

บทที่ 4  
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 390 คน โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 390 ฉบับ ซึ่งทุกฉบับสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการศึกษา และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา
- 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
- 4.4 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่
- 4.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
จำแนกตามเพศ
- 4.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
- 4.7 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
จำแนกตามเพศ
- 4.8 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ชาย	145	37.2
หญิง	245	62.8
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 62.8 อันดับที่สองเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ

อายุ	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ	หมายเหตุ
17 ปี	16	4.1	
18 ปี	97	24.9	
19 ปี	108	27.7	
20 ปี	70	17.9	
21 ปี	56	14.4	
22 ปี	22	5.6	
มากกว่า 23 ปี ขึ้นไป	21	5.4	มากที่สุด 33 ปี
รวม	390	100.0	

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอายุ 19 ปี มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 27.7 อันดับที่สองมีอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.9 อันดับที่สามมีอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.9 อันดับที่สี่มีอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.4 อันดับที่ห้ามีอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.6 อันดับที่หกมีอายุมากกว่า 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.4 อันดับที่เจ็ดมีอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามคณะที่ศึกษา

คณะที่ศึกษา	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
คณะสังคมศาสตร์	37	9.5
คณะสัตวแพทยศาสตร์	25	6.4
คณะวนศาสตร์	22	5.6
คณะเศรษฐศาสตร์	33	8.5
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	12	3.1
คณะวิทยาศาสตร์	33	8.5
คณะประมง	28	7.2
คณะบริหารธุรกิจ	20	5.1
คณะเกษตรศาสตร์	41	10.5
คณะอุตสาหกรรมและการเกษตร	20	5.1
คณะวิศวกรรมศาสตร์	50	12.8
คณะศึกษาศาสตร์	22	5.6
คณะมนุษยศาสตร์	47	12.1
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่คณะวิศวกรรมศาสตร์มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 อันดับที่สองศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.1 อันดับที่สามศึกษาอยู่คณะเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 10.5 อันดับที่ดีศึกษาอยู่คณะสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 9.5 อันดับที่ยี่ห้าศึกษาอยู่คณะเศรษฐศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.5 อันดับที่ยี่หกศึกษาอยู่คณะประมง คิดเป็นร้อยละ 7.2 อันดับที่ยี่เจ็ดศึกษาอยู่คณะสัตวแพทยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 6.4 อันดับที่ยี่แปดศึกษาอยู่คณะวนศาสตร์และคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.6 อันดับที่ยี่เก้าศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจและคณะอุตสาหกรรมและการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 5.1 อันดับที่ยี่สิบศึกษาอยู่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษา	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ปีที่ 1	124	31.8
ปีที่ 2	123	31.5
ปีที่ 3	70	17.9
ปีที่ 4	62	15.9
ปีที่ 5	11	2.9
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.8 อันดับที่สองอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 31.5 อันดับที่สามศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 17.9 อันดับที่สุดศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 15.9 อันดับห้าศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
หอพักในมหาวิทยาลัย	41	10.5
พักกับครอบครัว	201	51.5
หอพักนอกมหาวิทยาลัย	141	36.2
พักกับญาติ	7	1.8
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพักอยู่กับครอบครัวมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.5 อันดับที่สองพักอยู่หอพักนอกมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 36.2 อันดับที่สามพักอยู่หอพักในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 10.5 อันดับที่สุดพักอยู่กับญาติคิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	25	6.4
2,001 - 3,000 บาท	114	29.2
3,001 - 4,000 บาท	86	22.1
4,001 - 5,000 บาท	76	19.5
มากกว่า 5,000 บาท	89	22.8
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 29.2 อันดับที่สองมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.8 อันดับที่สามมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.1 อันดับที่สี่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 อันดับที่ห้ามีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.4

#### 4.2 พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามจำนวนชั่วโมงที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
ใน 1 วัน

จำนวนชั่วโมงที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ใน 1 วัน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	271	69.5
1-2 ชั่วโมง	81	20.8
3-4 ชั่วโมง	24	6.2
มากกว่า 4 ชั่วโมง	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 1 วัน ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 69.5 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 1 วัน อยู่ระหว่าง 1 – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.8 อันดับที่สามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 1 วัน อยู่ระหว่าง 3 – 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.2 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน 1 วันมากกว่า 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามช่วงเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ช่วงเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
6.00 – 12.00 น.	31	7.9
12.00 – 18.00 น.	100	25.6
18.00 – 24.00 น.	254	65.1
24.00 – 6.00 น.	5	1.4
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลา 18.00 – 24.00 นาฬิกา มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 65.1 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลา 12.00 – 18.00 นาฬิกา คิดเป็นร้อยละ 25.6 อันดับที่สามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลา 6.00 – 12.00 นาฬิกา คิดเป็นร้อยละ 7.9 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงเวลา 24.00 – 6.00 นาฬิกา คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามวันที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

วันที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์)	224	57.4
วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์)	60	15.4
วันใดก็ได้ที่มีการเรียน	65	16.7
วันใดก็ได้ที่ไม่มีการเรียน	41	10.5
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์ – วันศุกร์ มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 57.4 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันใดก็ได้ที่มีการเรียน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับที่สามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันใดก็ได้ที่ไม่มีการเรียน ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามบุคคลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อด้วย

บุคคลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อด้วย	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
เพื่อน	305	78.2
ครอบครัว	61	15.6
อาจารย์	2	0.5
แฟน	21	5.4
ที่ทำงาน, ธุรกิจ	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับเพื่อนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 78.2 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 15.6 อันดับสามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับแฟน คิดเป็นร้อยละ 5.4 อันดับสี่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 0.5 อันดับห้าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อกับที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน

จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
1 เครื่อง	360	92.3
2 เครื่อง	24	6.2
3 เครื่อง	4	1.0
มากกว่า 3 เครื่อง	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 11 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 เครื่อง มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 92.3 อันดับที่สองมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.2 อันดับที่สามมีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.0 อันดับที่สี่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเครือข่ายที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

เครือข่ายที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
DTAC	121	31.0
ORANGE	94	24.1
GSM	133	34.1
HUTCH	2	0.5
THAI-MOBILE	2	0.5
DTAC และ ORANGE	18	4.6
DTAC และ GSM	5	1.3
ORANGE และ GSM	12	3.1
DTAC และ HUTCH	1	0.3
DTAC และ THAI-MOBILE	1	0.3
ORANGE และ THAI MOBILE	1	0.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการเครือข่าย GSM มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 34.1 อันดับที่สองใช้บริการเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 31.0 อันดับที่สามใช้บริการเครือข่าย ORANGE คิดเป็นร้อยละ 24.1 อันดับที่สี่ใช้บริการเครือข่าย HUTCH และ THAI-MOBILE คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จนถึงปัจจุบัน

ระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จนถึงปัจจุบัน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
1 ปี	124	31.8
2 ปี	125	32.1
3 ปี	66	16.9
มากกว่า 3 ปี	75	19.2
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเวลา 2 ปี มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 32.1 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 อันดับที่สามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2 อันดับที่สี่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเวลา 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.9

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
โนเกีย	245	62.8
โมโตโรล่า	30	7.7
ซัมซุง	7	1.8
อิริคสัน	26	6.7
ซีเมนส์	40	10.3
พานาโซนิค	2	0.5
ชันโย	2	0.5
อคาเทล	2	0.5
โซนี่ - อิริคสัน	3	0.8
ฟิลลิป	2	0.5
เอนจอย	1	0.3
โนเกีย และ โมโตโรล่า	11	2.8
โนเกีย และ ซัมซุง	10	2.6
โนเกีย และ อิริคสัน	4	1.0
โนเกีย และ ซีเมนส์	2	0.5
โมโตโรล่า และ ซีเมนส์	1	0.3
โนเกีย และ ชันโย	1	0.3
อิริคสัน และ ซีเมนส์	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ยี่ห้อโนเกีย มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 62.8 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ ซีเมนส์ คิดเป็นร้อยละ 10.3 อันดับที่สามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโมโตโรล่า คิดเป็นร้อยละ 7.7 อันดับที่สี่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออิริคสัน คิดเป็นร้อยละ 6.7 อันดับที่ห้าใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อ ซัมซุง คิดเป็นร้อยละ 1.8 อันดับที่หกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อโซนี่-อิริคสัน คิดเป็นร้อยละ 0.8 อันดับที่เจ็ดใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อพานาโซนิค ชันโย อคาเทล และฟิลลิป คิดเป็นร้อยละ 0.5 อันดับที่แปดใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อเอนจอย คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	133	34.1
5,001 – 10,000 บาท	166	42.6
10,001 – 15,000 บาท	65	16.7
15,001 – 20,000 บาท	13	3.3
มากกว่า 20,000 บาท	7	1.8
ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 5,001 – 10,000 บาท	3	0.8
5,001 – 10,000 บาท กับ 15,001 – 20,000 บาท	1	0.3
5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคา 5,001 ถึง 10,000 บาท มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.6 อันดับที่สองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.1 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคา 10,001 ถึง 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคา 15,001 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 อันดับที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคาสูงกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามสถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
จากศูนย์ DTAC, GSM, ORANGE	141	36.2
ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น TELEWIZ, SAMART	69	17.7
ร้านค้าทั่วไป	172	44.0
จากศูนย์ DTAC, GSM, ORANGE และตัวแทนจำหน่าย โดยตรง	3	0.8
จากศูนย์ DTAC, GSM, ORANGE และร้านค้าทั่วไป	2	0.5
ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และร้านค้าทั่วไป	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านค้ารายทั่วไปมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.1 อันดับที่สองซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากศูนย์ DTAC, GSM, ORANGE คิดเป็นร้อยละ 36.2 อันดับที่สามซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากตัวแทนจำหน่ายโดยตรง เช่น TELEWIZ, SAMART คิดเป็นร้อยละ 17.7

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามจำนวนครั้งการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

จำนวนครั้งการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ไม่เคยเปลี่ยน	151	38.7
1 ครั้ง	81	20.7
2 ครั้ง	79	20.3
มากกว่า 2 ครั้ง	79	20.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามไม่เคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 38.7 อันดับที่สองเคยเปลี่ยนโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.7 อันดับที่สามเคยเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งและมากกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามพื้นที่ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อ

พื้นที่ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อ	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
ในพื้นที่บริการ	331	84.9
นอกพื้นที่บริการ	59	15.1
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ติดต่อภายในพื้นที่บริการมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 84.9 อันดับที่สองใช้ติดต่อนอกพื้นที่บริการ คิดเป็นร้อยละ 15.1

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน	จำนวน (N = 390)	ร้อยละ
300 - 500 บาท	182	46.7
500 - 1,000 บาท	121	31.0
1,001 - 1,500 บาท	62	15.9
1,501 - 2,000 บาท	15	3.8
มากกว่า 2,000 บาท	10	2.6
<b>รวม</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 300 – 500 บาทต่อเดือนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 46.7 อันดับที่สองมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 500 – 1,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.0 อันดับที่สามมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1,001 – 1,500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.9 อันดับที่สี่มีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1,501 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 อันดับที่ห้ามีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละด้านค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา โดยการเรียงลำดับที่

1-5

ค่าใช้จ่าย	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4	ลำดับที่ 5	ลำดับที่ 6	หมายเหตุ
ค่าอาหาร	189 (48.2)	100 (25.6)	55 (14.2)	25 (6.4)	16 (4.1)	5 (2.6)	
ค่านันทนาการ ต่าง ๆ	61 (15.6)	42 (10.8)	70 (18.1)	54 (13.9)	100 (25.6)	63 (32.3)	
ค่าหอพัก	55 (14.0)	60 (15.4)	22 (5.7)	9 (2.3)	13 (3.3)	35 (17.9)	มีผู้ไม่เลือก จำนวน 196 คน (50.3) เนื่องจากมิได้ พักหอพัก
ค่าหนังสือและ อุปกรณ์การเรียน	37 (9.4)	74 (19.0)	76 (19.6)	71 (18.3)	101 (25.8)	31 (15.9)	
ค่าเดินทาง	28 (7.1)	73 (18.7)	71 (18.3)	87 (22.4)	92 (23.5)	39 (20.0)	
ค่าโทรศัพท์	22 (5.6)	41 (10.5)	93 (24.0)	143 (36.8)	69 (17.6)	22 (11.3)	
จำนวน(ร้อยละ)	392 (100.0)	390 (100.0)	387 (100.0)	389 (100.0)	391 (100.0)	195 (100.0)	

จากตารางที่ 20 พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีรายจ่ายค่าอาหารมากเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 48.2 อันดับที่สองมีรายจ่ายค่านันทนาการต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.6 อันดับที่สามมีรายจ่ายค่าหอพัก คิดเป็นร้อยละ 14.0 อันดับที่มีรายจ่ายค่าหนังสือและอุปกรณ์การเรียน คิดเป็นร้อยละ 9.4 อันดับที่มีรายจ่ายค่าเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 7.1 อันดับที่มีรายจ่ายค่าโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 5.6



#### 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 21 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1. รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	113 (29.0)	204 (52.3)	67 (17.2)	4 (1.0)	2 (0.5)	4.08	มาก
2. ขนาดของเครื่อง	92 (23.6)	201 (51.5)	90 (23.1)	7 (1.8)	0	3.97	มาก
3. น้ำหนักของเครื่อง	74 (19.0)	171 (43.8)	120 (30.8)	20 (5.1)	5 (1.3)	3.74	มาก
4. สีสีนของเครื่อง	59 (15.1)	152 (39.0)	141 (36.2)	30 (7.7)	8 (2.1)	3.57	มาก
5. ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน	153 (39.2)	156 (40.0)	73 (40.0)	7 (1.8)	1 (0.3)	4.16	มาก
รวม						3.90	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.90) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสามารถ (Function) ในการใช้งานในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.16) ด้านรูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.08) ด้านขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.97) ด้านน้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.74) ด้านสีสีนของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.57)

ตารางที่ 22 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านราคา	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่	116 (29.7)	166 (42.6)	101 (25.9)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.00	มาก
2. ท่านพิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ	11 (2.8)	54 (13.8)	111 (28.5)	118 (30.3)	96 (24.6)	2.40	น้อย
3. ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่	52 (13.3)	121 (31.0)	118 (30.3)	65 (16.7)	34 (8.7)	3.24	ปานกลาง
4. อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่	155 (39.7)	156 (40.0)	70 (17.9)	7 (1.8)	2 (0.5)	4.17	มาก
รวม						3.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.45) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.17) ปัจจัยด้านราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.00) ปัจจัยด้านราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.24) ปัจจัยด้านร้านที่มีแผนการผ่อนชำระเงินในระดับค่าเฉลี่ยน้อย (2.40)

ตารางที่ 23 ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1.สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	80 (20.5)	155 (39.7)	118 (30.3)	29 (7.4)	8 (2.1)	3.69	มาก
2.สื่อโฆษณาทางวิทยุ	18 (4.6)	85 (21.8)	172 (44.1)	81 (20.8)	34 (8.7)	2.93	ปานกลาง
3.สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์	59 (15.1)	145 (37.2)	133 (34.1)	44 (11.3)	9 (2.3)	3.52	มาก
4.การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	49 (12.6)	141 (36.2)	147 (37.7)	48 (12.3)	5 (1.3)	3.46	ปานกลาง
5.การบริการหลังการขาย	120 (30.8)	137 (35.1)	104 (26.7)	25 (6.4)	4 (1.0)	3.88	มาก
6.พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	89 (22.8)	127 (32.6)	139 (35.6)	28 (7.2)	7 (1.8)	3.67	มาก
7.รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถมเป็นต้น	134 (34.4)	131 (33.6)	104 (26.7)	17 (4.4)	4 (1.0)	3.96	มาก
รวม						3.59	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.59) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์ของแถม อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.96) ด้านบริการหลังการขายในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.88) ด้านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.69) ด้านพนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.67) ด้านสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.52) ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในระดับปานกลาง (3.46) ด้านสื่อโฆษณาทางวิทยุในระดับปานกลาง ( 2.93)

ตารางที่ 24 ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1. ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	53 (13.6)	165 (42.3)	146 (37.4)	21 (5.4)	5 (1.3)	3.62	มาก
2. ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน	119 (30.5)	182 (46.7)	78 (20.0)	10 (2.6)	1 (0.3)	4.05	มาก
3. ร้านค้าทั่วไป	30 (7.7)	116 (29.7)	199 (51.0)	35 (9.0)	10 (2.6)	3.31	ปานกลาง
4. ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า	45 (11.5)	152 (39.0)	159 (40.8)	24 (6.2)	10 (2.6)	3.51	มาก
รวม						3.62	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.62) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านศูนย์บริการที่มีใบรับประกันในระดับค่าเฉลี่ยมาก(4.05) ด้านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.62) ด้านร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.51) ด้านร้านค้ารายเล็กทั่วไปในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.31)

ตารางที่ 25 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด	ค่า เฉลี่ย	การแปลผล
1. ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ถือว่าเป็นคนล้ำสมัย	14 (3.6)	66 (16.9)	131 (33.6)	109 (27.9)	70 (17.9)	2.60	ปานกลาง
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็น เครื่องประดับอย่างหนึ่ง	19 (4.9)	58 (14.9)	127 (32.6)	112 (28.7)	74 (19.0)	2.58	ปานกลาง
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มี ขนาดเล็กสะดวกในการพกพา	85 (21.8)	187 (47.9)	102 (26.2)	9 (2.3)	7 (1.8)	3.86	มาก
4. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที	214 (54.9)	140 (35.9)	31 (7.9)	5 (1.3)	0	4.44	มาก
5. สามารถประยุกต์ใช้ กับเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล	86 (22.1)	118 (30.3)	131 (33.6)	40 (10.3)	15 (3.8)	3.56	มาก
6. เพื่อนเป็นผู้แนะนำ ให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่	17 (4.4)	61 (15.6)	98 (25.1)	120 (30.8)	94 (24.1)	2.45	น้อย
7. ครอบครัวเป็นผู้แนะนำ ให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่	57 (14.6)	119 (30.5)	116 (29.7)	57 (14.6)	41 (10.5)	3.24	ปานกลาง
รวม						3.25	ปานกลาง

ตารางที่ 25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง ( 3.25) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.44) ด้านความสะดวกในการพกพาในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.86) ด้านการประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ ในระดับค่าเฉลี่ยมาก ( 3.56) ด้านครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกพาโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง ( 3.24) ด้านความล้ำสมัยหากไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง ( 2.60) ด้านการมองว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่งในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (2.58) ด้านเพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกพาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อย (2.45)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.4 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่  
ตารางที่ 26 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหาในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่ สุด	ค่า เฉลี่ย	การแปลผล
1. ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปัจจุบันมีราคาแพง	86 (22.1)	145 (37.2)	139 (35.6)	19 (4.9)	1 (0.3)	3.76	มาก
2. อัตราค่าบริการรายเดือน มีราคาสูง	119 (30.5)	141 (36.2)	113 (29.0)	16 (4.1)	1 (0.3)	3.93	มาก
3. ปัญหาสายหลุด บ่อยเมื่อใช้โทรเข้า-ออก	22 (5.6)	70 (17.9)	184 (47.2)	97 (24.9)	17 (4.4)	2.96	ปานกลาง
4. มีปัญหาแบตเตอรี่ เสื่อมคุณภาพเร็ว	51 (13.1)	135 (34.6)	148 (37.9)	46 (11.8)	10 (2.6)	3.44	ปานกลาง
5. ปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ	39 (10.0)	106 (27.2)	161 (41.3)	69 (17.7)	15 (3.8)	3.22	ปานกลาง
6. บริการหลังการขายไม่ดี	35 (9.0)	85 (21.8)	209 (53.6)	53 (13.6)	7 (1.8)	3.23	ปานกลาง
7. ปัญหาเวลาเครื่องเสีย แล้วไม่มีอะไหล่	24 (6.2)	80 (20.5)	197 (50.5)	63 (16.2)	26 (6.7)	3.03	ปานกลาง
8. เครื่องเสียบ่อยถือเป็น เรื่องผิดปกติ	59 (15.1)	98 (25.1)	128 (32.8)	71 (18.2)	33 (8.5)	3.20	ปานกลาง
9. ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีราคาแพงมาก	61 (15.6)	146 (37.4)	142 (36.4)	33 (8.5)	8 (2.1)	3.56	มาก
10. เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย	30 (7.7)	76 (19.5)	186 (47.7)	76 (19.5)	22 (5.6)	3.04	ปานกลาง
รวม						3.34	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในภาพรวมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.34) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเห็นต่อปัญหาด้านอัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูงในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.93) ด้านราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพงในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.76) ด้านค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.56) ด้านปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็วในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.44) ด้านบริการหลังการขายไม่ดี ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.23) ด้านปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.22) ด้านปัญหาเครื่องเสียบ่อยครั้ง ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.20) ด้านโปรแกรมการใช้ (Function) ในปัจจุบันมีน้อยในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.04) ด้านปัญหาไม่มีอะไหล่ซ่อมในระดับค่าเฉลี่ย ปานกลาง (3.03) ด้านปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (2.96)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



#### 4.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. รูปลักษณ์หรือแบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)
2. ขนาดของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
3. น้ำหนักของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
4. สีสีนของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)
5. ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.89) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับคือ รูปลักษณ์ หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.12) ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.12) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.95) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.73) สีสีนของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.51)

จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับคือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.18) รูปลักษณ์ หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.06) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.98) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.75) สีสีนของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.61)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
2. ท่านพิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ	2.50 (น้อย)	2.34 (น้อย)	2.40 (น้อย)
3. ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
4. อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
รวม	3.44 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.44) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับคือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.20) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.92) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.14) การพิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.50)

จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.45) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับคือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.15) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.04) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.29) การพิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.34)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)
2. ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)
3. ร้านค้าทั่วไป	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
4. ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
รวม	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.58) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (3.92) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.59) ร้านที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.46) ร้านค้าทั่วไป (3.34)

จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.64) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (4.12) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.63) ร้านที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.53) ร้านค้าทั่วไป (3.29)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
2. สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.96 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
3. สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)
4. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.32 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
5. การบริการหลังการขาย	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
6. พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	3.48 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)
7. รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถมเป็นต้น	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.51) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่นการลดค่าโทรศัพท์ของแถม (3.92) การบริการหลังการขาย (3.77) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.64) พนักงานขายมีความ

รู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.48) สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์ (3.47) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.32) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.96)

จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่นการลดค่าโทรศัพท์ ของแถม (3.98) การบริการหลังการขาย (3.95) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.79) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.72) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.55) สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์ (3.54) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.91)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและ เทคโนโลยี จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็น คนล้ำสมัย	2.61 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับ อย่างหนึ่ง	2.57 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กสะดวก ในการพกพา	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)
4. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วน ได้ทันที	4.38 (มาก)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)
5. สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)
6. เพื่อนเป็นผู้แนะนำ ให้พกโทรศัพท์ เคลื่อนที่	2.57 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	2.45 (น้อย)
7. ครอบครัวเป็นผู้แนะนำ ให้พก โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
รวม	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.24) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.38) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กสะดวกในการพกพา (3.88) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้ท่าน สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.48) ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้ท่านพกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.17) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์

เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนล่าสมัย (2.61) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.57) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้ท่านพกโทรศัพท์ เคลื่อนที่ (2.57)

จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.26) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.48) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กสะดวกในการพกพา (3.84) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้ท่านสามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.61) ครอบครัวยังเป็นผู้แนะนำให้ท่านพกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.29) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนล่าสมัย (2.60) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.59) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้ท่านพกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.39)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

๖๕๘.๘๓๔๒

๑๑๑๖

๑.๓

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### 4.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 - 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปล ผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	
1. รูปลักษณ์หรือ แบบโทรศัพท์ที่ เคลื่อนที่	3.84 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
2. ขนาดของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.72 (มาก)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
3. น้ำหนักของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.36 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)
4. สีสีนของเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.24 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)
5. ความสามารถ (Function) ในการ ใช้งาน	4.12 (มาก)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)	3.97 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	3.66 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.66) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.12) รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.84) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.72) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.36) สีสีนของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.24)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณา



ตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.19) รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.16) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.01) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.75) สีสันของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.59)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (4.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.31) รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.16) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.03) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.83) สีสันของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.70)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.77) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (3.97) รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.92) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.88) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.64) สีสันของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.45)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก(3.95) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่างๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับคือ ความสามารถ (Function) ในการใช้งาน (4.15) รูปลักษณ์หรือแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.11) ขนาดของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.00) น้ำหนักของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.84) สีสันของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.64)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 - 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปล ผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	
1. ราคาของโทรศัพท์ เคลื่อนที่	3.84 (มาก)	4.10 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)
2. พิจารณาเลือกซื้อ จากร้านที่มีแผนการ ผ่อนชำระ	2.76 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.40 (น้อย)
3. ราคาขายต่อของ โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.16 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
4. อัตราค่าโทรศัพท์ เคลื่อนที่	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	4.26 (มาก)	4.08 (มาก)	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)
รวม	3.42 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.92) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.84) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.16) พิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.76)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.49) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.18) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.10) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.29) พิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.36)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.40) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.26) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.90) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.09) พิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.33)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.09) อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.08) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.29) พิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.54)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.44) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (4.21) ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.94) ราคาขายต่อของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.28) พิจารณาเลือกซื้อจากร้านที่มีแผนการผ่อนชำระ (2.30)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 – 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปล ผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (การ แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ร้านค้าตัวแทน จำหน่าย	3.24 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)
2. ศูนย์บริการที่มี ใบรับประกัน	3.80 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)
3. ร้านค้าทั่วไป	3.20 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
4. ร้านที่มีอยู่ในห้าง สรรพสินค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
รวม	3.43 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.43) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (3.80) ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.48) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.24) ร้านค้าทั่วไป (3.20)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (4.10) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.59) ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.46) ร้านค้าทั่วไป (3.35)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.72) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยก

พิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (4.15) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.71) ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.58) ร้านค้าทั่วไป (3.43)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (4.03) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.70) ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.58) ร้านค้าทั่วไป (3.22)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.57) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์บริการที่มีใบรับประกัน (3.97) ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (3.60) ร้านที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้า (3.44) ร้านค้าทั่วไป (3.25)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 – 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1.สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)
2.สื่อโฆษณาทางวิทยุ	2.76 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
3.สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์	3.24 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.69 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
4.การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	3.28 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
5.การบริการหลังการขาย	3.40 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)
6.พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
7.รายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถม เป็นต้น	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.35) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์

(3.68) รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถม เป็นต้น (3.68) การบริการหลังการขาย (3.40) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.40) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.28) สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ (3.24) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.76)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.57) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถม เป็นต้น (3.92) การบริการหลังการขาย (3.82) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.76) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.63) สื่อโฆษณาทางวารสาร หนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ (3.53) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.39) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.89)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.67) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์, ของแถม เป็นต้น (4.03) การบริการหลังการขาย (3.98) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.81) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.72) สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ (3.69) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.48) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.95)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.59) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์ ของแถม เป็นต้น (3.97) การบริการหลังการขาย (3.92) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.66) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.63) สื่อโฆษณาทางวารสาร หนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ (3.42) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.38) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (3.13)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยมาก (3.61) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การลดค่าโทรศัพท์ ของแถม เป็นต้น (4.00) การบริการหลังการขาย (3.98) พนักงานขายมีความรู้และมีทักษะในการให้บริการ (3.71) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (3.66) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (3.61) สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ (3.49) สื่อโฆษณาทางวิทยุ (2.82)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 - 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนลำบาก	2.24 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง	2.32 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กสะดวกในการพกพา	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)
4. โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่องานเรื่องเร่งด่วนได้ทันที	4.44 (มาก)	4.42 (มาก)	4.41 (มาก)	4.46 (มาก)	4.49 (มาก)	4.44 (มาก)
5. สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูป ดิจิตอล	3.44 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)
6. เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่	2.60 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.18 (น้อย)	2.49 (น้อย)	2.45 (น้อย)
7. ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.24 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
รวม	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.18) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่องานเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.44) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็ก สะดวกในการพกพา (3.96)



โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.44) ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.24) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.60) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.32) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนล้าสมัย (2.24)

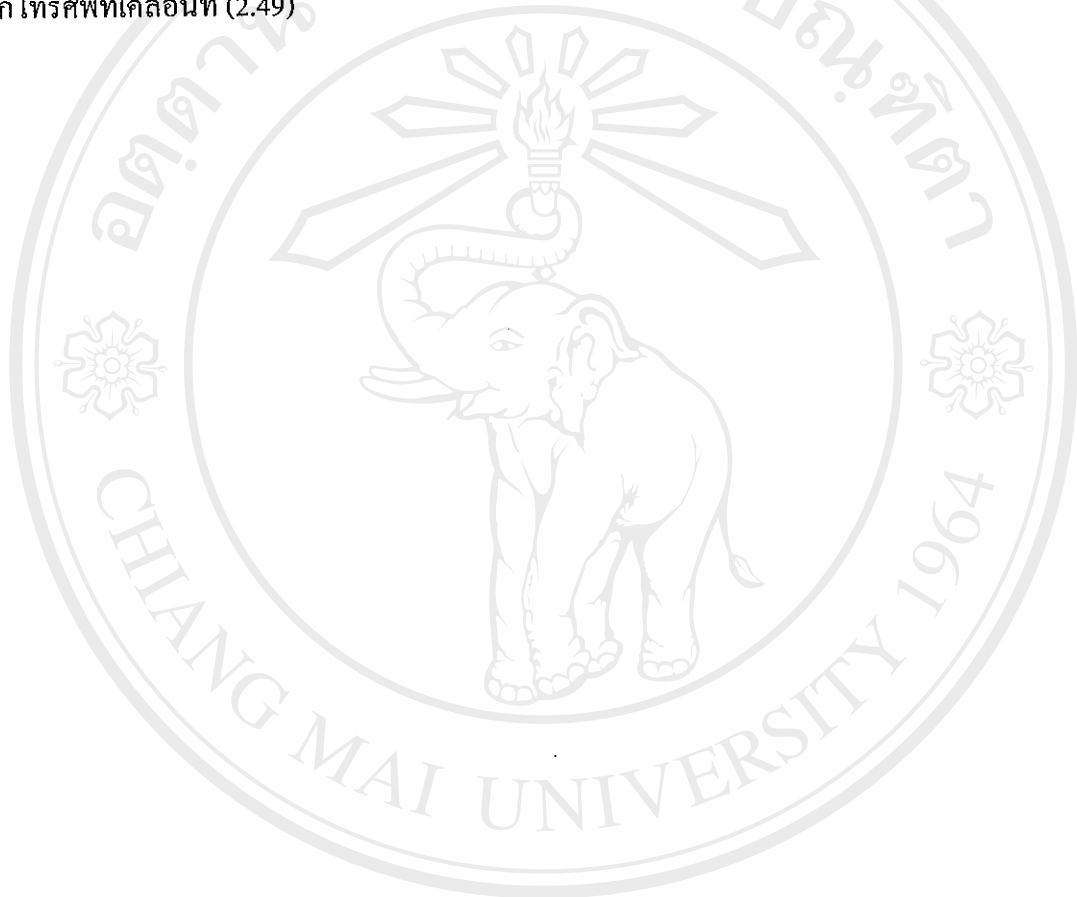
จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.29) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.42) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กกะทัดรัดและสะดวกในการพกพา (3.87) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.62) ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.29) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนล้าสมัย (2.69) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.65) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.52)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 - 4,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.27) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.41) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กกะทัดรัดและสะดวกในการพกพา (3.91) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.58) ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.10) โทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.77) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือว่าเป็นคนล้าสมัย (2.59) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.52)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ติดต่อเรื่องเร่งด่วนได้ทันที (4.46) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็กกะทัดรัดและนสะดวกในการพกพา (3.71) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบันทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปดิจิทัล (3.47) ครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.32) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นถือว่าเป็นคนล้าสมัย (2.45) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.36) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.18)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมและเทคโนโลยี โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.29) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย

ต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ติดต่อบริษัทที่ให้บริการ  
 โทรทัศน์ (4.49) โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีขนาดเล็ก สะดวกในการพกพา (3.89) โทรศัพท์เคลื่อนที่ปัจจุบัน  
 ทำให้สามารถประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล (3.58) ครอบ  
 ครวเป็นผู้แนะนำให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (3.25) ในปัจจุบันถ้าใครไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่นั่นถือว่า  
 เป็นคนล้าสมัย (2.73) โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่ง (2.57) เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้  
 ให้พกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2.49)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

4.7 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเพศ  
 ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ

ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามเพศ	เพศชาย	เพศหญิง	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมี ราคาแพง	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
2. อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง	4.06 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)
3. มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า-ออก	2.91 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
4. มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
5. ปัญหาสัญญาณ ไม่มีโทรติดยากเป็น ประจำ	3.13 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
6. บริการหลังการขายไม่ดี	3.18 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
7. ปัญหาเวลาเครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่	2.99 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
8. เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ	3.19 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
9. ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคา แพงมาก	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)
10. เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.33) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (4.06)

ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.91) ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาแพงมาก (3.54) มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.31) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.19) บริการหลังการขายไม่ดี (3.18) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.13) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (3.05) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียบ่อยแล้วไม่มีอะไหล่ (2.99) มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก (2.91)

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.34) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (3.84) ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.67) ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาแพงมาก (3.57) มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.51) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.27) บริการหลังการขายไม่ดี (3.25) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.21) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียบ่อยแล้วไม่มีอะไหล่ (3.06) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (3.04) มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก (2.98)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.8 ปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการให้ความสำคัญต่อปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาในการใช้โทรศัพท์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,001 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 - 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท	ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	
1. ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)
2. อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง	4.24 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
3. ปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า-ออก	2.92 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
4. ปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว	3.16 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
5. ปัญหาสัญญาณไม่มีโทรศัพท์ตกเป็นประจํา	3.12 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
6. บริการหลังขายไม่ดี	3.24 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
7. ปัญหาเวลาเครื่องเสียบแล้วไม่มีอะไหล่	2.96 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
8. เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่อง ผิดปกติ	3.40 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
9. ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงมาก	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
10. เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย	3.28 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
รวม	3.38 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

All rights reserved

จากตารางที่ 38 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.38) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (4.24) ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.96) ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงมาก (3.44) เครื่องที่เสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.40) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (3.28) บริการหลังการขายไม่ดี (3.24) มีปัญหาด้านแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.16) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.12) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่ (2.96) มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทร เข้า – ออก (2.92)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.38) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (3.84) ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.75) ด้านค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงมาก (3.58) มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.51) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.34) บริการหลังการขายที่ไม่ดี (3.32) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.19) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่ (3.13) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (3.04) มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก (3.01)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.32) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (3.87) ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.66) ด้านค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงมาก (3.59) มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.50) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.16) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.14) บริการหลังการขายไม่ดี (3.13) มีปัญหาสายหลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก (3.10) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่ (3.02) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (3.02)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.35) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (3.92) ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.74) ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีราคาแพงมาก (3.62) มีปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.41) บริการหลังการขายไม่ดี (3.29) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรติดยากเป็นประจำ (3.24) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.18) เครื่องที่ใช้

ปัจจุบันมี Function น้อย (3.13) ประสบปัญหาเวลาเครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่ (3.01) มีปัญหาสาย หลุดบ่อยเมื่อใช้โทรเข้า – ออก (2.87)

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทได้ให้ความสำคัญด้านปัญหาในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยภาพรวมในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง (3.30) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาต่าง ๆ แยกพิจารณาตามรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าบริการรายเดือนมีราคาสูง (4.00) ราคา โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีราคาแพง (3.83) ค่าซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาแพงมาก (3.49) มี ปัญหาแบตเตอรี่เสื่อมคุณภาพเร็ว (3.39) เครื่องเสียบ่อยถือเป็นเรื่องผิดปกติ (3.24) บริการหลังการ ขายไม่ดี (3.14) ประสบกับปัญหาสัญญาณไม่มี โทรศัพท์ตกเป็นประจำ (3.12) ประสบปัญหาเวลา เครื่องเสียแล้วไม่มีอะไหล่ (2.96) เครื่องที่ใช้ปัจจุบันมี Function น้อย (2.91) มีปัญหาสายหลุดบ่อย เมื่อใช้โทรเข้า – ออก (2.83)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved