

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ยี่ห้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ ราคาของแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ สถานที่ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ เหตุผลของการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	140	46.67
หญิง	160	53.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.33 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	2	0.67
21 – 25 ปี	64	21.33
26 – 30 ปี	110	36.67
31 – 35 ปี	56	18.67
36 – 40 ปี	44	14.67
41 – 45 ปี	11	3.67
46 – 50 ปี	8	2.67
มากกว่า 50 ปี	5	1.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.67 อายุ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.33 อายุ 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.67 อายุ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.67 อายุ 41 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.67 อายุ 46 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.67 อายุ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.67 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	10	3.33
ปวส. หรือ อนุปริญญา	15	5.00
ปริญญาตรี	182	60.67
สูงกว่าปริญญาตรี	93	31.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.67 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.00 ปวส. หรือ อนุปริญญาคิดเป็นร้อยละ 5.00 ไม่เกินระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	13	4.33
ข้าราชการ	23	7.67
ธุรกิจส่วนตัว	79	26.33
ลูกจ้าง/เอกชน	174	58.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ ลูกจ้าง/เอกชน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 26.33 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 7.67 นักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 4.33 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	19	6.33
10,001 – 20,000 บาท	26	8.67
20,001 – 30,000 บาท	121	40.33
30,001 – 40,000 บาท	83	27.67
40,000 บาท ขึ้นไป	51	17.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.33 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.67 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.33 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.67 40,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในปัจจุบัน

ยี่ห้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
Apple (iPad)	172	57.33
Samsung	82	27.33
Asus	10	3.33
Dell	5	1.67
Acer	22	7.33
HTC	1	0.33
อื่น ๆ.....	8	2.67

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ Toshiba 2 เครื่อง และ Sony 6 เครื่อง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Apple (iPad) คิดเป็นร้อยละ 57.33 Samsung คิดเป็นร้อยละ 27.33 Asus คิดเป็นร้อยละ 3.33 Dell คิดเป็นร้อยละ 1.67 Acer คิดเป็นร้อยละ 7.33 HTC คิดเป็นร้อยละ 0.33 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในปัจจุบัน

ราคาแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	8	2.67
10,001 – 15,000 บาท	34	11.33
15,001 – 20,000 บาท	124	41.33
20,001 – 25,000 บาท	83	27.67
มากกว่า 25,000 บาท	51	17.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ราคาแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในปัจจุบัน ราคา 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.33 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.67 มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.33 ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

สถานที่ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์หรือร้านจำหน่ายสมาร์ทโฟนในศูนย์การค้า	145	48.33
แผนกเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้า เช่น Power Buy	19	6.33
ร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรงของแต่ละยี่ห้อ เช่น iStudio	44	14.67
ผู้แทนจำหน่ายในนามบริษัทผู้ให้บริการระบบสัญญาณ เช่น AIS, DTAC, True เป็นต้น	34	11.33
ศูนย์รวมจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าไอที เช่น สหพานิช นิยมพานิช เชียงใหม่สยามทีวี	58	19.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์จากร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์หรือร้านจำหน่ายสมาร์ทโฟนในศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 48.33 ศูนย์รวมจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าไอที เช่น สหพานิช นิยมพานิช เชียงใหม่สยามทีวี คิดเป็นร้อยละ 19.33 ร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรงของแต่ละยี่ห้อ เช่น iStudio คิดเป็นร้อยละ 14.67 ผู้แทนจำหน่ายในนามบริษัทผู้ให้บริการระบบสัญญาณ เช่น AIS, DTAC, True เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 11.33 แผนกเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้า เช่น Power Buy คิดเป็นร้อยละ 6.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

เหตุผลในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ค่านิยมในปัจจุบัน หรือ เพื่อความทันสมัย	73	24.33
ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่, Skype, Line, Whats app	140	46.67
ซื้อเพราะสะดวกต่อการทำงาน ทำให้สามารถทำงานได้ง่ายขึ้น	156	52.00
เพื่อความความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต ดูแผนที่ GPS	147	49.00
มีความชอบและต้องการใช้คุณสมบัติและฟังก์ชัน	70	23.33
ใช้เพื่อการติดตามข่าวสารสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook, Twitter, Instagram	165	55.00
ใช้เพื่อประโยชน์ด้านบันเทิง เช่น เล่นเกม ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง แต่งรูป	176	58.67
คนใกล้ชิดแนะนำให้ใช้	24	8.00

จากตารางที่ 9 พบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ คือ ใช้เพื่อประโยชน์ด้านบันเทิง เช่น เล่นเกม ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง แต่งรูป คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมา ใช้เพื่อการติดตามข่าวสารสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook, Twitter, Instagram คิดเป็นร้อยละ 55.00 ซื้อเพราะสะดวกต่อการทำงาน ทำให้สามารถทำงานได้ง่ายขึ้น คิดเป็น ร้อยละ 52.00 ซื้อเพื่อความความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต ดูแผนที่ GPS คิดเป็นร้อยละ 49.00 ซื้อเพราะใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่, Skype, Line, Whats app คิดเป็นร้อยละ 46.67 ซื้อเพราะค่านิยมในปัจจุบัน หรือ เพื่อความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 24.33 ซื้อเพราะมีความชอบและต้องการใช้คุณสมบัติและฟังก์ชัน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซื้อเพราะคนใกล้ชิดแนะนำให้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลแบบ
 เล็ตคอมพิวเตอร์

แหล่งที่มาของข้อมูลแบบเล็ตคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว	108	36.00
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ	178	59.33
พนักงานขาย	109	36.33
การทดลองใช้งานจริงจากร้านค้าจำหน่ายจัดไว้	114	38.00
บทความหรือข่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	33	11.00
สังคมออนไลน์ เช่น กระดานกระดานสนทนาออนไลน์	60	20.00
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	69	23.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลแบบเล็ตคอมพิวเตอร์
 จากอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 59.33 รองลงมาการทดลองใช้งานจริงจากร้าน
 ร้านค้าจำหน่ายจัดไว้คิดเป็นร้อยละ 38.00 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.33 สื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น
 โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 36.00 คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อย
 ละ 23.00 สังคมออนไลน์ เช่น กระดานกระดานสนทนาออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ
 บทความหรือข่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	199	66.33
เพื่อน	54	18.00
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	47	15.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 66.33 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ครอบครัว/ญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่า เฉลี่ย รวม	แปล ผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ตราที่มีชื่อเสียง	209	69.67	85	28.33	4	1.33	0	0.00	2	0.67	4.66	มากที่สุด
รูปลักษณ์ รูปทรงของ เครื่อง	212	70.67	75	25.00	13	4.33	0	0.00	0	0.00	4.66	มากที่สุด
ขนาดของแท็บเล็ตและ หน้าจอ	209	69.67	73	24.33	15	5.00	3	1.00	0	0.00	4.63	มากที่สุด
ความละเอียดของหน้าจอ	207	69.00	73	24.33	19	6.33	1	0.33	0	0.00	4.62	มากที่สุด
น้ำหนักของตัวเครื่อง	195	65.00	75	25.00	25	8.33	0	0.00	4	1.33	4.53	มากที่สุด
ความทนทาน แข็งแรง ของตัวเครื่อง	202	67.33	60	20.00	36	12.00	2	0.67	0	0.00	4.54	มากที่สุด
ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้ง ในเครื่อง เช่น iOS, Android	163	54.33	76	25.33	54	18.00	7	2.33	0	0.00	4.32	มากที่สุด
ความสามารถในการ อัพเกรดระบบปฏิบัติการ	162	54.00	97	32.33	38	12.67	3	1.00	0	0.00	4.39	มากที่สุด
เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE	181	60.33	79	26.33	32	10.67	4	1.33	2	0.67	4.45	มากที่สุด
คุณภาพของการรับ สัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ ให้บริการระบบสัญญาณ	200	66.67	77	25.67	22	7.33	0	0.00	0	0.00	4.60	มากที่สุด
ความเร็วของหน่วย ประมวลผล (CPU)	211	70.33	57	19.00	28	9.33	3	1.00	0	0.00	4.59	มากที่สุด

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM)	188	62.67	79	26.33	31	10.33	2	0.67	0	0.00	4.51	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำภายใน	194	64.67	93	31.00	12	4.00	0	0.00	0	0.00	4.61	มากที่สุด
ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD)	155	51.67	92	30.67	43	14.33	4	1.33	4	1.33	4.31	มากที่สุด
มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง	153	51.00	95	31.67	48	16.00	2	0.67	2	0.67	4.32	มากที่สุด
ความละเอียดของกล้อง	175	58.33	98	32.67	22	7.33	3	1.00	2	0.67	4.47	มากที่สุด
กล้องมีแฟลช	127	42.33	92	30.67	72	24.00	6	2.00	2	0.67	4.12	มาก
คุณภาพเสียงของลำโพง	172	57.33	87	29.00	37	12.33	4	1.33	0	0.00	4.42	มากที่สุด
Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน	212	70.67	69	23.00	17	5.67	2	0.67	0	0.00	4.64	มากที่สุด
สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้	63	21.00	37	12.33	99	33.00	39	13.00	61	20.33	3.01	ปานกลาง
มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์	136	45.33	75	25.00	74	24.67	11	3.67	3	1.00	4.10	มาก
มีแอป (Application) ให้เลือกใช้งานจำนวนมาก	202	67.33	76	25.33	16	5.33	5	1.67	0	0.00	4.59	มากที่สุด
ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต	148	49.33	94	31.33	45	15.00	10	3.33	3	1.00	4.25	มากที่สุด
มีการรับประกันสินค้า	239	79.67	51	17.00	10	3.33	0	0.00	0	0.00	4.76	มากที่สุด
มีบริการหลังการขายที่ดี	249	83.00	39	13.00	12	4.00	0	0.00	0	0.00	4.79	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม											4.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพและคุณสมบัติ	202	67.33	74	24.67	20	6.67	4	1.33	0	0.00	4.57	มากที่สุด
สามารถขายต่อได้ราคา	47	15.67	60	20.00	92	30.67	40	13.33	60	20.00	2.98	ปานกลาง
มีหลายระดับราคาให้ เลือกซื้อ	56	18.67	154	51.33	77	25.67	8	2.67	5	1.67	3.83	มาก
ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/ บริการหลังการขาย	77	25.67	85	28.33	92	30.67	44	14.67	1	0.33	3.65	มาก
ราคาของอุปกรณ์เสริม และอุปกรณ์ต่อพ่วง	53	17.67	100	33.33	101	33.67	44	14.67	1	0.33	3.54	มาก
ต่อรองราคาได้ หรือมี เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	50	16.67	77	25.67	118	39.33	48	16.00	7	2.33	3.38	ปานกลาง
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	74	24.67	106	35.33	97	32.33	9	3.00	11	3.67	3.75	มาก
สามารถผ่อนชำระได้	68	22.67	83	27.67	84	28.00	50	16.67	13	4.33	3.48	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											3.65	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัด จำหน่าย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่า เฉลี่ย รวม	แปล ผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมี มาตรฐาน มีชื่อเสียง	171	57.00	94	31.33	29	9.67	2	0.67	4	1.33	4.42	มากที่สุด
ความสะดวกในการ เดินทางไปยังร้านค้า	60	20.00	186	62.00	42	14.00	5	1.67	5	1.67	3.98	มาก
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมี สาขาทั่วประเทศ	64	21.33	151	50.33	75	25.00	5	1.67	4	1.33	3.89	มาก
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความ น่าสนใจ	51	17.00	117	39.00	122	40.67	4	1.33	6	2.00	3.68	มาก
การออกแบบร้าน ดึงดูดความสนใจ ดู ทันสมัย	132	44.00	77	25.67	83	27.67	8	2.67	0	0.00	4.11	มาก
สถานที่จัดจำหน่ายมี ที่จอดรถสะดวกและ เพียงพอ	141	47.00	97	32.33	54	18.00	4	1.33	4	1.33	4.22	มากที่สุด
ภายในร้าน สินค้ามี หลากหลายรุ่นให้เลือก	60	20.00	108	36.00	120	40.00	8	2.67	4	1.33	3.71	มาก
มีช่องทางอื่น ๆ ใน การขาย เช่น ทาง อินเทอร์เน็ต	55	18.33	56	18.67	115	38.33	62	20.67	8	2.67	3.30	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม											3.91	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 สถานที่จัดจำหน่ายที่มีจุดสะดวกรวดเร็วและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การออกแบบร้านค้าดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 การจัดแสดงสินค้า ณา จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่า เฉลี่ย รวม	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ	47	15.67	95	31.67	100	33.33	53	17.67	5	1.67	3.42	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์	41	13.67	96	32.00	107	35.67	51	17.00	5	1.67	3.39	ปาน กลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์ หนังสือผ่านช่องทาง YouTube	129	43.00	69	23.00	69	23.00	20	6.67	32	10.67	3.75	มาก
มีการโฆษณาด้วยป้าย ขนาดใหญ่กลางแจ้งตาม ถนนสายหลักเพื่อตอก ย้ำ และจูงใจในการซื้อ สินค้า	22	7.33	43	14.33	189	63.00	22	7.33	22	7.33	3.07	ปาน กลาง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ										ค่า เฉลี่ย รวม	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัว สินค้ารุ่นใหม่	40	13.33	89	29.67	120	40.00	17	5.67	33	11.00	3.29	ปาน กลาง
การสร้างกิจกรรมให้แก่ ลูกค้า เช่น การให้ความรู้ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การ จัดอบรมการใช้งาน ฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น	61	20.33	105	35.00	111	37.00	8	2.67	14	4.67	3.64	มาก
มีการแถมอุปกรณ์เสริม/ แจกสินค้าพรีเมียม	113	37.67	125	41.67	43	14.33	11	3.67	8	2.67	4.08	มาก
มีการลดราคาเครื่อง หรือ แลกซื้ออุปกรณ์เสริมใน ราคาถูก	125	41.67	110	36.67	45	15.00	12	4.00	8	2.67	4.11	มาก
เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 %	123	41.00	94	31.33	57	19.00	14	4.67	9	3.00	4.04	มาก
มีการสร้างภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ผ่าน สติฟ จ็อบส์ เป็นต้น	45	15.00	106	35.33	113	37.67	20	6.67	15	5.00	3.49	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ทางใบปลิว แผ่น พับ	26	8.67	88	29.33	126	42.00	45	15.00	15	5.00	3.22	ปาน กลาง
มีการประชาสัมพันธ์การ ร่วมกิจกรรมทางสังคม ของผู้ผลิต เช่น Apple รณรงค์ให้พนักงานบริจาค การกุศล, Samsung ร่วม บริจาคช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม	42	14.00	55	18.33	112	37.33	21	7.00	67	22.33	2.95	ปาน กลาง
มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบ ทางอีเมล	84	28.00	120	40.00	72	24.00	9	3.00	13	4.33	3.85	มาก
พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอัธยาศัยดี สามารถให้ คำแนะนำได้	179	59.67	85	28.33	28	9.33	4	1.33	4	1.33	4.44	มาก ที่สุด
มีการสร้างสังคมออนไลน์ ให้กับผู้ใช้	90	30.00	64	21.33	109	36.33	13	4.33	24	8.00	3.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											3.62	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถยาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3. โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางใบปลิว แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.44	มากที่สุด
ด้านราคา	3.65	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ ต่อเดือน

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตราที่มีชื่อเสียง	4.66	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด
รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง	4.67	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด
ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ	4.69	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด
ความละเอียดของหน้าจอ	4.69	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด
น้ำหนักของตัวเครื่อง	4.62	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด
ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง	4.65	มากที่สุด	4.44	มากที่สุด
ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android	4.44	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ	4.55	มากที่สุด	4.26	มากที่สุด
เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE	4.61	มากที่สุด	4.32	มากที่สุด
คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ	4.74	มากที่สุด	4.47	มากที่สุด
ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU)	4.71	มากที่สุด	4.48	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.62	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำภายใน	4.67	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด
ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD)	4.36	มากที่สุด	4.27	มากที่สุด

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง	4.26	มากที่สุด	4.36	มากที่สุด
ความละเอียดของกล้อง	4.43	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด
กล้องมีแฟลช	4.21	มากที่สุด	4.05	มาก
คุณภาพเสียงของลำโพง	4.49	มากที่สุด	4.37	มากที่สุด
Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน	4.61	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด
สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้	2.68	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์	4.09	มาก	4.11	มาก
มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก	4.51	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต	4.16	มาก	4.32	มากที่สุด
มีการรับประกันสินค้า	4.78	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.79	มากที่สุด	4.79	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รูปลักษณะ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 มีแอป (Application) ให้

เลือกใช้งานจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้งานจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ	4.62	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด
สามารถขายต่อได้ราคา	2.68	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง
หลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	3.66	มาก	3.97	มาก
ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย	3.50	มาก	3.77	มาก
ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.30	ปานกลาง	3.74	มาก
ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.27	ปานกลาง	3.48	มาก
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.56	มาก	3.92	มาก
สามารถผ่อนชำระได้	3.26	ปานกลาง	3.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48	มาก	3.79	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง	4.49	มากที่สุด	4.36	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.95	มาก	4.00	มาก
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.95	มาก	3.84	มาก
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ	3.51	มาก	3.83	มาก
การออกแบบร้านค้าดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย	4.09	มาก	4.13	มาก
สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.28	มากที่สุด	4.18	มาก
ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก	3.61	มาก	3.79	มาก
มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต	3.44	มาก	3.17	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	มาก	3.91	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การออกแบบร้านค้าดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายที่มีจอครบสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ	3.13	ปานกลาง	3.68	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.12	ปานกลาง	3.63	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์ หนังสั้นผ่านช่องทาง YouTube	3.83	มาก	3.67	มาก
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลัก เพื่อตอกย้ำ และจูงใจในการซื้อสินค้า	2.95	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่	3.15	ปานกลาง	3.41	มาก
การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น	3.56	มาก	3.70	มาก
มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม	4.00	มาก	4.15	มาก
มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้ออุปกรณ์เสริมในราคาถูก	4.00	มาก	4.20	มาก
เงินปันใจผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 %	3.90	มาก	4.16	มาก

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น	3.33	ปานกลาง	3.63	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางใบปลิว แผ่นพับ	3.16	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple ระบุว่าให้พนักงานบริหารจัดการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม	3.25	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง
มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมลล์	3.99	มาก	3.72	มาก
พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้	4.56	มากที่สุด	4.33	มากที่สุด
มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้	4.04	มาก	3.24	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	มาก	3.64	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมลล์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางใบปลิว แผ่นพับ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และมุ่งใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอัธยาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการลดราคาเครื่องหรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมในราคาถูกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าฟรีมีเยียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และมุ่งใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple รณรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตราที่มีชื่อเสียง	4.41	มากที่สุด	4.73	มากที่สุด	4.80	มากที่สุด
รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง	4.41	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด
ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ	4.38	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
ความละเอียดของหน้าจอ	4.45	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
น้ำหนักของตัวเครื่อง	4.34	มากที่สุด	4.55	มากที่สุด	4.76	มากที่สุด
ความทนทาน แข็งแรงของ ตัวเครื่อง	4.68	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.58	มากที่สุด
ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android	4.06	มาก	4.51	มากที่สุด	4.02	มาก
ความสามารถในการอัปเดต ระบบปฏิบัติการ	4.63	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด	4.09	มาก
เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE	4.66	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.08	มาก
คุณภาพของการรับสัญญาณ เครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ ให้บริการระบบสัญญาณ	4.79	มากที่สุด	4.72	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด
ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU)	4.73	มากที่สุด	4.72	มากที่สุด	4.37	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.70	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำภายใน	4.73	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด	4.46	มากที่สุด
ความสามารถในการเพิ่ม หน่วยความจำภายนอก (micro SD)	4.11	มาก	4.44	มากที่สุด	3.92	มาก
มีกล้องด้านหน้าและด้านหลัง เครื่อง	3.99	มาก	4.44	มากที่สุด	4.35	มากที่สุด
ความละเอียดของกล้อง	3.23	ปานกลาง	4.56	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
กล้องมีแฟลช	3.74	มาก	4.27	มากที่สุด	3.89	มาก
คุณภาพเสียงของลำโพง	3.66	มาก	4.63	มากที่สุด	4.04	มาก
Battery สามารถรองรับการใช้งาน ได้นาน	4.75	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.46	มากที่สุด
สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้	2.71	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	3.77	มาก
มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อ พ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์	3.61	มาก	4.20	มากที่สุด	3.91	มาก
มีแอป (Application) ให้เลือกใช้ จำนวนมาก	4.70	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด	4.39	มากที่สุด
ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต	3.69	มาก	4.29	มากที่สุด	4.12	มาก
มีการรับประกันสินค้า	4.76	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด	4.82	มากที่สุด
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.79	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด	4.89	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด	4.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ความ

ละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รูปลักษณะ
รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38
น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการ
ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสามารถในการ
เพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง
เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99
กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 คุณภาพ
เสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมาให้เลือกมาก เช่น คีย์
บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการ
ซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความละเอียด
ของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อ
แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 มีบริการหลังการขายที่ดี มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบ
สัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72
รูปลักษณะ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.69 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 มีแอป (Application)
ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65
ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63
ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.60 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ความสามารถในการอัปเดต
ระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 น้ำหนักของ
ตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.51 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 มี

กล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อบริการหลังการขายและมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 มีการรับประกันสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและ คุณสมบัติ	4.37	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
สามารถขายต่อได้ราคา	3.61	มาก	3.27	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	3.85	มาก	3.79	มาก	3.75	มาก
ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลัง การขาย	3.88	มาก	3.96	มาก	3.47	มาก
ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ ต่อพ่วง	3.83	มาก	3.87	มาก	3.33	ปานกลาง
ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ ส่วนลด	3.25	ปานกลาง	3.48	มาก	3.48	มาก
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.20	ปานกลาง	4.35	มากที่สุด	3.64	มาก
สามารถผ่อนชำระได้	2.72	ปานกลาง	4.00	มาก	3.28	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	มาก	3.90	มาก	3.53	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ย 4.37

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ต

คอมพิวเทอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ย 4.65

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเทอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 สามารถผ่อนชำระได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง	4.45	มากที่สุด	4.07	มาก	4.58	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.98	มาก	3.52	มาก	4.32	มากที่สุด
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.88	มาก	4.52	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ	3.65	มาก	3.95	มาก	3.95	มาก
การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย	4.28	มากที่สุด	4.01	มาก	3.83	มาก
สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.24	มากที่สุด	3.76	มาก	4.36	มากที่สุด
ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก	3.55	มาก	4.26	มากที่สุด	4.03	มาก
มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต	3.23	ปานกลาง	3.62	มาก	3.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	มาก	3.96	มาก	4.12	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การจัดส่งสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ภายในร้านมีสินค้ามีหลายรุ่น มีค่าเฉลี่ย 4.26

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 การจัดส่งสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไปในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 การจัดส่งสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ คู่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ	3.37	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.97	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.32	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.87	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube	3.42	มาก	4.15	มาก	3.34	ปานกลาง
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อดอก ข้าง และจุดใจในการซื้อสินค้า	3.23	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง
มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่	4.39	มากที่สุด	3.41	มาก	3.11	ปานกลาง
การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น	3.98	มาก	3.70	มาก	3.67	มาก
มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าฟรี เมียม	4.41	มากที่สุด	4.18	มาก	4.02	มาก
มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้อ อุปกรณ์เสริมในราคาถูก	4.41	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด	4.04	มาก
เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 %	3.05	ปานกลาง	4.20	มาก	4.18	มาก
มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น	4.02	มาก	3.50	มาก	3.26	ปานกลาง

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี		25 – 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทาง โซเชียลมีเดีย	2.84	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรม ทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple รณรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม	3.01	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล	3.70	มาก	3.95	มาก	2.88	ปานกลาง
พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาธิบาย สามารถ ให้คำแนะนำได้	4.10	มาก	4.49	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้	4.06	มาก	3.78	มาก	3.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	มาก	3.69	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้ออุปกรณ์เสริมในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาธิบาย สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีการแจ้งข่าวสารให้

ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์
หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25
ปี ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการ
โฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น
นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนน
สายหลักเพื่อตอกย้ำ และสนใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 %
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple
ณรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.01 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางไบโพลีเมอร์ แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด
และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี
ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาธิบาย
สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมใน
ราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี
ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขผ่อน
ชำระดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าฟรีมีเย็บ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.18 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง
YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 มีการ
สร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้
ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มี
การสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และมี
กิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี
ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการ
ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางไบโพลีเมอร์ แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และสนใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple ธรนรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถยาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้ออุปกรณ์เสริมในราคาถูกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้านวัตกรรมใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple ธรนรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และสนใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ตราที่มีชื่อเสียง	4.13	มาก	4.85	มากที่สุด	4.68	มากที่สุด
รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง	4.29	มากที่สุด	4.87	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด
ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ	4.26	มากที่สุด	4.83	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด
ความละเอียดของหน้าจอ	4.19	มาก	4.82	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด
น้ำหนักของตัวเครื่อง	3.58	มาก	4.82	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด
ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง	4.74	มากที่สุด	4.82	มากที่สุด	4.40	มากที่สุด
ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android	4.16	มาก	4.67	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ	4.13	มาก	4.73	มากที่สุด	4.31	มากที่สุด
เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE	4.17	มาก	4.66	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด
คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ	4.50	มากที่สุด	4.78	มากที่สุด	4.55	มากที่สุด
ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU)	4.68	มากที่สุด	4.78	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM)	4.61	มากที่สุด	4.73	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
ขนาดของหน่วยความจำภายใน	4.68	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด	4.54	มากที่สุด
ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD)	4.23	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด	4.20	มาก
มิกดิ่งด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง	4.00	มาก	4.70	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด
ความละเอียดของกล้อง	4.32	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
กล้องมีแฟลช	4.03	มาก	4.56	มากที่สุด	3.97	มาก
คุณภาพเสียงของลำโพง	4.42	มากที่สุด	4.73	มากที่สุด	4.31	มากที่สุด

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน	4.61	มากที่สุด	4.76	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด
สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้	3.52	มาก	3.03	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง
มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์	3.97	มาก	4.48	มากที่สุด	3.93	มาก
มีแอป (Application) ให้เลือกใช้งานมาก	4.19	มาก	4.79	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด
ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต	3.94	มาก	4.51	มากที่สุด	4.16	มาก
มีการรับประกันสินค้า	4.58	มากที่สุด	4.85	มากที่สุด	4.76	มากที่สุด
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.65	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด	4.80	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	4.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ขนาดของแท็บเล็ต และหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รูปลักษณ์ รูปทรงของเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ขนาดของแท็บเล็ตและหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ความละเอียดของหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 มีแอป (Application) ให้เลือกใช้จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 น้ำหนักของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 คุณภาพของการรับสัญญาณเครือข่าย Wi-Fi และเครือข่ายจากผู้ให้บริการระบบสัญญาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ขนาดของหน่วยความจำภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เครื่องรองรับระบบ 3G/EDGE มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความละเอียดของกล้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความทนทาน แข็งแรงของตัวเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความสามารถในการอัปเดตระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 คุณภาพเสียงของลำโพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งในเครื่อง เช่น iOS, Android มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 มีกล้องด้านหน้าและด้านหลังเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสามารถในการเพิ่มหน่วยความจำภายนอก (micro SD) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความหลากหลายของรุ่นที่ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 กล้องมีแฟลช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีอุปกรณ์เสริมพร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงมีให้เลือกมาก เช่น คีย์บอร์ด ลำโพง สมาร์ทคัพเวอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถใช้เป็นโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ	3.81	มาก	4.82	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด
สามารถขายต่อได้ราคา	3.26	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง
มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	3.52	มาก	3.79	มาก	3.87	มาก
ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย	3.05	ปานกลาง	3.93	มาก	3.66	มาก
ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง	4.03	มาก	3.32	ปานกลาง	3.51	มาก
ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.42	มาก	3.20	ปานกลาง	3.42	มาก
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.10	ปานกลาง	3.94	มาก	3.75	มาก
สามารถผ่อนชำระได้	3.09	ปานกลาง	3.46	มาก	3.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	มาก	3.68	มาก	3.64	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ต่อรองราคาได้ หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัท
ด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 –
30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
และคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 –
30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่
รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.93 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 สามารถผ่อนชำระได้ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.46

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 –
30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย
ได้แก่ ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ต่อรองราคาได้ หรือมี
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัท
ด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท
ขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท
ขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีหลาย
ระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รับชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75
ค่าใช้จ่ายในการซ่อม/บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ราคาของอุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์
ต่อพ่วง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 สามารถผ่อนชำระได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ต่อรองราคาได้ หรือมี
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท
ขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถขายต่อได้ราคา มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 2.86

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง	3.32	ปานกลาง	4.78	มากที่สุด	4.46	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า	3.32	ปานกลาง	4.19	มาก	4.01	มาก
ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.42	มาก	4.11	มาก	3.90	มาก
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ	3.45	มาก	3.93	มาก	3.56	มาก
การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย	3.74	มาก	4.64	มากที่สุด	3.95	มาก
สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.42	มาก	4.77	มากที่สุด	4.10	มาก
ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก	3.45	มาก	3.59	มาก	3.79	มาก
มีช่องทางอื่น ๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต	3.26	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.42	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42	มาก	4.14	มาก	3.90	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 มีช่องทางอื่นๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุดได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางอื่นๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเท่ากับ 3.90

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีมาตรฐาน มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้านี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 การออกแบบร้านดึงดูดความสนใจ ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ภายในร้าน สินค้ามีหลากหลายรุ่นให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีช่องทางอื่นๆ ในการขาย เช่น ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ	3.23	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.43	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.23	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube	3.35	ปานกลาง	4.55	มากที่สุด	3.49	มาก
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อออก ย้ำ และจุดใจในการซื้อสินค้า	2.94	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่	3.13	ปานกลาง	3.60	มาก	3.20	ปานกลาง
การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น	3.26	ปานกลาง	3.78	มาก	3.64	มาก
มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้า ฟรี เมียม	3.58	มาก	4.41	มากที่สุด	4.02	มาก
มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้อ อุปกรณ์เสริมในราคาถูก	3.55	มาก	4.45	มากที่สุด	4.05	มาก
เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 %	3.47	มาก	4.53	มากที่สุด	3.89	มาก
มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่าน ตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น	3.26	ปานกลาง	3.63	มาก	3.43	มาก
มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรม ทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple ารณรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม	3.07	ปานกลาง	2.47	น้อย	3.21	ปานกลาง

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล	3.23	ปานกลาง	4.09	มาก	3.89	มาก
พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาสัยดี สามารถให้คำแนะนำได้	3.61	มาก	4.77	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้	3.23	ปานกลาง	3.79	มาก	3.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	ปานกลาง	3.82	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาสัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าฟรีมีเย็บ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกซื้ออุปกรณ์เสริมในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เงื่อนไขผ่อนชำระดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple รณรงค์ให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และมุ่งใจในการซื้อ

สินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถยาศัยดี สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสือผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมในราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าพรีเมียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลักเพื่อตอกย้ำ และจงใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple ธรรมชาติให้พนักงานบริการลูกค้า, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

โดยบริษัทย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรอบรู้ มีอรรถาษยคติ สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

โดยบริษัทย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการลดราคาเครื่อง หรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์เสริมในราคาถูกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีการแถมอุปกรณ์เสริม/แจกสินค้าฟรีมีเยียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เงื่อนไขผ่อนชำระ ดอกเบี้ย 0 % มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 มีการแจ้งข่าวสารให้ทราบทางอีเมล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 มีการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การสร้างกิจกรรมให้แก่ลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การจัดอบรมการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โฆษณาเป็นภาพยนตร์หนังสั้นผ่านช่องทาง YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตัวบุคคล เช่น สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

โดยบริษัทย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 มีการประชาสัมพันธ์การร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้ผลิต เช่น Apple อนุญาตให้พนักงานบริจาคการกุศล, Samsung ร่วมบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีกิจกรรมจัดงานเปิดตัวสินค้ารุ่นใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางใบปลิว แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่กลางแจ้งตามถนนสายหลัก เพื่อตอกย้ำ และจูงใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10