

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงกระบวนการตัดสินใจและปัญหาในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้กล่าวถึง การสรุปผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ การอภิปรายผลการศึกษาที่ได้รับ รวมถึงข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจและปัญหาในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจกระบวนการตัดสินใจในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ว่ามีลักษณะเช่นใด รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4 สถาบันคือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ และ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มสาขาวิชา คือ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์พื้นฐานและเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ จำนวน 326 คน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลออกมาเป็น 3 ส่วนดังนี้

สรุปส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 คน เรียนในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มากที่สุดคือ ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือสาขาวิทยาศาสตร์พื้นฐานและเทคโนโลยี ร้อยละ 23.6 และ บริหารธุรกิจ ร้อยละ 21.5 ตามลำดับ โดยแบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 60 และเป็นเพศชายร้อยละ 40 จำนวนมากที่สุด จะมีอายุอยู่ระหว่าง 21-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคืออายุระหว่าง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.7 และนักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 7.7 และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานี้มีรายได้ อยู่ในระดับ 2,000 - 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ 4,000 -6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.1 และ ต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.6

สรุปส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มีอัตราการใช้คอมพิวเตอร์ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 24.2 และ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งถึงร้อยละ 84.7 รองลงมาคือ มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.7 และมีการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือเพื่อการทำงาน ร้อยละ 31 และใช้เพื่อเข้าสู่ระบบเครือข่าย Internet คิดเป็นร้อยละ 24.2 โดยส่วนใหญ่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับค่อนข้างน้อย

สรุปส่วนที่ 3 : กระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์และปัญหาที่พบในกระบวนการตัดสินใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงมากกว่าซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงาน โดยจะซื้อซอฟต์แวร์น้อยกว่าเดือนละครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ เดือนละครั้ง และส่วนใหญ่จะซื้อจากศูนย์คอมพิวเตอร์รองลงมาคือ การฝากคนรู้จักซื้อ และ ร้านค้าทั่วไปที่มีการขายซอฟต์แวร์เสริม

กลุ่มตัวอย่างจะได้รับแรงกระตุ้นความต้องการซื้อในระดับค่อนข้างมาก จากการที่เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือ มีผู้แนะนำ การปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์ และการอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ และส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเล็กน้อยก่อนตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ รองลงมาจะใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างละเอียด และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ที่สามารถตัดสินใจได้ทันที

โดยแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่งนิยมคือการใช้วิธีการสอบถามจากบุคคลที่รู้จัก รองลงมาคือ การสำรวจและสอบถามตามร้านค้าที่จำหน่าย และส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับแผ่นพับ ใบปลิว และการทดลองใช้งานจริง สำหรับระยะเวลาในการเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมนั้นใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม 4-7 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ 1-3 วัน และ มากกว่า 1 สัปดาห์ ทางด้านประเภทของข้อมูลที่เสาะหาเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญในระดับมากกับการหาเสาะข้อมูลด้านราคา และคุณสมบัติ และให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมากกับการเสาะหาข้อมูลการรับประกันและร้านค้าที่จำหน่าย

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ ราคา การรับประกัน และ ความเข้ากันได้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ในการประเมินทางเลือกในการซื้อซอฟต์แวร์

ทางการประเมินแหล่งที่ซื้อซอฟต์แวร์นั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ การที่มีสินค้าให้เลือกมาก ความสะดวกในการซื้อ มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก และการส่งเสริมการขายในระดับค่อนข้างมาก

หลังจากการซื้อซอฟต์แวร์แล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกค่อนข้างพอใจหลังจากซื้อซอฟต์แวร์และในกรณีที่ไม่พอใจส่วนใหญ่จะนำสินค้าไปเปลี่ยน รองลงมาคือยังคงใช้ต่อไป

สำหรับปัญหาที่พบในกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์นั้น กลุ่มตัวอย่างจะมีปัญหาในเรื่อง การขาดความรู้หรือข้อมูลเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ และ ซอฟต์แวร์มีราคาแพง ในระดับค่อนข้างมาก

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และ สำหรับ กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อนั้น จะให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสิทธิภาพในระดับมาก และ ให้ความสำคัญกับราคา การบริการหลังการขายและการมีคู่มือการใช้งานในระดับค่อนข้างมาก แต่ให้ความสำคัญในเรื่อง กฎหมายที่เกี่ยวข้องในระดับค่อนข้างน้อย

สรุปส่วนที่ 4 : กระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน
เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ

แสดงสรุปลำดับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นในการซื้อซอฟต์แวร์
 จำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภท
 ซอฟต์แวร์ที่ซื้อ เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การโฆษณาของร้านค้า
- บริหารธุรกิจ	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	การอยากทดลองซอฟต์แวร์	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การอยากทดลองซอฟต์แวร์	การปรับเปลี่ยนรุ่น
2. เพศ			
- ชาย	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
- หญิง	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	การอยากทดลองซอฟต์แวร์	การปรับเปลี่ยนรุ่น	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ
- ค่อนข้างมาก	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
- ค่อนข้างน้อย	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การอยากทดลองซอฟต์แวร์	การปรับเปลี่ยนรุ่น
- น้อย	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ			
- ใช้ในการทำงาน	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การปรับเปลี่ยนรุ่น	การอยากทดลองซอฟต์แวร์
- ใช้เพื่อความบันเทิง	เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	การอยากทดลองซอฟต์แวร์	การปรับเปลี่ยนรุ่น

แสดงสรุปลำดับร้อยละของลักษณะในการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อ เรียงตามลำดับที่

1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	ตัดสินใจได้ทันที
- บริหารธุรกิจ	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	ตัดสินใจได้ทันที
2. เพศ			
- ชาย	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- หญิง	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- ค่อนข้างมาก	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- ค่อนข้างน้อย	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- น้อย	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อ			
- ใช้ในการทำงาน	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที
- ใช้เพื่อความบันเทิง	เสาะหาข้อมูลเล็กน้อย	เสาะหาข้อมูลอย่างละเอียด	ตัดสินใจได้ทันที

แสดงสรุปลำดับร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้แหล่งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อเรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- บริหารธุรกิจ	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์	สอบถามบุคคลรู้จัก
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
2. เพศ			
- ชาย	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- หญิง	สำรวจตามร้านค้า	สอบถามบุคคลรู้จัก	นิตยสารคอมพิวเตอร์
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	สำรวจตามร้านค้า	สอบถามบุคคลรู้จัก	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- ค่อนข้างมาก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์	แผ่นพับ ใบปลิว
- ค่อนข้างน้อย	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- น้อย	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อ			
- ใช้ในการทำงาน	สอบถามบุคคลรู้จัก	สำรวจตามร้านค้า	นิตยสารคอมพิวเตอร์
- ใช้เพื่อความบันเทิง	สำรวจตามร้านค้า	สอบถามบุคคลรู้จัก	นิตยสารคอมพิวเตอร์

แสดงสรุปลำดับของกลุ่มตัวอย่างในการใช้เวลาค้นหาข้อมูลจำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อ เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์	1-3 วัน
- บริหารธุรกิจ	1-3 วัน	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	1-3 วัน	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์	1-3 วัน
2. เพศ			
- ชาย	1-3 วัน	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
- หญิง	4-7 วัน	1-3 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	1-3 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์	
- ค่อนข้างมาก	1-3 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์	4-7 วัน
- ค่อนข้างน้อย	4-7 วัน	1-3 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
- น้อย	4-7 วัน	1-3 วัน	
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ชื่อ			
- ใช้ในการทำงาน	4-7 วัน	1-3 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์
- ใช้เพื่อความบันเทิง	1-3 วัน	4-7 วัน	มากกว่า 1 สัปดาห์

แสดงสรุปลำดับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของประเภทข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างค้นหาจำแนกตาม
กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ
เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1.สาขาวิชาที่เรียน - มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ - บริหารธุรกิจ - วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี - วิทยาศาสตร์สุขภาพ	ราคา คุณสมบัติ คุณสมบัติ	คุณสมบัติ ราคา ราคา	การรับประกัน การรับประกัน การรับประกัน
2. เพศ - ชาย - หญิง	คุณสมบัติ ราคา	ราคา คุณสมบัติ	การรับประกัน การรับประกัน
3. ระดับความรู้ความชำนาญ - มาก - ค่อนข้างมาก - ค่อนข้างน้อย - น้อย	ราคา คุณสมบัติ คุณสมบัติ ราคา	คุณสมบัติ ราคา ราคา คุณสมบัติ	การรับประกัน การรับประกัน การรับประกัน การรับประกัน
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ - ใช้ในการทำงาน - ใช้เพื่อความบันเทิง	คุณสมบัติ คุณสมบัติ	ราคา ราคา	การรับประกัน การรับประกัน

แสดงสรุปลำดับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการประเมินทางเลือกในการซื้อซอฟต์แวร์ จำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ราคา	ประสิทธิภาพ	การรับประกัน
- บริหารธุรกิจ	ประสิทธิภาพ	ราคา	ความเข้ากันได้กับของเดิม
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	ประสิทธิภาพ	ราคา	ความเข้ากันได้กับของเดิม
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน
2. เพศ			
- ชาย	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน
- หญิง	ราคา	ประสิทธิภาพ	การรับประกัน
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	ราคา	ประสิทธิภาพ	ความเข้ากันได้กับของเดิม
- ค่อนข้างมาก	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน
- ค่อนข้างน้อย	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน
- น้อย	ราคา	ประสิทธิภาพ	การรับประกัน
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ			
- ใช้ในการทำงาน	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน
- ใช้เพื่อความบันเทิง	ประสิทธิภาพ	ราคา	การรับประกัน

แสดงสรุปลำดับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างประเมินแหล่งที่ซื้อจำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน - มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ - บริหารธุรกิจ - วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี - วิทยาศาสตร์สุขภาพ	ความสะดวกในการซื้อ มีหลายระดับราคา มีหลายรุ่น มีหลายระดับราคา	มีหลายระดับราคา การส่งเสริมการขาย มีหลายระดับราคา ความสะดวกในการซื้อ	การจัดร้านสวยงาม ความสะดวกในการซื้อ ความสะดวกในการซื้อ มีหลายรุ่น
2. เพศ - ชาย - หญิง	มีหลายระดับราคา มีหลายระดับราคา	มีหลายรุ่น มีหลายรุ่น	ความสะดวกในการซื้อ ความสะดวกในการซื้อ
3. ระดับความรู้ความชำนาญ - มาก - ค่อนข้างมาก - ค่อนข้างน้อย - น้อย	มีหลายระดับราคา มีหลายระดับราคา มีหลายระดับราคา มีหลายระดับราคา	การส่งเสริมการขาย มีหลายรุ่น ความสะดวกในการซื้อ ความสะดวกในการซื้อ	มีหลายรุ่น ความสะดวกในการซื้อ มีหลายรุ่น มีหลายรุ่น
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ - ใช้ในการทำงาน - ใช้เพื่อความบันเทิง	มีหลายระดับราคา มีหลายระดับราคา	มีการส่งเสริมการขาย ความสะดวกในการซื้อ	ความสะดวกในการซื้อ มีหลายรุ่น

แสดงสรุปลำดับร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกลังจากการใช้ซอฟต์แวร์ จำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ เรียงตามลำดับที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
- บริหารธุรกิจ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ไม่พอใจ
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
2. เพศ			
- ชาย	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ไม่พอใจ
- หญิง	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	
- ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
- ค่อนข้างน้อย	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
- น้อย	ค่อนข้างพอใจ	ไม่พอใจ	พอใจ
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ			
- ใช้ในการทำงาน	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ
- ใช้เพื่อความบันเทิง	ค่อนข้างพอใจ	พอใจ	ไม่พอใจ

แสดงสรุปลำดับร้อยละในการปฏิบัติหลังจากไม่พอใจซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาจำแนกตาม กลุ่มสาขาวิชา ที่เรียน เพศ ความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ เรียงตามลำดับ ที่ 1-3

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ลำดับของค่าเฉลี่ย		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
1. สาขาวิชาที่เรียน			
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	บอกคนใกล้ชิด
- บริหารธุรกิจ	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
- วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต
2. เพศ			
- ชาย	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
- หญิง	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	บอกคนใกล้ชิด
3. ระดับความรู้ความชำนาญ			
- มาก	ยังคงใช้ต่อไป	นำไปเปลี่ยน	เลิกใช้
- ค่อนข้างมาก	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
- ค่อนข้างน้อย	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
- น้อย	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
4. ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ			
- ใช้ในการทำงาน	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้
- ใช้เพื่อความบันเทิง	นำไปเปลี่ยน	ยังคงใช้ต่อไป	เลิกใช้

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจและปัญหาในการซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามกระบวนการตัดสินใจได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการ จะเห็นได้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีปัจจัยในการกระตุ้นหลากหลาย โดยปัจจัยที่มีผลในระดับค่อนข้างมากได้แก่การปรับเปลี่ยนรุ่น ซึ่งตรงกับทฤษฎีที่กล่าวถึงว่า ความต้องการของผู้บริโภคจะถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยภายใน เช่น ความปรารถนาที่จะได้ “รุ่นล่าสุดของสินค้า” นอกจากนี้แล้วปัจจัยภายนอกก็มีผลต่อการกระตุ้นความต้องการเช่นกัน จากการศึกษาที่เห็นผู้อื่นใช้อยู่หรือมีผู้แนะนำ ซึ่งลำดับความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของระดับความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ ประเภทซอฟต์แวร์ที่ซื้อ และ สาขาวิชาที่ศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล จะเห็นได้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่ไม่สามารถตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ได้ทันที ต้องมีการเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อน โดยส่วนมากมักสอบถามจากบุคคลที่รู้จัก หรือ ร้านค้าที่จำหน่าย ซึ่งตรงกับทฤษฎีที่ว่า เมื่อผู้บริโภคมีข้อมูลไม่เพียงพอในการตัดสินใจ จะต้องมีการเสาะแสวงหาข้อมูล โดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการหาข้อมูลมากกว่า 1 วัน ทั้งจากแหล่งส่วนบุคคล และแหล่งข่าวธุรกิจ โดยประเภทของข้อมูลที่เสาะหาเน้นให้ความสำคัญกับ ราคา คุณสมบัติ และการรับประกันในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งลำดับความสำคัญนี้จะขึ้นกับ ระดับความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ เพศ และ สิ่งที่น่าสนใจ เช่น ประเภทของซอฟต์แวร์ที่ซื้อ ตามทฤษฎีที่ได้กล่าวไว้

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ในการซื้อซอฟต์แวร์แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญในด้านของประสิทธิภาพ ราคา และการรับประกัน ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการใช้ในการประเมินที่เป็นมาตรฐานแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านประสิทธิภาพ ราคา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมด้านลักษณะการใช้งานว่าใช้เพื่อความบันเทิง หรือเพื่อการทำงาน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์ เพศ ลักษณะสาขาวิชาที่เรียน ซึ่งตรงกับทฤษฎี ที่กล่าวว่าเกณฑ์ในการประเมินจะต่างกันออกไปตามลักษณะของผู้บริโภคแต่ละคน

ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ หรือการประเมินร้านค้านั้น ส่วนใหญ่จะเลือกร้านค้าที่มีการจัดเป็นระเบียบ สวยงาม มีสินค้าให้เลือกมาก หลายรุ่น หลายระดับราคา รวมทั้งความสะดวกในการซื้อ และการส่งเสริมการขาย โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ที่ผู้บริโภคแต่ละคนใช้ในการประเมินตามลักษณะส่วนตัวของแต่ละคน เช่น ระดับความรู้ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

สาขาวิชาที่เรียน โดยเฉพาะกับสินค้าประเภทซอฟต์แวร์เป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย ดังนั้นผู้บริโภคจึงนิยมที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าที่มีสินค้าให้เลือกมาก ไม่ว่าจะเป็น ราคาส่ง หรือ รูปแบบ ซึ่งตรงกับทฤษฎีที่กล่าวว่า หลักเกณฑ์ในการเลือกร้านค้าของผู้บริโภคนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 การบริโภค กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความตั้งใจที่จะซื้อซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อความบันเทิง เช่น เกม มากกว่า ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการทำงานหรือในการประกอบการเรียน

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินผลหลังจากการใช้ซอฟต์แวร์ หลังจากที่มีการใช้แล้ว เพื่อดูว่าผลที่ได้มีความสอดคล้องกับการคาดการณ์ที่ผู้บริโภคมีไว้แต่ก่อนหรือไม่ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่มีความรู้สึกค่อนข้างพอใจกับซอฟต์แวร์ที่ทำการซื้อมาใช้งาน

ขั้นตอนที่ 7 การจัดการกับซอฟต์แวร์ที่ไม่ต้องการ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มีวิธีการในการจัดการกับซอฟต์แวร์ที่ไม่ใช้แล้วหรือไม่พอใจ แตกต่างกันไป ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นก่อน ระหว่าง หรือหลังจากใช้เสร็จแล้ว หรือ โดยวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจะนำสินค้าไปเปลี่ยน รองลงมาคือยังคงใช้ต่อไป

สำหรับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบมากในกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์คือ ราคาส่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อประเมินทางเลือกในการซื้อซอฟต์แวร์ รองลงมาคือ ปัญหาในด้านที่ขาดความรู้เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ที่จะทำการซื้อ ทำให้ไม่สามารถทำการตัดสินใจได้ทันที ต้องเสียเวลาในการค้นหาข้อมูลก่อน นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาในเรื่องของ การที่ร้านค้าไม่มีซอฟต์แวร์ที่ต้องการ หรือ มีซอฟต์แวร์ให้เลือกน้อยเกินไป ในปริมาณรองลงมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อขั้นตอนในการประเมินร้านค้าที่จำหน่ายซอฟต์แวร์

ข้อค้นพบ

1. จากการวิจัยพบว่าแรงกระตุ้นในการซื้อนั้น มีผลจาก การปรับเปลี่ยนรุ่น หรือ การอยากทดลองซอฟต์แวร์ใหม่ หรือ จากการที่มีผู้อื่น แนะนำ หรือ เห็นผู้อื่นใช้ ซึ่งมีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อ
2. ในด้านการค้นหาข้อมูลนั้น กลุ่มผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับ การค้นหาข้อมูลทางด้านคุณสมบัติเป็นอันดับแรก แต่ที่น่าสนใจคือ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง จะให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลทางด้านราคามากกว่า นอกจากนี้แล้วกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการทำงาน มีการค้นหาข้อมูล ในระดับมาก หลายอย่างไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในด้าน ราคา คุณสมบัติ และ ร้านค้าที่จำหน่าย ซึ่งต่างจากกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง ที่ให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลในด้านคุณสมบัติ ในระดับมากเพียงอย่างเดียว
3. ทางด้านแหล่งของข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นหานั้น จากการวิจัย พบว่าส่วนใหญ่ใช้วิธีการสอบถามทั้งจากบุคคลที่รู้จัก หรือ ร้านค้า และมีข้อสังเกตว่า แหล่งข้อมูลที่เป็นนิตยสารคอมพิวเตอร์นั้น ผู้ใช้ส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับมาก หรือ ค่อนข้างมากเท่านั้น
4. ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยในการประเมินทางเลือกในการซื้อแตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคในกลุ่มที่ศึกษาทางด้าน วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และ บริหารธุรกิจนั้นจะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ มากกว่า ราคา หรือ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชายจะให้ความสำคัญกับ ประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์ มากกว่าราคา ซึ่งตรงกันข้ามกับเพศหญิง
5. ด้านการเลือกร้านค้าที่จำหน่ายนั้น พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของสินค้าและระดับราคานอกจากนี้แล้วความสะดวกในการซื้อก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ และสังเกตได้ว่าในบางกลุ่มให้ความสำคัญกับหลายปัจจัยในระดับค่อนข้างมาก เช่น กลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงซึ่งอาจจะเพราะซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงมีความหลากหลายมากกว่า อีกทั้งยังซื้อได้ง่ายกว่า ทำให้มีทางเลือกในการประเมินร้านค้ามากกว่ากลุ่มอื่น
6. ด้านเวลาที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลนั้นพบว่า กลุ่มนักศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ และ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีส่วนใหญ่ใช้เวลา 1-3 วันในการค้นหาข้อมูล แต่กลุ่มนักศึกษาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และ กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพส่วนใหญ่ใช้เวลา 4-7 วัน ซึ่งความแตกต่างนี้อาจจะมาจากที่กลุ่มแรกมีความรู้ หรือ มีการซื้อซอฟต์แวร์บ่อยกว่าทำให้การตัดสินใจเร็วกว่าซึ่งสอดคล้องกับความแตกต่างของระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลของกลุ่มที่มีความรู้ระดับมากหรือค่อนข้างมากที่ใช้เวลาน้อยกว่ากลุ่มที่มีความรู้น้อยหรือค่อนข้างน้อย และหากมองทางด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างก็เช่นกัน โดยกลุ่มที่เป็นเพศชายใช้เวลา น้อยกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเป็นเพราะเพศ

หญิงอาจจะมีความต้องการข้อมูลมากกว่าหรือละเอียดกว่าทำให้ใช้เวลานานกว่าเพศชาย นอกจากนี้แล้วกลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อการทำงานใช้เวลานานกว่ากลุ่มที่ซื้อเพื่อความบันเทิงซึ่งอาจเป็นเพราะซอฟต์แวร์เพื่อการทำงานค่อนข้างมีความสำคัญกว่านั่นเอง

8. ทางด้านปัญหาที่ผู้บริโภคพบมากคือ การขาดความรู้เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ซึ่งทำให้การต้องใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล หรือตัดสินใจนานขึ้น นอกจากนี้แล้วปัญหาทางด้านราคาก็เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบมากเช่นกัน

9. สำหรับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์นั้น จากการวิจัยพบว่า กลุ่มที่ซื้อนั้น ให้ความสำคัญกับ คุณภาพและประสิทธิภาพเป็นอันดับแรก ราคา เป็นอันดับรองลงไป ซึ่งจากการวิจัยยังพบอีกว่า กลุ่มที่ซื้อนั้น ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับ การโฆษณา หรือ แม้กระทั่งกฎหมายเท่าไร

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ ควรมีการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภค นอกจากนี้ซึ่งทางผู้ผลิตหรือจำหน่าย อาจจะมีการทำแผนการตลาดใหม่ ๆ เช่น ลูกค้านำลูกค้า มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าเก่าที่แนะนำลูกค้าใหม่มาให้ เป็นต้น

2. ผู้ผลิตซอฟต์แวร์จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย โดยอาจจะมีการอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับซอฟต์แวร์นั้น ๆ นอกจากนี้ควรจะทำโฆษณาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะในเรื่องสื่อ เช่น นิตยสารคอมพิวเตอร์ ไม่ควรจะมีการใช้กับซอฟต์แวร์ทั่ว ๆ ไป เนื่องจากผู้ที่อ่านนิตยสารเหล่านั้นมักจะเป็นกลุ่มที่มีความรู้พอสมควร และมีแนวทางในการซื้อซอฟต์แวร์ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ

3. ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยในการประเมินทางเลือกในการซื้อแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ผู้ผลิตซอฟต์แวร์แต่ละประเภทจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่น ถ้าเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศหญิงซึ่งให้ความสำคัญกับด้านราคาค่อนข้างมาก ก็ควรจะใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นหลัก นอกจากนี้แล้วผู้บริโภคแต่ละกลุ่มยังให้ความสำคัญกับแต่ละปัจจัยไม่เท่ากันอีกด้วย เช่น กลุ่มที่ศึกษาในสาขามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในขณะที่บางกลุ่มอาจจะให้ความสำคัญหลายด้านเท่า ๆ กัน เช่น กลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์เพื่อการใช้งาน หรือ กลุ่มที่ศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เป็นต้น

4. ร้านค้าที่จำหน่ายควรที่จะต้องมิซอฟต์แวร์ที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภคได้เลือกไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประเภท ชนิด รวมถึง ระดับราคาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้แล้ว

ความสะดวกในการซื้อก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ดังนั้น จึงจำเป็นที่ร้านค้าที่จำหน่าย ควรจะให้ความสนใจกับการให้บริการ เช่น การส่งถึงบ้าน

5. ผู้บริโภคหลายกลุ่มมีการใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลค่อนข้างนาน ซึ่งเป็นการเสียโอกาสสำหรับร้านค้าที่จะต้องรอให้ผู้บริโภคเหล่านั้นตัดสินใจ ดังนั้นจึงจำเป็นที่ร้านค้า ควรที่จะมีการเตรียมข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะ เรื่อง ราคา คุณสมบัติ การรับประกัน เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้มีการตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น ซึ่งอาจทำให้รูปของแผ่นป้าย เอกสาร หรือ การให้พนักงานแนะนำ รวมทั้งการมีตัวอย่างให้ทดลอง ในร้าน

6. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะต้องให้ความสนใจในการให้ความรู้ในเรื่องซอฟต์แวร์ โดยการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดสัมมนา การอบรม รวมถึงการให้ความรู้แก่พนักงานขาย หรือ ตัวแทนจำหน่ายอีกด้วย

7. ร้านค้าและผู้ผลิตจะต้องมีการตั้งระดับราคาให้เหมาะสม หรืออาจมีการตั้งราคาเป็นหลายระดับ รวมถึงการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

8. ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากขึ้นนั้นผู้ผลิตซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จำเป็นที่จะต้องทำให้ซอฟต์แวร์ของตนแตกต่างจากซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะในด้าน รูปลักษณ์ ภายนอก ทึบต่อ ตลอดจนการรับประกัน ตั้งราคาไม่สูงมากนัก รวมทั้งเน้นในเรื่องคุณภาพและประสิทธิภาพ รวมถึงการรับประกัน ให้เหนือกว่าซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์

9. ทางร้านค้าหรือผู้ควรจะมีบริการรับแลกเปลี่ยนซอฟต์แวร์ที่ใช้แล้ว โดยเฉพาะกับซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิง เพราะจะเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ใหม่ได้ง่ายขึ้น เพราะสามารถนำของเก่ามาแลกได้ อีกทั้งร้านค้าเองก็อาจจะมีสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากช่องทางนี้ด้วย

10. กลุ่มผู้บริโภคแทบทุกกลุ่มจะมีการให้ความสำคัญกับระดับราคา และคุณภาพของซอฟต์แวร์ในระดับสูง ใกล้เคียงกัน ดังนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีการเน้นทั้ง 2 ด้านควบคู่กันไป ไม่ควรจะเน้นทางด้าน ราคาถูก หรือ คุณภาพสูงเพียงอย่างเดียว