

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชากร ซึ่งเป็นผู้ซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี จำนวน 150 คน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลเบื้องต้นในการซื้อและใช้เครื่องฟอกเกิดพิซี

ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและการแปลผล ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ระยะเวลาที่ซื้อฟอกเกิดพิซี ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี จำนวนฟอกเกิดพิซีที่มียี่ห้อของฟอกเกิดพิซี ความเร็วของซีพียู ขนาดของแรม ขนาดของรอม ราคาของฟอกเกิดพิซี สถานที่ที่ซื้อ การมีอุปกรณ์ต่อพ่วง การใช้งานฟอกเกิดพิซี เหตุผลในการตัดสินใจซื้อฟอกเกิดพิซี ประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุดจากเครื่องฟอกเกิดพิซี วิธีการซื้อและแหล่งข้อมูลที่ใช้ก่อนจะซื้อฟอกเกิดพิซี ดังตารางที่ 1 - 22 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	108	72.0
หญิง	42	28.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย จำแนกตามเพศ เป็นเพศชาย ร้อยละ 72 และเพศหญิง ร้อยละ 28

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	6	4.0
21 -25 ปี	27	18.0
26 -30 ปี	49	32.7
31 -35 ปี	35	23.3
36 - 40 ปี	20	13.3
41 ปีขึ้นไป	13	8.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย จำแนกตามอายุ มีอายุในช่วง 26 – 30 ปี ร้อยละ 32.7 มีอายุในช่วง 31 -35 ปี ร้อยละ 23.3 มีอายุในช่วง 21 -25 ปี ร้อยละ 18 มีอายุในช่วง 36 - 40 ปี ร้อยละ 13.3 มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.7 มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช , ปวท	10	6.7
ปวส , อนุปริญญา	2	1.3
ปริญญาตรี	72	48.0
สูงกว่าปริญญาตรี	65	43.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 43.3 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช, ปวท ร้อยละ 6.7 จบการศึกษาปวส,อนุปริญญา ร้อยละ 1.3 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	32	21.3
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	4.0
พนักงานบริษัทเอกชน	67	44.7
เจ้าของกิจการ	40	26.7
อาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ ไรด์นำเที่ยว	5	3.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ประกอบด้วยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.7 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 26.7 นักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 21.3 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.0 และอาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ ไรด์นำเที่ยว ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	9	6.0
10,001 - 15,000 บาท	35	23.3
15,001 - 20,000 บาท	11	7.3
20,001 - 25,000 บาท	14	9.3
25,001 - 30,000 บาท	6	4.0
30,001 บาทขึ้นไป	75	50.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 50 รองลงมาคือช่วง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 23.3 ช่วง 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 9.3 ช่วง 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 7.3 น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 6.0 และช่วง 25,001-30,000 บาท ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อเครื่องฟอกเก็ดพีซี

ระยะเวลาที่ซื้อฟอกเก็ดพีซี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	54	36.0
1 - 2 ปี	31	20.7
2 - 3 ปี	30	20.0
มากกว่า 3 ปี	35	23.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อฟอกเก็ดพีซี น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุดร้อยละ 36 รองลงมา มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 23.3 1 - 2 ปี ร้อยละ 20.7 และ 2 - 3 ปี ร้อยละ 20.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่อง
เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	49	32.7
1 - 2 ปี	36	24.0
2 - 3 ปี	30	20.0
มากกว่า 3 ปี	35	23.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี
เริ่มใช้น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุดร้อยละ 32.7 รองลงมา 1-2 ปี ร้อยละ 24 มากกว่า 3 ปี ร้อยละ
23.3 และเริ่มใช้มา 2-3 ปี ร้อยละ 20

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

จำนวนเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	88	58.7
2 เครื่อง	43	28.7
มากกว่า 2 เครื่อง	19	12.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี 1 เครื่อง มากที่สุด ร้อยละ 58.7 รองลงมามี 2 เครื่อง ร้อยละ 28.7 มีเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 2 เครื่อง ร้อยละ 12.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ยี่ห้อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
คอมแพค	7	4.7
ฮิวเลตต์แพคการ์ด	59	39.3
โอทู	65	43.3
เอเซอร์	5	3.4
เอชส	6	4.0
อื่น ๆ เช่น เบนคิว	8	5.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซียี่ห้อโอทู มากที่สุด ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือยี่ห้อฮิวเลตต์แพคการ์ด ร้อยละ 39.3 ยี่ห้ออื่น ๆ เช่น เบนคิว ร้อยละ 5.3 ยี่ห้อคอมแพค ร้อยละ 4.7 ยี่ห้อเอชส ร้อยละ 4 และยี่ห้อเอเซอร์ ร้อยละ 3.4

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเร็วซีพียูของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ความเร็วซีพียูของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
312 MHz	14	9.3
400 MHz	76	50.7
520 MHz	12	8.0
624 MHz	17	11.3
อื่น ๆ เช่น 200 MHz	31	20.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมีความเร็วซีพียู 400 MHz มากที่สุดร้อยละ 50.7 รองลงมาคืออื่น ๆ เช่น 200 MHz ร้อยละ 20.7 624 MHz ร้อยละ 11.3 312 MHz ร้อยละ 9.3 และ 520 MHz ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของแรมเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ขนาดแรมของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
32 MB	11	7.3
64 MB	95	63.3
128 MB	43	28.7
อื่น ๆ คือ 256 MB	1	0.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีที่มีขนาดของแรม 64 MB มากที่สุดร้อยละ 63.3 รองลงมาคือ 128 MB ร้อยละ 28.7 32 MB ร้อยละ 7.3 และขนาดของแรมอื่นๆคือ 256 MB ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของรวมเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ขนาดรวมของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
32 MB	21	14.0
64 MB	94	62.7
128 MB	34	22.6
อื่น ๆ คือ 256 MB	1	0.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีที่มีขนาดของรวม 64 MB มากที่สุดร้อยละ 62.7 รองลงมา 128 MB ร้อยละ 22.6 32 MB ร้อยละ 14 และขนาดของรวมอื่น ๆ คือ 256 MB ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาของ เครื่อง
ฟ็อกเก็ตพีซี

ราคาของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	20	13.3
15,001 - 20,000 บาท	34	22.7
20,001 - 25,000 บาท	19	12.7
25,001 - 30,000 บาท	52	34.7
30,001 - 35,000 บาท	5	3.3
มากกว่า 35,000 บาท	20	13.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ราคา
ของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีช่วง ราคา 25,001 – 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 34.7 รองลงมาคือช่วง
15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 22.7 ช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท กับมากกว่า 35,000 บาท
เท่ากันคือร้อยละ 13.3 ช่วงราคา 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 12.7 และช่วงราคา 30,001 –
35,000 บาท ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องฟอกแก้ดพีซี

สถานที่ซื้อเครื่องฟอกแก้ดพีซี	จำนวน	ร้อยละ
ร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไป	6	4.0
ร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้า	72	48.0
ร้านคอมพิวเตอร์ในห้างสรรพสินค้า	28	18.7
ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า(เช่น นิยมพานิช สหพานิช สยามทีวี)	7	4.6
ซื้อทางอินเทอร์เน็ต	6	4.0
อื่น ๆ คือ ซื้อเครื่องมือ 2 จากผู้ใช้อื่นๆ	31	20.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อฟอกแก้ดพีซี ซื้อที่ร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้ามากที่สุด ร้อยละ 48 รองลงมาซื้อตามทีอื่น ๆ คือซื้อเครื่องมือ 2 จากผู้ใช้อื่นๆ ร้อยละ 20.7 ซื้อที่ร้านคอมพิวเตอร์ในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 18.7 ซื้อที่ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า(เช่น นิยมพานิช สหพานิช สยามทีวี) ร้อยละ 4.6 ซื้อจากร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไป และซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเท่ากันคือร้อยละ 4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ต่อพ่วงของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

อุปกรณ์ต่อพ่วงของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
หูฟังบลูทูธ	66	44.0
คีย์บอร์ด	10	6.7
จีพีเอส	21	14.0
ไม่มี	71	47.3
อื่น ๆ เช่น เมมโมรีการ์ด	2	1.3

หมายเหตุ:ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ต่อพ่วงของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ไม่มีอุปกรณ์ต่อพ่วง มากที่สุดร้อยละ 44 รองลงมาหูฟังบลูทูธ ร้อยละ 44 จีพีเอส ร้อยละ 14 คีย์บอร์ด ร้อยละ 6.7 และอื่นๆเช่น เมมโมรีการ์ด ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้งานของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

การใช้งานของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เล่นเกมส์	120	80.0	3
การสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย	139	92.7	1
เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต	138	92.0	2
การทำงานด้านเวิร์ดโปรเซสเซอร์	67	44.7	10
งานบัญชีและการจัดการด้านการเงิน	90	60.0	7
การฟังเพลงและชมภาพยนตร์	110	73.3	5
บันทึกข้อมูลด้วยเสียง	72	48.0	9
การถ่ายภาพและเก็บภาพ	74	49.3	8
ติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์	97	64.7	6
ใช้เป็นเครื่องคิดเลข	119	79.3	4
ซื้อขายหุ้นนอกสถานที่	14	9.3	12
โซว์ความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยี	48	32.0	11
อื่น ๆ เช่น ใช้เป็น Dictionary, ทดสอบโปรแกรม	6	4.0	13

หมายเหตุ:ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้งานของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ใช้การสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย มากที่สุดร้อยละ 92.7 รองลงมาใช้เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 92 ใช้เล่นเกมส์ ร้อยละ 80 ใช้เป็นเครื่องคิดเลข ร้อยละ 79.3 การฟังเพลงและชมภาพยนตร์ ร้อยละ 73.3 ติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์ ร้อยละ 64.7 งานบัญชีและการจัดการด้านการเงิน ร้อยละ 60.0 การถ่ายภาพและเก็บภาพ ร้อยละ 49.3 บันทึกข้อมูลด้วยเสียง ร้อยละ 48 การทำงานด้านเวิร์ดโปรเซสเซอร์ ร้อยละ 44.7 โซว์ความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยี ร้อยละ 32.0 ซื้อขายหุ้นนอกสถานที่ ร้อยละ 9.3 และอื่น ๆ เช่น ใช้เป็น Dictionary, ทดสอบโปรแกรม ร้อยละ 4

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เล่นเกมส์	71	47.3	6
การสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย	131	87.3	1
เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต	115	76.7	2
การทำงานด้านเวิร์คโปรเซสเซอร์	50	33.3	8
งานบัญชีและการจัดการด้านการเงิน	72	48.0	5
การฟังเพลงและชมภาพยนตร์	59	39.3	7
บันทึกข้อมูลด้วยเสียง	42	28.0	9
การถ่ายภาพและเก็บภาพ	42	28.0	9
ติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์	89	59.3	3
ใช้เป็นเครื่องคิดเลข	74	49.3	4
ซื้อขายหุ้นนอกสถานที่	11	7.3	12
ไขว้ความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยี	42	28.0	9
อื่น ๆ คือ มีความสามารถหลายอย่างรวมกัน	6	4.0	13

หมายเหตุ:ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพื่อการสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย มากที่สุด ร้อยละ 87.3 รองลงมาใช้เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 76.7 ติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์ ร้อยละ 59.3 ใช้เป็นเครื่องคิดเลข ร้อยละ 49.3 ใช้เล่นเกมส์ ร้อยละ 47.3 การฟังเพลงและชมภาพยนตร์ ร้อยละ 39.3 การทำงานด้านเวิร์คโปรเซสเซอร์ ร้อยละ 33.3 การถ่ายภาพและเก็บภาพ การบันทึกข้อมูลด้วยเสียง กับไขว้ความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีเท่ากันคือ ร้อยละ 28 ซื้อขายหุ้นนอกสถานที่ ร้อยละ 7.3 และอื่น ๆ คือ มีความสามารถหลายอย่างรวมกัน ร้อยละ 4

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประโยชน์การใช้งานมากที่สุดของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ประโยชน์การใช้งานมากที่สุดของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เล่นเกมส์	1	0.7	9
การสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย	92	61.3	1
เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต	20	13.3	2
การทำงานด้านเวิร์ดโปรเซสเซอร์	5	3.3	7
งานบัญชีและการจัดการด้านการเงิน	7	4.7	4
การฟังเพลงและชมภาพยนตร์	6	4.0	5
ติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์	6	4.0	5
ซื้อขายหุ้นนอกสถานที่	1	0.7	9
โซวีความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยี	4	2.7	8
อื่น ๆ เช่น มีประโยชน์หลายอย่าง	8	5.3	3
รวม	150	100.0	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตามประโยชน์การใช้งานมากที่สุดของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ใช้เพื่อการสร้างและการจัดเก็บตารางนัดหมาย มากที่สุดร้อยละ 61.3 รองลงมาใช้เชื่อมต่อและท่องอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 13.3 อื่น ๆ เช่น มีประโยชน์หลายอย่างร้อยละ 5.3 งานบัญชีและการจัดการด้านการเงิน ร้อยละ 4.7 การฟังเพลงและชมภาพยนตร์กับติดต่อสื่อสารแทนโทรศัพท์ เท่ากันคือร้อยละ 4 การทำงานด้านเวิร์ดโปรเซสเซอร์ ร้อยละ 3.3 โซวีความเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยใช้เทคโนโลยี ร้อยละ 2.7 และซื้อขายหุ้นนอกสถานที่กับเล่นเกมส์ เท่ากันคือ ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

วิธีการซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	85	56.7
เงินผ่อน	8	5.3
บัตรเครดิต	52	34.7
เงินสดส่วนหนึ่งที่เหลือผ่อนชำระ	5	3.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ซื้อผ่านเงินสด มากที่สุดร้อยละ 56.7 รองลงมาผ่านบัตรเครดิต ร้อยละ 34.7 เงินผ่อน ร้อยละ 5.3 และเงินสดส่วนหนึ่งที่เหลือผ่อนชำระ ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลก่อนที่จะซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

แหล่งข้อมูลก่อนที่จะซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลจากสื่อโฆษณา	10	6.7
ข้อมูลจากพนักงานขาย	6	4.0
ญาติ พี่น้อง หรือบุคคลที่เชื่อถือ	17	11.3
ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	117	78.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลก่อนที่จะซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุดร้อยละ 78 รองลงมาจากญาติ พี่น้อง หรือบุคคลที่เชื่อถือ ร้อยละ 11.3 หาข้อมูลจากสื่อโฆษณา ร้อยละ 6.7 และข้อมูลจากพนักงานขาย ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของฟ็อกเก็ตพีซีที่ซื้อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ที่ซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	13	12.03	7	16.67
15,001 - 20,000 บาท	28	25.92	6	14.29
20,001 - 25,000 บาท	3	2.79	16	38.09
25,001 - 30,000 บาท	41	37.96	11	26.19
30,001 - 35,000 บาท	4	3.71	1	2.38
มากกว่า 35,000 บาท	19	17.59	1	2.38
รวม	108	100	42	100

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 37.96 รองลงมาช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 25.92 และช่วงราคามากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 17.59 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 38.09 รองลงมาช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 26.19 และช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของเครื่องฟอกเกิดพีซีที่ซื้อ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของเครื่องฟอกเกิดพีซีที่ซื้อ	อายุ							
	น้อยกว่า 26 ปี		26 -30 ปี		31 -35 ปี		36 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	6	18.18	6	12.24	8	22.85	0	0.0
15,001 - 20,000 บาท	12	36.36	17	34.69	5	14.29	0	0.0
20,001 - 25,000 บาท	3	9.09	11	22.45	4	11.43	1	3.03
25,001 - 30,000 บาท	12	36.36	10	20.42	9	25.71	21	63.64
30,001 - 35,000 บาท	0	0.0	1	2.04	4	11.43	0	0.0
มากกว่า 35,000 บาท	0	0.0	4	8.16	5	14.29	11	33.33
รวม	33	100	49	100	35	100	33	100

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 ปี ซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท และราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดเท่ากันคือร้อยละ 36.36 รองลงมาช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 18.18 และช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 30 ปี ซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 34.69 รองลงมาช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 22.45 และช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 20.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 35 ปี ซื้อช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 25.71 รองลงมาซื้อช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 22.85 และซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาทและราคามากกว่า 35,000 บาท เท่ากันคือ ร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ซื้อช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 63.64 รองลงมาซื้อช่วงราคามากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 33.33 และซื้อช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 3.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของเครื่องฟอกเก็ดพีซีที่ซื้อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของเครื่องฟอกเก็ดพีซีที่ซื้อ	การศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	12	14.12	8	12.31
15,001 - 20,000 บาท	13	15.29	21	32.31
20,001 - 25,000 บาท	11	12.94	8	12.31
25,001 - 30,000 บาท	39	45.88	13	20.00
30,001 - 35,000 บาท	4	4.71	1	1.55
มากกว่า 35,000 บาท	6	7.06	14	21.52
รวม	85	100	65	100

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ซื้อเครื่องฟอกเก็ดพีซีช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 45.88 รองลงมาซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 15.29 และช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 14.12 ตามลำดับ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อเครื่องฟอกเก็ดพีซีช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 32.31 รองลงมาซื้อช่วงราคามากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 21.52 และช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของเครื่องฟอกเก็ดพีซีที่ซื้อจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของเครื่องฟอกเก็ดพีซีที่ซื้อ	อาชีพ							
	นักเรียน นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		เจ้าของกิจการ		ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	7	21.87	5	7.46	5	12.50	3	27.27
15,001 - 20,000 บาท	11	34.38	22	32.84	0	0.0	1	9.09
20,001 - 25,000 บาท	3	9.37	14	20.89	0	0.0	2	18.18
25,001 - 30,000 บาท	11	34.38	14	20.89	27	67.5	0	0.00
30,001 - 35,000 บาท	0	0.0	3	4.48	1	2.50	1	9.09
มากกว่า 35,000 บาท	0	0.0	9	13.44	7	17.50	4	36.36
รวม	32	100	67	100	40	100	11	100

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท กับ ราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดเท่ากันร้อยละ 34.38 รองลงมาซื้อช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 21.87 และช่วง ราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 9.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 32.84 รองลงมาช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท และราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 20.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ซื้อช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 67.50 รองลงมาซื้อช่วงราคามากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 17.50 และช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์, โกลด์ ซื้อช่วงราคา มากกว่า 35,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 36.36 รองลงมาช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 27.27 และช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของเครื่องฟอกเกิดพีซีที่ซื้อจำแนกตามแหล่งรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของเครื่องฟอกเกิดพีซีที่ซื้อ	รายได้ต่อเดือน					
	น้อยกว่า15,000บาท		15,001 –30,00บาท		30,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	11	25.00	0	0.00	9	12.00
15,001 - 20,000 บาท	11	25.00	11	35.48	12	16.00
20,001 - 25,000 บาท	3	6.82	9	29.03	7	9.34
25,001 - 30,000 บาท	19	43.18	6	19.35	27	36.00
30,001 - 35,000 บาท	0	0.00	0	0.00	5	6.66
มากกว่า 35,000 บาท	0	0.00	5	16.14	15	20.00
รวม	44	100	31	100	75	100

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ซื้อช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 43.18 รองลงมาซื้อช่วงราคาน้อยกว่า 15,000 บาทและ15,001 - 20,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 25 และช่วงราคา20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 6.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน15,001 –30,00บาท ซื้อช่วงราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 35.48 รองลงมาซื้อช่วงราคา20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 29.03 ช่วง ราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ19.35 และซื้อช่วงราคามากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 16.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน30,001 บาทขึ้นไป ซื้อช่วงราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 36.00 รองลงมาราคามากกว่า 35,000 บาทร้อยละ 20.00 ช่วงราคา15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 16.00 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 16.00 ราคาน้อยกว่า15,000 บาท ร้อยละ 12.00 ช่วงราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 9.34 และช่วงราคา30,001 - 35,000 บาท ร้อยละ 6.66

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละ ราคาของเครื่องฟอกเกิดพีซีที่ซื้อจำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคาของฟอกเกิดพีซีที่ซื้อ	ระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซี							
	น้อยกว่า 1 ปี		1 - 2 ปี		2 - 3 ปี		มากกว่า 3 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	5	10.20	6	16.67	0	0	9	25.71
15,001 - 20,000 บาท	8	16.33	5	13.89	10	33.33	11	31.43
20,001 - 25,000 บาท	12	24.49	0	0	5	16.67	2	5.71
25,001 - 30,000 บาท	18	36.73	16	44.44	10	33.33	8	22.86
30,001 - 35,000 บาท	1	2.05	4	11.11	0	0	0	0
มากกว่า 35,000 บาท	5	10.20	5	13.89	5	16.67	5	14.29
รวม	49	100	36	100	30	100	35	100

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซีระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 36.73 รองลงมาซื้อราคา 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 24.49 และราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 16.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซีระยะเวลา 1 - 2 ปี ส่วนใหญ่ซื้อฟอกเกิดพีซีราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 44.44 รองลงมาซื้อราคาน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 16.67 และราคา 15,001 - 20,000 บาท กับราคามากกว่า 35,000 บาท เท่ากันคือ ร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซีระยะเวลา 2 - 3 ปี ส่วนใหญ่ซื้อฟอกเกิดพีซีราคา 15,001 - 20,000 บาท และราคา 25,001 - 30,000 บาท เท่ากันคือร้อยละ 33.33 รองลงมาซื้อราคา 20,001 - 25,000 บาท และราคามากกว่า 35,000 บาท เท่ากันคือร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

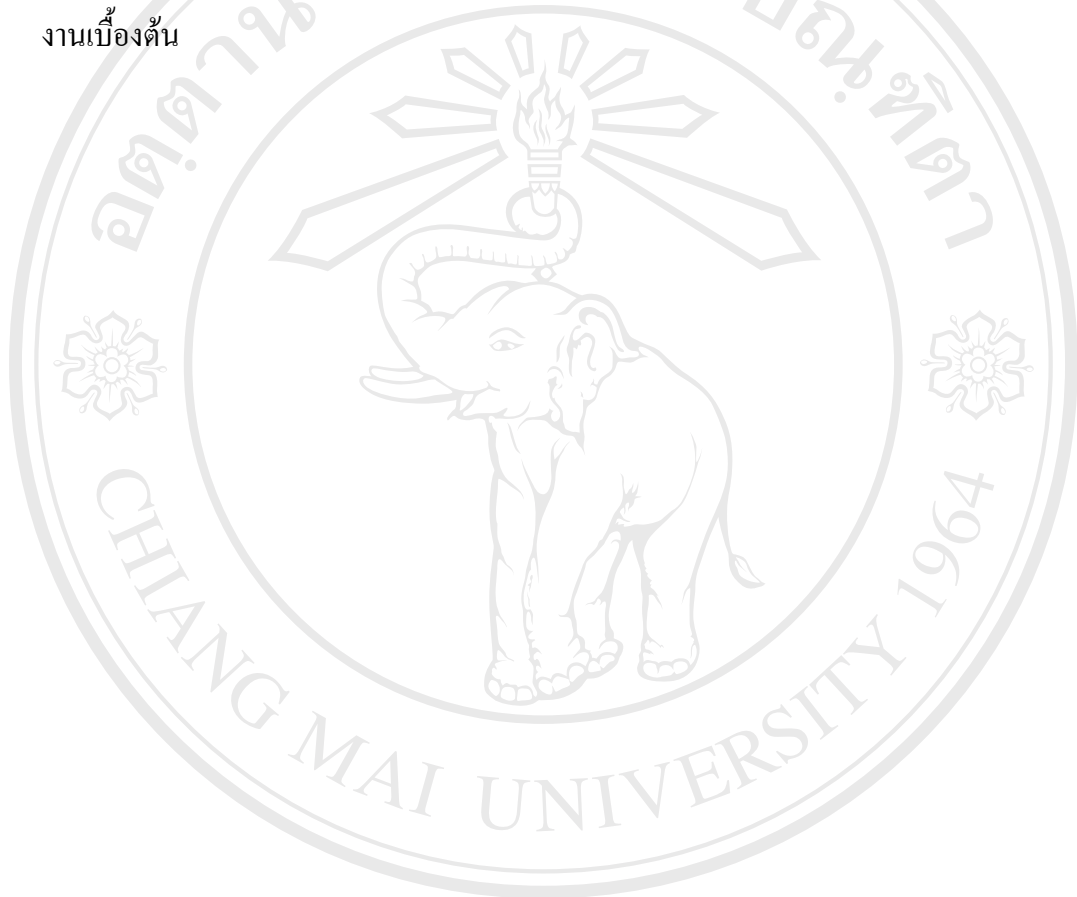
และผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซีระยะเวลามากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ซื้อฟอกเกิดพีซีราคา 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 31.43 รองลงมาซื้อราคา น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 25.71 และราคา 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 22.86 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ											การแปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ยรวม		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ครีซีห้อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	19	12.7	116	77.3	6	4	7	4.7	2	1.3	3.95	มาก	7
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	26	17.3	106	70.7	18	12	0	0	0	0	4.05	มาก	4
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	29	19.3	98	65.3	21	14	1	0.7	1	0.7	4.02	มาก	5
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	25	16.7	102	68	20	13.3	0	0	3	2	3.97	มาก	6
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	59	39.3	66	44	25	16.7	0	0	0	0	4.23	มาก	1
รูปลักษณ์สวยงาม	15	10	99	66	33	22	3	2	0	0	3.84	มาก	9
ประเทศที่ผลิต	0	0	21	14	71	47.3	32	21.3	26	17.3	2.58	น้อย	14
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	31	20.7	81	54	31	20.7	3	2	4	2.7	3.88	มาก	8
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	35	23.3	58	38.7	38	25.3	11	7.3	8	5.3	3.67	มาก	10
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	4	2.7	39	26	56	37.3	31	20.7	20	13.3	2.84	น้อย	12
มี Wireless Lan	31	20.7	53	35.3	41	27.3	13	8.7	12	8	3.52	มาก	11
มี GPS	15	10.0	15	10	59	39.3	36	24	25	16.7	2.73	น้อย	13
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	6	4.0	18	12	56	37.3	34	22.7	36	24	2.49	น้อยที่สุด	15
มีบริการหลังการขายที่ดี	65	43.3	57	38	13	8.7	15	10	0	0	4.15	มาก	2
ระยะเวลารับประกัน	63	42.0	51	34	31	20.7	5	3.3	0	0	4.15	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม											3.60	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.60)โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกได้แก่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีบริการหลังการขายที่ดีและระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.15 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับน้อยที่สุดคือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ										การแปลผล	อันดับที่	
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล				ค่าเฉลี่ยรวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี	38	25.3	77	51.3	34	22.7	0	0	1	0.7	4.01	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	6	4.0	55	36.7	77	51.3	12	8	0	0	3.37	น้อย	3
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	11	7.3	34	22.7	78	52	19	12.7	8	5.3	3.14	น้อย	4
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ	9	6.0	10	6.7	52	34.7	30	20	49	32.7	2.33	น้อยที่สุด	6
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	14	9.3	26	17.3	37	24.7	24	16	49	32.7	2.55	น้อย	5
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice, Easy Buy	4	2.7	10	6.7	38	25.3	29	19.3	69	46	2.01	น้อยที่สุด	7
ค่าบริการหลังการขาย	30	20.0	39	26	52	34.7	16	10.7	13	8.7	3.38	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม											2.97	น้อย	

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.97) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่สุดอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ค่าบริการหลังการขาย(ค่าเฉลี่ย 3.38) และราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด คือ เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ และชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice, Easy Buy

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ										การ แปล ผล	อัน ดับ ที่	
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล				ค่าเฉลี่ย รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ร้านค้าที่จำหน่ายมี ชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	39	26	72	48	33	22	6	4	0	0	3.96	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมี ทำเลที่ตั้งที่ติดต่อ สะดวก	30	20.0	90	60	24	16	6	4	0	0	3.96	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมี สาขาทั่วประเทศ	11	7.3	46	30.7	63	42	10	6.7	20	13.3	3.12	น้อย	7
ร้านค้าที่จำหน่าย ดำเนินกิจการมานาน	15	10.0	53	35.3	56	37.3	20	13.3	6	4	3.34	น้อย	6
มีความสัมพันธ์กับ ร้านค้าที่จำหน่าย	14	9.3	33	22	69	46	15	10	19	12.7	3.05	น้อย	10
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ ศูนย์การค้า	8	5.3	50	33.3	60	40	14	9.3	18	12	3.11	น้อย	8
การตกแต่งร้าน น่าสนใจ	1	0.7	51	34	48	32	25	16.7	25	16.7	2.85	น้อย	11
บรรยากาศภายใน ร้าน	1	0.7	57	38	62	41.3	5	3.3	25	16.7	3.03	น้อย	9
การมีตัวแทน จำหน่ายโดยตรง	21	14	72	48	31	20.7	14	9.3	12	8	3.51	มาก	5
ร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก	18	12	101	67.3	25	16.7	6	4	0	0	3.87	มาก	3
ที่จอดรถสะดวกและ เพียงพอ	31	20.7	70	46.7	37	24.7	3	2	9	6	3.74	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม											3.41	น้อย	

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน
ระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญ 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือและร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเล
ที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก(ค่าเฉลี่ย 3.96 เท่ากัน) และร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย
3.87) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในนัยคือ ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย บรรยากาศภายในร้าน โดยค่าเฉลี่ยของการตกแต่งร้านน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ										การแปลผล	อันดับที่	
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล				ค่าเฉลี่ยรวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การลดราคา	34	22.7	82	54.7	29	19.3	5	3.3	0	0	3.97	มาก	3
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	30	20.0	80	53.3	26	17.3	6	4	8	5.3	3.79	มาก	4
การจับฉลากชิงโชค	3	2.0	19	12.7	75	50	26	17.3	27	18	2.63	น้อย	11
พนักงานขายมีความรู้ อธิบายข้อดี	64	42.7	69	46	9	6	8	5.3	0	0	4.26	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง	88	58.7	56	37.3	1	0.7	5	3.3	0	0	4.51	มากที่สุด	1
การให้แลกรื้อสินค้าอื่นในราคาถูก	11	7.3	34	22.7	70	46.7	18	12	17	11.3	3.03	น้อย	7
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	7	4.7	56	37.3	70	46.7	3	2	14	9.3	3.26	น้อย	6
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3	2	36	24	69	46	17	11.3	25	16.7	2.83	น้อย	8
การโฆษณาทางนิตยสาร	2	1.3	29	19.3	83	55.3	10	6.7	26	17.3	2.81	น้อย	9
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2	1.3	25	16.7	82	54.7	7	4.7	34	22.7	2.69	น้อย	10
การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า	7	4.7	77	51.3	48	32	10	6.7	8	5.3	3.43	น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม											3.38	น้อย	

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกได้แก่ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานขายมีความรู้ อธิบายข้อดี (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก้ฟิซีมี
 ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในน้อยในระดับน้อยคือ การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า การโฆษณาทาง
 อินเทอร์เน็ต การแลกเปลี่ยนสินค้าอื่นในราคาถูก การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การโฆษณาทาง
 นิตยสารโฆษณาทางแผ่นพับใบปลิว โดยการจับจลางซึ่ง โขคมี่ค่าเฉลี่ยของอิทธิพลต่ำสุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	มาก	1
ด้านราคา	2.97	น้อย	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.41	น้อย	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38	น้อย	3

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.41) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.38) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ตราชื่อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	3.97	มาก	7	3.90	มาก	6
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	4.08	มาก	4	3.98	มาก	5
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	4.06	มาก	5	3.90	มาก	6
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	4.02	มาก	6	3.86	มาก	9
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.27	มาก	1	4.12	มาก	4
รูปลักษณ์สวยงาม	3.83	มาก	8	3.86	มาก	9
ประเทศที่ผลิต	2.56	น้อย	13	2.64	น้อย	15
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	3.78	มาก	9	4.14	มาก	2
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.61	มาก	11	3.83	มาก	11
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	2.75	น้อย	10	3.07	น้อย	13
มี Wireless Lan	3.38	มาก	12	3.88	มาก	8
มี GPS	2.56	น้อย	13	3.17	น้อย	12
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.27	น้อย	14	3.07	น้อย	13
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.15	มาก	2	4.14	มาก	2
ระยะเวลารับประกัน	4.11	มาก	3	4.24	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56	มาก		3.72	มาก	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่เพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาการมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) และระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในระดับน้อย คือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่เพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition กับมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.14 เท่ากัน) และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในระดับน้อย คือ ประเทศที่ผลิต(ค่าเฉลี่ย2.64)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก๊สพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกแก๊สพีซี	3.99	มาก	1	4.05	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.24	น้อย	3	3.69	มาก	2
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.12	น้อย	4	3.19	น้อย	4
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ	2.14	น้อยที่สุด	6	2.83	น้อย	5
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	2.52	น้อย	5	2.62	น้อย	6
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy	1.91	น้อยที่สุด	7	2.26	น้อยที่สุด	7
ค่าบริการหลังการขาย	3.27	น้อย	2	3.67	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.88	น้อย		3.19	น้อย	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก๊สพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.88) โดยปัจจัยย่อยที่เพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกแก๊สพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.24)ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.91)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก๊สพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่เพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกแก๊สพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.69) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคาในระดับน้อยที่สุด คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.26)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก้ดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.89	มาก	1	4.14	มาก	2
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อดี สะดวก	3.81	มาก	4	4.36	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	2.97	น้อย	8	3.50	มาก	5
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน	3.34	น้อย	6	3.33	น้อย	9
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	2.93	น้อย	10	3.38	น้อย	7
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า	2.99	น้อย	7	3.40	น้อย	6
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	2.85	น้อย	11	2.86	น้อย	11
บรรยากาศภายในร้าน	2.97	น้อย	8	3.17	น้อย	10
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.44	น้อย	5	3.67	มาก	4
ร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือก มาก	3.89	มาก	2	3.83	มาก	3
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.88	มาก	3	3.38	น้อย	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36	น้อย		3.55	มาก	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก้ดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่เพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ และร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และการมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากัน) รองลงมามีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้ง ที่ติดต่อดีสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.85)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่เพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก(ค่าเฉลี่ย4.36) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.14) และร้านที่มีสินค้ามีหือ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)ตามลำดับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในระดับน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย2.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
การลดราคา	3.97	มาก	3	3.95	มาก	3
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	3.77	มาก	4	3.83	มาก	4
การจับฉลากชิงโชค	2.57	น้อย	11	2.79	น้อย	10
พนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ	4.17	มาก	2	4.50	มากที่สุด	2
การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง	4.48	มาก	1	4.60	มากที่สุด	1
การให้แลกเปลี่ยนสินค้าอื่นในราคาถูก	2.89	น้อย	7	3.38	น้อย	7
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.20	น้อย	6	3.40	น้อย	6
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.74	น้อย	9	3.07	น้อย	8
การโฆษณาทางนิตยสาร	2.75	น้อย	8	2.95	น้อย	9
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2.67	น้อย	10	2.76	น้อย	11
การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า	3.35	น้อย	5	3.64	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32	น้อย		3.53	มาก	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่เพศชายให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในระดับน้อย คือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.57)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่เพศหญิงให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในระดับน้อย คือ การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ					
	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	มาก	1	3.72	มาก	1
ด้านราคา	2.88	น้อย	4	3.19	น้อย	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.36	น้อย	2	3.55	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.32	น้อย	3	3.53	มาก	3

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.36) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.32) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับ

ส่วนของเพศหญิงให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ											
	น้อยกว่า 26 ปี			26 -30 ปี			31 -35 ปี			36 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ตราชื่อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	3.78	มาก	4	4.08	มาก	5	4.14	มาก	4	3.82	มาก	9
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	3.51	มาก	8	3.96	มาก	8	4.26	มาก	3	4.30	มาก	2
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	3.55	มาก	7	3.94	มาก	9	4.11	มาก	6	4.28	มาก	3
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	3.47	น้อย	9	4.06	มาก	6	3.86	มาก	8	4.28	มาก	3
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	3.89	มาก	3	4.35	มาก	1	4.06	มาก	7	4.38	มาก	1
รูปลักษณ์สวยงาม	3.70	มาก	6	4.04	มาก	7	3.74	มาก	9	3.98	มาก	7
ประเทศที่ผลิต	2.29	น้อยที่สุด	14	2.78	น้อย	13	2.37	น้อย	11	2.59	น้อย	12
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	3.44	น้อย	10	3.88	มาก	10	3.74	มาก	9	4.25	มาก	5
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.75	มาก	5	3.86	มาก	11	4.14	มาก	4	2.52	น้อย	13
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	2.69	น้อย	12	3.10	น้อย	12	2.89	น้อย	13	2.15	น้อยที่สุด	14
มี Wireless Lan	3.20	น้อย	11	4.10	มาก	4	3.37	มาก	11	3.00	น้อย	10
มี GPS	2.23	น้อยที่สุด	15	2.71	น้อย	15	2.80	น้อย	14	2.82	น้อย	11
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.64	น้อย	13	2.73	น้อย	14	2.63	น้อย	15	1.85	น้อยที่สุด	15
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.09	มาก	1	4.24	มาก	3	4.31	มาก	1	4.04	มาก	6
ระยะเวลารับประกัน	3.98	มาก	2	4.27	มาก	2	4.29	มาก	2	3.88	มาก	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35	น้อย		3.74	มาก		3.65	มาก		3.48	น้อย	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้(ค่าเฉลี่ย3.89) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด คือ มี GPS(ค่าเฉลี่ย2.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 - 30 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในระดับน้อยคือ มี GPS(ค่าเฉลี่ย2.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 31 - 35 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และรุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU) (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในระดับน้อยคือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น(ค่าเฉลี่ย2.63)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้(ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมารุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)(ค่าเฉลี่ย 4.30) และขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)กับขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM) (ค่าเฉลี่ย 4.28 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด คือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น(ค่าเฉลี่ย1.85)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ											
	น้อยกว่า 26 ปี			26 -30 ปี			31 -35 ปี			36 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี	4.36	มาก	1	4.31	มาก	1	4.17	มาก	1	3.30	น้อย	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.12	น้อย	4	3.63	มาก	3	3.51	มาก	2	3.02	น้อย	2
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.17	น้อย	3	3.51	มาก	4	3.11	น้อย	4	2.31	น้อยที่สุด	5
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่	2.37	น้อยที่สุด	5	2.90	น้อย	6	2.37	น้อย	6	1.51	น้อยที่สุด	7
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	1.37	ไม่มีผล	6	3.02	น้อย	5	2.46	น้อย	5	2.70	น้อย	4
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy	1.31	ไม่มีผล	7	2.33	น้อย	7	2.23	น้อย	7	1.69	น้อยที่สุด	6
ค่าบริการหลังการขาย	3.47	น้อย	2	3.65	มาก	2	3.17	น้อย	3	2.84	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74	น้อย		3.34	น้อย		3.00	น้อย		2.48	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.74) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ไม่ มีอิทธิพล คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 - 30 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) และราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อย คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 31 - 35 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.51) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อย คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.23)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.48) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.02) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น เงินใจและระยะเวลาการให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 1.51)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ											
	น้อยกว่า 26 ปี			26-30 ปี			31-35 ปี			36 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	4.05	มาก	1	3.65	มาก	2	4.09	มาก	3	4.09	มาก	2
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	4.04	มาก	2	3.86	มาก	1	4.17	มาก	2	3.78	มาก	4
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.30	น้อย	8	3.08	น้อย	8	3.51	มาก	6	2.28	น้อยที่สุด	11
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน	2.94	น้อย	11	3.18	น้อย	6	3.43	น้อย	7	3.43	มาก	5
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	3.23	น้อย	9	2.86	น้อย	10	3.34	น้อย	8	2.54	น้อย	9
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า	3.13	น้อย	10	3.16	น้อย	7	3.00	น้อย	10	2.89	น้อย	7
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	3.36	น้อย	7	2.84	น้อย	11	2.91	น้อย	11	2.43	น้อยที่สุด	10
บรรยากาศภายในร้าน	3.44	น้อย	6	2.88	น้อย	9	3.11	น้อย	9	2.80	น้อย	8
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.69	มาก	4	3.41	น้อย	5	3.63	มาก	5	3.24	น้อย	6
ร้านที่มีสินค้าห้อยและมีรุ่นให้เลือกมาก	3.96	มาก	3	3.63	มาก	3	3.91	มาก	4	4.11	มาก	1
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.59	มาก	5	3.55	มาก	4	4.26	มาก	1	3.87	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	มาก		3.28	น้อย		3.58	มาก		3.23	น้อย	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และร้านที่มีสินค้าห้อย และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลน้อย คือ ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 - 30 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และร้านที่มีสินค้าหือและมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย2.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 31 - 35 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย2.91)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านที่มีสินค้าหือและมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย 2.28)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ											
	น้อยกว่า 26 ปี			26 -30 ปี			31 -35 ปี			36 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
การลดราคา	4.07	มาก	3	3.96	มาก	3	4.09	มาก	3	3.59	มาก	3
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	3.94	มาก	4	3.84	มาก	4	4.09	มาก	3	3.09	น้อย	7
การจับฉลากชิงโชค	2.78	น้อย	8	2.65	น้อย	11	2.69	น้อย	11	2.36	น้อยที่สุด	11
พนักงานขายมีความรู้ अच्छาศัยดี	4.60	มากที่สุด	1	4.02	มาก	2	4.26	มาก	2	4.43	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้ สินค้าตัวอย่าง	4.35	มาก	2	4.16	มาก	1	4.77	มากที่สุด	1	4.70	มากที่สุด	1
การให้แลกเปลี่ยนสินค้าอื่นใน ราคาถูก	3.59	มาก	5	3.12	น้อย	7	2.86	น้อย	9	2.52	น้อย	10
การโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต	3.19	น้อย	6	3.31	น้อย	6	3.06	น้อย	6	3.54	มาก	5
การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์	2.75	น้อย	9	2.69	น้อย	10	2.91	น้อย	7	3.14	น้อย	6
การโฆษณาทางนิตยสาร	2.73	น้อย	10	2.84	น้อย	8	2.83	น้อย	8	2.95	น้อย	8
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2.73	น้อย	10	2.67	น้อย	9	2.80	น้อย	10	2.70	น้อย	9
การจัดแสดงสินค้าตาม ศูนย์การค้า	3.14	น้อย	7	3.55	มาก	5	3.51	มาก	5	3.56	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44	น้อย		3.35	น้อย		3.44	น้อย		3.32	น้อย	

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายมีความรู้ अच्छาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาการได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.35) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การโฆษณาทางนิตยสารและการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 26 - 30 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยคือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 35 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 31 - 35 ปีให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการลดราคากับการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.09 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยคือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.69)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.36)

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ											
	น้อยกว่า 26 ปี			26-30 ปี			31-35 ปี			36 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.35	น้อย	3	3.74	มาก	1	3.65	มาก	1	3.48	น้อย	1
ด้านราคา	2.74	น้อย	4	3.34	น้อย	3	3.00	น้อย	4	2.48	น้อยที่สุด	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.52	มาก	1	3.28	น้อย	4	3.58	มาก	2	3.23	น้อย	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	น้อย	2	3.35	น้อย	2	3.44	น้อย	3	3.32	น้อย	2

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และด้านราคาตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.35) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.34) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.32) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.23) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ตราชื่อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	3.85	มาก	8	4.03	มาก	6
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	3.87	มาก	5	4.20	มาก	2
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	4.04	มาก	4	4.11	มาก	4
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	3.86	มาก	7	4.05	มาก	5
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.17	มาก	2	4.17	มาก	3
รูปลักษณ์สวยงาม	3.87	มาก	5	3.75	มาก	11
ประเทศที่ผลิต	2.81	น้อย	13	2.29	น้อยที่สุด	15
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	3.62	มาก	9	3.97	มาก	7
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.53	มาก	10	3.78	มาก	10
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	2.32	น้อยที่สุด	15	3.09	น้อย	12
มี Wireless Lan	3.16	น้อย	11	3.83	มาก	9
มี GPS	2.84	น้อย	12	2.72	น้อย	13
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.71	น้อย	14	2.52	น้อย	14
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.43	มาก	1	3.94	มาก	8
ระยะเวลารับประกัน	4.14	มาก	3	4.25	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55	มาก		3.65	มาก	

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ การมีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี(ค่าเฉลี่ย2.32)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU) (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ประเทศที่ผลิต (ค่าเฉลี่ย 2.29)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	การศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี	3.98	มาก	1	3.91	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.32	น้อย	3	3.29	น้อย	2
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.27	น้อย	4	2.95	น้อย	4
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ	2.53	น้อย	6	2.20	น้อยที่สุด	6
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	2.90	น้อย	5	2.54	น้อย	5
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice, Easy Buy	2.18	น้อยที่สุด	7	1.92	น้อยที่สุด	7
ค่าบริการหลังการขาย	3.80	มาก	2	3.22	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14	น้อย		2.86	น้อย	

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice, Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.18)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.86) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.29) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice, Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.92)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.07	มาก	1	3.72	มาก	3
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อดี	3.88	มาก	2	3.97	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	2.77	น้อย	10	3.14	น้อย	9
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน	3.59	มาก	5	3.35	น้อย	7
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	3.11	น้อย	7	2.98	น้อย	10
เป็นร้านที่อยู่ในใกล้ศูนย์การค้า	2.78	น้อย	9	3.40	น้อย	6
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	2.55	น้อย	11	2.95	น้อย	11
บรรยากาศภายในร้าน	2.78	น้อย	8	3.22	น้อย	8
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.32	น้อย	6	3.66	มาก	5
ร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก	3.79	มาก	4	3.85	มาก	2
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.86	มาก	3	3.71	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32	น้อย		3.45	น้อย	

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) และที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.55)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเพื่อให้เกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาร้านที่มีสินค้าขึ้นชื่อและมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.95)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
การลดราคา	4.09	มาก	3	3.77	มาก	4
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	3.73	มาก	4	3.78	มาก	3
การจับฉลากชิงโชค	2.70	น้อย	11	2.68	น้อย	8
พนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี	4.41	มาก	2	4.25	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง	4.51	มากที่สุด	1	4.45	มาก	1
การให้แลกรซื้อสินค้าอื่นในราคาถูก	2.91	น้อย	10	2.97	น้อย	7
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.26	น้อย	6	3.40	น้อย	6
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.08	น้อย	7	2.65	น้อย	9
การโฆษณาทางนิตยสาร	3.06	น้อย	8	2.63	น้อย	10
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	3.04	น้อย	9	2.42	น้อยที่สุด	11
การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า	3.33	น้อย	5	3.60	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	น้อย		3.33	น้อย	

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.70)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) และการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และตามลำดับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางใบปลิวแผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.42)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	การศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก	1	3.65	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.14	น้อย	4	2.86	น้อย	4
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.32	น้อย	3	3.45	น้อย	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	น้อย	2	3.33	น้อย	2

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.32) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ด้านการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.45) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง
เพื่อเกิดพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ตราชื่อของเครื่องเพื่อเกิดพีซี	3.63	มาก	8	4.09	มาก	4	4.23	มาก	4	3.13	น้อย	11
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	3.72	มาก	6	4.04	มาก	8	4.28	มาก	3	4.23	มาก	2
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	3.81	มาก	3	4.07	มาก	6	4.03	มาก	7	4.23	มาก	2
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	3.69	มาก	7	4.09	มาก	4	3.93	มาก	8	4.23	มาก	2
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.22	มาก	1	4.10	มาก	3	4.50	มากที่สุด	1	4.02	มาก	6
รูปลักษณ์สวยงาม	3.53	มาก	10	3.81	มาก	9	4.08	มาก	6	4.12	มาก	5
ประเทศที่ผลิต	2.31	น้อยที่สุด	14	2.61	น้อย	15	2.90	น้อย	13	2.02	น้อยที่สุด	14
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	3.59	มาก	9	3.75	มาก	11	4.45	มาก	2	3.40	น้อย	10
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.75	มาก	5	4.06	มาก	7	2.95	น้อย	12	3.77	มาก	8
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	2.53	น้อย	12	3.30	น้อย	12	2.43	น้อยที่สุด	15	2.50	น้อย	13
มี Wireless Lan	3.31	น้อย	11	3.78	มาก	10	3.28	น้อย	10	3.43	น้อย	9
มี GPS	2.44	น้อยที่สุด	13	2.73	น้อย	13	3.25	น้อย	11	1.67	น้อยที่สุด	15
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.22	น้อยที่สุด	15	2.64	น้อย	14	2.45	น้อยที่สุด	14	2.63	น้อย	12
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.03	มาก	2	4.25	มาก	2	4.18	มาก	5	3.83	มาก	7
ระยะเวลารับประกัน	3.78	มาก	4	4.43	มาก	1	3.93	มาก	8	4.30	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37	น้อย		3.72	มาก		3.66	มาก		3.43	น้อย	

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ , โภชนาการ

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มี ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์นักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาให้บริการหลัง การขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) และขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM) (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น(ค่าเฉลี่ย 2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับส่วนประสมทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มี อิทธิพลน้อยคือ ประเทศที่ผลิต(ค่าเฉลี่ย 2.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เจ้าของกิจการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition (ค่าเฉลี่ย 4.45) และรุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU) (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 2.43)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ใก้ค้ นำ้เทียว ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยด้าน ผลิตภัณฑ์ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ใก้ค้ นำ้เทียว ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมารุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)กับขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM) (ค่าเฉลี่ย 4.23 เท่ากัน) และรูปลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มี อิทธิพลน้อยที่สุด คือ มี GPS(ค่าเฉลี่ย 1.67)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี	4.19	มาก	1	4.09	มาก	1	3.73	มาก	1	4.05	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.13	น้อย	4	3.40	น้อย	3	3.68	มาก	2	2.77	น้อย	6
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.31	น้อย	3	3.15	น้อย	4	3.03	น้อย	4	3.07	น้อย	4
เงื่อนไขและระยะเวลาให้ สินเชื่อ	2.03	น้อย ที่สุด	5	2.52	น้อย	6	2.18	น้อย ที่สุด	6	2.77	น้อย	6
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	1.47	ไม่มีผล	6	2.72	น้อย	5	2.88	น้อย	5	3.52	มาก	2
ชำระด้วยการผ่อนชำระ ได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy	1.28	ไม่มีผล	7	2.15	น้อย ที่สุด	7	2.15	น้อย ที่สุด	7	2.85	น้อย	5
ค่าบริการหลังการขาย	3.41	น้อย	2	3.52	มาก	2	3.23	น้อย	3	3.15	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.69	น้อย		3.08	น้อย		2.98	น้อย		3.17	น้อย	

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์, โภชนาเกี่ยวกับ

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคานักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ไม่มียอิทธิพล คือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ

ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาเจ้าของกิจการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.68) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.15)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาชำระด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.15) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยคือ ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วงและเงื่อนไขระยะเวลาให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	4.22	มาก	1	3.75	มาก	3	4.25	มาก	1	3.47	น้อย	5
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	4.09	มาก	2	3.97	มาก	1	3.95	มาก	4	3.58	มาก	3
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.22	น้อย	5	3.27	น้อย	7	2.88	น้อย	11	2.80	น้อย	8
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน	3.16	น้อย	7	3.45	น้อย	6	3.48	น้อย	6	2.70	น้อย	9
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	3.00	น้อย	8	3.15	น้อย	9	3.10	น้อย	8	2.53	น้อย	11
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า	2.94	น้อย	9	3.19	น้อย	8	3.13	น้อย	7	2.93	น้อย	7
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	2.78	น้อย	11	2.87	น้อย	11	2.95	น้อย	10	2.67	น้อย	10
บรรยากาศภายในร้าน	2.91	น้อย	10	3.04	น้อย	10	3.10	น้อย	8	3.00	น้อย	6
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.34	น้อย	4	3.46	น้อย	5	3.50	มาก	5	4.27	มาก	2
ร้านที่มีสินค้าขี้อวด และมีรุ่นให้เลือกมาก	3.81	มาก	3	3.70	มาก	4	4.10	มาก	3	4.30	มาก	1
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.19	น้อย	6	3.78	มาก	2	4.18	มาก	2	3.57	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33	น้อย		3.42	น้อย		3.51	มาก		3.26	น้อย	

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์, ใค้ค้าหน้าเที่ยว

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.2) รองลงมา ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และร้านที่มี

สินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย 2.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเจ้าของกิจการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ ร้านที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.88)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาการมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ มีความสัมพันธ์กับร้านที่จำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 2.53)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
การลดราคา	4.09	มาก	3	3.99	มาก	3	3.88	มาก	3	3.87	มาก	4
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	3.91	มาก	4	3.78	มาก	4	3.63	มาก	6	4.10	มาก	3
การจับฉลากชิงโชค	2.34	น้อยที่สุด	11	2.84	น้อย	8	2.58	น้อย	11	2.47	น้อย	11
พนักงานขายมีความรู้ อัธยาศัยดี	4.34	มาก	2	4.12	มาก	2	4.45	มาก	2	4.25	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้ สินค้าตัวอย่าง	4.69	มากที่สุด	1	4.27	มาก	1	4.83	มากที่สุด	1	4.40	มาก	1
การให้แลกเปลี่ยนสินค้าอื่น ในราคาถูก	3.00	น้อย	5	3.13	น้อย	7	2.90	น้อย	10	2.95	น้อย	9
การโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต	2.94	น้อย	6	3.25	น้อย	6	3.50	มาก	7	3.33	น้อย	6
การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์	2.47	น้อยที่สุด	8	2.46	น้อยที่สุด	10	3.70	มาก	5	3.07	น้อย	7
การโฆษณาทางนิตยสาร	2.41	น้อยที่สุด	9	2.61	น้อย	9	3.40	น้อย	8	3.07	น้อย	7
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2.41	น้อยที่สุด	9	2.43	น้อยที่สุด	11	3.38	น้อย	9	2.73	น้อย	10
การจัดแสดงสินค้าตาม ศูนย์การค้า	2.94	น้อย	6	3.45	น้อย	5	3.75	มาก	4	3.63	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23	น้อย		3.30	น้อย		3.63	มาก		3.44	น้อย	

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์, โคนันนำเที่ยว

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง

(ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อรรถาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การจับฉลากชิงโชค(ค่าเฉลี่ย2.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อรรถาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางแผ่นพับไปปลิว(ค่าเฉลี่ย2.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาดเจ้าของกิจการให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.83) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อรรถาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยคือ การจับฉลากชิงโชค(ค่าเฉลี่ย2.58)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ ไกด์นำเที่ยว ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อรรถาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) และการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจกับ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยคือ การจับฉลากชิงโชค(ค่าเฉลี่ย2.47)

ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ											
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.37	มาก	1	3.72	มาก	1	3.66	มาก	1	3.43	น้อย	2
ด้านราคา	2.69	มาก	4	3.08	น้อย	4	2.98	น้อย	4	3.17	น้อย	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33	มาก	2	3.42	น้อย	2	3.51	มาก	2	3.26	น้อย	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	มาก	3	3.30	น้อย	3	3.63	มาก	3	3.44	น้อย	1

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.37) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.33) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.23) และด้านราคา(ค่าเฉลี่ย2.69)ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.30) และด้านราคา(ค่าเฉลี่ย3.08)ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.51) และด้านราคา(ค่าเฉลี่ย2.98)ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆเช่น แพทย์ และไกด์ กิจการ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.43) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.26) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 15,000 บาท			15,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ตราชื่อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	3.90	มาก	5	3.71	มาก	11	4.16	มาก	3
รุ่นของหน่วยประมวลผล กลาง(CPU)	3.72	มาก	7	4.10	มาก	2	4.12	มาก	5
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	3.72	มาก	7	4.01	มาก	4	4.04	มาก	7
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	3.67	มาก	10	3.79	มาก	8	4.05	มาก	6
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.00	มาก	2	3.78	มาก	9	4.39	มาก	1
รูปลักษณ์สวยงาม	3.90	มาก	5	3.72	มาก	10	3.88	มาก	9
ประเทศที่ผลิต	2.31	น้อยที่สุด	13	2.48	น้อยที่สุด	15	2.64	น้อย	14
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	3.72	มาก	7	3.82	มาก	7	3.92	มาก	8
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.93	มาก	3	3.90	มาก	6	3.45	น้อย	11
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	2.94	น้อย	11	3.16	น้อย	12	2.72	น้อย	13
มี Wireless Lan	2.88	น้อย	12	3.93	มาก	5	3.53	มาก	10
มี GPS	2.09	น้อยที่สุด	15	2.68	น้อย	14	2.91	น้อย	12
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.28	น้อยที่สุด	14	2.99	น้อย	13	2.44	น้อยที่สุด	15
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.11	มาก	1	4.06	มาก	3	4.27	มาก	2
ระยะเวลารับประกัน	3.91	มาก	4	4.66	มากที่สุด	1	4.13	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	น้อย		3.65	มาก		3.64	มาก	

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ มี GPS(ค่าเฉลี่ย 2.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมารุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)(ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีบริการหลังการขายที่ดี(ค่าเฉลี่ย4.06) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ประเทศที่ผลิต(ค่าเฉลี่ย2.48)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา มีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และตราหือของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย2.44)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 15,000 บาท			15,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี	4.38	มาก	1	4.01	มาก	1	3.87	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.23	น้อย	4	3.35	น้อย	2	3.36	น้อย	2
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.31	น้อย	3	3.29	น้อย	4	2.88	น้อย	4
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ	2.69	น้อย	5	2.11	น้อยที่สุด	6	2.36	น้อยที่สุด	6
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	1.93	น้อยที่สุด	6	2.59	น้อย	5	2.84	น้อย	5
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy	1.45	ไม่มีผล	7	2.04	น้อยที่สุด	7	2.29	น้อยที่สุด	7
ค่าบริการหลังการขาย	3.27	น้อย	2	3.35	น้อย	2	3.36	น้อย	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90	น้อย		2.96	น้อย		2.99	น้อย	

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.90) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ไม่มอิทธิพล คือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเก้ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.96) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเก้ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วงและค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 1.45)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วงกับค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.36 เท่ากัน) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.29)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 15,000 บาท			15,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.91	มาก	2	3.39	น้อย	8	4.11	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	4.04	มาก	1	3.60	มาก	5	4.01	มาก	2
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.20	น้อย	6	3.64	มาก	4	2.77	น้อย	11
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน	2.95	น้อย	7	3.45	น้อย	7	3.36	น้อย	6
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	2.92	น้อย	9	2.74	น้อย	11	3.21	น้อย	7
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า	2.78	น้อย	11	3.48	น้อย	6	3.01	น้อย	9
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	2.87	น้อย	10	2.93	น้อย	9	2.92	น้อย	10
บรรยากาศภายในร้าน	2.93	น้อย	8	2.80	น้อย	10	3.21	น้อย	7
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.60	มาก	5	3.75	มาก	1	3.45	น้อย	5
ร้านที่มีสินค้าหือ และมีรุ่นให้เลือกมาก	3.91	มาก	2	3.73	มาก	3	3.96	มาก	4
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.77	มาก	4	3.75	มาก	1	3.99	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35	น้อย		3.39	น้อย		3.46	น้อย	

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ กับร้านที่มีสินค้าหือและมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลน้อยคือ เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรงกับมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อ

สะดวกกับร้านที่มีสินค้าหือ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลน้อยคือ มีความสัมพันธ์กับร้านที่จำหน่าย(ค่าเฉลี่ย2.74)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลน้อยคือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย2.77)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 15,000 บาท			15,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
การลดราคา	4.13	มาก	2	3.99	มาก	4	3.84	มาก	3
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	4.04	มาก	3	4.06	มาก	3	3.52	มาก	5
การจับฉลากชิงโชค	2.43	น้อย	9	2.99	น้อย	8	2.56	น้อย	11
พนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ	4.04	มาก	3	4.08	มาก	2	4.41	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง	4.50	มากที่สุด	1	4.46	มาก	1	4.53	มากที่สุด	1
การให้แลกรหัสสินค้าอื่นในราคาถูก	3.05	น้อย	5	3.27	น้อย	6	2.87	น้อย	10
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	2.75	น้อย	7	3.22	น้อย	7	3.44	น้อย	6
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.50	น้อย	8	2.87	น้อย	10	3.00	น้อย	7
การโฆษณาทางนิตยสาร	2.43	น้อยที่สุด	9	2.90	น้อย	9	2.96	น้อย	8
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2.43	น้อยที่สุด	9	2.61	น้อย	11	2.89	น้อย	9
การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า	2.79	น้อย	6	3.86	มาก	5	3.57	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	น้อย		3.48	น้อย		3.42	น้อย	

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจกับพนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ (ค่าเฉลี่ย 4.64 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางนิตยสารและ การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้มีรายได้ 15,001– 30,000 บาท ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.46)

รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย2.61)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อพื้กเกิดพีชี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง(ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการลด(ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การจับฉลากชิงโชค(ค่าเฉลี่ย2.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกแก้ดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	รายได้ต่อเดือน								
	น้อยกว่า 15,000 บาท			15,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.41	น้อย	1	3.65	มาก	1	3.64	มาก	1
ด้านราคา	2.9	น้อย	4	2.96	น้อย	4	2.99	น้อย	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.35	น้อย	2	3.39	น้อย	3	3.46	น้อย	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.19	น้อย	3	3.48	น้อย	2	3.42	น้อย	3

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย3.41) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.35) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.19) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย3.65) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย3.64) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.46) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.42) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี											
	น้อยกว่า 1 ปี			1 - 2 ปี			2 - 3 ปี			มากกว่า 3 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ตราชื่อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี	3.98	มาก	6	3.78	มาก	10	3.90	มาก	8	4.14	มาก	2
รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง(CPU)	4.00	มาก	5	4.22	มาก	1	3.93	มาก	5	4.06	มาก	3
ขนาดของหน่วยความจำหลัก(ROM)	3.96	มาก	7	4.17	มาก	4	3.93	มาก	5	4.03	มาก	5
ขนาดของหน่วยความจำสำรอง(RAM)	3.96	มาก	7	4.19	มาก	2	3.93	มาก	5	3.80	มาก	6
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.20	มาก	4	4.14	มาก	5	4.10	มาก	2	4.46	มาก	1
รูปลักษณ์สวยงาม	3.94	มาก	9	3.83	มาก	8	3.80	มาก	9	3.74	มาก	7
ประเทศที่ผลิต	2.82	น้อย	14	2.56	น้อย	14	2.17	น้อยที่สุด	15	2.63	น้อย	12
ระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition	4.22	มาก	3	3.83	มาก	8	3.80	มาก	9	3.51	มาก	8
มีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด	3.80	มาก	10	3.97	มาก	7	4.10	มาก	2	2.83	น้อย	11
มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี	3.47	น้อย	12	2.94	น้อย	12	2.87	น้อย	12	1.83	น้อยที่สุด	15
มี Wireless Lan	3.73	มาก	11	3.22	น้อย	11	3.53	มาก	11	3.51	มาก	8
มี GPS	3.02	น้อย	13	2.75	น้อย	13	2.27	น้อยที่สุด	14	2.69	น้อย	13
มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น	2.82	น้อย	14	2.53	น้อย	15	2.57	น้อย	13	1.94	น้อยที่สุด	14
มีบริการหลังการขายที่ดี	4.27	มาก	2	4.19	มาก	2	4.00	มาก	4	4.06	มาก	3
ระยะเวลาประกัน	4.49	มาก	1	4.06	มาก	6	4.43	มาก	1	3.51	มาก	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	มาก		3.63	มาก		3.56	มาก		3.38	น้อย	

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และระบบปฏิบัติการ เช่น Windows Mobile 2003 Second Edition (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อย คือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้นและประเทศที่ผลิต (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี 1-2 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี 1-2 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ รุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาขนาดของหน่วยความจำสำรอง (RAM) กับให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน) และขนาดของหน่วยความจำหลัก (ROM) (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยคือ มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 2.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี 2-3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซี 2-3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้กับมีศูนย์บริการตรวจสอบภายในจังหวัด (ค่าเฉลี่ย 4.10 เท่ากัน) และให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ประเทศที่ผลิต (ค่าเฉลี่ย 2.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เริ่มใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาตราয়ี่ห้อของเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.14) และรุ่นของหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) กับให้บริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ มีซอฟต์แวร์เกมส์ที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 1.83)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้เครื่องฟอกเกิดพีซี

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพีซี											
	น้อยกว่า 1 ปี			1 - 2 ปี			2 - 3 ปี			มากกว่า 3 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี	4.02	มาก	1	4.25	มาก	1	3.57	มาก	1	4.11	มาก	1
ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง	3.47	น้อย	4	3.50	มาก	3	3.23	น้อย	2	3.20	น้อย	2
เปอร์เซ็นต์ส่วนลด	3.53	มาก	3	3.36	น้อย	4	2.73	น้อย	4	2.71	น้อย	3
เงื่อนไขและระยะเวลาให้สินเชื่อ	2.45	น้อยที่สุด	6	2.75	น้อย	5	1.83	น้อยที่สุด	6	2.17	น้อยที่สุด	5
ชำระด้วยบัตรเครดิตได้	2.84	น้อย	5	2.64	น้อย	6	2.47	น้อยที่สุด	5	2.11	น้อยที่สุด	6
ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy	2.22	น้อยที่สุด	7	2.11	น้อยที่สุด	7	1.70	น้อยที่สุด	7	1.86	น้อยที่สุด	7
ค่าบริการหลังการขาย	3.78	มาก	2	3.97	มาก	2	2.83	น้อย	3	2.69	น้อย	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	น้อย		3.23	น้อย		2.62	น้อย		2.69	น้อย	

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพีซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้เริ่มใช้ฟอกเกิดพีซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพีซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟอกเกิดพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้เริ่มใช้ฟอกเกิดพีซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟอกเกิดพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย

3.97) และราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.50)ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy(ค่าเฉลี่ย2.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.62) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ที่ใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และค่าบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย1.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาผู้ที่ใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ราคาตัวเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (ค่าเฉลี่ย 3.20) และเปอร์เซ็นต์ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ชำระด้วยการผ่อนชำระได้ เช่น บัตร AEON, First Choice , Easy Buy (ค่าเฉลี่ย1.86)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี											
	น้อยกว่า 1 ปี			1 - 2 ปี			2 - 3 ปี			มากกว่า 3 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.96	มาก	1	4.28	มาก	1	3.53	มาก	6	4.00	มาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	3.96	มาก	1	4.14	มาก	2	3.97	มาก	4	3.77	มาก	3
ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ	3.51	มาก	6	4.08	มาก	3	2.47	น้อยที่สุด	11	2.14	น้อยที่สุด	11
ร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินการมานาน	3.39	น้อย	7	3.86	มาก	5	3.27	น้อย	9	2.80	น้อย	5
มีความสัมพันธ์กับร้านค้าที่จำหน่าย	3.37	น้อย	8	3.47	น้อย	7	2.80	น้อย	10	2.40	น้อยที่สุด	8
เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า	3.35	น้อย	9	3.19	น้อย	10	3.70	มาก	5	2.17	น้อยที่สุด	9
การตกแต่งร้านน่าสนใจ	2.84	น้อย	11	3.03	น้อย	11	3.47	น้อย	8	2.17	น้อยที่สุด	9
บรรยากาศภายในร้าน	3.00	น้อย	10	3.25	น้อย	9	3.50	มาก	7	2.43	น้อยที่สุด	7
การมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3.86	มาก	4	3.69	มาก	6	4.03	มาก	3	2.37	น้อยที่สุด	6
ร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก	3.90	มาก	3	4.03	มาก	4	4.27	มาก	2	3.34	น้อย	4
ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.59	มาก	5	3.36	น้อย	8	4.37	มาก	1	3.80	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	มาก		3.67	มาก		3.58	มาก		2.85	น้อย	

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือกับร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96 เท่ากัน) รองลงมาร้านที่มีสินค้ายี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และการมีตัวแทนจำหน่าย

โดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย2.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อย คือ การตกแต่งร้านน่าสนใจ(ค่าเฉลี่ย3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาร้านที่มีสินค้ามีหือ และมีรุ่นให้เลือกมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการมีตัวแทนจำหน่ายโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย2.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และร้านค้าที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย2.14)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี											
	น้อยกว่า 1 ปี			1 - 2 ปี			2 - 3 ปี			มากกว่า 3 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
การลดราคา	4.22	มาก	3	4.03	มาก	3	3.73	มาก	4	3.74	มาก	3
การแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ	3.98	มาก	4	4.00	มาก	4	3.83	มาก	3	3.26	น้อย	5
การจับฉลากชิงโชค	2.80	น้อย	9	2.92	น้อย	11	2.57	น้อย	8	2.17	น้อยที่สุด	11
พนักงานขายมีความรู้ อธิบายได้ดี	4.27	มาก	2	4.47	มาก	2	4.27	มาก	2	4.03	มาก	2
การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง	4.61	มากที่สุด	1	4.58	มากที่สุด	1	4.50	มากที่สุด	1	4.31	มาก	1
การให้แลกรหัสสินค้าอื่นในราคาถูก	3.43	น้อย	6	3.08	น้อย	8	3.23	น้อย	7	2.23	น้อยที่สุด	10
การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.14	น้อย	7	3.50	มาก	5	3.63	มาก	5	2.86	น้อย	6
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.94	น้อย	8	3.08	น้อย	8	2.43	น้อยที่สุด	9	2.77	น้อย	8
การโฆษณาทางนิตยสาร	2.80	น้อย	9	3.19	น้อย	7	2.40	น้อยที่สุด	10	2.77	น้อย	8
การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	2.57	น้อย	11	3.08	น้อย	8	2.27	น้อยที่สุด	11	2.83	น้อย	7
การจัดแสดงสินค้าตามศูนย์การค้า	3.49	น้อย	5	3.44	น้อย	6	3.43	น้อย	6	3.34	น้อย	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48	น้อย		3.58	มาก		3.30	น้อย		3.12	น้อย	

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีน้อยกว่า 1 ปีให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ที่ใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 1-2 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.47) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อย คือ การจับฉลากชิงโชค(ค่าเฉลี่ย 2.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ที่ใช้ฟ็อกเก็ตพีซี 2-3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการแจกหรือแถมสินค้าที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย 2.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฟ็อกเก็ตพีซี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ที่ใช้ฟ็อกเก็ตพีซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ การได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาพนักงานขายมีความรู้ อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ การจับฉลากชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 2.17)

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องฟอกเกิดพิซีของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ระยะเวลาที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี											
	น้อยกว่า 1 ปี			1 - 2 ปี			2 - 3 ปี			มากกว่า 3 ปี		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.78	มาก	1	3.63	มาก	2	3.56	มาก	2	3.38	น้อย	1
ด้านราคา	3.19	น้อย	4	3.23	น้อย	4	2.62	น้อย	4	2.69	น้อย	4
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.52	มาก	2	3.67	มาก	1	3.58	มาก	1	2.85	น้อย	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	น้อย	3	3.58	มาก	3	3.30	น้อย	3	3.12	น้อย	2

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซีน้อยกว่า 1 ปีให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.48) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซี 2 - 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.30) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เริ่มใช้ฟอกเกิดพิซีมากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.12) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 2.85) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้เครื่องฟ็อกเก็ตพีซีที่ร้านจำหน่ายเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีไม่สามารถแก้ปัญหาให้ได้ มีดังนี้

- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ต้องรออะไหล่จากต่างประเทศทำให้การซ่อมต้องใช้เวลา (จำนวน 5 ราย) การบริการหลังการขายที่ไม่ค่อยดี (จำนวน 5 ราย) อุปกรณ์ เช่น แบตเตอรี่ สายชาร์ตแบต เมื่อชำรุดไม่สามารถหาซื้อได้ (จำนวน 4 ราย) ส่งซ่อมและได้รับเครื่องล่าช้า (จำนวน 4 ราย) การที่ต้องนำเครื่องไปส่งซ่อมที่ศูนย์บริการเอง (จำนวน 3 ราย) ตัวแทนจำหน่ายขาดความรับผิดชอบในเรื่องการรับประกันสินค้า (จำนวน 3 ราย) เครื่องแฉกค์บ่อย ขาดเสถียรภาพในบางขั้นตอน (จำนวน 2 ราย) ไม่สามารถใช้งานบางโปรแกรมได้ (จำนวน 2 ราย) ไม่ค่อยมี Software จำหน่าย (จำนวน 2 ราย) รุ่นที่ใช้ไม่สามารถต่อกับคีย์บอร์ดภายนอกได้ (จำนวน 1 ราย) ไม่มีโปรแกรม Window Thai ขาย เมื่อโปรแกรมมีปัญหา (จำนวน 1 ราย) การ Update ROM ทำได้ยาก (จำนวน 1 ราย) ร้านจำหน่ายปิดกิจการไปก่อนหมดระยะรับประกัน (จำนวน 1 ราย)
- ปัญหาด้านราคา คือ เครื่องตกทุน ขายต่อไม่ได้ราคา (จำนวน 2 ราย) ค่าแรงในการซ่อมแพง (จำนวน 2 ราย)
- ปัญหาด้านช่องทางจัดจำหน่าย คือ ศูนย์ซ่อมมีน้อยและไม่มีที่จอดรถ (จำนวน 2 ราย)
- ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานไม่สามารถให้ความรู้ด้านลึกของตัว Hardware ได้ (จำนวน 2 ราย) พนักงานไม่สามารถอธิบายการใช้โปรแกรมเฉพาะด้านได้ (จำนวน 2 ราย) พนักงานพูดจาไม่สุภาพ (จำนวน 1 ราย)

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามข้อเสนอแนะในด้านบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ร้านจำหน่ายเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีมีคือ

- พนักงานควรมีความรู้ในเครื่องฟ็อกเก็ตพีซี ทุกยี่ห้อ รู้ถึงจุดเด่น จุดด้อยและปัญหาที่พบบ่อยของแต่ละรุ่น (จำนวน 5 ราย)
- ควรอบรมให้พนักงานเรื่องมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และควรให้มีใจรักในการบริการ (จำนวน 4 ราย)

- Accessories ของเครื่องควรมีความหลากหลายขึ้นและสามารถหาซื้อได้ที่ร้าน โดยไม่ต้องรอการสั่งซื้อ (จำนวน 3 ราย)
- ควรมีการแนะนำการใช้งานเบื้องต้นพร้อมทั้งบอกวิธีดูแลรักษาแก้ไขในบางขั้นตอนอย่างละเอียด (จำนวน 2 ราย)
- ควรจัดช่างที่มีความชำนาญและสามารถเข้าใจปัญหาเครื่องฟ็อกเก็ตพีซีอย่างแท้จริงไว้คอยบริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (จำนวน 2 ราย)
- บริการซ่อมและบริการด้าน Software ต่าง ๆ (จำนวน 2 ราย)
- มีเครื่องให้ทดลองใช้งาน (จำนวน 2 ราย)
- ภายในร้านควรมีอุปกรณ์ครบตามความต้องการของลูกค้า(จำนวน 2ราย)
- ควรมีการติดตามผลการซ่อมและโทรแจ้งลูกค้า (จำนวน 1 ราย)
- ควรมีบริการอัพเดทโปรแกรมใหม่และลงโปรแกรมให้ลูกค้า(จำนวน 1 ราย)
- มีสายซอตไลน์ไว้บริการสอบถามและแก้ปัญหาด้านการใช้งาน(จำนวน 1 ราย)