

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาใช้บริการร้านค้าที่มีการจำหน่ายโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน 3 ประเภท คือ ร้านขายโทรศัพท์มือถือทั่วไป ศูนย์บริการโทรศัพท์มือถือ AIS DTAC TRUE และตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแต่ละค่าย เช่น iStudio, HTC Shop เป็นต้น โดยกระจายการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.67 มีอายุ 21 – 25 ปี มากที่สุด ร้อยละ 42.67 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.00 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 74.4 มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 68.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 34.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 31.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Nokia ร้อยละ 70.67 โดยระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สมาร์ทโฟนเครื่องปัจจุบันมากที่สุดคือ 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.67 ราคาสมาร์ทโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในปัจจุบันมากที่สุด คือ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.67 ซึ่งในการตั้งงบประมาณในการซื้อสมาร์ทโฟน 1 เครื่อง ได้ตั้งไว้ในราคา 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00 ส่วนใหญ่ซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านขายโทรศัพท์ทั่วไป ตามห้างสรรพสินค้าทั้งขายของนำเข้า และ ของถูกลิขสิทธิ์ เช่น เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว โรบินสัน มาตรฐานครอง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 57.67 เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสมาร์ทโฟน คือ ใช้ในการติดต่อสื่อสาร/ธุรกิจ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 69.67 ส่วนใหญ่หาข้อมูลสมาร์ทโฟนจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 81.67

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีผลโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ รูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัยและมีบริการหลังการขายที่ดี เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดีและมีความทนทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งมีผลในระดับมาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา คือ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสมาร์ตโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด

และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ซึ่งมีผลในระดับมาก

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และความสามารถ (Function) ในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ รูปแบบรูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดีและมีความทนทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และความง่ายของฟังก์ชันการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และการขายต่อได้ราคาสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และค่าใช้จ่ายในการซ่อมถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และชื่อเสียงของร้านค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือการแจกของฟรีเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือการแจกของฟรีเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club, Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดีและมีความทนทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และรูปแบบรูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 การขายต่อได้ราคาสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และชื่อเสียงของร้านค้าจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย ที่ตั้งของร้านค้ามีความ สะดวกในการเดินทาง และชื่อเสียงของร้านค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทยหรือการแจกของฟรีเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และการสร้างสังคม ออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือการแจกของฟรีเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา, การแถมอุปกรณ์เสริม, คีย์บอร์ดภาษาไทยหรือการแจกของฟรีเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และมีการโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดีและมีความทนทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ขนาดกะทัดรัด น้ำหนักเบา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และรูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และความสามารถ (Function) และในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ รูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ขนาดกะทัดรัด น้ำหนักเบา ความง่ายของฟังก์ชันการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมมีคุณภาพดีและมีความคงทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การขายต่อได้ราคาสูง และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และสามารถผ่อนชำระหรือมีระบบสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และค่าใช้จ่ายในการซ่อมรถ และมีระบบชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีร้านตัวแทนจำหน่ายโดยตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และชื่อเสียงของร้านค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถม อุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการ

ซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club, Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และมีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ทรายี่ห้อมีชื่อเสียงได้รับความนิยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และความสามารถ (Function) ในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และรูปแบบรูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 การขายต่อได้ราคาสูง สามารถต่อรองราคาได้ มีระบบ

การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และสามารถผ่อนชำระหรือ มีระบบสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้ว ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของ ฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ส่วนที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเร็วในการประมวลผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ความสามารถ (Function) และในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ความสามารถ (Function) ในการทำงาน เช่น GPS, Bluetooth, ฟังเพลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และรูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการรับประกันสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 Battery สามารถรองรับการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และมีบริการหลังการขายที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และมี

หลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การขายต่อได้ราคาสูง และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าใช้จ่ายในการซ่อมรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 สามารถผ่อนชำระหรือมีระบบสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรกราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกหาซื้อง่าย และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และมีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ และที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และมีศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club, Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของพรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club, Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของพรีเมียม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ใช้ เช่น Ovi Club , Black Berry Chat มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของพรีเมียมเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษากาจรรณกรรมได้ดังนี้

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านขายโทรศัพท์ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้าทั้งขายของนำเข้า หรือ ของถูกลิขสิทธิ์ และใช้วิธีการหาข้อมูลสมาร์ทโฟนจากสื่ออินเทอร์เน็ตสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอทคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ของสรารุช ทาคำ (2553) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านขายโทรศัพท์ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้า และหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตเช่นกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมากเป็นอันดับ 1 คือ มีการรับประกันสินค้า รองลงมา คือ รูปแบบ รูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย และมีบริการหลังการขายที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขององอาจ ดอกไม้แก้ว (2547) พบว่า ปัจจัยด้านการประกันเปลี่ยนเครื่อง/อุปกรณ์ใหม่ให้ทันทีเมื่อมีปัญหา รวมถึง รูปแบบ รูปทรงที่ทันสมัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค และผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดพะเยา ของพรพรรณ หวลศรี (2541) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะชอบรูปแบบรูปทรง และเทคโนโลยี ที่ทันสมัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์สยามโฟนคอตคอมต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ของสรารุช ทาคำ (2553) ที่พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบรูปทรงภายนอกสวยงาม ทันสมัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านราคา

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และปัจจัยย่อยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมากเป็นอันดับ 1 คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขององอาจ ดอกไม้แก้ว (2547) พบว่า ปัจจัยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ของเนตรนภา ชินวัตร (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคา ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด อาทิเช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เป็นต้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมากเป็นอันดับ 1 คือ ร้านค้าจัดจำหน่าย มีมาตรฐานเชื่อถือได้ รองลงมาคือ ศูนย์บริการ โดยเฉพาะในการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ของนฤภัทร เชนอมรรัชฎ์ (2546) พบว่า ปัจจัยด้านมีศูนย์บริการ โดยเฉพาะ และมีศูนย์ซ่อมจำนวนมาก เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเทคโนโลยี อาทิ กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขององอาจ ดอกไม้แก้ว (2547) พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมากเป็นอันดับ 1 คือ มีพนักงานขายที่สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ดี รองลงมาคือ มีส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริม คีย์บอร์ดภาษาไทย หรือ การแจกของฟรีเมียม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ของนฤภัทร เชนอมรรัชฎ์ (2546) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือ พนักงานขายที่สามารถให้คำแนะนำได้ ตลอดจนการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และการโฆษณา นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขององอาจ ดอกไม้แก้ว (2547) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายตามช่วงเวลา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ทโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อสมาร์ทโฟนจากร้านขายโทรศัพท์ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นร้านที่ขายของนำเข้า และของถูกลิขสิทธิ์ เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสัน มาตรฐาน
2. ครอบครัวไม่ค่อยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ตัวเองมีอิทธิพลมากที่สุด ในขณะที่ร้อยละ 32.00 พ่อแม่/พี่/ผู้ปกครอง เป็นผู้จ่ายเงินในการซื้อให้ แต่มีอิทธิพลเพียงร้อยละ 15.33
3. ระดับราคา 15,000-20,000 บาทเป็นระดับราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งงบประมาณไว้สำหรับการซื้อสมาร์ทโฟน 1 เครื่อง
4. ปัจจัยด้านราคาในปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นเพียงปัจจัยย่อยเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมากที่สุด ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคามีผลเพียงระดับมาก
5. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยเรื่อง มีศูนย์บริการโดยเฉพาะในการให้บริการ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทางและร้านค้าจัดจำหน่ายมีมาตรฐานเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมากที่สุด ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมด้านการจัดจำหน่ายมีผลเพียงระดับมาก
6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานมีความรู้สามารถแนะนำและตอบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแจกอุปกรณ์เสริม ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในระดับมากที่สุด ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลเพียงระดับมาก
7. เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องขนาดกะทัดรัด น้ำหนักเบา และความง่ายของฟังก์ชันการใช้งาน มากกว่าเพศชาย
8. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแถมอุปกรณ์เสริมต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศชาย มากกว่าเพศหญิง ส่วนเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ผ่านดารา นักร้อง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
9. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่อง มีช่องทางขายรูปแบบใหม่ เช่น มีการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของคนทำงานในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจากคนที่กำลังศึกษาอยู่ มีผลในระดับปานกลาง

10. ผู้หญิงให้ความสำคัญกับขนาด ความง่ายของการใช้งาน และคุณภาพมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายจะให้ความสำคัญกับการรับประกัน บริการหลังการขาย ความสามารถ (Function) ในการทำงานและการรองรับการทำงานแบบ 2 ซิม มากกว่าเพศหญิง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสมาร์ตโฟนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

การทำ STP Marketing ในธุรกิจร้านค้าจัดจำหน่ายสมาร์ตโฟนในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นไม่จำเป็นต้องทำ STP Marketing เนื่องจากเมื่อพิจารณาในความต้องการสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในปัจจุบันด้านประชากรศาสตร์ ในเรื่องเพศ และระดับรายได้ นั้นทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในตัวสินค้าที่คล้ายๆกันซึ่งยังไม่ค่อยแตกต่างกันและเด่นชัดเท่าที่ควร ดังนั้นร้านค้าจัดจำหน่ายต่างๆ ควรมุ่งเน้นที่ความหลากหลายในตัวสินค้า และพยายามนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละแบบให้ได้มากที่สุด

ส่วนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4P's) สำหรับผู้จัดจำหน่ายรายใหม่ และผู้จัดจำหน่ายรายเดิม ควรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับผู้จัดจำหน่ายรายใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ควรมีการจัดหาสมาร์ตโฟนที่จะนำมาจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย ทั้งตราหือ และ รุ่น ให้เพียงพอและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยตัวเครื่องที่นำมาจำหน่ายนั้นควรมีคุณภาพที่ดีและมีความแข็งแรง มีรูปแบบ รูปทรงของตัวเครื่องที่ทันสมัย โดยทางร้านอาจมีการรับประกันตัวเครื่องเพิ่มมากขึ้นจากการประกันของบริษัทผู้ผลิตแล้ว อาทิเช่น การประกันเพิ่มเติมอีก 1 ปี หรือการประกันโดยการซ่อมฟรีที่ร้าน หรือ เสียแต่ค่าอะไหล่ ฟรีค่าแรง หรือ ซ่อมฟรี 6 เดือน ส่วน 6 เดือนหลังเสียแต่ ค่าอะไหล่ ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของทางร้านและความเหมาะสม ทั้งนี้ควรเน้นในเรื่อง ของการบริการที่ดี รวมถึงการบริการหลังการขายที่ประทับใจให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การลง โปรแกรมเพิ่มเติม Upgrade Software ฟรี การให้คำแนะนำหลังการขายที่ดี เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ไม่ควรกำหนดราคาขายที่สูงเกินกว่าราคาในตลาดเนื่องจากเป็นสินค้าที่อยู่ในโครงสร้างตลาดแบบการแข่งขันสมบูรณ์ (Pure Competition) เพราะมีผู้ขายอยู่เป็นจำนวนมากในตลาด ดังนั้นถ้าร้านที่ตั้งราคาขายแพงเกินไปกว่าราคาในตลาด ก็จะทำให้เสียภาพลักษณ์และกลายเป็นร้านที่มีราคาแพงในสายตาของผู้บริโภคขึ้นได้และอาจทำให้เกิดการพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) แต่ทั้งนี้แล้วก็จะขึ้นอยู่กับความ

Positioning ของร้าน ถ้าหากร้านเน้นในเรื่องการบริการ(Service) โดยมีบริการหลังการขาย หรือมีบริการเสริมที่พิเศษกว่าร้านอื่นๆ ก็จะสามารถเพิ่มราคาให้แตกต่างจากร้านค้าอื่นๆ ได้ เช่น บริการซ่อมฟรี 1 ปี การลงโปรแกรมเพิ่มเติม Upgrade Software ฟรี เป็นต้น แต่ไม่ควรมากกว่าราคาในตลาดมากนัก ซึ่งเกณฑ์ที่จะเลือกสินค้าเข้ามาขายในร้านควรที่จะมีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือก เพราะในแต่ละร้านก็จะมีลูกค้าหลากหลายกลุ่มที่แตกต่างกัน ความต้องการในตัวสินค้าก็จะมี ความแตกต่างกันด้วย แต่ทางร้านควรเน้นตัวเครื่องที่มี ระดับราคาที่อยู่ในช่วง 10,000-15,000 ให้มากที่สุดซึ่งเป็นระดับราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อ และพิจารณาตัวเครื่องที่มีความเหมาะสมในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติ ควรเพิ่มช่องทางในการชำระเงิน โดยสามารถที่จะชำระด้วยบัตรเครดิตได้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ ทำเลที่ตั้งมองเห็นได้เด่นชัดและง่ายต่อการเดินทาง ทั้งนี้ ควรพิจารณาสถานที่ที่มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน มีระบบการจราจรที่สะดวกและง่ายต่อการไปถึงร้านค้า ซึ่งอาจตั้งอยู่ติดกับถนนใหญ่ พร้อมมีที่จอดรถที่ปลอดภัยและเพียงพอ หรือ อาจตั้งอยู่ในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์เซ็นเตอร์ หรือศูนย์การค้าสมัยใหม่ เป็นต้น ซึ่งพบว่า ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มักซื้อสมาร์ทโฟนในห้างสรรพสินค้า โดยในพื้นที่ของร้านนั้นอาจมีตู้โชว์สินค้าสมาร์ทโฟนในแต่ละรุ่นและแต่ละยี่ห้อให้มีความดึงดูดน่าสนใจ ต่อการเลือกซื้อหรืออาจจัดพื้นที่สำหรับการทดลองเครื่องเพื่อไม่ให้กีดขวางลูกค้ารายอื่นที่ต้องการดูโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการกระบวนกรสรรหาคัดเลือกพนักงานขาย ที่ดี ทั้งบุคลิก ท่าทาง การพูดและทักษะการอธิบาย เนื่องจากตัวพนักงานนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนมากที่สุด และหลังจากได้คัดเลือกพนักงานแล้วควรมีการอบรมความรู้ต่างๆ ในตัวสินค้าทั้งหมด ความแตกต่างในแต่ละตราหือ รวมถึงเทคนิคการเสนอขาย และการปิดการขาย โดยทางร้านอาจตั้งเกณฑ์รางวัลสำหรับพนักงานขายที่มียอดขายสูงที่สุดหรือการให้บริการข้อมูลที่ดีเป็นที่พอใจของ ลูกค้าก็จะได้รับเงินพิเศษเพิ่มเติม และในช่วงการเปิดร้าน 3 เดือนแรกอาจทำการส่งเสริมการขาย ในตัวสมาร์ทโฟน โดยการลดราคาค่าสมาร์ทโฟนให้ต่ำกว่าราคาในท้องตลาดซึ่งอาจทำการแจกของฟรี เมียม หรือการแถมอุปกรณ์เสริม เป็นต้น และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านค้าผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก โดยอาศัยการส่งเสริมการขายเข้ามาช่วยในการทำให้ลูกค้ารู้จักร้านค้าได้เร็วยิ่งขึ้น หากลูกค้าที่เข้ามาซื้อสมาร์ทโฟนเป็นกลุ่มลูกค้าชาย อาจเน้นที่การแถมอุปกรณ์เสริมที่สั่งทำหรือซื้อมา โดยเฉพาะเพื่อแจกพร้อมกับการซื้อสมาร์ทโฟน ในเดือนนี้เท่านั้น เช่น ลายฟุตบอลแต่ละสโมสร รวมถึง Mascot ในการ์ตูนออนไลน์ต่างๆ ส่วนกลุ่มลูกค้าหญิง นั้นอาจมีการนำเอาภาพดารานักร้อง

ที่เป็นพีซีแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน ในแต่ละยี่ห้อ หรือ คาราคนไหนดใช้สมาร์ทโฟนรุ่นอะไร จัดทำเป็น แคตตาล็อกเก็บไว้ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าผู้หญิงได้เปิดดูขณะมาเลือกซื้อสมาร์ทโฟนในร้าน เนื่องจาก กลุ่มคารา นักร้องนี้ จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มดังกล่าว

สำหรับผู้จัดจำหน่ายรายเดิม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการหาสินค้าทั้งตัวเครื่องและอุปกรณ์เสริมเข้ามาจำหน่าย เพิ่มเติมในร้านควรให้ความสำคัญกับรูปแบบ รูปทรงตัวเครื่องที่ทันสมัย คุณภาพดีมีความคงทน ซึ่ง ทางร้านควรมีตัวเครื่องที่หลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก เนื่องจากปัจจุบันอาจมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่าง กันออกไปและมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยถ้ากลุ่มลูกค้าเป็นหญิงเข้ามาซื้อทางร้านอาจทำการ แนะนำผลิตภัณฑ์ในรุ่นและยี่ห้อที่มีขนาดกะทัดรัดน้ำหนักเบา รวมถึงฟังก์ชันการใช้งานที่ง่าย ไม่ ยุ่งยาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้หญิงมีความต้องการ รวมถึงคนทำงานนั้นอาจแนะนำตัวสมาร์ทโฟนที่ รองรับการทำงาน 2 ซิมใน 1 เครื่องเนื่องจากปัจจุบันโปรโมชัน โทรศัพท์มือถือในแต่ละบริษัทผู้ ให้บริการเครือข่าย มีความแตกต่างกัน รวมถึง คนทำงานมักมีโทรศัพท์ 2 เครื่องเพื่อใช้ในการ ทำงาน หรือ ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น และทั้งนี้ทางร้านค้าอาจเน้นถึงการรับประกันตัวเครื่องที่ ยาวนานมากขึ้นกว่าเดิมโดยเพิ่มประกันของทางร้านพิเศษเพิ่มเติมอีก 1 ปี และสำหรับอุปกรณ์ต่อ พ่วงอาจมีการรับประกันอย่างน้อย 6 เดือน เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ร้านค้าควรมีสินค้าที่หลากหลายทั้งรุ่นและตรียี่ห้อ ซึ่งจะทำให้ ระดับ ราคามีความหลากหลายเช่นกัน โดยราคาที่ตั้งควรเป็นราคาที่สามารถต่อรองได้ หากไม่ สามารถลดราคาได้ ทางร้านก็อาจจะมีข้อเสนอพิเศษโดยการให้ของแถม หรือ ส่วนลดพิเศษตาม ช่วงเวลาแทน โดยทางร้านควรมีระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือ มีระบบสินเชื่อสามารถ ผ่อนชำระได้ก็จะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการ ใช้จ่ายและกระตุ้นให้เกิดการซื้อที่ง่ายขึ้น และ เนื่องจากโทรศัพท์เป็นสินค้าเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากร้านมีบริการรับซื้อ เครื่องมือ 2 เพิ่มเติมโดยให้ราคาที่สูงกว่าร้านค้านั้นๆ ก็จะเป็นแรงดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อ สินค้าได้ทันทีและง่ายขึ้นกว่าเดิมโดยในการนำเครื่องเก่ามาแลก หรือมา Turn เครื่องใหม่นั้นทาง ร้านจะให้ราคาที่สูงกว่าราคาขายในท้องตลาดอีกด้วย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งมีทำเลที่ตั้งเดิมอยู่แล้วทางร้านควรให้ความสำคัญกับ งานด้านบริการมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการณจัดตั้งศูนย์บริการทางด้านซอฟต์แวร์ (Soft Ware) เพื่อให้ บริการสำหรับการ Update Software , Upload Data หรือโปรแกรมพิเศษต่างๆ รวมถึงมี ศูนย์บริการทางด้านฮาร์ดแวร์ (Hard Ware) โดยเฉพาะสำหรับการซ่อมเครื่อง ตรวจสอบสภาพเครื่อง ปรับแต่งแก้ไขตัวเครื่อง เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านค้านั้นๆที่อาจมีเฉพาะ การจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ควรที่จะทำการประชาสัมพันธ์ร้านค้าให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าใน

ฐานะเป็นร้านค้าที่มีมาตรฐานเชื่อถือได้ พร้อมทั้งนี้หากทางร้านมีศักยภาพในการขายมากในสมาร์ตโฟนยี่ห้อใด อาจทำการเสนอเรื่องไปยังบริษัทผู้ผลิตเพื่อขอเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายโทรศัพท์ในตรายี่ห้อนั้นโดยตรง ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้มีเพิ่มมากขึ้น และอาจเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในเว็บไซต์ขึ้น ในการสั่งซื้อ หรือ จอกลงค้าผ่านทางเว็บไซต์เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทางร้านควรมีการอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับจุดเด่นตัวสินค้าในทุกตรายี่ห้อ และควรจัดอบรมเทคนิคเฉพาะในการเสนอทางเลือก ประกอบกับการเปรียบเทียบแนะนำ การให้ความรู้ในการเลือกซื้อสมาร์ตโฟนแก่ผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการสร้างความได้เปรียบในเรื่องของการให้บริการกว่าร้านค้านอื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ รวมถึงให้การดูแลเอาใจใส่พนักงานขายซึ่งเป็นตัวแทนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้รับทราบ โดยใช้เทคนิคการจูงใจในการทำงานด้วยวิธีต่างๆ เข้ามาช่วยในการกระตุ้นการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการเสนอผลตอบแทนการทำงานที่ดี โดยการให้โบนัส หรือค่าคอมมิสชั่นเป็นต้น สำหรับรายการส่งเสริมการขาย ควรเน้นที่การลดราคาเป็นตัวนำในการดึงผู้บริโภคเข้ามาในร้าน โดยการลดราคาจะทำให้เกิดความแตกต่างจากร้านจำหน่ายทั่วไป และทำกำไรจากการขายอุปกรณ์เสริม เช่น หน่วยงานจำ ของ ซิลิโคน หูฟัง แบตเตอรี่ ฯลฯ