

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์จากการวิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก 2) ศึกษาความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อกับการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 383 คน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 2 กลุ่ม

F แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป

* แทน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอ
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4 ค่าความถี่และร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขต
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	383	100
1. เพศ		
ชาย	122	31.9
หญิง	261	68.1
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	55	14.4
20 – 25 ปี	275	71.8
มากกว่า 25 ปี	53	13.8
3. สังกัดคณะ	86	22.5
บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	51	13.3
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	47	12.3
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	92	24.0
วิทยาการจัดการ	46	12.0
ครุศาสตร์	33	8.6
ศิลปศาสตร์	5	1.3
เทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร	23	6.0
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	383	100
4. ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	56	14.6
ชั้นปีที่ 2	113	29.5
ชั้นปีที่ 3	131	34.2
ชั้นปีที่ 4	83	21.7
5. รายได้เฉลี่ยที่ได้รับสำหรับใช้จ่ายต่อเดือน		
ต่ำกว่า 4,000 บาท	70	18.3
4,000 – 7,000 บาท	201	52.5
7,001 – 10,000 บาท	65	17.0
มากกว่า 10,000 บาท	47	12.3
6. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	23	6.0
10,000 – 20,000 บาท	91	23.8
20,001 – 30,000 บาท	119	31.1
มากกว่า 30,000 บาท	143	37.3

จากตาราง 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 มีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับสำหรับใช้จ่ายต่อเดือน 4,000 - 7,000 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

ตอนที่ 2 ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขต

อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่านิยม

ด้านค่านิยม	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กถือเป็นวิถีชีวิตที่สำคัญของนักศึกษา	4.56	0.57	มากที่สุด
2. ถ้าใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในการเรียนจะทำให้มีการเรียนรู้ได้เพิ่มขึ้น	4.56	2.66	มากที่สุด
รวม	4.45	0.35	มากที่สุด

จากตาราง 5 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านค่านิยม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.35) เมื่อวิเคราะห์เป็น รายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ถ้าใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในการเรียนจะทำให้มีการเรียนรู้ได้เพิ่มขึ้น และการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กถือเป็นวิถีชีวิตที่สำคัญของนักศึกษา ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านประโยชน์ใช้สอย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านประโยชน์ใช้สอย	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแล้วทำให้งานเสร็จทันกำหนดเวลา	4.37	0.70	มากที่สุด
2. ใช้คอมพิวเตอร์แล้วทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพิมพ์งาน	4.23	0.77	มากที่สุด
3. เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาด้านการเรียนดีขึ้น	4.22	0.76	มากที่สุด
รวม	4.40	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 6 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.49) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแล้วทำให้งานเสร็จทันกำหนดเวลา ใช้คอมพิวเตอร์แล้วทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพิมพ์งาน และเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาการเรียนดีขึ้น ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการเรียน ตลอดเวลา	4.36	0.65	มากที่สุด
2. นักศึกษามีการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในการเรียนเพิ่มขึ้น	4.50	2.66	มากที่สุด
3. สามารถใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในการวางแผนการเรียน ได้ดี	4.31	0.73	มากที่สุด
4. นักศึกษามีการให้ความสำคัญต่อการเรียนโดยนำ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมาใช้ในการเรียนอย่างต่อเนื่อง	4.32	0.63	มากที่สุด
5. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีบทบาทในระยะยาวต่อการเรียน	4.20	0.77	มากที่สุด
รวม	4.13	0.59	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.59) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับ
การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ นักศึกษามีการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในการเรียนเพิ่มขึ้น
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีความสัมพันธ์กับการเรียนตลอดเวลา นักศึกษามีการให้ความสำคัญต่อการ
เรียนโดยนำคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมาใช้ในการเรียนอย่างต่อเนื่อง สามารถใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใน
การวางแผนการเรียนได้ดี และคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีบทบาทในระยะยาวต่อการเรียน ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสังคม

ด้านสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. การเรียนในระดับอุดมศึกษาทำให้ทุกคนต้องใช้คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก	4.53	2.16	มากที่สุด
2. การมีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้ทำให้นักศึกษาเป็นคนทันสมัย	4.28	0.68	มากที่สุด
3. เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้นักศึกษาก้าวทันการพัฒนาด้าน เทคโนโลยีมากขึ้น	4.33	0.66	มากที่สุด
รวม	4.46	0.51	มากที่สุด

จากตาราง 8 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ด้านสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.51) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับ
การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การเรียนในระดับอุดมศึกษาทำให้ทุกคนต้องใช้คอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊ก เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้นักศึกษาก้าวทันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมากขึ้น และการมี
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้ทำให้นักศึกษาเป็นคนทันสมัยตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านส่วนบุคคล

ด้านส่วนบุคคล	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. นักศึกษามีความพอใจกับการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในการเรียน	4.54	0.59	มากที่สุด
2. ถ้าทุกคนมีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้จะทำให้ทุกคนก้าวทัน เทคโนโลยีสมัยใหม่	4.39	0.61	มากที่สุด
3. การมีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้ทุกคนช่วยให้ประสบ ความสำเร็จด้านการเรียน	4.21	0.76	มากที่สุด
รวม	4.47	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 9 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ด้านส่วนบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.49) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มี
ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ นักศึกษามีความพอใจกับการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ในการเรียน ถ้าทุกคนมีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้จะทำให้ทุกคนก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการ
มีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้ทุกคนช่วยให้ประสบความสำเร็จด้านการเรียน ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมทุกด้าน

โดยรวมทุกด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ค่านิยม	4.45	0.35	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านประโยชน์ใช้สอย	4.40	0.49	มากที่สุด
3. ด้านวัฒนธรรม	4.13	0.59	มาก
4. ด้านสังคม	4.46	0.51	มากที่สุด
5. ด้านส่วนบุคคล	4.47	0.49	มากที่สุด
รวม	4.38	0.48	มากที่สุด

จากตาราง 10 แสดงว่าความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.48) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านส่วนบุคคล ด้านสังคม ค่านิยม สิ่งอำนวยความสะดวกด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านวัฒนธรรม มีระดับการตัดสินใจระดับมาก ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ยี่ห้อ	4.69	0.52	มากที่สุด
2. ประสิทธิภาพ	4.83	0.42	มากที่สุด
3. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.48	0.68	มากที่สุด
4. ขนาดและน้ำหนัก	4.25	0.74	มากที่สุด
5. อุปกรณ์เสริม	4.14	0.77	มาก
6. การให้บริการหลังการขาย	4.29	0.81	มากที่สุด
รวม	4.45	0.35	มากที่สุด

จากตาราง 11 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.35) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพ ยี่ห้อ รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลังการขาย ขนาดและน้ำหนักตามลำดับและอุปกรณ์เสริม มีระดับการตัดสินใจระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ราคาที่เหมาะสม	4.71	0.52	มากที่สุด
2. ราคาอุปกรณ์เสริม	4.23	0.76	มากที่สุด
3. ค่าบริการหลังการขาย	4.28	0.80	มากที่สุด
รวม	4.40	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 12 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.49) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาที่เหมาะสม ค่าบริการหลังการขาย และราคาอุปกรณ์เสริม ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ร้านและชื่อเสียงของร้านที่จำหน่าย	4.38	0.77	มากที่สุด
2. การสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	3.82	1.00	มากที่สุด
3. การขายตรงโดยพนักงานขาย	4.17	0.71	มาก
รวม	4.13	0.59	มาก

จากตาราง 13 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.59) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ร้านและชื่อเสียงของร้านที่จำหน่าย การสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต และการขายตรงโดยพนักงานขายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการโฆษณา

ด้านการโฆษณา	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีการโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กบ่อยครั้ง	4.53	0.64	มากที่สุด
2. การโฆษณาทำให้รู้ถึงการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพิ่มขึ้น	4.45	0.64	มากที่สุด
3. การโฆษณาเป็นหัวใจสำคัญในการให้ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ	4.42	0.72	มากที่สุด
รวม	4.46	0.51	มากที่สุด

จากตาราง 14 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการโฆษณา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.51) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กบ่อยครั้ง การโฆษณาทำให้รู้ถึงการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพิ่มขึ้น และการโฆษณาเป็นหัวใจสำคัญในการให้ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย

ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. พนักงานขายให้บริการดีทำให้ตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น	4.60	0.55	มากที่สุด
2. พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้าทำให้ตัดสินใจซื้อได้ดีขึ้น	4.52	0.60	มากที่สุด
3. พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า	4.30	0.80	มากที่สุด
รวม	4.47	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 15 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.49) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานขายให้บริการดีทำให้ตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้าทำให้ตัดสินใจซื้อได้ดีขึ้น และพนักงานขายมีบุคลิกภาพดีทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีการลดแลกแจกแถมทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น	4.50	0.60	มากที่สุด
2. มีทางเลือกที่หลากหลายเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กรุ่นใหม่ ๆ	4.50	0.61	มากที่สุด
3. มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.32	0.69	มากที่สุด
รวม	4.44	0.46	มากที่สุด

จากตาราง 16 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.46) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีทางเลือกที่หลากหลายเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กรุ่นใหม่ ๆ มีการลดแลกแจกแถมทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นและมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ทันสมัย ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. การประชาสัมพันธ์ทำให้เข้าถึงคุณภาพของสินค้า	4.51	0.60	มากที่สุด
2. การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ที่ละเอียดทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น	4.49	0.59	มากที่สุด
3. มีการแนะนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	4.50	2.67	มากที่สุด
รวม	4.50	0.99	มากที่สุด

จากตาราง 17 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.99) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ ทำให้เข้าถึงคุณภาพของสินค้า มีการแนะนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และการแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ละเอียดทำให้ตัดสินใจง่ายขึ้น ตามลำดับ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการตลาดทางตรง

ด้านการตลาดทางตรง	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีการจัดบูธเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้กับลูกค้าได้ ทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	4.43	0.65	มากที่สุด
2. มีสถานที่จำหน่ายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่หลากหลาย	4.38	0.62	มากที่สุด
3. มีการเข้าถึงลูกค้าด้วยการแจกใบปลิวด้านการพัฒนา สื่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	4.21	0.74	มากที่สุด
รวม	4.34	0.50	มากที่สุด

จากตาราง 18 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการตลาดทางตรง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.50) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการจัดบูธเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้กับลูกค้าได้ทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มีสถานที่จำหน่ายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่หลากหลาย และมีการเข้าถึงลูกค้าด้วยการแจกใบปลิวด้านการพัฒนาสื่อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
โดยรวม

โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. การโฆษณา	4.46	0.51	มากที่สุด
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย	4.47	0.49	มากที่สุด
3. การส่งเสริมการขาย	4.44	0.46	มากที่สุด
4. การประชาสัมพันธ์	4.50	0.99	มากที่สุด
5. การตลาดทางตรง	4.34	0.50	มากที่สุด
รวม	4.44	0.39	มากที่สุด

จากตาราง 19 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.39) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
โดยรวมทุกด้าน

โดยรวมทุกด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.45	0.35	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.40	0.49	มากที่สุด
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.13	0.59	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.44	0.39	มากที่สุด
รวม	4.40	0.31	มากที่สุด

จากตาราง 20 แสดงว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.31) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

ตาราง 21 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

ระดับการตัดสินใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.45	.324	4.45	.371	.053	.232
2.ด้านราคา	4.39	.529	4.41	.484	-.295	.463
3.ด้านการจัดจำหน่าย	4.15	.601	4.12	.590	.506	.862
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.42	.356	4.45	.416	-.715	.952
โดยรวม	4.39	.285	4.41	.324	-.438	.608

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อย
กว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอ
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่เป็นเพศชาย
และเพศหญิงแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 22 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.223	2	.111	.874	.418
	ภายในกลุ่ม	48.344	380	.127		
	รวม	48.567	382			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.201	2	.101	.404	.668
	ภายในกลุ่ม	94.663	380	.249		
	รวม	94.865	382		.349	.706
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.247	2	.123		
	ภายในกลุ่ม	134.337	380	.354		
	รวม	134.584	382	.106	.670	.512
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.213	2	.159		
	ภายในกลุ่ม	60.367	380	.125		.883
	รวม	60.580	382	.012		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.024	2	.098		
	ภายในกลุ่ม	37.201	380			
	รวม	37.225	382			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One - way ANOWA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 23 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสังกัดคณะ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.130	7	.304	2.457	.018*
	ภายในกลุ่ม	46.437	375	.124		
	รวม	48.567	382			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.847	7	.121	.483	.847
	ภายในกลุ่ม	94.017	375	.251		
	รวม	94.865	382			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.491	7	.213	.600	.756
	ภายในกลุ่ม	133.093	375	.355		
	รวม	134.584	382			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.190	7	.158	1.074	.380
	ภายในกลุ่ม	59.389	375			
	รวม	60.580	382	.170		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.517	7	.098	.754	.626
	ภายในกลุ่ม	36.708	375			
	รวม	36.225	382	.074		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One - way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีสังกัดคณะแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 24 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามชั้นปี

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.468	3	.156	1.229	.229
	ภายในกลุ่ม	48.099	379	.127		
	รวม	48.567	382			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.037	3	.012	.049	.986
	ภายในกลุ่ม	94.828	379	.250		
	รวม	94.865	382			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.228	3	.076	.214	.887
	ภายในกลุ่ม	134.356	379	.355		
	รวม	134.584	382			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.316	3	.159	.662	.576
	ภายในกลุ่ม	60.264	379			
	รวม	60.580	382	.105		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.178	3	.098	.608	.610
	ภายในกลุ่ม	37.047	379			
	รวม	37.225	382			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One - way ANOWA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีการศึกษาระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 25 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยที่ได้รับสำหรับใช้จ่ายต่อเดือน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.005	3	.335	2.668	.047*
	ภายในกลุ่ม	47.562	379	.125		
	รวม	48.567	382			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.366	3	.789	3.231	.022*
	ภายในกลุ่ม	92.499	379	.244		
	รวม	94.865	382			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.498	3	.833	2.390	.068
	ภายในกลุ่ม	132.085	379	.349		
	รวม	134.584	382	1.248		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.743	3	.150	8.321	.087
	ภายในกลุ่ม	56.836	379			
	รวม	60.580	382	.670		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.009	3	.093	7.207	.063
	ภายในกลุ่ม	35.216	379			
	รวม	37.225	382			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One - way ANOWA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับสำหรับใช้จ่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 26 การทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.067	4	.017	.131	.971
	ภายในกลุ่ม	48.500	378	.128		
	รวม	48.567	382	.596	.434	.067
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.382	4	.245		
	ภายในกลุ่ม	92.482	378			
	รวม	94.865	382	.343	.974	.422
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.373	4	.352		
	ภายในกลุ่ม	13.210	378			
	รวม	13.584	382	.803	.293	.075
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.213	4	.152		
	ภายในกลุ่ม	57.367	378	.377	3.991	.092
	รวม	60.580	382	.094		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.509	4			
	ภายในกลุ่ม	35.717	378			
	รวม	37.225	382			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One – way ANOWA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig ไม่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ทุกด้านแสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน