

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการซื้อและใช้สมาร์ทโฟน

ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสมาร์ทโฟน ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อและใช้สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	104	34.70
หญิง	196	65.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 300 ราย โดยแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.30 และเพศชาย ร้อยละ 34.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	108	36.00
21 – 25 ปี	77	25.70
26 – 30 ปี	50	16.70
31 – 35 ปี	33	11.00
36 – 40 ปี	18	6.00
40 ปี ขึ้นไป	14	4.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออายุ 21 – 25 ปี ร้อยละ 25.70 และมีอายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 16.70

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	13.70
เจ้าของกิจการส่วนตัว	22	7.30
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	68	22.70
นักเรียน/นักศึกษา	160	53.30
อื่นๆ	9	3.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างทั่วไป 5 คน, วิจัยอิสระ 2 คน, แม่บ้าน 2 คน

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 53.30 รองลงมาเป็น พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน ร้อยละ 22.70 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.70

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า	77	25.70
อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า	19	6.30
ปริญญาตรี	171	57.00
สูงกว่าปริญญาตรี	31	10.30
อื่นๆ	2	0.70
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ปริญญาเอก 2 คน

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.00 รองลงมา มีการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า ร้อยละ 25.70 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.30

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	144	48.00
10,001 – 20,000 บาท	65	21.70
20,001 – 30,000 บาท	41	13.70
30,001 – 40,000 บาท	25	8.30
40,001 – 50,000 บาท	13	4.30
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	12	4.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 48.00 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 21.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 13.70

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Apple iphone	77	25.70
Blackberry	53	17.70
HTC	10	3.30
Nokia	60	20.00
Samsung	71	23.70
Sony Ericsson	4	1.30
LG	9	3.00
iMobile	7	2.30
Motorola	1	0.30
อื่นๆ	8	2.70
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ Acer 6 คน , Dell 2 คน

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Apple iphone มากที่สุด ร้อยละ 25.70 รองลงมาใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Samsung ร้อยละ 23.70 และ ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Nokia ร้อยละ 20.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุด

ราคาสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	53	17.70
5,001 – 10,000 บาท	76	25.30
10,001 – 15,000 บาท	73	24.30
15,001 – 20,000 บาท	33	11.00
20,001 – 25,000 บาท	46	15.30
25,001 – 30,000 บาท	16	5.30
มากกว่า 30,000 บาท	3	1.0
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 25.30 รองลงมาซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 24.30 และซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 17.70

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้
 สมาร์ทโฟน

วัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อติดต่อสื่อสาร	278	92.70
เพื่อประกอบการศึกษา	68	22.70
เพื่อประกอบการทำงาน	92	30.70
เพื่อความบันเทิง	186	62.00
อื่นๆ	11	3.70

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน 6 คน , เพื่อเล่นเกมส์ 5คน

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 92.70 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 62.00 และมีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อประกอบการทำงาน ร้อยละ 30.70

ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักรายละเอียดของสมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อ

การรู้จักรายละเอียดของสมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อและรุ่น	52	17.30
ทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว	91	30.30
ทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม	157	52.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักรายละเอียดของสมาร์ทโฟนที่ทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 รองลงมาทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว จำนวน 91 คนคิดเป็นร้อยละ 30.30 และทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อ และรุ่น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ท่านมีความต้องการซื้อสมาร์ทโฟน

สาเหตุที่ทำให้ท่านมีความต้องการซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้งานไม่ได้	156	52.00
คุณสมบัติของสมาร์ทโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน	169	56.30
ชอบการใช้เทคโนโลยีหรือทดลองของใหม่ๆ	141	47.00
พบข้อมูลจากสื่อทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแผ่นพับ ทำให้เกิดความต้องการ	60	20.00
พบข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์ ทำให้เกิดความต้องการ	79	26.30
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้านสังคม, เพื่อให้ดูน่าสนใจในสายตาผู้อื่น	56	18.70
ค่านิยมในปัจจุบัน ซื้อเพราะเพื่อนๆ ใช้กันมาก	61	20.30
เพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต	164	54.70

จากตารางที่ 10 พบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการซื้อสมาร์ทโฟนเพราะคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานมากที่สุด จำนวน 169 คน ร้อยละ 56.30 รองลงมาคือเพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 164 คน ร้อยละ 54.70 และโทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อมใช้งานไม่ได้จำนวน 156 คน ร้อยละ 52.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก

ยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Apple iphone	260	86.70
Blackberry	253	84.30
HTC	162	54.00
Nokia	238	79.30
Samsung	234	78.00
Sony Ericsson	136	45.30
LG	155	51.70
iMobile	141	47.00
Motorola	116	38.70
อื่นๆ	10	3.30

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ Acer 10 คน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสมาร์ทโฟนยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 260 คน ร้อยละ 86.70 รองลงมาคือยี่ห้อ Blackberry จำนวน 253 คน ร้อยละ 84.30 และยี่ห้อ Nokia จำนวน 238 คน ร้อยละ 79.30

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้และข้อมูลเพียงพที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้

ความรู้และข้อมูลเพียงพที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	35	11.70
มาก	92	30.70
ปานกลาง	154	51.30
น้อย	15	5.00
น้อยที่สุด	4	1.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และข้อมูลเพียงพที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง 154 คน ร้อยละ 51.30 รองลงมาความรู้และข้อมูลเพียงพที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมาก 92 คน ร้อยละ 30.70 และความรู้และข้อมูลเพียงพที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมากที่สุด 35 คน ร้อยละ 11.70

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตราี่ห้อที่เป็นที่นิยม	171	57.00
ราคา	215	71.70
คุณสมบัติตัวเครื่อง	241	80.30
ระบบปฏิบัติการที่ใช้	154	51.30
รูปลักษณ์สวยงาม	177	59.00
ความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานง่าย	179	59.70
รูปแบบการชำระเงิน	43	14.30
ร้านค้าที่จำหน่าย	45	15.00
บริการหลังการขาย	72	24.00
การรับประกัน	101	33.70
การส่งเสริมการขายต่างๆ โปรโมชั่น ของแถม	44	14.70
อื่นๆ	4	1.30

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ความทนทาน 4 คน

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจากคุณสมบัติตัวเครื่อง มากที่สุด 241 คน ร้อยละ 80.30 รองลงมาคือราคา 215 คน ร้อยละ 71.70 และความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานง่าย 179 คน ร้อยละ 59.70

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของ แหล่งข้อมูลที่ค้นหา เพื่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหา						คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	ไม่ใช่ แหล่ง ข้อมูล	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานขายประจำ ร้าน	54 (18.00)	52 (17.30)	77 (25.70)	84 (28.00)	26 (8.70)	7 (2.30)	2.93 (ปานกลาง)	7
งานแสดงสินค้า เกี่ยวกับ โทรศัพท์มือถือ	26 (8.7)	29 (9.70)	111 (37.00)	108 (36.00)	23 (7.70)	3 (1.00)	3.20 (ปานกลาง)	4
คำแนะนำจากผู้ที่เคย ใช้	11 (3.70)	69 (23.00)	141 (47.00)	61 (20.30)	14 (4.70)	4 (1.30)	3.74 (มาก)	2
อินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บไซต์ / เฟสบุ๊ก	5 (1.70)	85 (28.30)	135 (45.00)	60 (20.00)	8 (2.70)	7 (2.30)	3.89 (มาก)	1
นิตยสารทางด้าน โทรศัพท์มือถือ	20 (6.70)	37 (12.30)	101 (37.70)	88 (29.30)	39 (13.00)	15 (5.00)	3.15 (ปานกลาง)	5
โฆษณาทาง โทรทัศน์ และ/หรือ วิทยุ	17 (5.70)	35 (11.70)	82 (27.30)	114 (38.00)	36 (12.00)	16 (5.30)	3.11 (ปานกลาง)	6
ใบปลิว แผ่นพับ	22 (7.30)	22 (7.30)	53 (17.70)	116 (38.70)	60 (20.00)	27 (9.0)	2.72 (ปานกลาง)	8
การทดลองใช้งาน จริงจากเครื่องที่ ร้านค้า	12 (4.00)	74 (24.70)	93 (31.00)	77 (25.70)	25 (8.30)	19 (6.30)	3.47 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม							3.27 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 14 พบว่าความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.27) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บบอร์ด / เฟสบุ๊ก มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.89) รองลงมาคือคำแนะนำจากผู้เคยใช้ มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) และการทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้า มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.47)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์					คะแนนเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ตราชื่อเป็นที่รู้จัก	82 (27.30)	156 (52.00)	59 (19.70)	2 (0.70)	1 (0.30)	4.05 (มาก)	4
ระบบปฏิบัติการที่ใช้สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมได้	84 (28.00)	144 (48.00)	64 (21.30)	7 (2.30)	1 (0.30)	4.01 (มาก)	7
รูปแบบ รูปทรงภายนอก สวยงาม ทันสมัย	83 (27.70)	143 (47.70)	66 (22.00)	7 (2.30)	1 (0.30)	4.00 (มาก)	8
ข้อมูลตัวเครื่อง (Spec) มีคุณภาพดีและความทนทาน	101 (33.70)	139 (46.30)	54 (18.00)	5 (1.70)	1 (0.30)	4.11 (มาก)	1
ขนาดกะทัดรัดและน้ำหนักเบา	56 (18.70)	128 (42.70)	100 (33.30)	16 (5.30)	0 (0.00)	3.74 (มาก)	14
ระบบเชื่อมต่อและการส่งข้อมูล (Connectivity)	76 (25.30)	148 (49.30)	69 (23.00)	6 (2.00)	1 (0.30)	3.97 (มาก)	9

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจ เลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายในการใช้ งานแอปพลิเคชัน	101 (33.70)	139 (46.30)	53 (17.70)	7 (2.30)	0 (0.00)	4.11 (มาก)	1
ความง่ายของฟังก์ชันการใช้ งาน	90 (30.00)	140 (46.70)	62 (20.70)	8 (2.70)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	5
จุดเด่นและคุณสมบัติพิเศษ (Feature) การใช้งานของ แบตเตอรี่	80 (26.70)	123 (41.00)	85 (28.30)	10 (3.30)	2 (0.70)	3.89 (มาก)	10
มีการรับประกันสินค้า	91 (30.30)	133 (44.30)	68 (22.70)	8 (2.70)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	6
คุณภาพของการรับสัญญาณ ของเครื่องโทรศัพท์	107 (35.70)	125 (41.70)	59 (19.70)	7 (2.30)	2 (0.70)	4.09 (มาก)	2
ความสามารถ (Function) ใน การทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง	99 (33.00)	122 (40.70)	67 (22.30)	10 (3.30)	2 (0.70)	4.02 (มาก)	6
สามารถเพิ่มหน่วยความจำ ได้ (Memory Card)	64 (21.30)	123 (41.00)	94 (31.30)	14 (4.70)	5 (1.70)	3.75 (มาก)	13
ขนาดของหน่วยความจำ ภายในเครื่อง	61 (20.30)	147 (49.00)	84 (28.00)	8 (2.70)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	11
ความเร็วในการประมวลผล	96 (32.00)	139 (46.30)	55 (18.30)	8 (2.70)	2 (0.70)	4.06 (มาก)	3
รองรับเมนูการใช้งาน ภาษาไทย	74 (24.70)	115 (38.30)	91 (30.30)	12 (4.00)	8 (2.70)	3.78 (มาก)	12

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจ เลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความละเอียดของกล้อง ถ่ายรูป	84 (28.00)	119 (39.70)	80 (26.70)	14 (4.70)	3 (1.00)	3.89 (มาก)	10
ค่าเฉลี่ย						3.96 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ
สมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ
ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทานและความหลากหลายในการใช้งาน
แอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับ
มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมาคือ คุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย =
4.09) และความเร็วในการประมวลผล (ค่าเฉลี่ย = 4.06)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

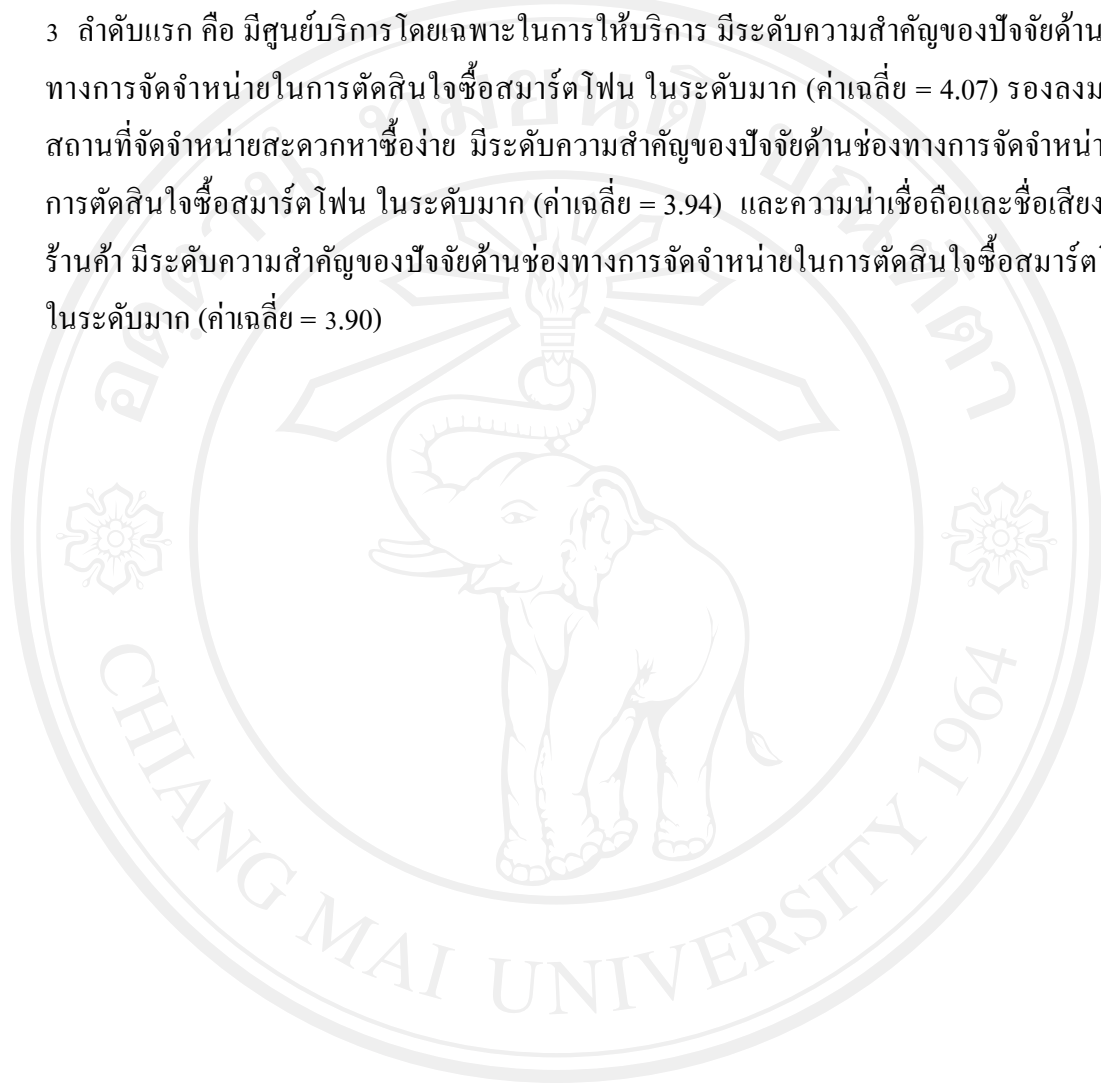
ความสำคัญของปัจจัยด้าน ราคาในการตัดสินใจเลือก ซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในด้านราคา					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	120 (40.00)	133 (44.30)	45 (15.00)	2 (0.70)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	1
ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ	103 (34.30)	139 (46.30)	50 (16.70)	7 (2.30)	1 (0.30)	4.12 (มาก)	2
มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	62 (20.70)	139 (46.30)	84 (28.00)	14 (4.70)	1 (0.30)	3.82 (มาก)	3
มีระบบการชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	47 (15.70)	86 (28.70)	96 (32.00)	51 (17.00)	20 (6.70)	3.29 (มาก)	5
สามารถผ่อนชำระหรือมี ระบบสินเชื่อ	52 (17.30)	70 (23.30)	99 (33.00)	57 (19.00)	22 (7.30)	3.24 (ปานกลาง)	6
ดอกเบี้ย 0%	73 (24.30)	77 (25.70)	82 (27.30)	44 (14.70)	24 (8.00)	3.43 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23) รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจ เลือกซื้อ สมาร์ตโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย					คะแนน เฉลี่ย (แปดผล)	อันดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการ ให้บริการ	83 (27.70)	157 (52.30)	59 (19.70)	1 (0.30)	0 (0.00)	4.07 (มาก)	1
สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อ ง่าย	61 (20.30)	164 (54.70)	72 (24.00)	2 (0.70)	1 (0.30)	3.94 (มาก)	2
ความสะดวกในการเดินทางไปยัง ร้านค้า/งานนิทรรศการแสดงสินค้า ไอที	46 (15.30)	117 (39.00)	123 (41.00)	14 (4.70)	0 (0.00)	3.65 (มาก)	6
ทำเลที่ตั้งของร้านค้า	29 (9.70)	128 (42.70)	113 (37.70)	25 (8.30)	5 (1.70)	3.50 (มาก)	7
ที่จอดรถกว้างขวาง / พอเพียง	24 (8.00)	104 (34.70)	131 (43.70)	36 (12.00)	5 (1.70)	3.35 (ปาน กลาง)	9
มีสินค้าให้เลือกหลายรุ่นและหลาย ยี่ห้อ	60 (20.00)	141 (47.00)	85 (28.30)	10 (3.30)	4 (1.30)	3.81 (มาก)	4
ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของ ร้านค้า	82 (27.30)	131 (43.70)	68 (22.70)	13 (4.30)	6 (2.00)	3.90 (มาก)	3
มีร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	55 (18.30)	140 (46.70)	81 (27.00)	18 (6.00)	6 (2.00)	3.73 (มาก)	5
มีช่องทางการขายรูปแบบใหม่ เช่น มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต , โทรศัพท์	50 (16.70)	88 (29.30)	117 (39.00)	33 (11.00)	12 (4.00)	3.70 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) และความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้านค้า มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการขายในการ ตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในการส่งเสริมการขาย					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาของเจ้าของตรา ยี่ห้อ	47 (15.70)	146 (48.70)	95 (31.70)	11 (3.70)	1 (0.30)	3.75 (มาก)	3
คำแนะนำจากพนักงานขายที่ สามารถแนะนำและให้ ความรู้และตอบปัญหา เกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ดี	60 (20.00)	165 (55.00)	62 (20.70)	12 (4.00)	1 (0.30)	3.90 (มาก)	1
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น โบรชัวร์ เป็นต้น	29 (9.70)	115 (38.30)	124 (41.30)	28 (9.30)	4 (1.30)	3.45 (ปานกลาง)	7
มีส่งเสริมการขาย เช่น การ ลดราคา , การแถม อุปกรณ์เสริม , ศึกษบอร์ด ภาษาไทย หรือ การแจก ของฟรีเมียม สามารถผ่อน ชำระได้ เป็นต้น	69 (23.00)	129 (43.00)	81 (27.00)	16 (5.30)	5 (1.70)	3.80 (มาก)	2
การตลาดเชิงกิจกรรม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การให้ความรู้เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ จัดการสาธิต การใช้งาน เป็นต้น	33 (11.00)	129 (43.00)	110 (36.70)	27 (9.0)	1 (0.30)	3.55 (มาก)	5
มีการจัดงานนิทรรศการ แสดงสินค้าไอที	34 (11.30)	116 (38.70)	116 (38.70)	30 (10.00)	4 (1.30)	3.48 (ปานกลาง)	6

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการขายในการ ตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญของปัจจัยในการส่งเสริมการขาย					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การสร้างภาพลักษณ์ ผ่าน คารา นักร้อง	25 (8.30)	88 (29.30)	116 (38.70)	52 (17.30)	19 (6.30)	3.16 (ปานกลาง)	8
การสร้างสังคมออนไลน์ ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat,Facebook	68 (22.70)	120 (40.00)	83 (27.70)	22 (7.30)	7 (2.30)	3.73 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.60 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) รองลงมาคือ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา, การแถมอุปกรณ์เสริม, ศึกษารหัสภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม สามารถผ่อนชำระได้ เป็นต้น มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) และการโฆษณาของเจ้าของตราหือ มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง	249	83.00
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	107	35.70
คนรัก	74	24.70
เพื่อน	104	34.70
เพื่อนร่วมงาน	29	9.70
ครู อาจารย์	2	0.70
พนักงานขาย	18	6.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 249 คน ร้อยละ 83.00 รองลงมาคือบิดา มารดา ญาติพี่น้อง จำนวน 107 คน ร้อยละ 35.70 และเพื่อน จำนวน 104 คน ร้อยละ 34.70

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟน

ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านออกค่าใช้จ่ายในการซื้อเองทั้งหมด	151	50.30
ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด	78	26.00
ท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ	53	17.70
คนรักเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อให้ทั้งหมด	12	4.00
ท่านและคนรักช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ	6	2.00

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนเองทั้งหมด มากที่สุด จำนวน 151 คน ร้อยละ 50.30 รองลงมาคือผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

ในการซื้อทั้งหมด จำนวน 78 คน ร้อยละ 26.00 และท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ จำนวน 53 คน ร้อยละ 17.70

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งซื้อสมาร์ทโฟน

แหล่งซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอโรพอร์ตพลาซ่า เป็นต้น	197	65.70
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น	73	24.30
ร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ	123	41.00
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	21	7.00
งานนิทรรศการแสดงสินค้าไอที	26	8.70
ศูนย์บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ	73	24.30

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ทโฟนในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอโรพอร์ตพลาซ่า เป็นต้นมากที่สุด 197 คน ร้อยละ 65.70 รองลงมาคือร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ จำนวน 123 คน ร้อยละ 41.00 และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 73 คน ร้อยละ 24.30

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงินในซื้อ
 สมาร์ทโฟน

วิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระโดยเงินสด	216	72.00
ชำระโดย Credit Card	52	17.30
เงินผ่อนกับทางร้านค้า เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น	10	3.30
เงินผ่อนกับศูนย์บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เช่น ดีแทค, ทรูมูฟ เป็นต้น	7	2.30
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟิสท์ซ้อยส์ , ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น	15	5.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย
 เงินสด มากที่สุด 216 คน ร้อยละ 72.00 รองลงมาวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย
 Credit Card จำนวน 52 คน ร้อยละ 17.30 และชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย เงินผ่อนกับ
 สถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟิสท์ซ้อยส์ , ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 15 คน ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกระดับความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ชื่อมา

ระดับความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้สมาร์ทโฟน ที่ชื่อมา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับมากที่สุด	90	30.00
ระดับมาก	166	55.30
ระดับปานกลาง	33	11.00
ระดับน้อย	5	1.70
ระดับน้อยที่สุด	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ชื่อมาในระดับมาก จำนวน 166 คน ร้อยละ 55.30 รองลงมาความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ชื่อมาในระดับมากที่สุด จำนวน 90 คน ร้อยละ 30.00 และความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ชื่อมา ในระดับปานกลาง จำนวน 33 คน ร้อยละ 11.00

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ทโฟนหลังการใช้งานมาแล้ว

สาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ทโฟนหลังการใช้งานมาแล้ว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ	14	4.70
มีการประมวลผลการทำงานช้า	20	6.70
มีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ทโฟน	8	2.60
อื่นๆ	2	0.70
รวม	44	14.70

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถโหลดโปรแกรมที่ต้องการได้ เช่น หุ่น จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 24 พบว่าสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ทโฟนหลังการใช้งานมาแล้วโดยมีการประมวลผลการทำงานช้า จำนวน 20 คน ร้อยละ 6.70 รองลงมาคือ ระบบการใช้

งานไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 14 คน ร้อยละ 4.70 และมีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ทโฟน จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.70 รวมถึงมีปัญหาในการใช้งานที่ไม่สามารถโหลดโปรแกรมที่ต้องการได้ เช่น หุ่น จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.70

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจงานสมาร์ทโฟนหลังการซื้อมาแล้ว

การดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจงานสมาร์ทโฟนหลังการซื้อมาแล้ว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้งานต่อไป	24	8.00
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่	6	2.00
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	6	2.00
นำไปขายต่อ	2	0.70
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	2	0.70
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	3	1.00
อื่นๆ	1	0.30
รวม	44	14.70

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไปขอคำปรึกษาจากร้านค้า จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจสมาร์ทโฟนหลังการซื้อมาแล้วคือใช้งานต่อไป จำนวน 24 คน ร้อยละ 8.00 รองลงมาคือนำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่ และนำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม จำนวน 12 คน ร้อยละ 4 และยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค จำนวน 3 คน ร้อย 1.00

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน
โทรศัพท์มือถือถือนานเท่าใดถึงเปลี่ยนใหม่

ระยะเวลาการใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนานเท่าใดถึงเปลี่ยนใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6 เดือน	25	8.30
1 ปี	85	28.30
2 ปี	101	33.70
3 ปี	54	18.00
อื่นๆ	35	11.70
รวม	300	100.00

หมายเหตุ :อื่น ได้แก่ ใช้้นกว่าเครื่องจะเสีย จำนวน 30 คน ,ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาได้ จำนวน 5 คน

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งาน โทรศัพท์มือถือถือนาน 2 ปี จำนวน 101 คน ร้อยละ 33.70 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนาน 1 ปี 85 คน ร้อยละ 28.30 และ ใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนาน 3 ปี จำนวน 54 คน ร้อยละ 18.00

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อ
เดิมมาใช้อีกในอนาคต

การซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้ออย่างแน่นอน	71	23.70
อาจจะซื้อ	99	33.00
ไม่แน่ใจ	106	35.30
อาจจะไม่ซื้อ	16	5.30
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	8	2.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 106 คน ร้อยละ 35.30 รองลงมาคืออาจจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 99 คน ร้อยละ 33.00 และจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 71 คน ร้อย 23.70

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่

การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	84	28.00
อาจจะแนะนำ	122	40.70
ไม่แน่ใจ	76	25.30
อาจจะไม่แนะนำ	9	3.00
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	9	3.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 122 คน ร้อยละ 40.70 รองลงมาคือแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 84 คน ร้อยละ 28.00 และไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 76 คน ร้อย 25.30

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต

สถานที่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อจากร้านเดิมอย่างแน่นอน	30	10.00
อาจจะซื้อจากร้านเดิม	76	25.30
ไม่แน่ใจ	157	52.30
อาจจะไม่ซื้อจากร้านเดิม	32	10.70
ไม่ซื้อจากร้านเดิมอย่างแน่นอน	5	1.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 157 คน ร้อยละ 52.30 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 76 คน ร้อยละ 25.30 และอาจจะไม่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 32 คน ร้อย 10.70

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ

การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	38	12.70
อาจจะแนะนำ	116	38.70
ไม่แน่ใจ	123	41.00
อาจจะไม่แนะนำ	19	6.30
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	4	1.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ 123 คน ร้อย 41.00 รองลงมาอาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจาก

ร้านที่เคยซื้อ 116 คน ร้อยละ 38.70 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้ออย่าง
แน่นอน 38 คน ร้อยละ 12.70

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ใน
การตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน	73	24.30
ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน	136	45.30
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	105	35.00
อื่นๆ	4	1.30
ไม่พบปัญหา	60	20.00

หมายเหตุ : อื่นได้แก่ภายในการใช้งานของสมาร์ทโฟน จำนวน 4 คน

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน จำนวน 136 คน ร้อยละ 45.30 รองลงมามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 105 คน ร้อยละ 35.00 และไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 73 คน ร้อยละ 24.30

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	119	39.70
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	59	19.70
อื่นๆ	8	2.70
ไม่พบปัญหา	125	41.70

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มีราคาแพงไปเกินกว่าที่จะซื้อได้ จำนวน 8 คน

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน 125 คน ร้อยละ 41.70 รองลงมามีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน 119 คน ร้อยละ 39.70 และมีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ จำนวน 59 คน ร้อยละ 39.70

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ	56	18.70
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกล ไม่สะดวกในการซื้อ	75	25.00
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	33	11.00
อื่นๆ	8	2.70
ไม่พบปัญหา	145	48.30

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ปัญหาเรื่องสินค้าขาด จำนวน 4 คน , ศูนย์การให้บริการมีน้อยไม่ครอบคลุมพื้นที่ 4 คน

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 145 คน ร้อยละ 48.30 รองลงมามีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ จำนวน 75 คน ร้อยละ 25.00 และมีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในด้านร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 56 คน ร้อยละ 18.70

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม การขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อ สมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	84	28.00
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	69	23.00
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	48	16.00
อื่นๆ	6	2.00
ไม่พบปัญหา	118	39.30

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พนักงานไม่ค่อยสนใจลูกค้า จำนวน 4 คน, พนักงานแนะนำให้ซื้อมากเกินไป จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริม การขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 118 คน ร้อยละ 39.30 รองลงมามีปัญหาด้านการ ส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการ ขาย จำนวน 84 คน ร้อยละ 28.00 และของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย 69 คน ร้อยละ 23.00

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ดังนี้

1. ควรปรับราคาให้เหมาะสมกับการใช้งาน
2. ควรปรับราคาให้ต่ำลง เนื่องจากเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงเร็ว มีรุ่นใหม่ๆ ออกมาเรื่อยๆ
3. ราคาสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์เสริมต่างๆยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง
4. ซ้อมือสองก็เป็นอีกทางเลือกที่ดี
5. ควรจะศึกษาข้อมูลสมาร์ทโฟนอย่างละเอียด เปรียบเทียบราคา และประสิทธิภาพการใช้งานของสมาร์ทโฟนแต่ละรุ่น ควรเลือกให้ดีกว่าก่อนตัดสินใจซื้อ มิฉะนั้นอาจเสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อ และใช้สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ใน
ปัจจุบันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ใน ปัจจุบัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
Apple iphone	24 (16.70%)	14 (21.5%)	39 (42.90%)	77 (25.70%)
Blackberry	32 (22.20%)	12 (18.50%)	9 (9.90%)	53 (17.70%)
HTC	1 (0.70%)	5 (7.70%)	4 (4.40%)	10 (3.30%)
Nokia	33 (22.90%)	16 (24.60%)	11 (12.10%)	60 (20.00%)
Samsung	37 (25.70%)	14 (21.50%)	20 (22.00%)	71 (23.70%)
Sony Ericsson	2 (1.40%)	1 (1.50%)	1 (1.10%)	4 (1.30%)
LG	3 (2.10%)	1 (1.50%)	5 (5.50%)	9 (3.00%)
iMobile	5 (3.50%)	0 (0.0%)	2 (2.20%)	7 (2.30%)
Motorola	1 (0.70%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.30%)
อื่นๆ	6 (4.20%)	2 (3.10%)	0 (0.0%)	8 (2.70%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ Acer 6 คน , Dell 2 คน

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Apple iphone มากที่สุด ร้อยละ 25.70 รองลงมาใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Samsung ร้อยละ 23.70 และใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Nokia ร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Samsung จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาคือยี่ห้อ Nokia จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.90 และยี่ห้อ Blackberry จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Nokia จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมาคือยี่ห้อ Samsung จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.50 และยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.90 รองลงมาคือยี่ห้อ Samsung จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 และยี่ห้อ Nokia จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุด
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ราคาสมาร์ทโฟนเครื่อง ล่าสุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ต่ำกว่า 5,000 บาท	33 (22.90%)	5 (7.70%)	15 (16.50%)	53 (17.70%)
5,001 – 10,000 บาท	57 (39.60%)	11 (16.90%)	8 (8.80%)	76 (25.30%)
10,001 – 15,000 บาท	33 (22.90%)	27 (41.50%)	13 (14.30%)	73 (24.30%)
15,001 – 20,000 บาท	6 (4.20%)	8 (12.30%)	19 (20.90%)	33 (11.00%)
20,001 – 25,000 บาท	9 (6.20%)	11 (16.90%)	26 (28.60%)	46 (15.30%)
25,001 – 30,000 บาท	4 (2.80%)	3 (4.60%)	9 (9.90%)	16 (5.30%)
มากกว่า 30,000 บาท	2 (1.40%)	0 (0.0%)	1 (1.10%)	3 (1.10%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 25.30 รองลงมาซื้อราคาสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 24.30 และซื้อราคาสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคาต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 17.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.60 รองลงมาซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคาต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.90 และซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุดราคา 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือนส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ทโฟนเครื่องล่าสุด 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาซื้อสมาร์ทโฟน

โฟนเครื่องล่าสุดราคา 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.90 และซื้อสมาร์ท
โฟนเครื่องล่าสุดราคา ราคา 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือนส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ท
โฟนเครื่องล่าสุด 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมาซื้อสมาร์ท
โฟนเครื่องล่าสุดราคา 15,001 -20,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.90 และซื้อสมาร์ท
โฟนเครื่องล่าสุดราคาต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้
สมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการใช้ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
เพื่อติดต่อสื่อสาร	135 (93.80%)	62 (95.40%)	81 (89.00%)	278 (92.70%)
เพื่อประกอบการศึกษา	46 (31.90%)	10 (15.40%)	12 (13.20%)	68 (22.70%)
เพื่อประกอบการทำงาน	30 (20.80%)	23 (35.40%)	39 (42.90%)	92 (30.70%)
เพื่อความบันเทิง	93 (64.60%)	40 (61.50%)	53 (58.20%)	186 (62.00%)
อื่นๆ	4 (2.80%)	1 (1.50%)	6 (6.60%)	11 (3.7%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน 6 คน , เพื่อเล่นเกม 5 คน

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ท
โฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 92.70 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิง
ร้อยละ 62.00 และมีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อประกอบการทำงาน ร้อยละ 30.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มี
วัตถุประสงค์ในการใช้งานสมาร์ทโฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร จำนวน 135 ราย ร้อยละ 93.80 รองลงมา
คือเพื่อความบันเทิง จำนวน 93 ราย ร้อยละ 64.60 และเพื่อประกอบการศึกษา 46 ราย ร้อยละ 31.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานสมาร์ทโฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร จำนวน 62 ราย ร้อยละ 95.40 รองลงมาคือเพื่อความบันเทิง จำนวน 40 ราย ร้อยละ 61.50 และเพื่อประกอบการทำงาน 23 ราย ร้อยละ 35.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานสมาร์ทโฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร จำนวน 81 ราย ร้อยละ 89.00 รองลงมาคือเพื่อความบันเทิง จำนวน 53 ราย ร้อยละ 58.20 และเพื่อประกอบการทำงาน 39 ราย ร้อยละ 42.90

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักรายละเอียดของสมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

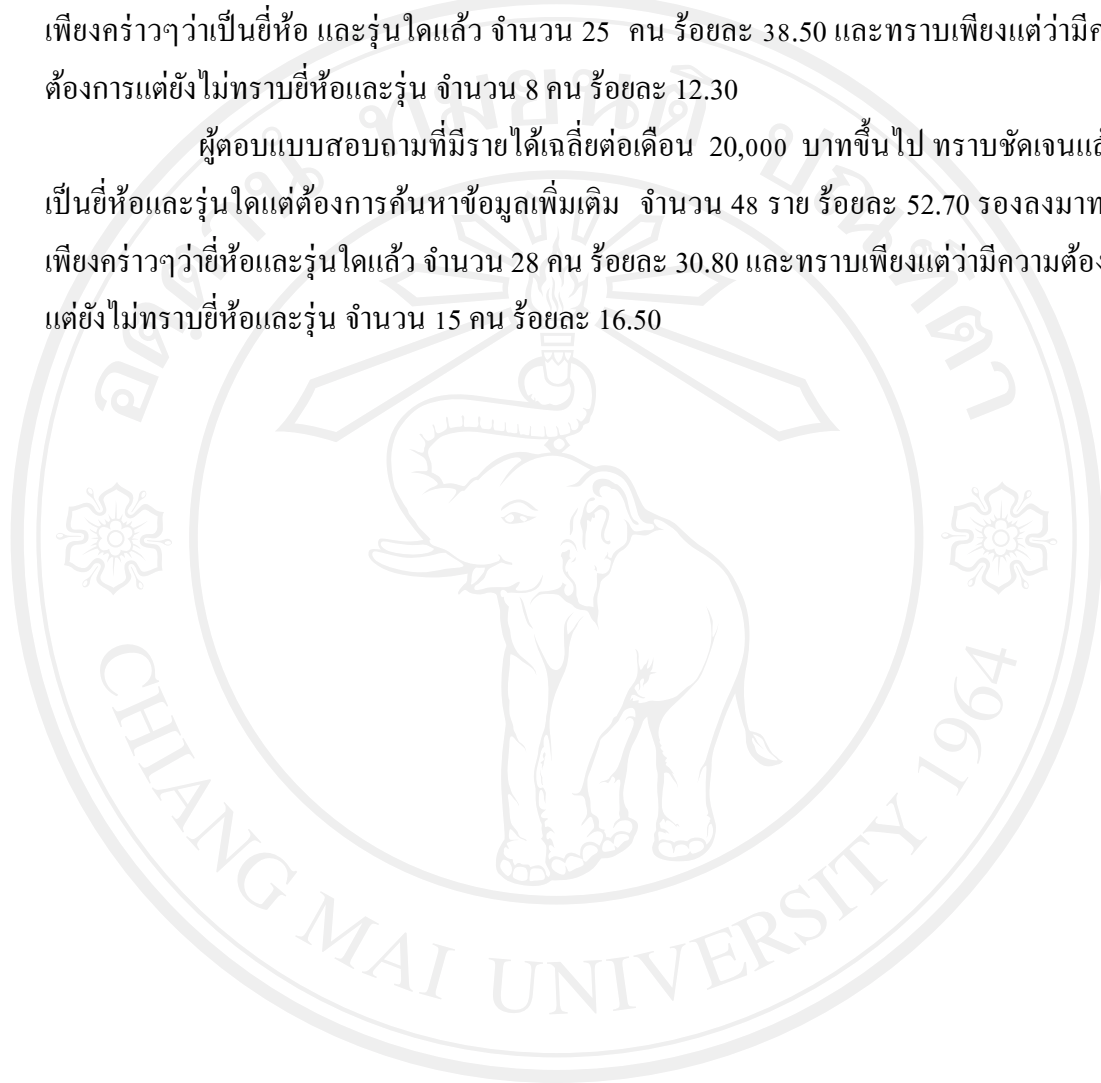
การรู้จักรายละเอียดของ สมาร์ทโฟนที่ต้องการซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ทราบเพียงแต่ว่ามี ความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อ และรุ่น	29 (20.10%)	8 (12.30%)	15 (16.50%)	52 (17.30%)
ทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็น ยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว	38 (26.40%)	25 (38.50%)	28 (30.80%)	91 (30.30%)
ทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแต่ต้องการค้นหา ข้อมูลเพิ่มเติม	77 (53.50%)	32 (49.20%)	48 (52.70%)	157 (52.30%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักรายละเอียดของสมาร์ทโฟนชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 157 คน ร้อยละ 52.30 รองลงมาทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว จำนวน 91 คน ร้อยละ 30.30 และทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อ และรุ่น จำนวน 52 คน ร้อยละ 17.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 77 ราย ร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ ทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว จำนวน 38 คน ร้อยละ 26.40 และทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อและรุ่น จำนวน 29 คน ร้อยละ 20.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ทราบชัดเจนแล้วว่า เป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 32 คน ร้อยละ 49.20 รองลงมาคือ ทราบเพียงคร่าวๆว่าเป็นยี่ห้อ และรุ่นใดแล้ว จำนวน 25 คน ร้อยละ 38.50 และทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อและรุ่น จำนวน 8 คน ร้อยละ 12.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ทราบชัดเจนแล้วว่า เป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม จำนวน 48 ราย ร้อยละ 52.70 รองลงมาทราบเพียงคร่าวๆว่ายี่ห้อและรุ่นใดแล้ว จำนวน 28 คน ร้อยละ 30.80 และทราบเพียงแต่ว่ามีความต้องการแต่ยังไม่ทราบยี่ห้อและรุ่น จำนวน 15 คน ร้อยละ 16.50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ท่านมีความ
ต้องการซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สาเหตุที่ทำให้ท่านมีความ ต้องการซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้ งานไม่ได้	78 (54.20%)	36 (55.40%)	42 (46.20%)	156 (52.0%)
คุณสมบัติของ สมาร์ทโฟนเหมาะสมกับ พฤติกรรมการใช้งาน	82 (56.90%)	35 (53.80%)	52 (57.10%)	169 (56.30%)
ชอบการใช้เทคโนโลยีหรือ ทดลองของใหม่ๆ	78 (54.20%)	33 (50.80%)	30 (33.00%)	141 (47.00%)
พบข้อมูลจากสื่อทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือ แผ่นพับ ทำให้เกิดความ ต้องการ	31 (21.50%)	13 (20.00%)	16 (17.60%)	60 (20.00%)
พบข้อมูลข่าวสารจาก อินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์ ทำให้เกิดความต้องการ	42 (29.20%)	18 (27.70%)	19 (20.90%)	79 (26.30%)
ซื้อเพราะเหตุผลทางด้าน สังคม, เพื่อให้ดูน่าสนใจ สายตาผู้อื่น	32 (22.20%)	14 (21.50%)	10 (11.00%)	56 (18.70%)
คำนิยมในปัจจุบันซื้อเพราะ เพื่อนๆ ใช้กันมาก	28 (19.40%)	18 (27.70%)	15 (16.50%)	61 (20.30%)
เพื่อความสะดวกสบายใน ชีวิตประจำวัน เช่น การ ติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต	76 (52.80%)	39 (60.00%)	49 (53.80%)	164 (54.70%)

จากตารางที่ 39 พบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการซื้อสมาร์ทโฟน เนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ร้อยละ 56.30 รองลงมา

เพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 54.70 และ โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้งานไม่ได้ ร้อยละ 52.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 82 คน ร้อยละ 56.90 รองลงมาคือ ชอบการใช้เทคโนโลยีหรือทดลองของใหม่ๆ จำนวน 78 คน ร้อยละ 54.20 และ โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้งานไม่ได้ จำนวน 78 คน ร้อยละ 54.20 และเพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 76 คน ร้อยละ 52.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เพราะเพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 39 คน ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้งานไม่ได้ จำนวน 36 คน ร้อยละ 55.40 และคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 35 คน ร้อยละ 53.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 52 คน ร้อยละ 57.10 รองลงมาคือ เพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 49 คน ร้อยละ 53.80 และ โทรศัพท์มือถือเดิมเสื่อม ใช้งานไม่ได้ จำนวน 42 คน ร้อยละ 46.20

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
Apple iphone	125 (86.80%)	56 (86.20%)	79 (86.80%)	260 (86.70%)
Blackberry	127 (88.20%)	54 (83.10%)	72 (79.10%)	253 (84.30%)
HTC	70 (48.60%)	32 (49.20%)	60 (65.90%)	162 (54.00%)
Nokia	116 (80.60%)	54 (83.10%)	68 (74.70%)	238 (79.30%)
Samsung	118 (81.90%)	49 (75.40%)	67 (73.60%)	234 (78.00%)
Sony Ericsson	68 (47.20%)	25 (38.50%)	43 (47.30%)	136 (45.30%)
LG	78 (54.20%)	29 (44.60%)	48 (52.70%)	155 (51.70%)
iMobile	77 (53.50%)	24 (36.90%)	40 (44.00%)	141 (47.00%)
Motorola	59 (41.00%)	22 (33.80%)	35 (38.50%)	116 (38.70%)
อื่นๆ	4 (2.80%)	2 (3.10%)	4 (4.40%)	10 (3.30%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ Acer 10 คน

จากตารางที่ 40 พบว่าส่วนใหญ่สมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคือยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 260 คน ร้อยละ 86.70 รองลงมาคือยี่ห้อ Blackberry จำนวน 253 คน ร้อยละ 84.30 และยี่ห้อ Nokia จำนวน 238 คน ร้อยละ 79.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคือ ยี่ห้อ Blackberry จำนวน 127 คน ร้อยละ 88.20 รองลงมาคือยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 125 คน ร้อยละ 86.80 และยี่ห้อ Samsung จำนวน 118 คน ร้อยละ 81.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคือ ยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 56 คน ร้อยละ 86.20 รองลงมาคือยี่ห้อ Blackberry จำนวน 54 คน ร้อยละ 83.10 และยี่ห้อ Nokia จำนวน 54 คน ร้อยละ 83.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคือ ยี่ห้อ Apple iphone จำนวน 79 คน ร้อยละ 86.80 รองลงมาคือยี่ห้อ Blackberry จำนวน 72 คน ร้อยละ 79.10 และยี่ห้อ Nokia จำนวน 68 คน ร้อยละ 74.70

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
มากที่สุด	23 (16.00%)	4 (6.20%)	8 (8.80%)	35 (11.70%)
มาก	39 (27.10%)	22 (33.80%)	31 (34.10%)	92 (30.70%)
ปานกลาง	73 (50.70%)	35 (53.80%)	46 (50.50%)	154 (51.30%)
น้อย	6 (4.20%)	3 (4.60%)	6 (6.60%)	15 (5.00%)
น้อยที่สุด	3 (2.10%)	1 (1.50%)	0 (0.0%)	4 (1.30%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 154 คน ร้อยละ 51.30 รองลงมาคือความรู้

และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมาก จำนวน 92 คน ร้อยละ 30.70 และมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 35 คน ร้อยละ 11.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.70 รองลงมาคือมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 27.10 และมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 53.80 รองลงมาคือมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 33.80 และมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 6.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.50 รองลงมาคือมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 34.10 และมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ตราฮีทือที่เป็นที่นิยม	82 (56.90%)	38 (58.50%)	51 (56.00%)	171 (57.00%)
ราคา	114 (79.20%)	40 (61.50%)	61 (67.00%)	215 (71.70%)
คุณสมบัติตัวเครื่อง	119 (82.60%)	51 (78.50%)	71 (78.00%)	241 (80.30%)
ระบบปฏิบัติการที่ใช้	81 (56.20%)	32 (49.20%)	41 (45.10%)	154 (51.30%)
รูปลักษณ์สวยงาม	86 (59.70%)	39 (60.00%)	52 (57.10%)	177 (59.00%)
ความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานง่าย	90 (62.50%)	34 (52.30%)	55 (60.40%)	179 (59.70%)
รูปแบบการชำระเงิน	14 (9.70%)	12 (18.50%)	17 (18.70%)	43 (14.30%)
ร้านค้าที่จำหน่าย	23 (16.00%)	5 (7.70%)	17 (18.70%)	45 (15.00%)
บริการหลังการขาย	33 (22.90%)	15 (23.10%)	24 (26.40%)	72 (24.00%)
การรับประกัน	57 (39.60%)	13 (20.00%)	31 (34.10%)	101 (33.70%)
การส่งเสริมการขายต่างๆ โปรโมชั่น ของแถม	24 (16.70%)	6 (9.20%)	14 (15.40%)	44 (14.70%)
อื่นๆ	1 (0.70%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	4 (1.30%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ความทนทาน 4 คน

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่คุณสมบัติตัวเครื่อง มากที่สุด จำนวน 241 คน ร้อยละ 80.30 รองลงมาคือราคา จำนวน 215 คน ร้อยละ 71.70 และความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานง่าย จำนวน 179 คน ร้อยละ 59.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่คือ คุณสมบัติตัวเครื่อง จำนวน 119 คน ร้อยละ 82.60 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 114 คน ร้อยละ 79.20 และความสะดวกในการใช้งาน ใช้งานง่ายจำนวน 90 คน ร้อยละ 62.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่คือ คุณสมบัติตัวเครื่อง จำนวน 51 คน ร้อยละ 78.50 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 40 คน ร้อยละ 61.50 และรูปลักษณ์สวยงาม จำนวน 39 คน ร้อยละ 60.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่คือ คุณสมบัติตัวเครื่อง จำนวน 71 คน ร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 61 คน ร้อยละ 67.00 และตรายี่ห้อที่เป็นที่นิยมจำนวน 51 คน ร้อยละ 56.00

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
พนักงานขายประจำร้าน	3.08 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.64 (น้อยที่สุด)	2.93 (ปานกลาง)
งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ	3.22 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.10 (น้อย)	3.20 (ปานกลาง)
คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้	3.69 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)	3.74 (มาก)
อินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจากเว็บไซต์ / เฟสบุ๊ค	3.96 (มาก)	3.60 (มาก)	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)
นิตยสารทางด้านโทรศัพท์มือถือ	3.29 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
โฆษณาทางโทรทัศน์และ/หรือวิทยุ	3.14 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
ใบปลิว แผ่นพับ	2.73 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม				3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่า ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.27) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บบอร์ด / เฟสบุ๊ก มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) รองลงมาคือคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) และการทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้านี้มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.47)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บบอร์ด / เฟสบุ๊ก มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.69) และการทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้านี้มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.48)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บบอร์ด / เฟสบุ๊ก มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.60)รองลงมาคือ การทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้า มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58) และงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย = 3.29)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย = 4.02) มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็บบอร์ด / เฟสบุ๊ก มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.98) และการทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้า มีระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.37)

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
ตราชื่อเป็นที่รู้จัก	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)
ระบบปฏิบัติการที่ใช้สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมได้	3.87 (มาก)	4.03 (มาก)	4.20 (มาก)	4.01 (มาก)
รูปแบบ รูปทรงภายนอกสวยงาม ทันสมัย	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน	4.02 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)
ขนาดกะทัดรัดและน้ำหนักเบา	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
ระบบเชื่อมต่อและการส่งข้อมูล(Connectivity)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)
ความหลากหลายในการใช้งานแอปพลิเคชัน	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)
ความง่ายของฟังก์ชันการใช้งาน	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)
จุดเด่นและคุณสมบัติพิเศษ(Feature)การใช้งานของแบตเตอรี่	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)
ความสามารถ (Function)ในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง	4.10 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)
สามารถเพิ่มหน่วยความจำได้ (Memory Card)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)
ขนาดของหน่วยความจำภายในเครื่อง	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
ความเร็วในการประมวลผล	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
รองรับเมนูการใช้งานภาษาไทย	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)
ความละเอียดของกล้องถ่ายรูป	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม				3.96 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทานและความหลากหลายในการใช้งาน แอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมาคือ คุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) และความเร็วในการประมวลผล มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมาคือ ความสามารถ (Function) ในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง และตราฮือเป็นที่รู้จัก มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.10) และความหลากหลายในการใช้งานแอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ข้อมูลตัวเครื่อง (Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.18) รองลงมาคือ ความหลากหลายในการใช้งานแอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.12) และความเร็วในการประมวลผล มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.06)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ก็อระบบปฏิบัติการที่ใช้สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมได้ และข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) รองลงมาคือ ความหลากหลายในการใช้งานแอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.17) และระบบ

เชื่อมต่อและการส่งข้อมูล(Connectivity) มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 4.14)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)
ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)
มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.10 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
สามารถผ่อนชำระหรือมีระบบสินเชื่อ	3.17 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
ดอกเบี้ย 0%	3.32 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม				3.69 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23) รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.19) รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.15) รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.36) รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.27) และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71)

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของของปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัย ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายในการตัดสินใจ เลือกซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะ ในการให้บริการ	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่จัดจำหน่าย สะดวกหาซื้อง่าย	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะดวกในการ เดินทางไปยังร้านค้า/งาน นิทรรศการแสดงสินค้า ไอที	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้านค้า	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ที่จอดรถกว้างขวาง/ พอเพียง	3.31 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีสินค้าให้เลือกหลายรุ่น และหลายยี่ห้อ	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.65 (มาก)	3.81 (มาก)
ความน่าเชื่อถือและ ชื่อเสียงของร้านค้า	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)
มีร้านตัวแทนจำหน่าย โดยตรง	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)
มีช่องทางการขายรูปแบบ ใหม่ เช่น มีบริการ สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต , โทรศัพท์	3.58 (มาก)	3.41 (มาก)	3.21 (มาก)	3.43 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม				3.70 (มาก)

ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ส่งเสริมการขายในการ ตัดสินใจเลือกซื้อ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
การโฆษณาของเจ้าของตรา ชื้อหือ	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
คำแนะนำจากพนักงานขาย ที่สามารถแนะนำและให้ ความรู้และตอบปัญหา เกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ดี	3.95 (มาก)	3.87 (มากที่สุด)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ เป็น ต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
มีส่งเสริมการขาย เช่น การ ลดราคา , การแถม อุปกรณ์เสริม, คีย์บอร์ด ภาษาไทย หรือ การแจก ของฟรีเมียม สามารถผ่อน ชำระได้ เป็นต้น	3.89 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
การตลาดเชิงกิจกรรม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การให้ความรู้เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ จัดการสาธิต การใช้งาน เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
มีการจัดงานนิทรรศการ แสดงสินค้าไอที	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้าน ส่งเสริมการขายในการ ตัดสินใจเลือกซื้อ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 144)	10,000-20,000 บาท (n = 65)	20,000 บาทขึ้นไป (n = 91)	รวม (300)
การสร้างภาพลักษณ์ผ่าน ดารา นักร้อง	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
การสร้างสังคมออนไลน์ ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat, Facebook	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม				3.60 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) รองลงมาคือ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา , การแถมอุปกรณ์เสริม , ศึกษอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม สามารถผ่อนชำระได้ เป็นต้น มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) และการโฆษณาของเจ้าของตราหือ มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) รองลงมาคือมีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา , การแถมอุปกรณ์เสริม , ศึกษอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม สามารถผ่อนชำระได้ เป็นต้น มีระดับ

ความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และ การสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat,Facebook มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.87) รองลงมาคือ การสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat,Facebook มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา, การแถม อุปกรณ์เสริม, คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม สามารถผ่อนชำระได้ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.72) และการโฆษณาของเจ้าของตราหือ การตลาดเชิงกิจกรรม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษการให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ จัดการสาธิตการใช้งาน เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย = 3.63)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟน ตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย = 3.83) รองลงมาคือ การโฆษณาของเจ้าของตราหือ(ค่าเฉลี่ย = 3.75) และมีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา , การแถมอุปกรณ์เสริม ,คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม สามารถผ่อนชำระได้ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.71)

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการซื้อ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม เอง	125 (86.80%)	50 (76.90%)	74 (81.30%)	249 (83.00%)
บิดา มารดา ญาติพี่น้อง	71 (49.30%)	20 (30.80%)	16 (17.60%)	107 (35.70%)
คนรัก	36 (25.00%)	13 (20.00%)	25 (27.50%)	74 (24.70%)
เพื่อน	61 (42.40%)	22 (33.80%)	21 (23.10%)	104 (34.70%)
เพื่อนร่วมงาน	13 (9.00%)	5 (7.70%)	11 (12.10%)	29 (9.70%)
ครู อาจารย์	1 (0.70%)	0 (0.0%)	1 (1.10%)	2 (0.70%)
พนักงานขาย	14 (9.70%)	1 (1.50%)	3 (3.30%)	18 (6.00%)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 249 คน ร้อยละ 83.00 รองลงมาคือบิดา มารดา ญาติพี่น้อง จำนวน 107 คน ร้อยละ 35.70 และเพื่อน จำนวน 104 คน ร้อยละ 34.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 125 คน ร้อยละ 86.80 รองลงมาคือบิดา มารดา ญาติพี่น้อง จำนวน 71 คน ร้อยละ 49.30 และเพื่อน จำนวน 61 คน ร้อยละ 42.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 50 คน ร้อยละ 76.90 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 22 คน ร้อยละ 33.80 และบิดา มารดา ญาติพี่น้อง จำนวน 20 ราย ร้อยละ 30.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 74 คน ร้อยละ 81.30 รองลงมาคือคนรัก จำนวน 25 คน ร้อยละ 27.50 และเพื่อน จำนวน 21 คน ร้อยละ 23.10

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ เองทั้งหมด	37 (25.70%)	43 (66.20%)	71 (78.00%)	151 (50.30%)
ผู้ปกครองเป็นผู้ออก ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ทั้งหมด	62 (43.10%)	10 (15.40%)	6 (6.60%)	78 (26.00%)
ท่านและผู้ปกครองช่วยกัน ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ	36 (25.00%)	8 (12.30%)	9 (9.90%)	53 (17.70%)
คนรักเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อให้ทั้งหมด	6 (4.20%)	4 (6.20%)	2 (2.20%)	12 (4.00%)
ท่านและคนรักช่วยกัน ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ	3 (2.10%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	6 (2.00%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนเองทั้งหมด มากที่สุด จำนวน 151 คน ร้อยละ 50.30 รองลงมาคือผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด จำนวน 78 คน ร้อยละ 26.00 และท่านและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ จำนวน 53 คน ร้อยละ 17.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนคือ ผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด จำนวน 62 คน ร้อยละ 43.10 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด จำนวน 37 คน ร้อยละ 25.70 และผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ จำนวน 36 ราย ร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนเองทั้งหมด จำนวน 43 คน ร้อยละ 66.20 รองลงมาคือผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด จำนวน 10 คน ร้อยละ 15.40 และผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ จำนวน 8 คน ร้อยละ 12.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ทโฟนเองทั้งหมด จำนวน 71 คน ร้อยละ 78.00 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ปกครองช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ จำนวน 9 คน ร้อยละ 9.90 และผู้ปกครองเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด จำนวน 6 คน ร้อยละ 6.60

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งซื้อสมาร์ทโฟน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัล กาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เป็นต้น	97 (67.40%)	43 (66.20%)	57 (62.60%)	197 (65.70%)
ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยม พาณิชย์ เป็นต้น	33 (22.90%)	19 (29.20%)	21 (23.10%)	73 (24.30%)
ร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ	75 (52.10%)	24 (36.90%)	24 (26.40%)	123 (41.00%)
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	13 (9.00%)	3 (4.60%)	5 (5.50%)	21 (7.00%)
งานนิทรรศการแสดงสินค้าไอที	15 (10.40%)	4 (6.20%)	7 (7.70%)	26 (8.70%)
ศูนย์บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ	23 (16.00%)	18 (27.70%)	32 (35.20%)	73 (24.30%)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ทโฟนในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เป็นต้นมากที่สุด 197 คน ร้อยละ 65.70 รองลงมาคือร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ จำนวน 123 คน ร้อยละ 41.00 และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 73 คน ร้อยละ 24.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ซื้อในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เป็นต้น จำนวน 97 คน ร้อยละ 67.40 รองลงมาคือ ร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ จำนวน 75 คน ร้อยละ 52.10 และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 33 คน ร้อยละ 22.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ซื้อในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เป็นต้น จำนวน 43 คน ร้อยละ 66.20 รองลงมาคือ ร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ จำนวน 24 คน ร้อยละ 36.90 และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 19 คน ร้อยละ 29.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลลาดพร้าว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เป็นต้น จำนวน 57 คน ร้อยละ 62.60 รองลงมาคือ ร้านขายโทรศัพท์มือถือในศูนย์ไอทีต่างๆ จำนวน 24 คน ร้อยละ 26.40 และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 21 คน ร้อยละ 23.10

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อ
 สมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการชำระเงินในการซื้อ สมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ชำระ โดยเงินสด	114 (79.20%)	48 (73.80%)	54 (59.30%)	216 (72.00%)
ชำระ โดย Credit Card	11 (7.60%)	9 (13.80%)	32 (35.20%)	52 (17.30%)
เงินผ่อนกับทางร้านค้า เช่น สยามทีวี นิยมพาณิชย์ เป็นต้น	8 (5.60%)	1 (1.50%)	1 (1.10%)	10 (3.30%)
เงินผ่อนกับศูนย์บริการ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เช่น ดีแทค, ทรูมูฟ เป็นต้น	5 (3.50%)	1 (1.50%)	1 (1.10%)	7 (2.30%)
เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟิสท์ซ้อยส์, ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น	6 (4.20%)	6 (9.20%)	3 (3.30%)	15 (5.00%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย
 เงินสด มากที่สุด 216 คน ร้อยละ 72.00 รองลงมาวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย
 Credit Card จำนวน 52 คน ร้อยละ 17.30 และชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟนโดย วิธีเงินผ่อนกับ
 สถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟิสท์ซ้อยส์ , ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้นจำนวน15 คน ร้อยละ 5.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ
 สมาร์ทโฟนโดยเงินสด จำนวน 114 คน ร้อยละ 79.20 รองลงมาวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟน
 โดย Credit Card จำนวน 11 คน ร้อยละ 7.60 และ เงินผ่อนกับทางร้านค้า เช่น สยามทีวี นิยม
 พาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 8 ราย ร้อยละ 5.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท มีวิธีการชำระเงินในการซื้อ
 สมาร์ทโฟนโดยเงินสด จำนวน 48 คน ร้อยละ 73.80 รองลงมาวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ทโฟน

โดย Credit Card จำนวน 9 คน ร้อยละ 13.80 และ เงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟรียท์ ซ้อยส์, ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 6 คน ร้อยละ 9.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดยเงินสด จำนวน 54 คน ร้อยละ 59.30 รองลงมาวิธีชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดย Credit Card จำนวน 32 คน ร้อยละ 35.20 และวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดยเงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อีออน, เฟรียท์ซ้อยส์, ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น จำนวน 3 คน ร้อยละ 3.30

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกระดับความรู้สึกรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟน ที่ซื้อมาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความรู้สึกรู้สึกพอใจในการ ใช้สมาร์ตโฟน ที่ซื้อมา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ระดับมากที่สุด	37 (25.70%)	19 (29.20%)	34 (37.40%)	90 (30.00%)
ระดับมาก	88 (61.10%)	36 (55.40%)	42 (46.20%)	166 (55.30%)
ระดับปานกลาง	15 (10.40%)	8 (12.30%)	10 (11.00%)	33 (11.00%)
ระดับน้อย	2 (1.40%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	5 (1.70%)
ระดับน้อยที่สุด	2 (1.40%)	2 (3.10%)	2 (2.20%)	6 (2.00%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟน ที่ซื้อมาในระดับมาก จำนวน 166 คน ร้อยละ 55.30 รองลงมาความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟน ที่ซื้อมาในระดับมากที่สุด จำนวน 90 คน ร้อยละ 30.00 และความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา ในระดับปานกลาง จำนวน 33 คน ร้อยละ 11.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมาก จำนวน 88 คน ร้อยละ 61.10 รองลงมาคือความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมากที่สุด จำนวน 37 คน ร้อยละ 25.70 และความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ซื้อมา ในระดับปานกลาง จำนวน 15 คน ร้อยละ 10.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมาก จำนวน 36 คน ร้อยละ 55.40 รองลงมาคือความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมากที่สุด จำนวน 19 คน ร้อยละ 29.20 และความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ซื้อมา ในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน ร้อยละ 12.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมาก จำนวน 42 คน ร้อยละ 46.20 รองลงมาคือความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟน ที่ซื้อมาในระดับมากที่สุด จำนวน 34คน ร้อยละ 37.40 และความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ซื้อมา ในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน ร้อยละ 11.00

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ทโฟนหลังการใช้งานมาแล้วจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ทโฟน หลังการใช้งานมาแล้ว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ	4 (2.80%)	3 (4.60%)	7 (7.70%)	14 (4.70%)
มีการประมวลผลการทำงานช้า	8 (5.60%)	5 (7.70%)	7 (7.70%)	20 (6.70%)
มีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ทโฟน	6 (4.20%)	2 (3.10%)	0 (0.0%)	8 (2.70%)
อื่นๆ	1 (0.70%)	0 (0.0%)	1 (1.10%)	2 (0.70%)
รวม	19 (100.0%)	10 (100.0%)	15 (100.0%)	44 (100.0%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถโหลดโปรแกรมที่ต้องการได้ เช่น หุ่น, เกมส์ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วโดยมีปัญหาการประมวลผลการทำงานช้า จำนวน 20 คน ร้อยละ 6.70 รองลงมาคือ ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 14 คน ร้อยละ 4.70 และใช้งานมีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ตโฟน จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วคือ มีการประมวลผลการทำงานช้า จำนวน 8 คน ร้อยละ 5.60 รองลงมาคือ มีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ตโฟน จำนวน 6 คน ร้อยละ 4.20 และ ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วคือ มีการประมวลผลการทำงานช้า จำนวน 5 คน ร้อยละ 7.70 รองลงมาคือ ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 3 คน ร้อยละ 4.60 และมีปัญหาเกี่ยวกับตัวเครื่องสมาร์ตโฟน จำนวน 2 คน ร้อยละ 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน ส่วนใหญ่มีสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วคือ ระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 7 คน ร้อยละ 7.70 และ ไม่พอใจในกรณีมีการประมวลผลการทำงานช้า จำนวน 7 คน ร้อยละ 7.70

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการดำเนินการกรณีที่ไม่วอใจสมาร์ทโฟน หลังการซื้อมาแล้ว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไม่วอใจสมาร์ทโฟน หลังการซื้อมาแล้ว จะทำอย่างไรกับสมาร์ทโฟนเครื่องนั้น	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ใช้งานต่อไป	13 (9.00%)	5 (7.70%)	6 (6.60%)	24 (8.00%)
นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่	2 (1.40%)	3 (4.60%)	1 (1.10%)	6 (2.00%)
นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม	3 (2.10%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	6 (2.00%)
นำไปขายต่อ	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.20%)	2 (0.70%)
ทิ้งไว้ไม่ใช้งาน	0 (0.0%)	2 (3.10%)	0 (0.0%)	2 (0.70%)
ยกให้ผู้อื่นหรือนำไปบริจาค	1 (0.70%)	0 (0.0%)	2 (2.20%)	3 (1.00%)
อื่นๆ	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.10%)	1 (0.30%)
รวม	19 (100.0%)	10 (100.0%)	15 (100.0%)	44 (100.0%)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไปขอคำปรึกษาจากร้านค้า จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการดำเนินการกรณีที่ไม่วอใจสมาร์ทโฟนหลังการซื้อมาแล้ว โดยใช้งานต่อไป 24 คน ร้อยละ 8.00 รองลงมาเป็นการดำเนินการกรณีที่ไม่วอใจสมาร์ทโฟนหลังการซื้อมาแล้วโดยนำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่และนำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จะใช้งานต่อไปเมื่อไม่พอใจกับสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา จำนวน 13 คน ร้อยละ 9.00 รองลงมาคือ นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม จำนวน 3 คน และนำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่ จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน จะใช้งานต่อไปเมื่อไม่พอใจกับสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา จำนวน 5 คน ร้อยละ 7.70 รองลงมาคือ นำส่งคืนแล้วเปลี่ยนตัวใหม่ จำนวน 3 คน ร้อยละ 4.60 และทิ้งไว้ไม่ใช้งาน จำนวน 2 คน ร้อยละ 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน จะใช้งานต่อไปเมื่อไม่พอใจกับสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา จำนวน 6 คน ร้อยละ 6.60 รองลงมาคือ นำส่งคืนเพื่อซ่อมแซม จำนวน 3 คน ร้อยละ 3.30 และนำไปขายต่อ ยกให้ผู้อื่นหรือบริจาค จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.20

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน โทรศัพท์มือถือถือนานเท่าใดถึงเปลี่ยนใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระยะเวลาการใช้งาน โทรศัพท์มือถือถือนานเท่าใด ถึงเปลี่ยนใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
6 เดือน	15 (10.40%)	5 (7.70%)	5 (5.50%)	25 (8.30%)
1 ปี	40 (27.80%)	19 (29.20%)	26 (28.60%)	85 (28.30%)
2 ปี	48 (33.30%)	21 (32.20%)	32 (35.20%)	101 (33.70%)
3 ปี	28 (19.40%)	12 (18.50%)	14 (15.40%)	54 (18.00%)
อื่นๆ	13 (9.00%)	8 (12.30%)	14 (15.40%)	35 (11.70%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

หมายเหตุ : อื่นได้แก่ ใช้งานกว่าเครื่องจะเสีย จำนวน 30 คน ,ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาได้ จำนวน 5 คน

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนาน 2 ปี จำนวน 101 คน ร้อยละ 33.70 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนาน 1 ปี จำนวน 85 คน ร้อยละ 28.30 และใช้งานโทรศัพท์มือถือถือนาน 3 ปี จำนวน 54 คน ร้อยละ 18.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 2 ปี จำนวน 48 คน ร้อยละ 33.30 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 1 ปี จำนวน 40 คน ร้อยละ 27.80 และใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 3 ปี จำนวน 28 คน ร้อยละ 19.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 2 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 32.30 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 1 ปี จำนวน 19 คน ร้อยละ 29.20 และใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 3 ปี จำนวน 12 คน ร้อยละ 18.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน ใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 2 ปี จำนวน 32 คน ร้อยละ 35.20 รองลงมาใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 1 ปี จำนวน 26 คน ร้อยละ 28.60 และใช้งานโทรศัพท์มือถือมานาน 3 ปี จำนวน 14 คน ร้อยละ 15.40

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิม มาใช้อีกในอนาคต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ซื้ออย่างแน่นอน	28 (19.40%)	15 (23.10%)	28 (30.80%)	71 (23.70%)
อาจจะซื้อ	54 (37.50%)	20 (30.80%)	25 (27.50%)	99 (33.00%)
ไม่แน่ใจ	50 (34.70%)	27 (41.50%)	29 (31.90%)	106 (35.30%)
อาจจะไม่ซื้อ	8 (5.60%)	2 (3.10%)	6 (6.60%)	16 (5.30%)
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	4 (2.80%)	1 (1.50%)	3 (3.30%)	8 (2.70%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 106 คน ร้อยละ 35.30 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีก

ในอนาคต จำนวน 99 คน ร้อยละ 33.00 และจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 71 คน ร้อย 23.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อาจจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 54 คน ร้อยละ 37.50 รองลงมาไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 50 คน ร้อยละ 34.70 และซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 28 คน ร้อยละ 19.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ไม่แน่ใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 27 คน ร้อยละ 41.50 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 20 คน ร้อยละ 30.80 และจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 15 คน ร้อย 23.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ไม่แน่ใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 29 คน ร้อยละ 31.90 รองลงมาคือจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 28 คน ร้อย 30.80 และอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต จำนวน 25 คน ร้อยละ 27.50

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อ สมาร์ทโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
แนะนำแน่นอน	34 (23.60%)	15 (23.10%)	35 (38.50%)	84 (28.00%)
อาจจะแนะนำ	57 (39.60%)	30 (46.20%)	35 (38.50%)	122 (40.70%)
ไม่แน่ใจ	43 (29.90%)	18 (27.70%)	15 (16.50%)	76 (25.30%)
อาจจะไม่แนะนำ	4 (2.80%)	2 (3.10%)	3 (3.30%)	9 (3.30%)
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	6 (4.20%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	9 (3.3.0%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 122 คน ร้อยละ 40.70 รองลงมาจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่อย่างแน่นอน จำนวน 84 คน ร้อยละ 28.00 และไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 76 คน ร้อยละ 25.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 57 คน ร้อยละ 39.60 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 43 คน ร้อยละ 29.90 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่อย่างแน่นอน จำนวน 34 คน ร้อยละ 23.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 30 คน ร้อยละ 46.20 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 18 คน ร้อยละ 27.70 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่อย่างแน่นอน จำนวน 15 คน ร้อยละ 23.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่อย่างแน่นอน จำนวน 35 คน ร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ จำนวน 15 คน ร้อยละ 16.50

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคตจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ซื้อจากร้านเดิมอย่างแน่นอน	10 (6.90%)	4 (6.20%)	16 (17.60%)	30 (10.00%)
อาจจะซื้อจากร้านเดิม	29 (20.10%)	19 (29.20%)	28 (30.80%)	76 (25.30%)
ไม่แน่ใจ	85 (59.00%)	38 (58.50%)	34 (37.40%)	157 (52.30%)
อาจจะไม่ซื้อจากร้านเดิม	17 (11.80%)	4 (6.20%)	11 (12.10%)	32 (10.70%)
ไม่ซื้อจากร้านเดิมอย่างแน่นอน	3 (2.10%)	0 (0.0%)	2 (2.20%)	5 (1.70%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 157 คน ร้อยละ 52.30 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 76 คน ร้อยละ 25.30 และจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 30 คน ร้อยละ 10.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 85 คน ร้อยละ 59.00 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 29 คน ร้อยละ 20.10 และจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 10 คน ร้อยละ 6.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 38 คน ร้อยละ 58.50 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 19 คน ร้อยละ 29.20 และจะซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 4 คน ร้อยละ 6.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 34 คน ร้อยละ 37.40 รองลงมาอาจจะซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต จำนวน 28 คน ร้อยละ 30.80 และจะซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคตอย่างแน่นอน จำนวน 16 คน ร้อยละ 17.60

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
แนะนำแน่นอน	13 (9.00%)	3 (4.60%)	22 (24.20%)	38 (12.70%)
อาจจะแนะนำ	50 (34.70%)	33 (50.80%)	33 (36.30%)	116 (38.70%)
ไม่แน่ใจ	69 (47.90%)	25 (38.50%)	29 (31.90%)	123 (41.00%)
อาจจะไม่แนะนำ	9 (6.20%)	3 (4.60%)	7 (7.70%)	19 (6.30%)
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	3 (2.10%)	1 (1.50%)	0 (0.0%)	4 (1.30%)
รวม	144 (100.0%)	65 (100.0%)	91 (100.0%)	300 (100.0%)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 123 คน ร้อยละ 41.00 รองลงมาอาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 116 คน ร้อยละ 38.70 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้ออย่างแน่นอน จำนวน 38 คน ร้อยละ 12.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 69 คน ร้อยละ 47.90 รองลงมาอาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 50 คน ร้อยละ 34.70 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้ออย่างแน่นอน จำนวน 13 คน ร้อยละ 9.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 33 คน ร้อยละ 50.80 รองลงมาไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 25 คน ร้อยละ 38.50 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้ออย่างแน่นอน จำนวน 3 คน ร้อยละ 4.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป อาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 33 คน ร้อยละ 36.30 รองลงมาไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้อ จำนวน 29 คน ร้อยละ 31.90 และจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านที่เคยซื้ออย่างแน่นอน จำนวน 22 คน ร้อยละ 24.20

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน	44 (30.60%)	12 (18.50%)	17 (18.70%)	73 (24.30%)
ไม่แน่ใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน	73 (50.70%)	23 (35.40%)	40 (44.00%)	136 (45.30%)
อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	47 (32.60%)	24 (36.90%)	34 (37.40%)	105 (35.00%)
อื่นๆ	2 (1.40%)	1 (1.50%)	1 (1.10%)	4 (1.30%)
ไม่พบปัญหา	28 (19.40%)	15 (23.10%)	17 (18.70%)	60 (20.00%)

หมายเหตุ :อื่นได้แก่ ภาษาในการใช้เมนูการใช้งานของสมาร์ทโฟน จำนวน 4คน

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน จำนวน 136 คน ร้อยละ 45.30 รองลงมามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 105 คน ร้อยละ 35.00 และไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 73 คน ร้อยละ 24.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน จำนวน 73 คน ร้อยละ 50.70 รองลงมามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 47 คน ร้อยละ 32.60 และไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 44 คน ร้อยละ 30.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 24 คน ร้อยละ 36.90 รองลงมาคือไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน 23 ราย ร้อยละ 35.40 และไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 12 คน ร้อยละ 18.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไปส่วนใหญ่ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน จำนวน 40 คน ร้อยละ 44.00 รองลงมามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 34 คน ร้อยละ 37.40 และไม่มั่นใจการประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 17 คน ร้อยละ 18.70

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
สินค้ามีราคาแพงไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน	57 (39.60%)	26 (40.00%)	36 (39.60%)	119 (39.70%)
ไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ	24 (16.70%)	13 (20.00%)	22 (24.20%)	59 (19.70%)
อื่นๆ	3 (2.10%)	3 (4.60%)	2 (2.20%)	8 (2.70%)
ไม่พบปัญหา	63 (43.80%)	25 (38.50%)	37 (40.70%)	125 (41.70%)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มีราคาแพงไปเกินกว่าที่จะซื้อได้ จำนวน 8 คน

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 125 คน ร้อยละ 41.70 รองลงมามีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 119 คน ร้อยละ 39.70 และมีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ จำนวน 59 คน ร้อยละ 19.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 63 คน ร้อยละ 43.80 รองลงมามีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 57 คน ร้อยละ 39.60 และมีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ จำนวน 24 คน ร้อยละ 16.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ มีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือ สินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 26 คน ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 25 คน ร้อยละ 38.50 และไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ จำนวน 13 ราย ร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไปส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 37 คน ร้อยละ 40.70 รองลงมามีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสินค้ามีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 36คน ร้อยละ 39.60 และมีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือไม่มีรูปแบบการชำระเงินที่ต้องการ เช่น ไม่มีระบบการผ่อนชำระ จำนวน 22 คน ร้อยละ 24.20

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการจัด จำหน่ายในการตัดสินใจ ซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ร้านค้าที่จำหน่ายไม่มี ความน่าเชื่อถือ	23 (16.00%)	12 (18.50%)	21 (23.10%)	56 (18.70%)
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกล ไม่สะดวกในการซื้อ	41 (28.50%)	15 (23.10%)	19 (20.90%)	75 (25.00%)
ไม่มีด้านบริการการจัดส่ง หรือการจัดส่งมีราคาแพง	16 (11.10%)	7 (10.80%)	10 (11.00%)	33 (11.00%)
อื่นๆ	3 (2.10%)	2 (3.10%)	3 (3.30%)	8 (2.70%)
ไม่พบปัญหา	67 (46.50%)	33 (50.80%)	45 (49.50%)	145 (48.30%)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ปัญหาเรื่องสินค้าขาด จำนวน 4 คน , ศูนย์การให้บริการมีน้อยไม่ครอบคลุมพื้นที่ 4 คน

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 145 คน ร้อยละ 48.30 รองลงมามีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย
ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ จำนวน 75 คน
ร้อยละ 25.00 และร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 56 คน ร้อยละ 18.70

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่พบ
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 67 คน ร้อยละ 46.50 รองลงมา
มีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกใน
การซื้อ จำนวน 41 คน ร้อยละ 28.50 และร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 23 คน
ร้อยละ 16.00

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่พบ
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 33 คน ร้อยละ 50.80 รองลงมา
มีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกใน
การซื้อ จำนวน 15 คน ร้อยละ 23.10 และร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 12 คน
ร้อยละ 18.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 45 คน ร้อยละ 49.50 รองลงมามีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือร้านค้าที่จำหน่ายไม่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 21 คน ร้อยละ 23.10 และมีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกในการซื้อ จำนวน 19 คน ร้อยละ 20.90

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	รวม
ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย	37 (25.70%)	17 (26.20%)	30 (33.00%)	84 (28.00%)
ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย	31 (21.50%)	17 (26.20%)	21 (23.10%)	69 (23.00%)
คำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ	21 (14.60%)	8 (12.30%)	19 (20.90%)	48 (16.00%)
อื่นๆ	3 (2.10%)	0 (0.0%)	3 (3.30%)	6 (2.00%)
ไม่พบปัญหา	58 (40.30%)	26 (40.00%)	34 (37.40%)	118 (39.30%)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พนักงานไม่ค่อยสนใจลูกค้า จำนวน 4 คน, พนักงานแนะนำให้ซื้อมากเกินไป จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 118 คน ร้อยละ 39.30 รองลงมามีปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนคือไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย จำนวน 84 คน ร้อยละ 28.00 และของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย จำนวน 69 คน ร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 58 คน ร้อยละ 40.30 รองลงมามีปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย จำนวน 37 คน ร้อยละ 25.70 และของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย จำนวน 31 คน ร้อยละ 21.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 26 คน ร้อยละ 40.00 รองลงมามีปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย จำนวน 17 คน ร้อยละ 26.20 และของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย จำนวน 17 คน ร้อยละ 26.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จำนวน 34 คน ร้อยละ 37.40 รองลงมามีปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน คือ ไม่มั่นใจในการรับประกันและบริการหลังการขาย จำนวน 30 คน ร้อยละ 33.00 ของแถมไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีน้อย จำนวน 21 คน ร้อยละ 23.10 และคำแนะนำจากพนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 19 คน ร้อยละ 20.90