บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อและผู้ใช้ที่เป็นเจ้าของสมาร์ตโฟน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 300 คน แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.70 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.30 ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 36.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 53.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 48.00 โดยส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Apple iphone มากที่สุด ร้อยละ 25.70 ซึ่งซื้อสมาร์ตโฟนเครื่องล่าสุดราคา 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 25.30 มีวัตถุประสงค์ในการใช้สมาร์ตโฟนเพื่อติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 92.70

ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักรายละเอียดของสมาร์ตโฟนทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใด แต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ร้อยละ 52.30 พบว่าสาเหตุที่ทำให้มีความต้องการซื้อสมาร์ตโฟน อันดับแรก คือ คุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ร้อยละ 56.30 พบว่าสมาร์ตโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักคือยี่ห้อ Apple iPhone ร้อยละ 86.70 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และข้อมูลเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนที่ต้องการได้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 51.30 ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนคุณสมบัติตัวเครื่อง มากที่สุด ร้อยละ 80.30 ซึ่งให้ความสำคัญแหล่งข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.27) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็ปบอร์ด / เฟสบุ๊ค ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) ให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทานและความหลากหลายในการใช้งานแอพพลิเคชั่น มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11)

ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.23) ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.07) และให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีระดับความสำคัญของปัจจัย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 83.00 และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ตโฟนเองทั้งหมด ร้อยละ 50.30 และมีแหล่งในการซื้อสมาร์ตโฟน ที่ห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ตพลาซ่า มากที่สุด ร้อยละ 65.70 มีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดยเงินสด มากที่สุด ร้อยละ 72.00 รวมไปถึงมีความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา ในระดับมาก ร้อยละ 55.30 ซึ่งมีสาเหตุที่ไม่พอใจสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วโดยมีการประมวลผลการทำงานช้า ร้อยละ 45.45 ซึ่งมีการดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจสมาร์ตโฟนหลังการซื้อมาแล้วโดยใช้งานต่อไป ร้อยละ 54.55 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งานโทรศัพท์มือถือนาน 2 ปี ร้อยละ 33.70 โดยส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต ร้อยละ 35.30 และอาจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ ร้อยละ 40.70 และไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมอีกในอนาคต ร้อยละ 52.30 และไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อ ร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน ร้อยละ 45.30 ไม่พบปัญหาด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ร้อยละ 41.70, 48.30, 39.30 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในซื้อและใช้สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ยี่ห้อสมาร์ตโฟนที่ใช้อยู่ปัจจุบัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Samsung ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Nokia และ มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีสมาร์ตโฟนที่ใช้อยู่ปัจจุบันคือ ยี่ห้อ Apple iphone มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.70, 24.60 และ 42.90 ตามลำดับ

ราคาสมาร์ตโฟนตัวล่าสุด

ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ตโฟนตัวล่าสุดราคา 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.60 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ตโฟนตัวล่าสุดราคา 10.001 – 15,000 คิดเป็นร้อยละ 41.50 และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ตโฟนตัวล่าสุดราคา 20,001 – 25,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.60

วัตถุประสงค์ในการใช้งานสมาร์ตโฟน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานสมาร์ตโฟนเพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.80, 95.40 และ 89.00 ตามลำดับ

การรู้จักรายละเอียดของสมาร์ตโฟน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 53.50, 49.20 และ 52.70 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา

การศึกษาความต้องการซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 60.00 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสมาร์ตโฟนเนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 57.10 รองลงมาคือเพื่อความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 53.80

ขั้นการค้นหาข้อมูล

การศึกษายี่ห้อสมาร์ตโฟนที่รู้จัก ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักสมาร์ตโฟนยี่ห้อ Blackberry ก่อนที่จะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.20 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่รู้จักสมาร์ตโฟนยี่ห้อ Apple iphone ก่อนที่จะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.20 , 86.80 ตามลำดับ

การศึกษาระดับความรู้และข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีก่อนที่จะซื้อสมาร์ตโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ทั้งหมดมีความรู้และข้อมูลก่อนที่จะซื้อสมาร์ตโฟนในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.70, 53.80, และ 50.50 ตามลำดับ

การศึกษาในด้านข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในด้านคุณสมบัติตัวเครื่อง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.60, 78.50 และ 78.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การศึกษาระดับความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001– 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96, 3.60) และ ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ขั้นตอนประเมินทางเลือก

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน(ค่าเฉลี่ย = 4.18) และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบปฏิบัติงานที่ใช้สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมได้ และข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน (ค่าเฉลี่ย = 4.20)

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทและ 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.15 และ 4.36 ตามลำดับ)

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05, 3.96 และ 4.17 ตามลำดับ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามลำดับแหล่งข้อมูลค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.87 และ 3.83 ตามลำดับ)

ขั้นตอนการซื้อ

จากการศึกษาในส่วนของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 86.80, 76.90 และ 81.30 ตามลำดับ

จากการศึกษาในส่วนของผู้ออกค่าใช้จ่าย ในการซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ตโฟนคือ ผู้ปกครองออกค่าใช้จ่ายในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 43.10 และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ตโฟนคือ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายในการซื้อทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 66.20 และ 78.00 ตามลำดับ

จากการศึกษาแหล่งในการซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ทั้งหมดมีแหล่งในการซื้อสมาร์ตโฟนมากที่สุด คือ ซื้อในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ตพลาซ่า คิดเป็นร้อยละ 67.40, 66.20 และ 62.60 ตามลำดับ

จากการศึกษาวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ทั้งหมดมีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดยเงินสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.20, 73.80 และ 59.30 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขั้นประเมินหลังการซื้อ

จากการศึกษาระดับความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟนที่ซื้อมา ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระดับความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.10, 55.40 และ 46.20 ตามลำดับ

จากการศึกษาการดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจงานสมาร์ตโฟนหลังการใช้มาแล้ว ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่พอใจสมาร์ตโฟน หลังการใช้งานมาแล้วคือ มีการประมวลผลการทำงานช้า คิดเป็นร้อยละ 5.60, 7.70 และ ผู้มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พอใจสมาร์ตโฟน หลังการใช้งานมาแล้วคือ มีการประมวลผลการทำงานช้า และระบบการใช้งานไม่ตรงกับความต้องการคิดเป็นร้อยละ 7.70

จากการศึกษาการดำเนินการกรณีที่ไม่พอใจสมาร์ตโฟนหลังการซื้อมาแล้ว ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่หากไม่พอใจสมาร์ตโฟนหลังการซื้อมาแล้วจะใช้งานต่อไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00, 7.70 และ 6.60 ตามลำดับ

จากการศึกษาการจำแนกตามระยะเวลาการใช้งานโทรศัพท์มือถือนานเท่าใดถึงเปลี่ยนใหม่ พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ 20,000 บาท ขึ้นไป ใช้งานโทรศัพท์มือถือนาน 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.30, 32.30 และ 35.20 ตามลำดับ

จากการศึกษาการที่จะซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อาจจะซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 37.50 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และ20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมมาใช้อีกในอนาคต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.50 และ 31.90 ตามลำดับ

จากการศึกษาการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.60 และ 46.20 ตามลำดับ และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป อาจจะแนะนำรวมไปถึงแนะนำอย่างแน่นอนให้ผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ใช้อยู่ คิดเป็นร้อยละ 38.50

จากการศึกษาการที่จะซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมมาใช้อีกในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมมาใช้อีกในอนาคต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.00, 58.50 และ 37.40 ตามลำดับ

จากการศึกษาการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านที่เคยซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมที่เคยซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.90 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่อาจจะแนะนำผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟน จากร้านเดิมที่เคยซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.80 และ 36.30 ตามลำดับ

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 50.70 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คืออาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 36.90 และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 44.00

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 43.80 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนคือ สินค้ามีราคาแพงไม่เหมาะสมกับประสิทธิภาพการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 40.70

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ไม่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 46.50, 50.80 และ 49.50 ตามลำดับ

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 40.30, 40.00 และ 37.40 ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาตาม ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Stages of Buying Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ iPhone ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ภูวดล ลิ้มพิบูลย์ (2554) ที่ได้ศึกษาไว้ในข้อมูลบางข้อคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งข้อมูลที่ไม่สอดคล้องนี้อาจเป็นเพราะการสุ่มเก็บแบบสอบถามต่างพื้นที่ ต่างวิธีการ จึงทำให้ได้คำตอบของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน

2. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ตโฟนในห้างฯ เช่น บิ๊กซี,โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลกาดสวนแก้วและแอร์พอร์ตพลาซ่า มากที่สุด และใช้วิธีการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนดอทคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของ ศราวุธ ทาคำ (2553) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในห้างสรรพสินค้าและหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเช่นกัน

3. จากการศึกษาในภาพรวมพบว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Stages of Buying Decision Process) ดังนี้

ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตระหนักถึงความต้องการสมาร์ตโฟน เพื่อติดต่อสื่อสารโดยทราบชัดเจนแล้วว่าเป็นยี่ห้อและ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม รวมไปถึงมีความต้องการซื้อสมาร์ตโฟนเนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนดอทคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของ ศราวุธ ทาคำ (2553) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตระหนักถึงความต้องการสมาร์ตโฟนเนื่องจากคุณสมบัติเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน โดยทราบว่าเป็นยี่ห้อและรุ่นใดแต่ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและมีเหตุผลที่หาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เพราะมีการแสดงความคิดเห็นจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งาน

ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติตัวเครื่องมากที่สุด รองลงมาคือราคา และความสะดวกในการใช้งาน โดยทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็ปบอร์ด / เฟสบุ๊ค มากที่สุด รองลงมาคือคำแนะนำจากผู้เคยใช้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนดอทคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของ ศราวุธ ทาคำ (2553) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติตัวเครื่องมากที่สุด รองลงมาคือราคาและยี่ห้อ

ด้านการประเมินทางเลือก จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประเด็นย่อยได้แก่ ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec) มีคุณภาพดีและความทนทานและความหลากหลายในการใช้งานแอพพลิเคชั่น คุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ ฯลฯ ซึ่งคุณสมบัติต่างๆ เหล่านั้นจะสามารถพบได้จากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลจาก เว็ปบอร์ด / เฟสบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนดอทคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของ ศราวุธ ทาคำ (2553) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติต่างๆของสมาร์ตโฟน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน ซึ่งคุณสมบัติส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญนั้นสามารถพบได้จากข้อมูลจาก เว็ปบอร์ด กระดานสนทนาเว็บไซต์สยามโฟนดอทคอม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ และในด้านการส่งเสริมการขายคือ คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของคงวุฒิ วีระศิริ (2551) พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และให้ความสำคัญกับพนักงานขายประจำร้าน

ด้านการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนและเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการซื้อสมาร์ตโฟนทั้งหมด รวมไปถึงมีแหล่งในการซื้อสมาร์ตโฟนมากที่สุด คือ ในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ตพลาซ่า มีวิธีชำระเงินในการสมาร์ตโฟน โดยเงินสดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของคงวุฒิ วีระศิริ (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กด้วยตนเองและชำระเป็นเงินสด

ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความรู้สึกพอใจในการใช้งานสมาร์ตโฟนในระดับมาก และพบว่าสาเหตุของความไม่พึงพอใจในสมาร์ตโฟนหลังการใช้งานมาแล้วโดยมีการประมวลผลการทำงานช้า ในกรณีที่ไม่พอใจสมาร์ตโฟนหลังการซื้อมาแล้ว ส่วนใหญ่จะใช้งานต่อไป แต่ในอนาคตผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อเดิมและไม่แน่ใจว่าจะซื้อจากร้านเดิมมาใช้ แต่อาจจะแนะนำผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อที่ตนเองใช้อยู่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นซื้อสมาร์ตโฟนจากร้านเดิมที่เคยซื้อ และ ไม่มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาจะสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของคงวุฒิ วีระศิริ (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการใช้งานโน้ตบุ๊กในระดับมากในกรณีที่ไม่พอใจผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงจะใช้งานต่อไป แต่ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะเลือกซื้อยี่ห้อเดิมและซื้อจากร้านเดิมมาใช้ แต่อาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อโน้ตบุ๊กยี่ห้อที่ตนเองใช้อยู่

ข้อค้นพบ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อสมาร์ตโฟน มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ตโฟนเนื่องจากคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับที่ต่างกันนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อความแตกต่างในความต้องการซื้อสมาร์ตโฟน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เพื่อติดต่อสื่อสาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบชัดเจนเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนที่ต้องการซื้อว่าเป็นยี่ห้อใด รุ่นใด แต่มีความต้องการที่จะหาข้อมูลเพิ่มเติม แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการหาข้อมูลด้านอื่นๆเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เช่น คำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี ข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือกับข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตามที่ต้องการ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในด้านคุณสมบัติของตัวเครื่องมากที่สุด โดยค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและการทดลองใช้งานจริงจากเครื่องที่ร้านค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของการรับสัญญาณของเครื่องโทรศัพท์ ข้อมูลตัวเครื่อง(Spec)มีคุณภาพดีและความทนทาน ในส่วนของผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านระบบปฏิบัติงานที่ใช้สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมได้ รวมไปถึงความหลากหลายในการใช้งานแอพพลิเคชั่น

5. ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟน คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนโดยเงินสดมากที่สุด รองลงมาคือวิธีการชำระเงินโดย Credit Card และ วิธีเงินผ่อนกับสถาบันการเงิน เช่น อิออน, เฟริสท์ช้อยส์ , ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น กล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการชำระเงินในการซื้อสมาร์ตโฟนหลากหลายช่องทาง

7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ตโฟนในห้างฯ เช่น บิ๊กซี, โลตัส, แมคโคร, เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ตพลาซ่า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือมีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย และให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของร้านค้า รวมไปถึงคำแนะนำจากพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี ให้ความชัดเจนและละเอียดเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่จะพิจารณารายละเอียดและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างรอบคอบ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน จึงต้องการที่จะทดลองใช้งานจริง ปรึกษาพนักงานขาย รวมไปถึงบริการหลังการขาย

8. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการใช้งานโทรศัพท์มือถือนาน 2 ปี

9. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายคือการโฆษณาของเจ้าของตรายี่ห้อ การลดราคา , การแถม อุปกรณ์เสริม ,คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แจกของพรีเมียม และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club, Black Berry Chat,Facebook เป็นต้น

10. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ยึดติดกับตรายี่ห้อและสถานที่จำหน่ายสมาร์ตโฟน เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะซื้อยี่ห้อเดิม รวมถึงการจะกลับมาซื้อจากร้านเดิม กล่าวคือผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นหรือจากร้านอื่นได้ทุกเมื่อ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจสมาร์ตโฟน ควรพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการซื้อสมาร์ตโฟน เพื่อการติดต่อสื่อสาร สามารถจัดกลุ่มของผู้บริโภคที่เลือกซื้อสมาร์ตโฟนได้ตามรายได้ และยี่ห้อสมาร์ตโฟนที่เลือกใช้ กล่าวคือผู้ที่มีรายได้ไม่มากส่วนใหญ่จะเลือกใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Samsung และผู้ที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่จะเลือกซื้อและใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Apple iphone

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 ผู้ที่มีรายได้ไม่มากส่วนใหญ่จะเลือกใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Nokia, Samsung ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรมีการนำมาจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปทรง ตรายี่ห้อและรุ่น ให้เพียงพอและตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เช่น จากการศึกษาผู้บริโภคที่รายได้ไม่สูงมากส่วนใหญ่ก็จะเป็นนักศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ตโฟนเพื่อการติดต่อสื่อสารและเพื่อความบันเทิงดังนั้น ควรที่จะเลือกสมาร์ตโฟนรุ่นให้ใช้งานง่าย มีรุ่นให้เลือกหลากหลาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเน้นในเรื่องโซเชียลเน็ตเวิร์ค จึงควรมีการพัฒนาโปรแกรมและลูกเล่นใหม่ๆเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ขึ้นไป ผู้ที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่จะเลือกซื้อและใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Apple iphone ผู้ประกอบการควรเลือกสมาร์ตโฟนที่มีตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดี มีความทนทาน รูปลักษณ์สวยงาม โดยทางร้านอาจมีการรับประกันตัวเครื่องเพิ่มมากขึ้นจากการรับประกันจากบริษัทผู้ผลิต เช่น การรับประกันเพิ่มเติม 1 ปี หรือมีการรับประกันซ่อมฟรีที่ร้านในระยะเวลา 1 ปี หรือเสียแต่ค่าอะไหล่ ในส่วนของค่าแรงฟรี เป็นต้น รวมไปถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น มีการให้คำแนะนำหลังการขายที่ดี ชัดเจนและเข้าใจง่าย มีการลงโปรแกรมเพิ่มเติมฟรี ตลอดการใช้งานสมาร์ตโฟน เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้บริโภคได้รับเกินความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อหรือร้านค้า (Brand Loyalty) โดยจะกลับมาซื้อซ้ำ และแนะนำผู้อื่นให้ซื้อต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านราคา จากผลการศึกษาที่ได้พบ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อและใช้สมาร์ตโฟนในราคาที่สอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กล่าวคือ ผู้มีรายได้สูงก็จะเลือกซื้อและใช้สมาร์ตโฟนราคาสูง แต่ทั้งนี้ จากผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคพบว่า สินค้าประเภทนี้ยังมีราคาที่สูงเกินไป ดังนั้นทางผู้ประกอบการไม่ควรมีการกำหนดราคาที่สูงเกินกว่าราคาตลาด เพราะมีผู้ขายอยู่เป็นจำนวนมากในตลาดสมาร์ตโฟน ดังนั้นหากทางร้านมีการตั้งราคาที่สูงกว่าราคาตลาด หรือราคาสูงกว่าราคาของร้านอื่นๆนั้น จะก่อให้เสียภาพลักษณ์แก่ทางร้านและเกิดการพูดปากต่อปาก (Word of mouth) ในทางที่ไม่ดีแก่ทางร้านค้าและควรมีสินค้าที่มีราคาให้เลือกในหลายระดับราคา ซึ่งผู้ประกอบการก็ควรคำนึงถึงการลดต้นทุนในการบริหารจัดการร้านค้า เพื่อนำส่วนต่างไปส่งเสริมการขาย เช่น อุปกรณ์ของแถม หรือการบริการอื่นๆ เพื่อจะได้กำหนดราคาให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพและฟังก์ชั่นการใช้งาน ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าเงินที่จ่ายไป

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 ทางร้านควรเน้นตัวเครื่องที่มีระดับราคาอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในระดับรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 เลือกซื้อ และพิจารณาตัวเครื่องที่มีความเหมาะสมในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ รวมไปถึงมีการบริการหลังการขายหรือมีบริการเสริมที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ ก็จะสามารถเพิ่มราคาให้แตกต่างจากร้านอื่นๆได้เช่น การลงโปรแกรมเพิ่มเติมฟรี 1 ปี หรือ เกมส์ใหม่ๆ เป็นต้น

ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ขึ้นไป ทางร้านควรเน้นตัวเครื่องที่มีระดับราคาอยู่ในช่วง 10,001 – 25,000 บาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ขึ้นไป มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ พิจารณาตัวเครื่องที่มีความเหมาะสมในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ รวมไปถึงมีการบริการหลังการขายหรือมีบริการเสริมที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ ควรเพิ่มช่องทางในการชำระเงิน เช่น มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต สามารถผ่อนชำระหรือมีระบบสินเชื่อ และดอกเบี้ย 0% เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การให้บริการและคำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าจะเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับธุรกิจนี้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกร้านที่จะซื้อสมาร์ตโฟนที่มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการและความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้านค้า รวมไปถึง ให้สำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดตั้งร้านค้าในแหล่งชุมชนรวมไปถึงทำเลที่เห็นชัดเจนเป็นที่สะดุดตาแก่ผู้บริโภค มีที่จอดรถกว้างขวาง ซึ่งกิจการควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายประจำร้านให้มีความรู้ และความเชี่ยวชาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีที่สุด เพื่อจะได้เป็นการสร้างความไว้วางใจและการยอมรับจากผู้บริโภค

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลสมาร์ตโฟน จากอินเทอร์เน็ต และคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ จากผลการศึกษาที่ได้นี้ผู้ประกอบการก็ควรจะทำการสื่อสารออนไลน์ให้มากที่สุด ในเว็ปไซต์ของกิจการจะต้องมีข้อมูลของสินค้าอย่างครบถ้วนโดยเฉพาะรายละเอียดและประสิทธิภาพของสมาร์ตโฟนซึ่งผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลด้านนี้มากที่สุด อีกประการหนึ่ง ผู้บริโภคสามารถที่จะเปลี่ยนยี่ห้อ และเปลี่ยนร้านที่ซื้อได้ตลอดเวลา ซึ่งแสดงถึงการได้รับความใส่ใจจากเจ้าของยี่ห้อ หรือกิจการร้านค้ายังไม่ดีพอเท่าที่ควร หากผู้บริโภคไม่ยึดติดกับตรายี่ห้อ หรือร้านค้าที่เคยซื้อ เจ้าของยี่ห้อ หรือกิจการ ควรจะมีการทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ผู้ประกอบการควรมีการจัดจำหน่ายสินค้าและการบริการที่หลากหลายเพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ(One Stop Service) เช่น จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้และเชี่ยวชาญในการใช้สมาร์ตโฟนระดับปานกลาง ทางกิจการก็ควรมีการเปิดสอนการใช้งานสมาร์ตโฟนสำหรับผู้ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าฟรี มรการจำหน่ายอุปกรณ์เสริมต่างๆภายในร้าน รวมไปถึงให้ความสำคัญในการคัดสรรพนักงานขาย ที่มีบุคลิก ลักษณะและมีทักษะในการอธิบาย ให้แก่ผู้บริโภคได้ รวมไปถึงควรมีการแถมอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการใช้งานสมาร์ตโฟน ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความประทับใจ และได้รับเกินความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อหรือร้านค้า (Brand Loyalty) โดยจะกลับมาซื้อซ้ำ และแนะนำผู้อื่นให้ซื้อต่อไป

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีการค้นหาข้อมูลในเรื่องตรายี่ห้อ มีการตามเทรนด์และตามแฟชั่น ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรมีการสื่อสารทางการตลาดผ่านทางสื่อออนไลน์ที่ทางผู้ประกอบการได้จัดทำขึ้น เช่น ในหน้า facebook ของทางร้านนั้นจะมีการแนะนำ สมาร์ตโฟนยี่ห้อและรุ่นใหม่ๆออกมาอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการแนะนำแอพลิเคชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 ส่วนใหญ่คือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา แอพลิเคชั่นที่เหมาะสมอาจเป็นในเรื่องของการเรียน การศึกษา โปรแกรมถ่ายรูป โดยทางร้านอาจมีการอัพเดตโปรแกรมใหม่ๆให้ฟรี เช่น โปรแกรมพจนานุกรมอังกฤษ – ไทย เป็นต้น

ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ขึ้นไป ผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานแล้ว ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องการบริการหลังการขาย การมีศูนย์ให้บริการ โดยเฉพาะดังนั้นทางผู้ประกอบการอาจเน้นถึงการรับประกันตัวเครื่องที่ยาวนานมากกว่าเดิมโดยเพิ่มการรับประกันเพิ่มจากผู้ผลิตเพิ่มเติม 1 ปี รวมไปถึงมีการแนะนำแอพลิเคชั่นให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น ผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่คือกลุ่มวัยทำงาน แอพลิเคชั่นที่เหมาะสมอาจเป็นในเรื่อง ราคาน้ำมัน เศรษฐกิจ สุขภาพ หุ้น ทอง เป็นต้น ควรมีระบบชำระเงินหลากหลาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ช่องทางทั้งการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ระบบสินเชื่อ ดอกเบี้ย 0% สามารถผ่อนชำระได้ เป็นการเพิ่มทางเลือกในการใช้จ่ายและกระตุ้นให้เกิดการซื้อที่ง่ายขึ้น

นอกจากนี้สมาร์ตโฟนเป็นสินค้าเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทางผู้ประกอบการควรมีการรับซื้อสมาร์ตโฟนมือสองในราคาที่สูงกว่าร้านอื่นๆ เป็นการดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้ทันทีและง่ายขึ้นกว่าเดิมหรือมีการนำเครื่องเก่ามาแลกเครื่องใหม่ โดยให้ราคาที่พิเศษ ในการซ่อมมีเครื่องสำรองระหว่างรอซ่อม มีการสมัครสมาชิก เพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นไปเป็นฐานข้อมูลในการรักษาลูกค้าเก่า และมีการบอกต่อเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ กล่าวคือ เมื่อมีสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ๆ มีการส่งข้อมูลทางอีเมล์(e-mail) ข้อมูล และคุณสมบัติต่างๆเกี่ยวกับตัวเครื่องเป็นต้น

ข้อจำกัดในการศึกษา

1.เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคเฉพาะในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่เท่านั้น จึงควรจะมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆเพิ่มเติม หรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีสภาพแวดล้อมและสภาพเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน

2.ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรมีการสอบถามในเรื่องของสมาร์ตโฟนที่ผู้บริโภคใช้ว่าเป็นสินค้ามือหนึ่งหรือสินค้ามือสองด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved