

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 29 ปี มากที่สุด รองลงมา มีอายุระหว่าง 18 – 21 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมา เป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 8,000 บาทมากที่สุด รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด รองลงมา มี 2 เครื่อง มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาประเภท MP.3 มากที่สุด รองลงมา มีเครื่องเล่นประเภท MP.4 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด รองลงมา มียี่ห้อ Apacer ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด รองลงมา ซื้อยี่ห้อ Apacer ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี มากที่สุด รองลงมา ซื้อในช่วง 1 – 2 ปี ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา ซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มากที่สุด รองลงมา ราคาไม่เกิน 2,000 บาท ขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด รองลงมา 512 MB หรือต่ำกว่า ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่ายมากที่สุด รองลงมา ทราบข้อมูลจากคำแนะนำของเพื่อน ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเองมากที่สุด รองลงมา ได้แก่เพื่อน

วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาได้แก่เพื่อประโยชน์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ที่จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) และยี่ห้อ Apacer มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี และ 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากคำแนะนำของเพื่อน ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ที่จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	เพศ	
	ชาย	หญิง
จำนวนเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	1 เครื่อง ร้อยละ 83.2	1 เครื่อง ร้อยละ 76.7
ประเภทเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 65.0	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 75.5
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	Apacer ร้อยละ 17.7	Apple (iPod) ร้อยละ 19.8
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อล่าสุด	Apacer และ Apple (iPod) ร้อยละ 17.5 เท่ากัน	Apple (iPod) ร้อยละ 20.9
เวลาที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาเครื่องล่าสุด	6 เดือน – 1 ปี และ 1 – 2 ปี ร้อยละ 30.7 เท่ากัน	1– 2 ปี ร้อยละ 37.4
แหล่งที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้า ร้อยละ 46.0	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 41.7
ราคาเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อ	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 41.6	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 41.7
ขนาดความจุเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	1 – 3 GB. ร้อยละ 56.2	1 – 3 GB. ร้อยละ 65.0
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 26.8	คำแนะนำของเพื่อน ร้อยละ 25.7
ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 63.3	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 49.8
วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 73.0	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 66.3

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ที่จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 21 ปี มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคาไม่เกิน 2,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 22 – 25 ปี มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Sony และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Sony มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้า และ ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากคำแนะนำของเพื่อน ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 29 ปี มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากคำแนะนำของเพื่อนและอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 33 ปี มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มี

ขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่
จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัล
แบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามอายุ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	อายุ			
	18-21 ปี	22-25 ปี	26-29 ปี	30-33 ปี
จำนวนเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	1 เครื่อง ร้อยละ 86.4	1 เครื่อง ร้อยละ 93.0	1 เครื่อง ร้อยละ 77.2	1 เครื่อง ร้อยละ 78.7
ประเภทเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 64.2	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 82.5	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 72.3	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 65.6
ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	Apple (iPod) ร้อยละ 19.1	Sony ร้อยละ 23.4	Apple (iPod) ร้อยละ 19.5	Apple (iPod) ร้อยละ 16.2
ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อล่าสุด	Apple (iPod) ร้อยละ 19.8	Sony ร้อยละ 24.6	Apple (iPod) ร้อยละ 21.8	Apple (iPod) ร้อยละ 16.4
เวลาที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาเครื่องล่าสุด	ไม่เกิน 6 เดือน และ 1 – 2 ปี ร้อยละ 29.6 เท่ากัน	6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 35.1	6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 35.6	1–2 ปี ร้อยละ 32.8
แหล่งที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 45.7	ห้างสรรพสินค้า และ ร้านตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 42.1 เท่ากัน	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 43.5	ร้านตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 39.3

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	อายุ			
	18-21 ปี	22-25 ปี	26-29 ปี	30-33 ปี
ราคาเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อ	ไม่เกิน 2,000 บาท ร้อยละ 45.7	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 40.4	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 44.6	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 41.0
ขนาดความจุเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	1 – 3 GB. ร้อยละ 60.5	1 – 3 GB. ร้อยละ 68.4	1 – 3 GB. ร้อยละ 55.4	1 – 3 GB. ร้อยละ 63.9
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 27.2	คำแนะนำของเพื่อน ร้อยละ 27.1	คำแนะนำของเพื่อน และ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.1 เท่ากัน	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 29.2
ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 48.7	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 44.8	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 62.3	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 64.0
วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 59.3	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 73.7	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 77.2	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 65.6

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ที่จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 - 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคาไม่เกิน 2,000 บาท และ 2,001 - 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย และอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Creative และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) และยี่ห้อ Creative มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน - 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้า และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 - 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Sony และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Sony มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน - 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้า และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 - 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจส่วนตัว มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และยี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) และยี่ห้อ Apacer มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วงไม่เกิน 6 เดือน และ 1 - 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัล

แบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูล
เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และ
วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำนวน 1 เครื่อง
มากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่อง
เล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apacer มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบ
พกพาล่าสุดในช่วงไม่เกิน 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจาก
ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาด
ความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่
จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัล
แบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	อาชีพ					รับจ้าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว		
จำนวนเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	1 เครื่อง ร้อยละ 80.6	1 เครื่อง ร้อยละ 84.4	1 เครื่อง ร้อยละ 76.9	1 เครื่อง ร้อยละ 89.7	1 เครื่อง ร้อยละ 100.0	
ประเภทเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 77.8	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 63.5	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 75.0	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 69.0	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 53.3	
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	Apple (iPod) ร้อยละ 20.0	Creative ร้อยละ 18.5	Sony ร้อยละ 23.0	Apple(iPod) และ Apacer ร้อยละ 23.4 เท่ากัน	Apacer ร้อยละ 26.7	
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อล่าสุด	Apple (iPod) ร้อยละ 20.4	Apple(iPod) และ Creative ร้อยละ 18.8 เท่ากัน	Sony ร้อยละ 23.1	Apple (iPod) และ Apacer ร้อยละ 23.4 เท่ากัน	Apacer ร้อยละ 26.7	
เวลาที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา เครื่องล่าสุด	1 – 2 ปี ร้อยละ 34.3	6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 33.3	6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 44.2	ไม่เกิน 6 เดือน และ 1–2 ปี ร้อยละ 34.5 เท่ากัน	6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 46.7	
แหล่งที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 44.5	ร้านตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 43.8	ร้านตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 48.1	ร้านตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 37.9	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 40.0	

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	อาชีพ					รับจ้าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว		
ราคาเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อ	ไม่เกิน 2,000 บาทและ 2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 34.3 เท่ากัน	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 44.8	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 51.9	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 39.7	2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 46.6	
ขนาดความจุเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	1 – 3 GB. ร้อยละ 62.0	1 – 3 GB. ร้อยละ 59.4	1 – 3 GB. ร้อยละ 63.5	1 – 3 GB. ร้อยละ 58.6	1 – 3 GB. ร้อยละ 60.0	
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านค้าที่จำหน่ายและอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.9	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 24.9	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 28.6	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 26.8	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 31.6	
ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 60.9	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 49.6	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 55.1	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 70.0	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 55.5	
วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 73.2	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 62.5	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 67.3	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 82.8	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 66.7	

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ที่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apacer มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001- 15,000 บาท มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Sony และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Sony มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้า และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001- 25,000 บาท มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และ Sony และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Sony มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน – 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้า และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคำแนะนำของเพื่อน ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001- 35,000 บาท มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และยี่ห้อ Apacer และซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 6 เดือน - 1 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นสื่อ

ดิจิทัลแบบพกพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 35,001- 45,000 บาท มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 2,001 – 4,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากร้านค้าที่จำหน่าย ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001- 55,000 บาท มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apple (iPod) และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ Apple (iPod) มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคา 8,001 บาทขึ้นไป มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากคำแนะนำของเพื่อน ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาคือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 55,000 บาท มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจำนวน 1 เครื่องมากที่สุด ส่วนมากเป็นประเภท MP.3 มีเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพายี่ห้อ Apacer และยี่ห้อ LG และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดยี่ห้อ LG มากที่สุด ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาล่าสุดในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และซื้อเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาในราคาไม่เกิน 2,000 บาท มีขนาดความจุ 1-3 GB มากที่สุด ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพาจากอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวเอง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นดิจิทัลแบบพกพา คือเพื่อความบันเทิงมากที่สุด

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามระดับรายปีต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	ระดับรายปีต่อเดือน						
	ไม่เกิน 8,000 บาท	8,001 -15,000 บาท	15,001 -25,000 บาท	25,001 -35,000 บาท	35,001 -45,000 บาท	45,001 -55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท
จำนวนเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	1 เครื่อง ร้อยละ 89.8	1 เครื่อง ร้อยละ 78.3	1 เครื่อง ร้อยละ 79.7	1 เครื่อง ร้อยละ 83.3	1 เครื่อง ร้อยละ 88.2	1 เครื่อง ร้อยละ 80.0	1 เครื่อง ร้อยละ 60.0
ประเภทเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 64.3	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 75.0	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 73.9	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 80.6	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 64.7	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 70.0	เครื่องเล่น MP.3 ร้อยละ 60.0
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มี	Apacer ร้อยละ 18.1	Sony ร้อยละ 23.2	Apple (iPod) และ Sony ร้อยละ 19.7	Apple (iPod) และ Apacer ร้อยละ 22.0	Apple (iPod) ร้อยละ 21.0	Apple (iPod) ร้อยละ 40.0	Apacer และ LG ร้อยละ 25.0
ยี่ห้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อล่าสุด	Apacer ร้อยละ 19.4	Apacer และ Sony ร้อยละ 20.0	Sony ร้อยละ 21.7	Apple (iPod) ร้อยละ 25.0	Apple (iPod) ร้อยละ 23.5	Apple (iPod) ร้อยละ 40.0	LG ร้อยละ 30.0

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	ระดับรายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 8,000 บาท	8,001 -15,000 บาท	15,001 -25,000 บาท	25,001 -35,000 บาท	35,001 -45,000 บาท	45,001 -55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท
เวลาที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา เครื่องล่าสุด	1-2 ปี ร้อยละ 34.7	6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 41.7	6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 37.7	6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 36.1	1-2 ปี ร้อยละ 35.3	1-2 ปี ร้อยละ 40.0	1-2 ปี ร้อยละ 70.0
แหล่งที่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 44.9	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 46.7	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 44.9	ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 66.7	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 47.1	ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 40.0	ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ในศูนย์การค้า ร้อยละ 60.0
ราคาเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่ซื้อ	2,001-4,000 บาท ร้อยละ 42.8	2,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 45.0	2,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 43.5	2,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 38.9	2,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 47.1	8,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 30.0	ไม่เกิน 2,000 บาท ร้อยละ 40.0
ขนาดความจุเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	1 - 3 GB. ร้อยละ 58.2	1 - 3 GB. ร้อยละ 60.0	1 - 3 GB. ร้อยละ 62.3	1 - 3 GB. ร้อยละ 72.2	1 - 3 GB. ร้อยละ 47.1	1 - 3 GB. ร้อยละ 50.0	1 - 3 GB. ร้อยละ 80.0

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละสูงสุดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมารการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม	ระดับรายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 8,000 บาท	8,001 -15,000 บาท	15,001 -25,000 บาท	25,001 -35,000 บาท	35,001 -45,000 บาท	45,001 -55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 27.4	ร้านค้าที่จำหน่าย ร้อยละ 28.6	คำแนะนำของเพื่อน ร้อยละ 26.6	อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 26.7	ร้านค้าที่จำหน่าย และ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.6	คำแนะนำของเพื่อน ร้อยละ 33.3	อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.8
ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 48.6	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 51.2	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 61.9	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 62.0	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 69.6	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 61.5	ตัดสินใจเอง ร้อยละ 69.2
วัตถุประสงค์หลักในการใช้เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 62.2	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 70.0	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 76.8	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 80.6	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 64.7	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 80.0	เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 40.0

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องคุณภาพเสียงมากที่สุด รองลงมาเรื่องแบตเตอรี่ใช้งานได้นานหลายชั่วโมง และตัวเครื่องมีความทนทาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่องระดับราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้ามากที่สุด รองลงมาเรื่องราคาถูก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย เรื่องร้านค้ามีการให้ทดสอบสินค้าก่อนซื้อ และมีบริการหลังการขายจากร้านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาเรื่องเป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการโดยตรง และร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องพนักงานมีความรู้ในการแนะนำสินค้ามากที่สุด รองลงมาเรื่องมีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ และมีการลดราคา ส่วนลดพิเศษ และมีของแถม ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 18 - 21 ปี อายุ 22 - 25 ปี และ อายุ 26 - 29 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 30 - 33 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียนนักศึกษา และรับจ้าง ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 10 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 8,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 – 15,000 บาท และ 35,001 – 45,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 55,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญเท่ากัน

ตารางที่ 90 สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ความสำคัญ	ระดับ ความสำคัญ
1	คุณภาพเสียง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.56	มากที่สุด
2	แบตเตอรี่ใช้งานได้นานหลายชั่วโมง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.32	มาก
3	ระดับราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า	ด้านราคา	4.31	มาก
4	ตัวเครื่องมีความทนทาน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	มาก
5	สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นได้สะดวก	ด้านผลิตภัณฑ์	4.27	มาก
6	ใช้งานง่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	มาก
6	รูปแบบ รูปทรง สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	มาก
7	ขนาดความจุ (หน่วยความจำ)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	มาก
8	ร้านค้ามีการให้ทดสอบสินค้าก่อนซื้อ	ด้านการจัดจำหน่าย	4.17	มาก
8	มีบริการหลังการขายจากร้านตัวแทนจำหน่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	4.17	มาก
9	พนักงานมีความรู้ในการแนะนำสินค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.04	มาก
10	สี สัน สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	มาก
11	มีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	มาก
11	มีการลดราคา ส่วนลดพิเศษ และมีของแถม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	มาก
12	พนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00	มาก
13	ขนาดของเครื่อง	ด้านผลิตภัณฑ์	3.99	มาก
14	ระยะเวลาในการรับประกันสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	มาก
15	มีฟังก์ชันการใช้งานหลากหลาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	มาก
16	น้ำหนักของเครื่อง	ด้านผลิตภัณฑ์	3.78	มาก
17	ตราชื่อ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.76	มาก
17	เป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการโดยตรง	ด้านการจัดจำหน่าย	3.76	มาก
18	ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.73	มาก
19	สามารถบันทึกเสียงได้	ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	มาก
20	ราคาถูก	ด้านราคา	3.60	มาก
21	ร้านจำหน่ายตั้งอยู่ในศูนย์การค้า, ห้างสรรพสินค้า, โมเดิร์นเทรด	ด้านการจัดจำหน่าย	3.59	มาก

ตารางที่ 90 สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ความสำคัญ	ระดับ ความสำคัญ
22	มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	มาก
23	มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก
24	มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ นิตยสาร แผ่นพับ ป้ายโฆษณา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42	ปานกลาง
25	สามารถฟังวิทยุ FM ได้	ด้านผลิตภัณฑ์	3.36	ปานกลาง
26	มีการจัดกิจกรรม เช่น ออกบูธแนะนำสินค้า ร่วมงานแสดงสินค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.32	ปานกลาง
27	มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	ปานกลาง
28	ประเทศผู้ผลิตสินค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	3.19	ปานกลาง
29	มีเมนูภาษาไทย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.16	ปานกลาง
30	สามารถเล่นเกมได้	ด้านผลิตภัณฑ์	2.75	ปานกลาง
31	มีการจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	ด้านการจัดจำหน่าย	2.71	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆ ของส่วนประสมการตลาดทั้งหมด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องคุณภาพเสียงมากที่สุด รองลงมาเรื่องแบตเตอรี่ใช้งานได้นานหลายชั่วโมง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อีกเช่นกัน เรื่องระดับราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า เป็นปัจจัยด้านราคา ตัวเครื่องมีความทนทาน สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นได้สะดวก ใช้งานง่าย รูปแบบ รูปทรง สวยงามขนาดความจุ (หน่วยความจำ) ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ร้านค้ามีการให้ทดสอบสินค้าก่อนซื้อ และมีบริการหลังการขายจากร้านตัวแทนจำหน่าย เป็นปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายตามลำดับ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญส่วนมากเป็นปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องมีเมนูภาษาไทย สามารถเล่นเกมได้ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และเรื่องมีการจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อ ดิจิตอลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลโดยใช้ทฤษฎี ส่วนประสมการตลาด และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับ มากที่สุด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดในระดับมาก และให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษากง กนกกาญจน์ จันทกาศ (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจซื้อในทุกปัจจัย ในระดับปานกลาง สาเหตุที่ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากการที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็น สินค้าที่ใช้เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับสินค้า และมีจำหน่าย แพร่หลายมานานมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับปานกลาง เท่ากัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดในระดับน้อย สาเหตุที่ผล การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากการที่ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าคนละประเภทกัน ผู้ตอบ แบบสอบถามจึงให้ความสำคัญในระดับที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพเสียง รองลงมาคือ แบตเตอรี่ใช้งานได้นานหลายชั่วโมง และตัวเครื่องมีความทนทาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของ กงกนกกาญจน์ จันทกาศ (2548) ที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สาเหตุที่ผลการศึกษานี้ไม่ สอดคล้องกันอาจเกิดจากการที่ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าคนละประเภทกัน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลารับประกัน สาเหตุที่ผล การศึกษานี้ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากการที่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล มีอายุการใช้งานนานกว่า เครื่องเล่นสื่อดิจิตอลแบบพกพาทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระยะเวลารับประกัน มากกว่าเรื่องอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า รองลงมา คือ ราคาถูก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกกาญจน์ จันทกาศ (2548) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการนำระบบการผ่อนชำระมาใช้ ทั้งนี้อาจเกิดจากโดยทั่วไปโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาสูงกว่า เครื่องเล่น สื่อดิจิทัลแบบพกพา จึงทำให้ลูกค้าสนใจเรื่องการผ่อนชำระมากกว่า เรื่องราคาที่เหมาะสม แต่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ร้านค้ามีการให้ทดสอบสินค้าก่อนซื้อ รองลงมา คือ มีบริการหลังการขายจากร้านตัวแทนจำหน่าย และเป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการโดยตรง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ กนกกาญจน์ จันทกาศ (2548) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งร้านค้าจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้อาจเกิดจาก เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคน้อยกว่า และไม่ได้ซื้อบ่อยครั้งเท่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับเรื่องการให้บริการของทางร้าน มากกว่า สถานที่ตั้งของร้าน แต่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องเป็นการตัวแทนจำหน่ายโดยตรง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ในการแนะนำสินค้า รองลงมา คือ มีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ และมีการลดราคา ส่วนลดพิเศษ และมีของแถม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกกาญจน์ จันทกาศ (2548) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีการแถมเมื่อซื้อสินค้าในร้านครบตามกำหนด และการลดราคาหรือแจกของแถมในช่วงเทศกาล และมีความสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการแนะนำสินค้า และการได้ชมหรือทดลองสินค้าตัวอย่าง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

จากข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

1. ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 42.3 แต่ซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาจากอินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 2.7
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพามากกว่า 1 เครื่อง จำนวนร้อยละมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และนิยมซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่มีราคาถูกมากกว่าเพศชาย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 29 ปี เป็นกลุ่มที่มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพามากกว่า 1 เครื่องมากที่สุด และนิยมซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลที่มีราคาสูงมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุอื่น
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง ส่วนมากนิยมซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลที่มีราคาต่ำ มากกว่า เครื่องที่มีราคาสูง

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพเสียงในระดับมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับมาก
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเรื่องร้านค้ามีการให้ทดสอบสินค้าก่อนซื้อ และมีบริการหลังการขายจากร้านตัวแทนจำหน่ายมากกว่าเพศชาย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญเรื่องสามารถเล่นเกมได้ และ เรื่องการมีจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 33 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับน้อย
4. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญเรื่องราคาถูก ในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 33 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลาง

5. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุส่วนมากให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 – 33 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลาง
6. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญเรื่องระดับราคาเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้าในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับมากที่สุด
7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับเรื่องพนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพ มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับเรื่องพนักงานมีความรู้ในการแนะนำสินค้ามากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างให้ความสำคัญกับเรื่องมีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ มากที่สุด
8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ให้ความสำคัญกับเรื่องใช้งานง่ายในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับประเทศผู้ผลิตสินค้าในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญที่น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น เนื่องจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา มีทั้งส่วนผู้ผลิต และ ผู้จัดจำหน่าย จึงมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ดังนี้

ข้อเสนอแนะแก่ผู้ผลิตเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรเน้นเรื่องคุณภาพเสียงเป็นอันดับแรก และควรพัฒนาให้แบตเตอรี่ใช้งานได้ยาวนานมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์ควรได้รับการออกแบบให้มีความทนทาน มีอายุการใช้งานนาน และไม่เสียบง่ายจนเกินไป ควรพัฒนาให้เชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นๆ ได้โดยสะดวก

และออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย ควรออกแบบให้มีรูปทรง และสีที่สวยงาม และขนาดหน่วยความจำให้เลือกหลายขนาด นอกจากนี้ยังควรมีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ เช่นหูฟัง และ ซองใส่เครื่องเล่น สายชาร์ตแบตเตอรี่ให้เป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่ไม่ต้องจัดหาเพิ่มเติม นอกจากนี้ควรเว้นระยะห่างการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ให้มีระยะห่างพอสมควร เพื่อไม่ให้ตกรุ่นเร็ว ในส่วนความสามารถเรื่องการเล่นเกมส์ และการฟังวิทยุนั้นอาจไม่จำเป็นต้องบรรจุลงในเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา หรือหากบรรจุก็ไม่จำเป็นต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากเป็นความสามารถที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยกว่าเรื่องอื่นๆ

2. ด้านราคา ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องเน้นให้มีราคาถูก แต่ควรเน้นให้ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ดังนั้นจึงควรเลือกวัสดุ ชิ้นส่วนต่างๆ ที่นำผลิตที่มีคุณภาพดี การประกอบที่ประณีต มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งให้แก่ผู้จัดจำหน่าย ไม่ควรเน้นการผลิตที่เน้นต้นทุนต่ำ โดยละเลยเรื่องคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องราคาถูกเป็นอันดับแรก แต่ให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพมากกว่า

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ฝ่ายขายของผู้ผลิตควรมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างถ่องแท้ ทั้งในส่วนของคุณสมบัติของเครื่อง วิธีการใช้ วิธีการบำรุงรักษา และการแก้ปัญหาเบื้องต้นในกรณีที่เครื่องมีปัญหา ข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะแนะนำสินค้าได้อย่างถูกต้องให้แก่ผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายเกิดความเข้าใจ และเสนอข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ผลิตควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ความรู้ ประโยชน์ และวิธีการใช้ รวมไปถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของเครื่องแต่ละรุ่น ทางสื่อต่างๆ ทั้งในส่วนนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยอาจเปิดเว็บไซต์ขึ้นโดยเฉพาะ เพื่อเป็นช่องทางโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ให้แก่ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อประกอบการพิจารณาเลือกซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

4. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิต ควรเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีศักยภาพ ที่จะสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะแก่ผู้จัดจำหน่ายเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่าย ควรเลือกเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่จะนำมาจำหน่าย ให้มีวางจำหน่ายหลากหลายแบบ เพื่อให้ผู้ซื้อได้มีตัวเลือก ตามความต้องการที่แตกต่างกัน ทั้งคุณสมบัติของเครื่อง รูปลักษณะ สี แบบ ขนาดของตัวเครื่อง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาที่เลือกมาจำหน่าย ควรมีระยะเวลารับประกันจากผู้ผลิต และควรเว้นระยะห่างการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ให้มีระยะห่างพอสมควร เพื่อไม่ให้ตกรุ่นเร็วจนเกินไป

2. ด้านราคา ราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 2,001 – 4,000 บาท อย่างไรก็ตาม ผู้จัดจำหน่ายควรมีสินค้า ที่มีหลายระดับราคาให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ โดยไม่จำเป็นต้องเน้นราคาถูก แต่ควรเลือกสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมาจำหน่าย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่พนักงานขายเพื่อที่จะสามารถแนะนำสินค้าได้อย่างถูกต้องเนื่องจากพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคทราบข้อมูลจากร้านค้าที่จำหน่าย และควรฝึกอบรมด้านการบริการพนักงานขายเพื่อให้มีอรรถาศัยดี มีความสุภาพ นอกจากนี้ทางร้านค้าควรมีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ และมีการลดราคา ให้ส่วนลดพิเศษ แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อมากยิ่งขึ้น ในส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูล ความรู้ ประโยชน์ และวิธีการใช้ ผลิตภัณฑ์ทางช่องทางต่างๆ ทั้งในส่วนนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากหาข้อมูลจากช่องทางนี้ ผู้จัดจำหน่ายจึงควรเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการและครบถ้วนเกี่ยวกับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ทั้งในส่วนข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ความรู้ ประโยชน์ วิธีการใช้งาน รวมไปถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของเครื่องแต่ละรุ่น โดยอาจเปิดเว็บไซต์ขึ้นโดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูล และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก มีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ และ เกิดการซื้อในที่สุด

4. ด้านการจัดจำหน่าย ร้านค้าควรมีเครื่องตัวอย่าง หรือมีการให้ทดลอง และทดสอบสินค้า ก่อนซื้อ และควรมีบริการหลังการขายจากร้านค้าตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้หากร้านค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และเป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียง ก็จะทำให้ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ในส่วนทำเลที่ตั้งหากตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า หรือ โมเดิร์นเทรด จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า มากยิ่งขึ้น สำหรับช่องทางจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้จัดจำหน่ายควรมีไว้รองรับ แต่ยังไม่ควรทุ่มความสนใจให้มากนัก เพราะถึงแม้ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ

เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาทางอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก แต่ยังมีการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสัดส่วนที่น้อย

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน นอกจากการดำเนินการข้างต้น ผู้จัดจำหน่ายควรดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. ลูกค้าเพศชาย ให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพเสียงเป็นเรื่องหลัก ดังนั้นควรแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการปรับแต่งเสียงในแบบต่างๆ ได้หลากหลาย มีลูกเล่นของระบบเสียงหลายแบบ ตามความต้องการของผู้ใช้ ให้แก่ลูกค้าเพศชาย

2. ลูกค้าเพศหญิง มีแนวโน้มที่จะมีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพามากกว่า 1 เครื่องมากกว่าเพศชาย ดังนั้นจึงสามารถแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าเพศหญิงได้ แม้จะทราบว่ามิในครอบครองแล้ว และควรเน้นแนะนำ สินค้าที่มีราคาไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีโอกาสที่ลูกค้าเพศหญิงจะซื้อสินค้าที่มีราคาไม่เกิน 4,000 บาทมากกว่า นอกจากนี้ควรจัดให้มีการให้ทดลอง และทดสอบสินค้าก่อนซื้อ การมีบริการหลังการขายจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเป็นเรื่องที่เพศหญิงให้ความสำคัญมาก

3. ลูกค้าอายุ 26 – 29 ปี เป็นกลุ่มที่มีเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพามากกว่า 1 เครื่องมากที่สุด และซื้อในราคาสูงมากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น ดังนั้นร้านค้าอาจแนะนำสินค้านวัตกรรม หรือ สินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากอาจซื้อเป็นเครื่องที่ 2 หรือ เครื่องที่สาม และมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาสูง

4. ลูกค้าอายุ 30 -33 ปี ให้ความสำคัญกับเรื่องราคาร้อยกว่าลูกค้าวัยอื่นๆ ดังนั้นไม่ควรใช้กลยุทธ์ด้านราคา แต่ควรเน้นเรื่องบริการ เช่นการมีสินค้าให้ทดสอบก่อนซื้อ และการมีบริการหลังการขาย ในส่วนความสามารถด้านการเล่นเกมส์ ลูกค้ากลุ่มนี้ให้ความสนใจน้อย จึงไม่จำเป็นต้องแนะนำสินค้านวัตกรรมที่เน้นความสามารถด้านนี้แก่ลูกค้าที่มีอายุ 30 – 33 ปี

5. ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง ควรเน้นให้มีพนักงานขายที่มีความรู้ในการแนะนำข้อมูลสินค้าที่ถูกต้องให้แก่ลูกค้า และควรมีการแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ ให้ ด้วย นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มนี้ราคาของสินค้าควรจะมีเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่ควรมีราคาแพงจนเกินไป

6. ลูกค้าที่มีรายได้สูง ควรเน้นแนะนำสินค้านวัตกรรมที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และยุ่งยากจนเกินไป และหากประเทศผู้ผลิตสินค้ามีความน่าเชื่อถือจะเป็นการดีมากต่อลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องประเทศผู้ผลิตสินค้าสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ