

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มผู้ใช้บริเวณศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 ราย ผลการวิเคราะห์นำเสนอได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม

ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	109	54.5
ชาย	91	45.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 ปี	6	3.0
16 - 25 ปี	49	24.5
26 - 35 ปี	97	48.5
36 - 45 ปี	28	14.0
46 - 55 ปี	19	9.5
56 ปีขึ้นไป	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 16 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.0 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.5 อายุไม่เกิน 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอายุ 56 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น/ต่ำกว่า	10	5.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	13	6.5
ปวส./อนุปริญญา	34	17.0
ปริญญาตรี	123	61.5
ปริญญาโท	20	10.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นระดับปวส. หรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 17.0 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 10.0 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 6.5 และมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	67	33.5
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	46	23.0
ข้าราชการ	32	16.0
นักเรียน นักศึกษา	19	9.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	7.5
เจ้าของกิจการ	12	6.0
พ่อบ้าน แม่บ้าน	9	4.5
อื่น ๆ	-	-
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 23.0 อาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 16.0 อาชีพนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.5 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และเป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	27	13.5
5,001 - 10,000 บาท	44	22.0
10,001 - 20,000 บาท	85	42.5
20,001 - 40,000 บาท	33	16.5
40,001 บาทขึ้นไป	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.5 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 และรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.5

4.2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย กิจกรรมที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สาเหตุการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครอง ระบบโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ระบบดังกล่าว ยี่ห้อที่ใช้ สถานที่ซื้อโทรศัพท์ สาเหตุที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยม ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

กิจกรรมที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อเพื่อนๆ และคนรู้จัก	172	86.0
ติดต่อทางบ้าน/ญาติ	170	85.0
ใช้ในกิจกรรมส่วนตัว	109	54.5
ติดต่อธุรกิจ-การค้าในประเทศ	48	24.0
ติดต่อธุรกิจ-การค้าในต่างประเทศ	12	6.0
ประกอบธุรกิจให้บริการโทรศัพท์	8	4.0
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

คำนวณร้อยละจาก n=200

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า กิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารมีความถี่มากที่สุด คือ การติดต่อเพื่อนๆ และคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมาเป็นกิจกรรมการติดต่อทางบ้านหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 85.0 ใช้ในกิจกรรมส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 54.5 ใช้ติดต่อธุรกิจการค้าในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 24.0 การติดต่อธุรกิจการค้าในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และการประกอบธุรกิจโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	184	92.0
ใช้เพื่อธุรกิจหรือหน้าที่การงาน	92	46.0
ประหยัดกว่าใช้โทรศัพท์บ้าน	47	23.5
ประโยชน์มีมากกว่าโทรศัพท์บ้าน	32	16.0
ความเท่ – ทันสมัย	26	13.0
ที่พักไม่มีโทรศัพท์พื้นฐาน	20	10.0
อื่น ๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก n=200

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้เหตุผลที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความถี่มากที่สุด คือ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมาเป็นการใช้เพื่อธุรกิจหรือหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ประหยัดกว่าใช้โทรศัพท์บ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ประโยชน์มีมากกว่าโทรศัพท์บ้าน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ความเท่ ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และที่พักไม่มีโทรศัพท์พื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนเครื่องในครอบครอง	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	140	70.0
2 เครื่อง	54	27.0
3 เครื่อง	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองจำนวน 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองจำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองจำนวน 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

จำนวนเครื่อง เพศ	1 เครื่อง		2 เครื่อง		3 เครื่อง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	77	55.0	29	55.7	3	50.0	109	54.5
ชาย	63	45.0	25	46.3	3	50.0	91	45.5
รวม	140	100.0	54	100.0	6	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.0 การครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 2 เครื่อง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.3 และการครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่อง เพศหญิงและชายมีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ

จำนวนเครื่อง อายุ	1 เครื่อง		2 เครื่อง		3 เครื่อง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	43	30.7	10	18.5	2	33.3	55	27.5
26 - 35 ปี	64	45.7	31	57.4	2	33.3	97	48.5
36 - 45 ปี	18	12.9	9	16.7	1	16.7	28	14.0
46 ปีขึ้นไป	15	10.7	4	7.4	1	16.7	20	10.0
รวม	140	100.0	54	100.0	6	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง จำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มอายุ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.9 และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 เครื่อง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาเป็นกลุ่ม

อายุ ไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.5 กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่อง จำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี และ 26 – 35 ปี จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.7 สาเหตุที่ทำให้กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี มีการครอบครองโทรศัพท์มากที่สุดในทุกกรณี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 – 35 ปี มีถึงร้อยละ 48.5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวนเครื่อง		1 เครื่อง		2 เครื่อง		3 เครื่อง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	6.4	1	1.9	-	-	10	5.0		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	10	7.1	3	5.6	-	-	13	6.5		
ปวศ.หรืออนุปริญญา	28	20.0	6	11.1	-	-	34	17.0		
ปริญญาตรี	83	59.3	36	66.7	4	66.7	123	61.5		
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	10	7.1	8	14.8	2	33.3	20	10.0		
รวม	140	100.0	54	100.0	6	100.0	200	100.0		

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่องส่วนใหญ่มี
การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาเป็นระดับปวศ.หรืออนุปริญญา คิดเป็น
ร้อยละ 20.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. และระดับปริญญาโท มีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อย
ละ 7.1 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่
จำนวน 2 เครื่องส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็นระดับ
ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.8 และระดับปวศ.หรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระดับ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 5.6 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ
1.9 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่องส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญา
ตรี คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 33.3 เหตุผลที่พบว่าเป็นกลุ่ม
ตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกกรณี อาจเป็นเพราะมีกลุ่มตัวอย่างที่จบปริญญาตรีเป็น
ส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 61.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	จำนวนเครื่อง		1 เครื่อง		2 เครื่อง		3 เครื่อง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	43	30.7	23	42.6	1	16.7	67	33.5		
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	33	23.6	11	20.4	2	33.3	46	23.0		
ข้าราชการ	24	17.1	8	14.8	-	-	32	16.0		
นักเรียน นักศึกษา	17	12.1	1	1.9	1	16.7	19	9.5		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	6.4	6	11.1	-	-	15	7.5		
เจ้าของกิจการ	6	4.3	4	7.4	2	33.3	12	6.0		
พ่อบ้าน แม่บ้าน	8	5.7	1	1.9	-	-	9	4.5		
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-		
รวม	140	100.0	54	100.0	6	100.0	200	100.0		

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง จำนวนมากที่สุดประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 23.6 อาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.1 อาชีพนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.1 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.4 พ่อบ้านแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 2 เครื่อง จำนวนมากที่สุดประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 20.4 อาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.1 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 7.4 อาชีพนักเรียนนักศึกษาและพ่อบ้านแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่อง จำนวนมากที่สุดประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ และเจ้าของกิจการ มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพนักเรียนนักศึกษา สัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มรายได้

จำนวนเครื่อง รายได้	1 เครื่อง		2 เครื่อง		3 เครื่อง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	26	18.6	1	1.9	-	-	27	13.5
5,001 - 10,000 บาท	33	23.6	10	18.5	1	16.7	44	22.0
10,001 - 20,000 บาท	59	42.1	24	44.4	2	33.3	85	42.5
20,001 - 40,000 บาท	20	14.3	12	22.2	1	16.7	33	16.5
40,001 บาทขึ้นไป	2	1.4	7	13.0	2	33.3	11	5.5
รวม	140	100.0	54	100.0	6	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง จำนวนมากที่สุดมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมามีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.6 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.6 รายได้ 20,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ รายได้ 40,001 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 2 เครื่อง จำนวนมากที่สุดมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมามีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 รายได้ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.0 และรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ผู้ครอบครองโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่อง จำนวนมากที่สุดมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนเท่ากัน คือร้อยละ 33.3 รองลงมามีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และรายได้ 20,001 – 40,000 บาท สัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
NOKIA	114	57.0
MOTOROLA	34	17.0
SIEMENS	33	16.5
SAMSUNG	32	16.0
SONY-ERICSSON	26	13.0
PANASONIC	7	3.5
ALCATEL	6	3.0
PHILIPS	5	2.5
ยี่ห้ออื่น ๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ จำนวนร้อยละจาก n=200

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ NOKIA คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาเป็นยี่ห้อ MOTOROLA คิดเป็นร้อยละ 17.0 SIEMENS คิดเป็นร้อยละ 16.5 SAMSUNG คิดเป็นร้อยละ 16.0 SONY-ERICSSON คิดเป็นร้อยละ 13.0 PANASONIC คิดเป็นร้อยละ 3.5 ALCATEL คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ PHILIPS คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
GSM Advance	127	63.5
1-2-call	81	40.5
GSM 1800	18	9.0
Orange	17	8.5
D Prompt	7	3.5
DTAC	6	3.0
Orange Talk Plan	3	1.5
Hutch /Thai Mobile	2	1.0
ระบบอื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก n=200

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM Advance คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาเป็นระบบ 1-2-call คิดเป็นร้อยละ 40.5 ระบบ GSM 1800 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ระบบ Orange คิดเป็นร้อยละ 8.5 ระบบ D Prompt คิดเป็นร้อยละ 3.5 ระบบ DTAC คิดเป็นร้อยละ 3.0 ระบบ Orange Talk Plan คิดเป็นร้อยละ 1.5 และระบบ Hutch และ Thai Mobile คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM Advance

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความชัดเจนของสัญญาณ	122	96.1
โปรโมชั่น	73	57.5
บริการเสริมที่หลากหลาย	54	42.5
มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า	20	15.7
อัตราค่าบริการของระบบ	11	8.7
ไม่มีค่าบริการรายเดือน	3	2.4
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก n=127

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM Advance เพราะเหตุผลเกี่ยวกับความชัดเจนของสัญญาณ คิดเป็นร้อยละ 96.1 รองลงมาเป็นโปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 57.5 บริการเสริมที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.7 อัตราค่าบริการของระบบ คิดเป็นร้อยละ 8.7 และไม่มีค่าบริการรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM 1800

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
โปรโมชั่น	15	83.3
ความชัดเจนของสัญญาณ	9	50.0
อัตราค่าบริการของระบบ	4	22.2
มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า	-	-
ไม่มีค่าบริการรายเดือน	-	-
บริการเสริมที่หลากหลาย	-	-
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก $n=18$

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM 1800 โดยมีเหตุผล เพราะโปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา เป็นความชัดเจนของสัญญาณ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอัตราค่าบริการของระบบ คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1-2-call

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความชัดเจนของสัญญาณ	52	64.2
ไม่มีค่าบริการรายเดือน	45	55.6
มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า	12	14.8
บริการเสริมที่หลากหลาย	12	14.8
อัตราค่าบริการของระบบ	9	11.1
โปรโมชั่น	7	8.6
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก n=81

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1-2-Call โดยมีเหตุผลเพราะ ความชัดเจนของสัญญาณ คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาเป็นไม่มีค่าบริการรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.6 มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 14.8 บริการเสริมที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 14.8 อัตราค่าบริการของระบบ คิดเป็นร้อยละ 11.1 และ โปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น ๆ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
อัตราค่าบริการของระบบ	22	62.9
โปรโมชั่น	9	25.7
ความชัดเจนของสัญญา	6	17.1
มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า	5	14.3
ไม่มีค่าบริการรายเดือน	5	14.3
บริการเสริมที่หลากหลาย	2	5.7
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก $n=35$

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น ๆ เหตุผลเพราะ อัตราค่าบริการของระบบ คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาเป็น โปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 25.7 ความชัดเจนของสัญญา คิดเป็นร้อยละ 17.1 มีกิจกรรมตอบแทนลูกค้า และไม่มีค่าบริการรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เท่ากัน และบริการเสริมที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

สถานที่ที่นิยมซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่	85	42.5
ร้านของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น TELEWIZ	72	36.0
บูธโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่	36	18.0
งานแสดงสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่	7	3.5
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาเป็นร้านของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น TELEWIZ คิดเป็นร้อยละ 36.0 จากบูธโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และจากงานแสดงสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะเด่นของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นิยมใช้

ลักษณะเด่นของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นิยมใช้	จำนวน	ร้อยละ
รูปร่างและขนาดของโทรศัพท์	144	72.0
ลูกเล่นต่าง ๆ ในเมนูของตัวเครื่อง	111	55.5
ราคาของโทรศัพท์	110	55.0
ความสามารถเชื่อมต่อบริการของเครือข่าย	52	26.0
ความสามารถในการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น	43	21.5
โปรโมชั่นที่มีในโทรศัพท์แต่ละรุ่น	42	21.0
อุปกรณ์เสริมของแต่ละรุ่น	34	17.0
เป็นแฟชั่นในขณะนั้น	26	13.0
สามารถเปลี่ยนหน้าจอกหรือสีได้	18	9.0
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก n=200

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยพิจารณาจากลักษณะเด่นดังต่อไปนี้ รูปร่างและขนาดของโทรศัพท์ มีความถี่สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาเป็นลูกเล่นต่าง ๆ ในเมนูของตัวเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 55.5 ราคาของโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 55.0 ความสามารถเชื่อมกับระบบบริการของเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ความสามารถในการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น คิดเป็นร้อยละ 21.5 โปรโมชั่นที่มีในโทรศัพท์แต่ละรุ่น คิดเป็นร้อยละ 21.0 อุปกรณ์เสริมของแต่ละรุ่น คิดเป็นร้อยละ 17.0 เป็นแฟชั่นของผู้ใช้ในขณะนั้น คิดเป็นร้อยละ 13.0 และสามารถเปลี่ยนหน้าจอกหรือสีได้ คิดเป็นร้อยละ 9.0

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม

การนำเสนอถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 22 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. รูปทรงของโทรศัพท์	24 (12.0)	126 (63.0)	48 (24.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	3.85	มาก	5
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	15 (7.5)	90 (45.0)	80 (40.0)	13 (6.5)	2 (1.0)	3.52	มาก	10
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	52 (26.0)	135 (67.5)	12 (6.0)	-	1 (0.5)	4.19	มาก	2
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	19 (9.5)	102 (51.0)	78 (39.0)	1 (0.5)	-	3.69	มาก	8
5. ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้	16 (8.0)	81 (40.5)	91 (45.5)	10 (5.0)	2 (1.0)	3.50	มาก	11
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย	7 (3.5)	115 (57.5)	70 (35.0)	6 (3.0)	2 (1.0)	3.60	มาก	9
7. ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	17 (8.5)	50 (25.0)	123 (61.5)	8 (4.0)	2 (1.0)	3.35	ปานกลาง	12
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	33 (16.5)	94 (47.0)	70 (35.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	3.78	มาก	7
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	28 (14.0)	116 (58.0)	52 (26.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	3.84	มาก	6
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	43 (21.5)	134 (67.0)	21 (10.5)	-	2 (1.0)	4.08	มาก	3
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	53 (26.5)	136 (68.0)	10 (5.0)	1 (0.5)	-	4.20	มาก	1
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	45 (22.5)	118 (59.0)	34 (17.0)	3 (1.5)	-	4.02	มาก	4
	ค่าเฉลี่ยรวม					3.90	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และในรายละเอียดของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ แต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 3.50-4.20) ยกเว้น ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) ทั้งนี้ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่องอุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) รองลงมา คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19)

ตารางที่ 23 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านราคา	ผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	59 (29.5)	122 (61.0)	17 (8.5)	-	2 (1.0)	4.18	มาก	2
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	61 (30.5)	125 (62.5)	14 (7.0)	-	-	4.22	มาก	1
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม	48 (24.0)	119 (59.5)	33 (16.5)	-	-	4.06	มาก	3
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	14 (7.0)	118 (59.0)	65 (32.5)	3 (1.5)	-	3.70	มาก	7
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน	18 (9.0)	123 (61.5)	56 (28.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	3.77	มาก	6
6. สามารถต่อรองราคาได้	31 (15.5)	123 (61.5)	41 (20.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	3.89	มาก	5
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	30 (15.0)	130 (65.0)	35 (17.5)	3 (1.5)	2 (1.0)	3.91	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และในรายละเอียดของปัจจัยย่อยด้านราคาแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70-4.22) เช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) รองลงมาคือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18)

ตารางที่ 24 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	45 (22.5)	140 (70.0)	13 (6.5)	2 (1.0)	-	4.13	มาก	2
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	39 (19.5)	141 (70.5)	20 (10.0)	-	-	4.08	มาก	3
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	39 (19.5)	153 (76.5)	7 (3.5)	1 (0.5)	-	4.14	มาก	1
4. เป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	15 (7.5)	141 (70.5)	42 (21.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	3.84	มาก	5
5. มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	17 (8.5)	139 (69.5)	42 (21.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	3.85	มาก	4
6. มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3 (1.5)	119 (59.5)	68 (34.0)	7 (3.5)	3 (1.5)	3.55	มาก	8
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวกซื้อ แอ็ด และมีที่จอดรถ	10 (5.0)	135 (67.5)	45 (22.5)	7 (3.5)	3 (1.5)	3.70	มาก	7
8. มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	5 (2.5)	117 (58.5)	66 (33.0)	7 (3.5)	5 (2.5)	3.53	มาก	9
9. ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	17 (8.5)	140 (70.0)	39 (19.5)	1 (0.5)	3 (1.5)	3.82	มาก	6
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	4 (2.0)	26 (13.0)	96 (48.0)	57 (28.5)	17 (8.5)	2.70	ปานกลาง	11
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2 (1.0)	28 (14.0)	72 (36.0)	69 (34.5)	29 (14.5)	2.51	ปานกลาง	12
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	1 (0.5)	28 (14.0)	67 (33.5)	72 (36.0)	32 (16.0)	2.46	น้อย	13
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว	6 (3.0)	118 (59.0)	56 (28.0)	16 (8.0)	4 (2.0)	3.52	มาก	10
ค่าเฉลี่ยรวม						3.60	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมในระดับมีผลมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และในรายละเอียดของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 3.52-4.14)

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ได้แก่ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14) รองลงมา คือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็นด้านสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70) และมีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51) มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นด้านมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46) มีผลอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 25 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. โปรโมชั่นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	51 (25.5)	132 (66.0)	14 (7.0)	3 (1.5)	-	4.13	มาก	2
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	48 (24.0)	141 (70.5)	8 (4.0)	3 (1.5)		4.14	มาก	1
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	40 (20.0)	144 (72.0)	12 (6.0)	1 (0.5)	3 (1.5)	4.07	มาก	3
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	11 (5.5)	132 (66.0)	53 (26.5)	1 (0.5)	3 (1.5)	3.72	มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจับฉลากแนะนำสินค้า	6 (3.0)	132 (66.0)	58 (29.0)	1 (0.5)	3 (1.5)	3.67	มาก	10
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	17 (8.5)	160 (80.0)	20 (10.0)	-	3 (1.5)	3.93	มาก	6
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	26 (13.0)	141 (70.5)	29 (14.5)	1 (0.5)	3 (1.5)	3.92	มาก	7
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	30 (15.0)	149 (74.5)	17 (8.5)	1 (0.5)	3 (1.5)	4.00	มาก	5
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	32 (16.0)	147 (73.5)	17 (8.5)	1 (0.5)	3 (1.5)	4.01	มาก	4
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้	24 (12.0)	125 (62.5)	46 (23.0)	2 (1.0)	3 (1.5)	3.81	มาก	8
	ค่าเฉลี่ยรวม					3.95	มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยโดยรวมในระดับมีผลมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และในรายละเอียดของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 3.67-4.14) ทั้งนี้ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14) รองลงมา คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

4.4.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. รูปทรงของโทรศัพท์	3.75	มาก	6	3.94	มาก	5
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	3.43	ปานกลาง	10	3.59	มาก	10
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.13	มาก	1	4.23	มาก	2
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	3.57	มาก	8	3.79	มาก	8
5. ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้	3.42	ปานกลาง	11	3.56	มาก	11
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย	3.57	มาก	9	3.61	มาก	9
7. ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	3.32	ปานกลาง	12	3.39	ปานกลาง	12
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	3.71	มาก	7	3.83	มาก	7
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	3.78	มาก	5	3.88	มาก	6
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.02	มาก	3	4.13	มาก	3
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	4.09	มาก	2	4.29	มาก	1
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	3.96	มาก	4	4.07	มาก	4
รวม	3.84	มาก		3.96	มาก	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมีผลมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.96 ตามลำดับ และในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า

เพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.09) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รูปทรงของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระบบปฏิบัติการ

ของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย และสามารถ
ใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ สีของเครื่องที่มี
ความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) และความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card
(ค่าเฉลี่ย 3.42)

เหตุผลจึงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีการ
ประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสามารถในการรับ
สัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.23) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มีชื่อเสียงเป็นที่
ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) รูปทรง
ของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ระบบปฏิบัติการของ
ตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) บริการเสริมจาก
ระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.61) สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย
3.59) ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และระดับปานกลางคือ
ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปล ความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปล ความ	อันดับ
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4.01	มาก	2	4.32	มาก	2
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	4.07	มาก	1	4.36	มาก	1
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม	3.93	มาก	3	4.17	มาก	3
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	3.70	มาก	7	3.71	มาก	7
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน	3.74	มาก	6	3.81	มาก	6
6. สามารถต่อรองราคาได้	3.81	มาก	4	3.96	มาก	5
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	3.81	มาก	5	4.00	มาก	4
รวม	3.87	มาก		4.05	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 4.05 ตามลำดับ)

เพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 3.93) สามารถต่อรองราคาได้ และมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail (ค่าเฉลี่ย 3.70)

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	4.00	มาก	2	4.24	มาก	1
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	3.98	มาก	3	4.17	มาก	3
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	4.09	มาก	1	4.19	มาก	2
4. เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	3.80	มาก	6	3.87	มาก	4
5. มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	3.82	มาก	5	3.87	มาก	5
6. มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3.53	มาก	10	3.59	มาก	8
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ	3.68	มาก	7	3.73	มาก	7
8. มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	3.56	มาก	9	3.54	มาก	9
9. ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	3.84	มาก	4	3.83	มาก	6
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	2.66	ปานกลาง	11	2.76	ปานกลาง	11
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.47	น้อย	12	2.57	ปานกลาง	12
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	2.42	น้อย	13	2.51	ปานกลาง	13
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว	3.57	มาก	8	3.50	มาก	10
รวม	3.57	มาก		3.61	มาก	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.61 ตามลำดับ)

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 3.80) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในระดับปานกลางคือสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวก

ซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.66) และในระดับน้อยด้านมีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.47) และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.42)

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz และมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.83) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในระดับปานกลางคือสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.76) มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.57) และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.51)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	4.00	มาก	2	4.26	มาก	2
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.01	มาก	1	4.28	มาก	1
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	3.97	มาก	5	4.18	มาก	3
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.71	มาก	9	3.75	มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูชแนะนำสินค้า	3.68	มาก	10	3.69	มาก	10
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	3.87	มาก	6	4.00	มาก	6
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.87	มาก	7	3.98	มาก	7
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	3.98	มาก	3	4.04	มาก	5
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	3.98	มาก	4	4.06	มาก	4
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้	3.75	มาก	8	3.89	มาก	8
รวม	3.87	มาก		4.05	มาก	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 4.05 ตามลำดับ)

เพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.01) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ และ พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก และพนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูชแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.28) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์

ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.89) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูชแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ											
	ไม่เกิน 25 ปี			26 – 35 ปี			36 – 45 ปี			46 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. รูปร่างของโทรศัพท์	3.95	มาก	5	3.89	มาก	5	3.64	มาก	8	3.70	มาก	6
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	3.75	มาก	6	3.48	ปานกลาง	10	3.32	ปานกลาง	11	3.20	ปานกลาง	11
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.16	มาก	1	4.15	มาก	2	4.21	มาก	1	4.30	มาก	1
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	3.53	มาก	11	3.75	มาก	8	3.93	มาก	5	3.45	ปานกลาง	8
5. ถูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้	3.65	มาก	9	3.48	ปานกลาง	11	3.32	ปานกลาง	12	3.30	ปานกลาง	10
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย	3.56	มาก	10	3.66	มาก	9	3.50	มาก	9	3.45	ปานกลาง	9
7. ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	3.38	ปานกลาง	12	3.34	ปานกลาง	12	3.46	ปานกลาง	10	3.20	ปานกลาง	12
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	3.69	มาก	8	3.84	มาก	7	3.93	มาก	6	3.50	มาก	7
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	3.75	มาก	7	3.89	มาก	6	3.71	มาก	7	3.95	มาก	5
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.09	มาก	3	4.05	มาก	3	4.00	มาก	4	4.20	มาก	3
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	4.16	มาก	2	4.20	มาก	1	4.21	มาก	2	4.25	มาก	2
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	4.05	มาก	4	3.94	มาก	4	4.14	มาก	3	4.10	มาก	4
รวม	3.91	มาก		3.93	มาก		3.96	มาก		3.70	มาก	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91 3.93 3.96 และ 3.70 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.16) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รูปร่างของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย และมีอุปกรณ์เสริมจำหน่าย

ครบ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.69) ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.56) สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในระดับปานกลาง คือ ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card (ค่าเฉลี่ย 3.38)

กลุ่มอายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) รูปทรงของโทรศัพท์ และมีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย และลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card (ค่าเฉลี่ย 3.34)

กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รูปทรงของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card (ค่าเฉลี่ย 3.46) สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย และลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.25) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รูปทรงของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ และ บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย และความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยทางด้านราคา	อายุ											
	ไม่เกิน 25 ปี			26 – 35 ปี			36 – 45 ปี			46 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4.25	มาก	2	4.15	มาก	2	4.07	มาก	2	4.20	มาก	2
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	4.31	มาก	1	4.19	มาก	1	4.11	มาก	1	4.30	มาก	1
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม	4.09	มาก	3	4.06	มาก	3	4.00	มาก	3	4.05	มาก	3
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	3.71	มาก	7	3.72	มาก	7	3.64	มาก	6	3.65	มาก	7
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน	3.80	มาก	6	3.75	มาก	6	3.71	มาก	5	3.85	มาก	6
6. สามารถต่อรองราคาได้	4.05	มาก	4	3.90	มาก	4	3.50	มาก	7	3.95	มาก	5
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	3.98	มาก	5	3.89	มาก	5	3.79	มาก	4	4.00	มาก	4
รวม	4.02	มาก		3.95	มาก		3.86	มาก		4.05	มาก	

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02 3.95 3.86 และ 4.05 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี และ 26 – 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.09) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail (ค่าเฉลี่ย 3.71)

กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail (ค่าเฉลี่ย 3.64) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

กลุ่มอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail (ค่าเฉลี่ย 3.65)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ											
	ไม่เกิน 25 ปี			26-35 ปี			36-45 ปี			46 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. เครื่องโทรศัพท์มือถือโค้งงอ	4.20	มาก	2	4.12	มาก	2	4.04	มาก	3	4.05	มาก	1
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	4.18	มาก	3	4.05	มาก	3	4.07	มาก	2	3.95	มาก	3
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	4.22	มาก	1	4.13	มาก	1	4.11	มาก	1	4.00	มาก	2
4. เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	3.87	มาก	5	3.79	มาก	5	3.93	มาก	5	3.80	มาก	4
5. มีป้ายโฆษณาเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	3.93	มาก	4	3.79	มาก	6	3.89	มาก	6	3.80	มาก	5
6. มีการจัดแสดงส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3.55	มาก	8	3.62	มาก	8	3.54	มาก	9	3.20	ปานกลาง	9
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวกซื้อไม่แออัดและมีที่จอดรถ	3.65	มาก	7	3.75	มาก	7	3.79	มาก	7	3.40	ปานกลาง	8
8. มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	3.47	ปานกลาง	9	3.64	มาก	9	3.61	มาก	8	3.00	ปานกลาง	10
9. ร้านค้าสามารถช่วยคิดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	3.85	มาก	6	3.81	มาก	4	3.96	มาก	4	3.55	มาก	6
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	2.80	ปานกลาง	11	2.74	ปานกลาง	11	2.64	ปานกลาง	11	2.30	น้อย	11
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.65	ปานกลาง	12	2.51	ปานกลาง	12	2.46	น้อย	12	2.20	น้อย	13
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	2.58	ปานกลาง	13	2.43	น้อย	13	2.43	น้อย	13	2.25	น้อย	12
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ถูกค่าที่รวดเร็ว	3.42	ปานกลาง	10	3.62	มาก	10	3.39	ปานกลาง	10	3.45	ปานกลาง	7
รวม	3.71	มาก		3.60	มาก		3.54	มาก		3.35	ปานกลาง	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี 26-35 ปี และ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71 3.60 และ 3.54 ตามลำดับ) ส่วนช่วงอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35)

กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทาง การจองตั๋วคือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.93) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 3.87) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.85) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.55) ระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.42) สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.80) มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.65) และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.58)

กลุ่มอายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทาง การจองตั๋วคือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz และ มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.62) ระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.74) มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.51) ระดับน้อย คือมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.43)

กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทาง การจองตั๋วคือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.96) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) ระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ มีบริการติดต่อบริษัท

สินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.39) สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.64) ระดับน้อย เรียงตามลำดับคือ มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.46) มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.43)

กลุ่มอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเรียงตามลำดับคือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz และมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.55) ระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.45) การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.00) ระดับน้อย เรียงตามลำดับคือ สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (ค่าเฉลี่ย 2.30) มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.25) และมีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ											
	ไม่เกิน 25 ปี			26 – 35 ปี			36 – 45 ปี			46 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	4.20	มาก	1	4.10	มาก	2	4.14	มาก	2	4.00	มาก	2
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.11	มาก	2	4.15	มาก	1	4.21	มาก	1	4.05	มาก	1
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	4.07	มาก	3	4.08	มาก	3	4.11	มาก	3	3.95	มาก	3
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.76	มาก	9	3.67	มาก	9	3.89	มาก	9	3.60	มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจับฉลากนำสินค้า	3.67	มาก	10	3.66	มาก	10	3.71	มาก	10	3.65	มาก	7
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	3.87	มาก	7	3.94	มาก	6	4.11	มาก	4	3.75	มาก	6
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.98	มาก	6	3.90	มาก	7	4.04	มาก	7	3.65	มาก	8
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	4.00	มาก	5	4.00	มาก	5	4.11	มาก	5	3.80	มาก	4
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	4.02	มาก	4	4.01	มาก	4	4.11	มาก	6	3.80	มาก	5
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้	3.80	มาก	8	3.81	มาก	8	4.00	มาก	8	3.55	มาก	10
รวม	3.93	มาก		3.97	มาก		4.07	มาก		3.75	มาก	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93 3.97 4.07 และ 3.75 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้

(ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67)

กลุ่มอายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานขายมีความสุขภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.81) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66)

กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานขายมีความสุขภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71)

กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ให้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า และพนักงานขายมีความสุขภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และพนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

4.4.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา											
	มัธยมปลาย/ต่ำกว่า			ปวส./อนุปริญญา			ปริญญาตรี			ปริญญาโท/สูงกว่า		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. รูปทรงของโทรศัพท์	3.96	มาก	3	3.94	มาก	5	3.80	มาก	7	3.95	มาก	5
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	3.74	มาก	6	3.65	มาก	10	3.45	ปานกลาง	10	3.45	ปานกลาง	11
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.96	มาก	4	4.09	มาก	3	4.24	มาก	1	4.25	มาก	1
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	3.30	ปานกลาง	11	3.76	มาก	6	3.72	มาก	8	3.80	มาก	7
5. ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้	3.74	มาก	7	3.62	มาก	11	3.44	ปานกลาง	11	3.35	ปานกลาง	12
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย	3.74	มาก	8	3.68	มาก	8	3.55	มาก	9	3.55	มาก	10
7. ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	3.04	ปานกลาง	12	3.44	ปานกลาง	12	3.34	ปานกลาง	12	3.70	มาก	9
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	3.43	ปานกลาง	10	3.68	มาก	9	3.84	มาก	6	4.00	มาก	4
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	3.65	มาก	9	3.74	มาก	7	3.90	มาก	5	3.80	มาก	8
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	3.91	มาก	5	4.00	มาก	4	4.11	มาก	3	4.20	มาก	2
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	4.13	มาก	1	4.18	มาก	1	4.23	มาก	2	4.15	มาก	3
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	4.00	มาก	2	4.18	มาก	2	4.00	มาก	4	3.90	มาก	6
รวม	3.74	มาก		3.97	มาก		3.92	มาก		3.90	มาก	

จากตารางที่ 34 ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74 3.97 3.92 และ 3.90 ตามลำดับ)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และรูปทรงของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.23) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยทางด้านราคา	ระดับการศึกษา											
	มัธยมปลาย/ต่ำกว่า			ปวศ./อนุปริญญา			ปริญญาตรี			ปริญญาโท/สูงกว่า		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4.22	มาก	1	4.26	มาก	1	4.17	มาก	2	4.05	มาก	3
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	4.22	มาก	2	4.26	มาก	2	4.20	มาก	1	4.35	มาก	1
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม	4.00	มาก	5	4.12	มาก	3	4.03	มาก	3	4.25	มาก	2
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	3.83	มาก	7	3.88	มาก	6	3.63	มาก	7	3.70	มาก	7
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำหนดเป็นมาตรฐาน	3.87	มาก	6	3.82	มาก	7	3.73	มาก	6	3.85	มาก	5
6. สามารถต่อรองราคาได้	4.13	มาก	3	4.06	มาก	4	3.80	มาก	5	3.90	มาก	4
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	4.13	มาก	4	4.00	มาก	5	3.87	มาก	4	3.80	มาก	6
รวม	4.00	มาก		4.12	มาก		3.91	มาก		4.00	มาก	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00 4.12 3.91 และ 4.00 ตามลำดับ)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) สามารถต่อรองราคาได้ และมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปวศ. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.12)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.25) และราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา											
	มัธยมปลาย/ต่ำกว่า			ปวส./อนุปริญญา			ปริญญาตรี			ปริญญาโท/สูงกว่า		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	4.09	มาก	1	4.21	มาก	3	4.13	มาก	1	4.05	มาก	3
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	4.00	มาก	3	4.24	มาก	1	4.04	มาก	3	4.20	มาก	2
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมาหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	4.04	มาก	2	4.24	มาก	2	4.12	มาก	2	4.25	มาก	1
4. เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	3.70	มาก	7	4.03	มาก	5	3.80	มาก	6	3.95	มาก	4
5. มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	3.74	มาก	6	4.06	มาก	4	3.81	มาก	5	3.85	มาก	5
6. มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3.57	มาก	8	3.35	ปานกลาง	10	3.64	มาก	8	3.40	ปานกลาง	8
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวกซื้อไม่แออัดและมีที่จอดรถ	3.57	มาก	9	3.65	มาก	7	3.79	มาก	7	3.50	มาก	7
8. มีการตกแต่งร้านค้าด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	3.52	มาก	10	3.47	ปานกลาง	9	3.63	มาก	9	3.25	ปานกลาง	10
9. ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	3.78	มาก	5	3.71	มาก	6	3.89	มาก	4	3.80	มาก	6
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	2.83	ปานกลาง	11	3.03	ปานกลาง	11	2.62	ปานกลาง	11	2.65	ปานกลาง	11
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.70	ปานกลาง	13	2.79	ปานกลาง	12	2.43	น้อย	12	2.45	น้อย	12
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	2.74	ปานกลาง	12	2.59	ปานกลาง	13	2.41	น้อย	13	2.35	น้อย	13
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว	3.83	มาก	4	3.59	มาก	8	3.50	มาก	10	3.30	ปานกลาง	9
รวม	3.74	มาก		3.62	มาก		3.58	มาก		3.50	มาก	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74 3.62 3.58 และ 3.50 ตามลำดับ)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย

4.09) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.24) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีและมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และเครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา											
	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า			ปวส./อนุปริญญา			ปริญญาตรี			ปริญญาโท/สูงกว่า		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	4.13	มาก	1	4.15	มาก	1	4.12	มาก	2	4.25	มาก	1
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.09	มาก	2	4.09	มาก	2	4.17	มาก	1	4.25	มาก	2
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	4.04	มาก	3	4.06	มาก	3	4.12	มาก	3	3.95	มาก	5
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.70	มาก	9	3.74	มาก	9	3.75	มาก	9	3.70	มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจับฉลาก แปะนาฬิกา	3.61	มาก	10	3.68	มาก	10	3.72	มาก	10	3.60	มาก	10
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	3.96	มาก	4	3.85	มาก	7	3.96	มาก	6	3.95	มาก	6
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.96	มาก	5	3.88	มาก	6	3.93	มาก	7	3.95	มาก	7
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	3.91	มาก	6	3.94	มาก	5	4.05	มาก	5	4.00	มาก	3
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	3.87	มาก	7	3.97	มาก	4	4.07	มาก	4	4.00	มาก	4
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้	3.87	มาก	8	3.82	มาก	8	3.83	มาก	8	3.75	มาก	8
รวม	3.87	มาก		3.94	มาก		3.98	มาก		3.90	มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87 3.94 3.98 และ 3.90 ตามลำดับ)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก และมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานขายมีความรู้ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม

อาชีพ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการไอเอสเอ็ม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ													
	ข้าราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		เจ้าของกิจการ		พ่อบ้านแม่บ้าน		นักเรียนนักศึกษา		อาชีพอิสระ	
	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ
1. รูปทรงของโทรศัพท์	3.81 มาก	6	3.80 มาก	5	3.94 มาก	6	4.00 มาก	3	3.56 มาก	8	4.21 มาก	1	3.65 มาก	7
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	3.38 ปานกลาง	9	3.53 มาก	8	3.57 มาก	11	3.58 มาก	10	3.22 ปานกลาง	11	4.11 มาก	2	3.33 ปานกลาง	11
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.19 มาก	1	3.93 มาก	3	4.21 มาก	2	4.08 มาก	1	4.22 มาก	1	4.11 มาก	3	4.28 มาก	1
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	3.69 มาก	8	3.53 มาก	9	3.84 มาก	8	3.83 มาก	8	3.67 มาก	7	3.42 ปานกลาง	12	3.61 มาก	9
5. ลูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียงเรียกเข้าเล่นเกมได้	3.03 ปานกลาง	12	3.40 ปานกลาง	11	3.70 มาก	9	3.33 ปานกลาง	2	3.33 ปานกลาง	10	3.95 มาก	8	3.43 ปานกลาง	10
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่งข้อความภาษาไทย	3.31 ปานกลาง	10	3.60 มาก	7	3.58 มาก	10	3.75 มาก	9	3.44 ปานกลาง	9	4.00 มาก	7	3.63 มาก	8
7. ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	3.22 ปานกลาง	11	3.07 ปานกลาง	12	3.51 มาก	12	3.58 มาก	11	3.00 ปานกลาง	12	3.47 ปานกลาง	11	3.30 ปานกลาง	12
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	3.72 มาก	7	3.53 มาก	10	4.00 มาก	5	4.08 มาก	2	4.22 มาก	2	4.11 มาก	4	4.28 มาก	2
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	3.91 มาก	5	3.67 มาก	6	3.93 มาก	7	3.92 มาก	5	3.78 มาก	6	3.74 มาก	10	3.74 มาก	6
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.19 มาก	2	3.93 มาก	4	4.13 มาก	3	3.92 มาก	6	4.00 มาก	4	4.05 มาก	6	4.04 มาก	4
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	4.19 มาก	3	4.07 มาก	1	4.33 มาก	1	4.00 มาก	4	4.11 มาก	3	4.11 มาก	5	4.17 มาก	3
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	4.09 มาก	4	4.00 มาก	2	4.06 มาก	4	3.92 มาก	7	3.89 มาก	5	3.95 มาก	9	4.00 มาก	5
รวม	3.75 มาก		3.80 มาก		4.03 มาก		3.92 มาก		3.78 มาก		4.00 มาก		3.85 มาก	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75 3.80 4.03 3.92 3.78 4.00 และ 3.85 ตามลำดับ

กลุ่มอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากในด้านระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รูปทรงของโทรศัพท์ และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ รูปทรงของโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.11) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ รูปทรงของโทรศัพท์ และระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.28)

มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.17) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยทางด้านราคา	อาชีพ													
	ข้าราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		เจ้าของกิจการ		พ่อบ้านแม่บ้าน		นักเรียนนักศึกษา		อาชีพอิสระ	
	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4.22 มาก	2	4.20 มาก	1	4.21 มาก	2	4.08 มาก	1	4.11 มาก	1	4.32 มาก	3	4.09 มาก	2
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	4.28 มาก	1	4.20 มาก	2	4.24 มาก	1	4.08 มาก	2	4.11 มาก	2	4.42 มาก	1	4.15 มาก	1
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม	4.06 มาก	3	4.13 มาก	3	4.07 มาก	3	4.08 มาก	3	4.11 มาก	3	4.11 มาก	4	4.00 มาก	3
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	3.63 มาก	7	3.80 มาก	6	3.76 มาก	6	3.67 มาก	7	3.56 มาก	7	3.89 มาก	7	3.61 มาก	7
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน	3.91 มาก	5	3.67 มาก	7	3.72 มาก	7	3.83 มาก	5	3.78 มาก	5	3.79 มาก	6	3.78 มาก	5
6. สามารถต่อรองราคาได้	3.88 มาก	6	3.93 มาก	4	3.84 มาก	4	3.92 มาก	4	3.78 มาก	6	4.42 มาก	2	3.78 มาก	6
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	3.94 มาก	4	3.93 มาก	5	3.84 มาก	5	3.83 มาก	6	4.00 มาก	4	4.11 มาก	5	3.93 มาก	4
รวม	3.94 มาก		3.93 มาก		3.94 มาก		3.83 มาก		3.89 มาก		4.11 มาก		4.02 มาก	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94 3.93 3.94 3.83 3.89 4.11 และ 4.02 ตามลำดับ)

กลุ่มอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย

4.20) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.076)

กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.08) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม และมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ													
	ข้าราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		เจ้าของกิจการ		พ่อบ้าน แม่บ้าน		นักเรียนนักศึกษา		อาชีพอิสระ	
	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ
1. เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย	4.09 มาก	1	4.13 มาก	2	4.22 มาก	1	3.75 มาก	6	4.22 มาก	1	4.16 มาก	3	4.09 มาก	2
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	4.06 มาก	2	4.07 มาก	3	4.09 มาก	3	4.08 มาก	1	4.22 มาก	2	4.21 มาก	1	4.02 มาก	3
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	4.06 มาก	3	4.20 มาก	1	4.18 มาก	2	4.08 มาก	2	4.22 มาก	3	4.21 มาก	2	4.11 มาก	1
4. เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	3.91 มาก	4	3.80 มาก	5	3.81 มาก	5	3.92 มาก	4	4.00 มาก	4	3.79 มาก	6	3.83 มาก	6
5. มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	3.88 มาก	5	3.73 มาก	6	3.81 มาก	6	4.00 มาก	3	3.89 มาก	5	3.89 มาก	4	3.87 มาก	5
6. มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3.38 ปานกลาง	9	3.53 มาก	9	3.61 มาก	9	3.42 ปานกลาง	9	3.89 มาก	6	3.58 มาก	9	3.59 มาก	9
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวก ไม่แออัด และมีที่จอดรถ	3.63 มาก	7	3.60 มาก	8	3.70 มาก	7	3.67 มาก	7	3.89 มาก	7	3.63 มาก	8	3.83 มาก	7
8. มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	3.31 ปานกลาง	10	3.53 มาก	10	3.63 มาก	8	3.58 มาก	8	3.44 ปานกลาง	10	3.53 มาก	10	3.63 มาก	8
9. ร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	3.78 มาก	6	3.73 มาก	7	3.82 มาก	4	3.83 มาก	5	3.89 มาก	8	3.89 มาก	5	3.89 มาก	4
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	2.50 ปานกลาง	11	2.87 ปานกลาง	12	2.73 ปานกลาง	11	2.83 ปานกลาง	11	2.78 ปานกลาง	11	3.16 ปานกลาง	11	2.57 ปานกลาง	11
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.25 น้อย	13	2.93 ปานกลาง	11	2.52 ปานกลาง	12	2.75 ปานกลาง	12	2.67 ปานกลาง	12	2.89 ปานกลาง	12	2.35 น้อย	12
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	2.28 น้อย	12	2.87 ปานกลาง	13	2.42 น้อย	13	2.67 ปานกลาง	13	2.44 น้อย	13	2.79 ปานกลาง	13	2.37 น้อย	13
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว	3.41 ปานกลาง	8	3.87 มาก	4	3.45 ปานกลาง	10	3.33 ปานกลาง	10	3.56 มาก	9	3.79 มาก	7	3.57 มาก	10
รวม	3.41 ปานกลาง		3.67 มาก		3.61 มาก		3.58 มาก		3.78 มาก		3.89 มาก		3.52 มาก	

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ พ่อบ้าน แม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา และอาชีพอิสระให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67 3.61 3.58 3.78 3.89 และ 3.52 ตามลำดับ) ส่วนอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

กลุ่มอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และเป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 3.91)

กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.20) เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และเป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 3.92)

กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.21) เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย

4.16) มีป้ายระบุงการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน และร้านค้าสามารถช่วยติดต่อบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.89)

กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.11) เครื่องโทรศัพท์หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ													
	ข้าราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		เจ้าของกิจการ		พ่อบ้าน แม่บ้าน		นักเรียน นักศึกษา		อาชีพอิสระ	
	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลความ	อันดับ
1. โพรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	4.09 มาก	2	4.13 มาก	2	4.10 มาก	2	4.17 มาก	3	4.33 มาก	1	4.26 มาก	1	4.13 มาก	1
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.16 มาก	1	4.20 มาก	1	4.15 มาก	1	4.33 มาก	1	4.33 มาก	2	4.16 มาก	2	4.07 มาก	2
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	4.03 มาก	3	4.07 มาก	3	4.09 มาก	3	4.17 มาก	4	4.33 มาก	3	4.11 มาก	4	4.04 มาก	3
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.59 มาก	10	3.73 มาก	9	3.75 มาก	9	3.83 มาก	7	3.89 มาก	9	3.84 มาก	7	3.72 มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูชานะมาสินค้า	3.63 มาก	9	3.67 มาก	10	3.69 มาก	10	3.83 มาก	8	3.78 มาก	10	3.74 มาก	10	3.65 มาก	10
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	3.91 มาก	4	4.00 มาก	6	3.96 มาก	6	3.67 มาก	10	4.11 มาก	4	3.84 มาก	8	4.00 มาก	4
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.88 มาก	6	4.00 มาก	7	3.94 มาก	7	3.75 มาก	9	4.11 มาก	5	4.00 มาก	6	3.91 มาก	7
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	3.91 มาก	5	4.07 มาก	4	4.00 มาก	5	4.17 มาก	5	4.11 มาก	6	4.11 มาก	5	3.98 มาก	5
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	3.88 มาก	7	4.07 มาก	5	4.01 มาก	4	4.25 มาก	2	4.11 มาก	7	4.16 มาก	3	3.98 มาก	6
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยตัวเองได้	3.75 มาก	8	3.87 มาก	8	3.79 มาก	8	4.08 มาก	6	4.00 มาก	8	3.79 มาก	9	3.83 มาก	8
รวม	3.84 มาก		3.93 มาก		3.91 มาก		4.00 มาก		4.11 มาก		4.00 มาก		4.02 มาก	

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84 3.93 3.91 4.00 4.11 4.00 และ 4.02 ตามลำดับ)

กลุ่มอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.16) โพรโมชันของ

ระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03)

กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09)

กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า และพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

กลุ่มอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี และพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า และพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบังคับจ้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย

4.13) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีศูนย์บริการรับแก้ไข ปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04)

4.4.5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตาม รายได้

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ (บาท)														
	ไม่เกิน 5,000			5,001-10,000			10,001-20,000			20,001-40,000			40,001 ขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปล ความ	อัน ดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ความ	อัน ดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ความ	อัน ดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ความ	อัน ดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ความ	อัน ดับ
1. รูปทรงของโทรศัพท์	3.85	มาก	5	3.91	มาก	6	3.89	มาก	5	3.73	มาก	7	3.73	มาก	8
2. สีของเครื่องที่มีความหลากหลาย	3.70	มาก	7	3.66	มาก	9	3.48	ปาน กลาง	11	3.39	ปาน กลาง	10	3.09	ปาน กลาง	11
3. ความสามารถในการรับสัญญาณของ โทรศัพท์เคลื่อนที่	4.00	มาก	2	4.27	มาก	1	4.16	มาก	2	4.27	มาก	1	4.18	มาก	1
4. สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้	3.44	ปาน กลาง	11	3.75	มาก	8	3.75	มาก	7	3.55	มาก	8	4.00	มาก	3
5. ถูกเล่นของเครื่อง เช่น เปลี่ยนเสียง เรียกเข้าเล่นเกมได้	3.59	มาก	9	3.39	มาก	11	3.67	มาก	10	3.27	ปาน กลาง	12	3.00	ปาน กลาง	12
6. บริการเสริมจากระบบ เช่น บริการส่ง ข้อความภาษาไทย	3.74	มาก	6	3.41	มาก	10	3.68	มาก	9	3.45	ปาน กลาง	9	3.73	มาก	9
7. ความสามารถในการเพิ่ม หน่วยความจำโดยใช้ Memory Card	3.19	ปาน กลาง	12	3.39	ปาน กลาง	12	3.39	ปาน กลาง	12	3.30	ปาน กลาง	11	3.64	มาก	10
8. ระบบปฏิบัติการของตัวเครื่อง	3.56	มาก	10	3.86	มาก	7	3.79	มาก	6	3.79	มาก	6	3.91	มาก	6
9. มีอุปกรณ์เสริมจำหน่ายครบ	3.70	มาก	8	4.11	มาก	4	3.73	มาก	8	3.82	มาก	5	3.91	มาก	7
10. บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มี ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	3.96	มาก	4	4.23	มาก	2	4.00	มาก	3	4.21	มาก	3	4.00	มาก	4
11. มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา	4.11	มาก	1	4.20	มาก	3	4.21	มาก	1	4.27	มาก	2	4.09	มาก	2
12. มีบริการซ่อม/แก้ไขรหัส เครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน	4.00	มาก	3	4.05	มาก	5	3.99	มาก	4	4.09	มาก	4	4.00	มาก	5
รวม	3.81	มาก		3.93	มาก		3.95	มาก		3.85	มาก		3.82	มาก	

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81 3.93 3.95 3.85 และ 3.82 ตามลำดับ)

กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน(ค่าเฉลี่ย 4.00) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

กลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.27) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.20)

กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และบริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มรายได้ 20,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และและมีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.27) บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

กลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสามารถในการรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.09) สามารถใช้กับอุปกรณ์สื่อสารอื่นได้ บริษัทผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบริการซ่อม/แก้ไขรหัสเครื่องโทรศัพท์ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยทางด้านราคา	รายได้ (บาท)														
	ไม่เกิน 5,000			5,001-10,000			10,001-20,000			20,001-40,000			40,001 ขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4.30	มาก	1	4.32	มาก	2	4.08	มาก	2	4.18	มาก	2	4.09	มาก	1
2. ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์	4.30	มาก	2	4.36	มาก	1	4.12	มาก	1	4.30	มาก	1	4.09	มาก	2
3. ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้รวม	4.07	มาก	5	4.16	มาก	3	4.00	มาก	3	4.12	มาก	3	4.00	มาก	3
4. ราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail	3.74	มาก	6	3.73	มาก	7	3.68	มาก	7	3.64	มาก	7	3.91	มาก	4
5. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน	3.74	มาก	7	3.84	มาก	6	3.71	มาก	6	3.85	มาก	5	3.91	มาก	5
6. สามารถต่อรองราคาได้	4.19	มาก	3	3.91	มาก	5	3.89	มาก	4	3.70	มาก	6	3.73	มาก	7
7. มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ	4.15	มาก	4	3.93	มาก	4	3.86	มาก	5	3.88	มาก	4	3.82	มาก	6
รวม	4.00	มาก		4.00	มาก		3.94	มาก		3.97	มาก		3.91	มาก	

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00 4.00 3.94 3.97 และ 3.91 ตามลำดับ)

กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

กลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้รวม (ค่าเฉลี่ย 4.16)

กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้รวม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มรายได้ 20,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.12)

กลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาของเครื่องโทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ และราคาค่าบริการของระบบโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ราคาของอุปกรณ์เสริมที่นำมาใช้ร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาค่าบริการเสริมของระบบที่บริการ เช่น Voice Mail และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.91)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจีพีเอสเอ็ม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ (บาท)														
	ไม่เกิน 5,000			5,001-10,000			10,001-20,000			20,001-40,000			40,001 ขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย	4.11	มาก	1	4.39	มาก	1	4.06	มาก	2	4.09	มาก	1	3.82	มาก	3
2. มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก	4.07	มาก	2	4.32	มาก	2	4.02	มาก	3	3.97	มาก	3	4.00	มาก	2
3. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	4.07	มาก	3	4.30	มาก	3	4.12	มาก	1	4.09	มาก	2	4.09	มาก	11
4. เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น Telewiz	3.85	มาก	5	4.00	มาก	4	3.78	มาก	6	3.85	มาก	5	3.64	มาก	6
5. มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน	3.93	มาก	4	3.95	มาก	5	3.79	มาก	5	3.82	มาก	6	3.82	มาก	4
6. มีการจัดสัดส่วนภายในร้านเป็นระเบียบสวยงาม	3.44	ปานกลาง	10	3.61	มาก	8	3.67	มาก	8	3.36	ปานกลาง	10	3.36	ปานกลาง	9
7. การเดินทางไปยังร้านสะดวกซื้อ แอชด์ และมีที่จอดรถ	3.63	มาก	8	3.77	มาก	7	3.72	มาก	7	3.73	มาก	7	3.55	มาก	7
8. มีการตกแต่งร้านด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย	3.52	มาก	9	3.57	มาก	9	3.62	มาก	9	3.39	ปานกลาง	9	3.45	ปานกลาง	8
9. ร้านค้าสามารถช่วยคิดค่าบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที	3.67	มาก	7	3.80	มาก	6	3.88	มาก	4	3.91	มาก	4	3.82	มาก	5
10. สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	2.96	ปานกลาง	11	2.68	ปานกลาง	11	2.71	ปานกลาง	11	2.61	ปานกลาง	11	2.64	ปานกลาง	12
11. มีบริการส่งถึงบ้านเมื่อใช้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์	2.85	ปานกลาง	12	2.55	ปานกลาง	12	2.47	น้อย	12	2.33	น้อย	13	2.64	ปานกลาง	13
12. มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	2.74	ปานกลาง	13	2.50	ปานกลาง	13	2.36	น้อย	13	2.39	น้อย	12	2.73	ปานกลาง	11
13. มีบริการติดต่อบริษัทสินเชื่อเพื่ออนุมัติการซื้อให้ลูกค้าที่รวดเร็ว	3.70	มาก	6	3.43	ปานกลาง	10	3.60	มาก	10	3.42	ปานกลาง	8	3.27	ปานกลาง	10
รวม	3.74	มาก		3.61	มาก		3.60	มาก		3.48	ปานกลาง		3.45	ปานกลาง	

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,0001 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74 3.61 และ 3.60 ตามลำดับ) ส่วนกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 20,001 ให้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48 และ 3.45 ตามลำดับ)

กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีป้ายระบุการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

กลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.12) เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

กลุ่มรายได้ 20,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย และมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และร้านค้าสามารถช่วยติดต่อการบริการจากบริษัทผู้ให้บริการระบบได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.91)

กลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากมายหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ เครื่องโทรศัพท์มือถือได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้														
	ไม่เกิน 5,000			5,001-10,000			10,001-20,000			20,001-40,000			40,001 ขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก	4.15	มาก	1	4.20	มาก	2	4.09	มาก	1	4.12	มาก	2	4.27	มาก	5
2. มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.11	มาก	2	4.23	มาก	1	4.09	มาก	2	4.15	มาก	1	4.45	มาก	1
3. มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า	4.07	มาก	3	4.11	มาก	3	4.08	มาก	3	4.03	มาก	3	4.18	มาก	6
4. การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.74	มาก	9	3.64	มาก	9	3.75	มาก	9	3.79	มาก	7	3.82	มาก	9
5. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดบูธแนะนำสินค้า	3.67	มาก	10	3.57	มาก	10	3.75	มาก	10	3.67	มาก	10	3.73	มาก	10
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวนมากหลายรุ่นและยี่ห้อให้เลือก	3.89	มาก	6	3.91	มาก	4	3.98	มาก	7	3.94	มาก	6	3.91	มาก	8
7. พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.89	มาก	7	3.91	มาก	5	4.02	มาก	6	3.73	มาก	8	4.00	มาก	7
8. พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ	3.93	มาก	5	3.86	มาก		4.07	มาก	4	4.00	มาก	4	4.36	มาก	3
9. พนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี	3.96	มาก	4	3.89	มาก	6	4.06	มาก	5	4.00	มาก	5	4.45	มาก	2
10. พนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้	3.89	มาก	8	3.75	มาก	8	3.82	มาก	8	3.70	มาก	9	4.36	มาก	4
รวม	3.89	มาก		3.86	มาก		4.00	มาก		3.94	มาก		4.09	มาก	

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89 3.86 4.00 3.94 และ 4.09 ตามลำดับ)

กลุ่มรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรโมชันของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

โปรแกรมชั้นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11)

กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โปรแกรมชั้นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก และมีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และพนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มรายได้ 20,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) โปรแกรมชั้นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีศูนย์บริการรับแก้ไขปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03)

กลุ่มรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการของแต่ละระบบอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และพนักงานขายสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานขายมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นยี่ห้อ และพนักงานขายสามารถตัดสินใจขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) และโปรแกรมชั้นของระบบโทรศัพท์ที่ใช้มีให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

4.5 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็มของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์สาเหตุของการเปลี่ยน ลักษณะการเลือกซื้อ บุคคลที่ช่วยตัดสินใจเลือกซื้อ สื่อที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ระบบบริการที่สนใจเลือกใช้ สาเหตุที่เลือกระบบดังกล่าว ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	154	77.0
ไม่เคย	46	23.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 46 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 77.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเครื่องโทรศัพท์ที่เคยเปลี่ยนในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

จำนวนเครื่องโทรศัพท์ที่เปลี่ยน	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	118	76.6
2 เครื่อง	27	17.5
มากกว่า 2 เครื่อง	9	5.9
รวม	154	100.0

จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีผู้ที่เคยเปลี่ยนจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.6 ผู้ที่เปลี่ยนจำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.5 และผู้เคยเปลี่ยนมากกว่า 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่เปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องรุ่นใหม่มีฟังก์ชันมากกว่า	76	49.4
เครื่องรุ่นใหม่มีขนาดเล็ก	54	35.1
เครื่องที่ใช้ยี่ห้อล้ำสมัย	49	31.8
ประสิทธิภาพสูงกว่าเครื่องรุ่นเก่า	44	28.6
เครื่องเสีย/ชำรุดบ่อย	41	26.6
ระบบปฏิบัติการของเครื่องใหม่ดีกว่า	30	19.5
เพื่อความทันสมัย	28	18.2
เปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน	25	16.2
สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นๆ ได้	25	16.2
ความสามารถในการบันทึกข้อมูล	22	14.3
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจากจำนวนผู้ที่เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา $n = 154$

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์ พบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวนมากที่สุดเนื่องจากเครื่องรุ่นใหม่มีฟังก์ชันมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาเนื่องจากเครื่องรุ่นใหม่มีขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 35.1 เครื่องที่ใช้ยี่ห้อล้ำสมัย คิดเป็นร้อยละ 31.8 ประสิทธิภาพสูงกว่าเครื่องรุ่นเก่า คิดเป็นร้อยละ 28.6 เครื่องเสีย/ชำรุดบ่อย คิดเป็นร้อยละ 26.6 ระบบปฏิบัติการของเครื่องใหม่ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 19.5 เพื่อความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 18.2 เปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานและสามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นๆ ได้ คิดเป็นร้อยละ 16.2 เท่ากัน และความสามารถในการบันทึกข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ลักษณะการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเครื่องใหม่ เบอร์เดิม	162	81.0
ซื้อเครื่องใหม่ เบอร์ใหม่	10	5.0
เครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ เบอร์เดิม	25	12.5
เครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ เบอร์ใหม่	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่ซื้อเครื่องใหม่ เบอร์เดิม คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาเป็นการซื้อแบบเครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ เบอร์เดิม คิดเป็นร้อยละ 12.5 ซื้อเครื่องใหม่ เบอร์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 5.0 และเครื่องเก่าแลกเครื่องใหม่ เบอร์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจมากที่สุด ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
คู่รักหรือแฟน	75	37.5
พนักงานขาย	31	15.5
สื่อโฆษณา	28	14.0
เพื่อน	26	13.0
บุคคลอื่น	21	10.5
บุตร	12	6.0
ผู้ปกครอง	7	3.5

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คำนวณร้อยละจาก $n = 200$

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์ พบว่า บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนมากที่สุดเป็นคู่รักหรือแฟนของผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 15.5 สื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 14.0

เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 13.0 บุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 10.5 บุตร คิดเป็นร้อยละ 6.0 และผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร	123	61.5
โฆษณาในโทรทัศน์	105	52.5
แผ่นพับของร้านค้า	81	40.5
พนักงานแนะนำสินค้า	63	31.5
อินเทอร์เน็ต	43	21.5
รายการวิทยุ	13	6.5
ป้ายคัดเอาต์	10	5.0
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจาก $n = 200$

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นว่าสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นโฆษณาในโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 52.5 แผ่นพับของร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 40.5 พนักงานแนะนำสินค้า คิดเป็นร้อยละ 31.5 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายการวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 6.5 และป้ายคัดเอาต์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการคิดเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอีก 1 ปีข้างหน้า

การเปลี่ยนโทรศัพท์	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าจะเปลี่ยน	105	52.5
ไม่แน่ใจ	75	37.5
คิดว่าจะไม่เปลี่ยน	20	10.0
	200	100.0

จากตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์พบว่า ในอีก 1 ปีข้างหน้าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่คิดว่าจะเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมายังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และไม่คิดจะเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่คิดจะซื้อครั้งต่อไป

ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
GSM Advance	142	71.0
One – 2 call	26	13.0
Hutch	16	8.0
ยังไม่แน่ใจ	7	3.5
GSM 1800	3	1.5
Thai Mobile	3	1.5
Orange Talk Plan	3	1.5
ยี่ห้ออื่นๆ	-	-
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดจะซื้อเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งต่อไป ส่วนใหญ่เลือกซื้อระบบ GSM Advance คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาเป็นระบบ One-2-call คิดเป็นร้อยละ 13.0 ระบบ Hutch คิดเป็นร้อยละ 8.0 และระบบอื่น ๆ เช่น GSM 1800 Thai Mobile และ Orange Just Talk คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีผู้ที่ยังไม่ได้ตัดสินใจร้อยละ 3.5

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM Advance

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี	140	98.6
มีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น	89	62.7
มีบริการหลังการขายดี	58	40.8
สามารถใช้งานด้านมัลติมีเดีย	48	33.8
ตัวเครื่องมีความทนทาน	24	16.9
มีบริการเสริมโดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม	23	16.2
มีศูนย์บริการด้านงานซ่อมมาก	19	13.4
สามารถเพิ่ม SOFTWARE ได้	17	12.0
ความถี่ไม่เป็นอันตรายต่อสมอง	8	5.6
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละจาก $n = 142$

จากตารางที่ 54 พบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM Advance ส่วนใหญ่เนื่องจากความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี คิดเป็นร้อยละ 98.6 รองลงมา มีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 62.7 มีบริการหลังการขายดี คิดเป็นร้อยละ 40.8 สามารถใช้งานด้านมัลติมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 33.8 ตัวเครื่องมีความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 16.9 มีบริการเสริมโดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.2 มีศูนย์บริการด้านงานซ่อมมาก คิดเป็นร้อยละ 13.4 สามารถเพิ่ม Software ได้ คิดเป็นร้อยละ 12.0 และความถี่ไม่เป็นอันตรายต่อสมอง คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบอื่นที่ไม่ใช่ GSM Advance

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี	20	34.5
มีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น	11	19.0
มีบริการเสริมโดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม	10	17.2
สามารถใช้งานด้านมัลติมีเดีย	5	8.6
มีบริการหลังการขายดี	3	5.2
ตัวเครื่องมีความทนทาน	2	3.4
มีศูนย์บริการด้านงานซ่อมมาก	1	1.7
ความถี่ไม่เป็นอันตรายต่อสมอง	-	-
สามารถเพิ่ม SOFTWARE ได้	-	-
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละจาก $n = 58$

จากตารางที่ 55 พบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบต่าง ๆ จำนวนมากที่สุดเนื่องจากความสามารถในการรับ-ส่งสัญญาณดี คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา มีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 19.0 มีบริการเสริมโดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.2 สามารถใช้งานด้านมัลติมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 8.6 มีบริการหลังการขายดี คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตัวเครื่องมีความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 3.4 มีศูนย์บริการด้านงานซ่อมมาก คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ