $p = .004$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 13

H_0 = ผลลัพธ์ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

H_1 = ผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 69 ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
	χ^2	p	Cramer's V
1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน	24.54*	.017	.248
2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	238.09*	.000	.292
3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	94.45*	.000	.281
4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานใน ด้านใด	44.93	.146	.194
5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	120.82*	.000	.246
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	73.58*	.000	.248
7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	193.06*	.000	.232
8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับ Computer Notebook อยู่ที่เท่าใด	97.04*	.000	.284

* $p < .05$

จากตารางที่ 69 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 14

H_0 = ราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

H_1 = ราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 70 ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	ปัจจัยด้านราคา		
	χ^2	p	Cramer 's V
1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน	34.268*	.003	.293
2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	203.77*	.000	.270
3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	134.652*	.000	.335
4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	89.356*	.000	.273
5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	197.25*	.000	.314
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	76.43*	.002	.252
7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	279.37*	.000	.279
8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับ Computer Notebook อยู่ที่เท่าใด	105.77*	.297	.000

* $p < .05$

จากตารางที่ 70 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในด้านราคา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 15

H_0 = สถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

H_1 = สถานที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 71 ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	ปัจจัยด้านสถานที่		
	χ^2	p	Cramer's V
1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน	30.48*	.033	.276
2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	218.31*	.000	.279
3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	119.18*	.000	.315
4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	95.70*	.000	.282
5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	148.23*	.000	.272
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	97.40*	.000	.285
7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	215.82*	.003	.245
8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับคอมพิวเตอร์บุคคัล (Computer notebook) อยู่ที่เท่าใด	126.31*	.000	.562

* $p < .05$

จากตารางที่ 71 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สมมติฐานที่ 16

H_0 = การส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

H_1 = การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 72 ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
	χ^2	p	Cramer's V
1. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กโดยชำระเงินแบบไหน	49.50*	.001	.352
2. ถ้าท่านตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ท่านจะซื้อยี่ห้ออะไร	247.08*	.000	.297
3. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จากสถานที่ใด	158.16*	.000	.363
4. ท่านซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไปใช้งานในด้านใด	133.23*	.000	.333
5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	240.21*	.000	.347
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของท่านอยู่ที่เท่าใด	136.68	.000	.337
7. ปัจจัยใดที่ท่านใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากที่สุด	572.62*	.000	.399
8. ท่านคิดว่าน้ำหนักที่เหมาะสมกับ Computer Notebook อยู่ที่เท่าใด	124.15*	.000	.322

* $p < .05$

จากตารางที่ 72 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

ตารางที่ 73 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		ยอมรับ / ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 4	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 5	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 6	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 73 (ต่อ)

สมมติฐาน		ยอมรับ / ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 7	เพศ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 8	อายุ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 9	สถานภาพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 10	ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 11	อาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 12	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 13	ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 14	ราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 15	การจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร	ยอมรับ

ตารางที่ 73 (ต่อ)

สมมติฐาน		ยอมรับ / ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 16	การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	ยอมรับ