

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 424 ชุด และได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมามีจำนวน 402 ชุด ระยะเวลาทำการแจกแบบสอบถามอยู่ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และสถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) ซึ่งมีลำดับการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) หาจำนวนหรือความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) หาจำนวนหรือความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน จะทำการวิเคราะห์ข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนมา โดยพยายามจับประเด็นแล้วนำประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมากำหนดค่าความถี่ให้กับข้อความหรือรายการ

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย chi-square (χ^2) และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบค่าที (t test) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่าสองกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ (multiple comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนหรือความถี่ และค่าร้อยละ ดังข้อมูลในตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร

คุณลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	179	44.50
1.2 หญิง	223	55.50
รวม	402	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 18-30 ปี	187	46.50
2.2 31-40 ปี	149	37.10
2.3 41-50 ปี	47	11.70
2.4 51-60 ปี	19	4.70
รวม	402	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	24	5.90
3.2 อนุปริญญา/ปวส.	26	6.50
3.3 ปริญญาตรี	247	61.40
3.4 สูงกว่าปริญญาตรี	105	26.10
รวม	402	100.00
4. อาชีพ		
4.1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	109	27.10
4.2 พนักงานบริษัท/รับจ้าง	235	58.50
4.3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	47	11.70
4.4 พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	0.50
4.5 อื่น ๆ	9	2.20
รวม	402	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	35	8.70
5.2 10,001-20,000 บาท	138	34.30
5.3 20,001-30,000 บาท	87	21.60
5.4 30,001-40,000 บาท	57	14.20
5.5 40,001-50,000 บาท	35	8.70
5.6 50,001 บาท ขึ้นไป	50	12.40
รวม	402	100.00

ผลจากตาราง 4 พบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 402 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 55.50 ซึ่งใกล้เคียงกับเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.50 ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 18-30 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.10 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.70 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 61.40 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.10 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 5.90 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง โดยคิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.10 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.60 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีรายได้ในช่วง 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน โดยแต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 8.70 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนหรือความถี่ และค่าร้อยละ ดังข้อมูลในตาราง 5 ดังนี้

ตาราง 5

จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ		
1.1 เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น e-mail, Internet, SMS, MMS	235	58.50
1.2 เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกม, ถ่ายภาพ, ดูหนัง, ฟังเพลง	80	19.90
1.3 เพื่อทำงาน/ทำธุรกิจ	52	12.90
1.4 เพื่อบันทึกข้อมูลส่วนตัว/จัดตารางนัดหมาย	20	5.00
1.5 เพื่อแสดงสถานะทางสังคม	8	2.00
1.6 อื่น ๆ	7	1.70
รวม	402	100.00
2. ประเภทที่นิยมในการใช้งาน		
2.1 บันทึกข้อมูลส่วนตัว/นัดหมาย	69	17.20
2.2 ส่งข้อมูล SMS และ MMS	39	9.70
2.3 Chat on line	40	10.00
2.4 ติดต่อสื่อสารทาง e-mail	78	19.40
2.5 ดูข้อมูลข่าวสารผ่าน Internet	97	24.10
2.6 เล่นเกมส์ ถ่ายภาพ ดูหนัง ฟังเพลง	64	15.90
2.7 การวัดพิกัด GPS	3	0.70
2.8 อื่น ๆ	12	3.00
รวม	402	100.00
3. การพิจารณาในการเลือกซื้อ		
3.1 ราคาที่เหมาะสม	93	23.10
3.2 รูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัย	65	16.20
3.3 มีโปรแกรมรองรับหลากหลาย	108	26.90
3.4 ใช้งานง่าย สะดวกสบาย	87	21.60
3.5 รองรับเทคโนโลยีในอนาคต	42	10.40

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมทางเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
6.7 อื่น ๆ	2	0.50
รวม	402	100.00
7. สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน		
7.1 ศูนย์บริการ เช่น AIS, DTAC, True Move, Hutch	176	43.80
7.2 ตัวแทนจำหน่าย เช่น J-Mart, i-mobile, iStudio, Telewiz	130	32.30
7.3 ร้านค้า เช่น มาบุญครอง, ฟอรั่ม, เซียร์	80	19.90
7.4 อินเทอร์เน็ต	7	1.70
7.5 อื่น ๆ	9	2.20
รวม	402	100.00
8. ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ		
8.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	19	4.70
8.2 5,001-10,000 บาท	106	26.40
8.3 10,001-15,000 บาท	138	34.30
8.4 15,001-20,000 บาท	85	21.20
8.5 20,001-25,000 บาท	50	12.40
8.6 25,001 บาท ขึ้นไป	4	1.00
รวม	402	100.00
9. วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน		
9.1 เงินสด	219	54.50
9.2 บัตรเครดิต	139	34.60
9.3 เงินผ่อน	43	10.70
9.4 อื่น ๆ	1	0.20
รวม	402	100.00
10. ค่าใช้จ่ายรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน		
10.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	106	26.30
10.2 501-1,000 บาท	191	47.50
10.3 1,001-1,500 บาท	67	16.70

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมทางเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
3.6 อื่น ๆ	7	1.70
รวม	402	100.00
4. ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้		
4.1 ซัมซุง	54	13.40
4.2 โซนี่ อีริคสัน	22	5.50
4.3 โนเกีย	123	30.60
4.4 โมโตโรล่า	15	3.70
4.5 แอปเปิล (ไอโฟน)	65	16.20
4.6 แอลจี	17	4.20
4.7 ไอ-โมบาย	20	5.00
4.8 แบล็คเบอร์รี่	59	14.70
4.9 อื่น ๆ	27	6.70
รวม	402	100.00
5. ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้		
5.1 AIS	162	40.30
5.2 DTAC	143	35.60
5.3 True Move	94	23.40
5.4 Hutch	2	0.50
5.5 Thai Mobile	1	0.20
รวม	402	100.00
6. ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้		
6.1 Android	66	16.40
6.2 Black Berry (RIM)	59	14.70
6.3 iPhone OS	65	16.20
6.4 Symbian	134	33.30
6.5 WebOS (Palm OS)	2	0.50
6.6 Windows Mobile	74	18.40

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมทางเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
10.4 1,501-2,000 บาท	22	5.50
10.5 2,001-2,500 บาท	8	2.00
10.6 2,501 บาท ขึ้นไป	8	2.00
รวม	402	100.00

ผลจากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนเพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น e-mail, Internet, SMS, MMS โดยคิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกม ถ่ายภาพ ดูหนัง ฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 19.90 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ส่วนใหญ่นิยมใช้งานข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยคิดเป็นร้อยละ 24.10 รองลงมาคือ ติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 19.40 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ การวัดพิกัด GPS คิดเป็นร้อยละ 0.70 ส่วนใหญ่มีการพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนจากการมีโปรแกรมรองรับหลากหลาย โดยคิดเป็นร้อยละ 26.90 รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 23.10 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ การพิจารณาจากสิ่งอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ส่วนใหญ่นิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนยี่ห้อ โนเกีย โดยคิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมาคือ ยี่ห้อ แอปเปิล (ไอโฟน) คิดเป็นร้อยละ 16.20 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ยี่ห้อ โมโตโรลา คิดเป็นร้อยละ 3.70 ส่วนใหญ่นิยมใช้ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนของ AIS โดยคิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือ DTAC คิดเป็นร้อยละ 35.60 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ Thai Mobile คิดเป็นร้อยละ 0.20 ส่วนใหญ่นิยมใช้ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนของ Symbian โดยคิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือ Window Mobile คิดเป็นร้อยละ 18.40 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ WebOS (Palm OS) และระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน โดยแต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 0.50 เท่ากัน ส่วนใหญ่นิยมซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนจากศูนย์บริการ เช่น AIS, DTAC True Move, Hutch โดยคิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่าย เช่น J-Mart,

i-mobile, iStudio, Telewiz คิดเป็นร้อยละ 32.30 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ชื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.70 ส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ราคา 10,001-15,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาคือ ราคา 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.40 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ราคา 25,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนด้วยเงินสด โดยคิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ การชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 34.60 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ การชำระด้วยวิธีอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.20 และส่วนใหญ่เสียค่าบริการรายเดือน โทรศัพท์ เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ 501-1,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ เสียค่าบริการต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.30 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ เสียค่าบริการ 2,001-2,500 บาท และ 2,501 บาท ขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน โดยแต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 2.00 เท่ากัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ได้แก่ ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ดังข้อมูลในตาราง 6-9 ดังนี้

ตาราง 6

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านฮาร์ดแวร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน

ปัจจัยด้านฮาร์ดแวร์	\bar{X}	SD	แปลความ
การรับประกันสินค้า	4.37	0.79	มากที่สุด
สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์อื่น ๆ ได้หลากหลาย	4.24	0.78	มากที่สุด
แบตเตอรี่ใช้งานได้นาน	4.22	0.88	มากที่สุด
วัสดุที่ใช้ผลิตมีคุณภาพ	4.21	0.87	มากที่สุด
มีขนาดตัวเครื่องที่เหมาะสม	4.06	0.69	มาก
มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย	3.95	0.86	มาก
มีน้ำหนักที่เหมาะสม	3.94	0.79	มาก
มีสีห่อให้เลือกหลากหลาย	3.77	0.80	มาก
มีสีสันให้เลือกหลากหลาย	3.48	0.98	มาก
รวม	4.03	0.55	มาก

ผลจากรายการ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านฮาร์ดแวร์ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับประกันสินค้า ($\bar{X} = 4.37$) การเชื่อมต่ออุปกรณ์อื่น ๆ ได้หลากหลาย ($\bar{X} = 4.24$) แบตเตอรี่ใช้งานได้นาน ($\bar{X} = 4.22$) และวัสดุที่ใช้ผลิตมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีขนาดตัวเครื่องที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.06$) มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.95$) มีน้ำหนักที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.94$) มีสีห่อให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.77$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีสีสันให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.48$)

ตาราง 7

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านซอฟต์แวร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ปัจจัยด้านซอฟต์แวร์	\bar{X}	SD	แปลความ
มีโปรแกรมรองรับมากมาย	4.24	0.71	มากที่สุด
มีแหล่งโหลดโปรแกรมหลากหลาย	4.01	0.83	มาก
มีโปรแกรมฟรีหลากหลาย	3.97	0.90	มาก
โปรแกรมลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสม	3.75	0.90	มาก
รองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ	3.74	0.90	มาก
รวม	3.94	0.66	มาก

ผลจากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านซอฟต์แวร์ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีโปรแกรมรองรับมากมาย ($\bar{X} = 4.24$) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแหล่งโหลดโปรแกรมหลากหลาย ($\bar{X} = 4.01$) มีโปรแกรมฟรีหลากหลาย ($\bar{X} = 3.97$) โปรแกรมลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.75$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ รองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ ($\bar{X} = 3.74$)

ตาราง 8

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านระบบปฏิบัติการที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ปัจจัยด้านระบบปฏิบัติการ	\bar{X}	SD	แปลความ
ทำงานได้ง่าย สะดวกสบาย	4.47	0.62	มากที่สุด
มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน	4.44	0.67	มากที่สุด
มีความเสถียรในการทำงาน	4.42	0.68	มากที่สุด
สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต	4.24	0.73	มากที่สุด
ความสามารถในด้านประหยัดพลังงาน	4.14	0.86	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยด้านระบบปฏิบัติการ	\bar{X}	SD	แปลความ
มีการพัฒนาระบบปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง	4.12	0.77	มาก
มีระบบปฏิบัติการให้เลือกหลากหลาย	3.97	0.76	มาก
เป็นระบบเปิดให้นักพัฒนาอิสระพัฒนาต่อได้	3.72	0.84	มาก
รวม	4.19	0.53	มาก

ผลจากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบปฏิบัติการ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำงานง่าย สะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.47$) มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน ($\bar{X} = 4.44$) มีความเสถียรในการทำงาน ($\bar{X} = 4.42$) และสามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสามารถในด้านประหยัดพลังงาน ($\bar{X} = 4.14$) มีการพัฒนาระบบปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.12$) มีระบบปฏิบัติการให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.97$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ เป็นระบบเปิดให้นักพัฒนาอิสระพัฒนาต่อได้ ($\bar{X} = 3.72$)

ตาราง 9

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านระบบเครือข่ายการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ปัจจัยด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ	\bar{X}	SD	แปลความ
สัญญาณการสื่อสารที่คมชัด ไม่ติดขัด	4.51	0.72	มากที่สุด
มีโครงข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่	4.50	0.69	มากที่สุด
การรองรับระบบ GPRS/EDGE/CDMA/3G	4.47	0.71	มากที่สุด
มีความรวดเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล	4.42	0.70	มากที่สุด
มีการพัฒนาระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง	4.32	0.70	มากที่สุด
มีระบบเครือข่ายให้เลือกหลากหลาย	4.13	0.79	มาก
รวม	4.39	0.57	มากที่สุด

ผลจากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบเครือข่าย การให้บริการโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สัญญาณการสื่อสารที่คมชัด ไม่ติดขัด ($\bar{X} = 4.51$) มีโครงข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ ($\bar{X} = 4.50$) การรองรับระบบ GPRS/EDGE/CDMA/3G ($\bar{X} = 4.47$) มีความรวดเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล ($\bar{X} = 4.42$) และมีการพัฒนาระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีระบบเครือข่ายให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.13$)

ตาราง 10

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	\bar{X}	SD	แปลความ
ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ	4.39	0.57	มากที่สุด
ด้านระบบปฏิบัติการ	4.19	0.53	มาก
ด้านฮาร์ดแวร์	4.03	0.55	มาก
ด้านซอฟต์แวร์	3.94	0.66	มาก
รวม	4.14	0.49	มาก

ผลจากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ ($\bar{X} = 4.39$) และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านระบบปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.19$) ด้านฮาร์ดแวร์ ($\bar{X} = 4.03$) และด้านซอฟต์แวร์ ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อนอกสถานที่ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ดังข้อมูลในตาราง 10-14 ดังนี้

ตาราง 11

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านสื่อบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

สื่อบุคคล	\bar{X}	SD	แปลความ
เพื่อน/คนรู้จัก	3.85	0.85	มาก
ผู้เชี่ยวชาญ	3.59	0.92	มาก
พนักงานขาย	3.30	0.98	ปานกลาง
สมาชิกในครอบครัว	3.29	0.95	ปานกลาง
บุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง/นักร้อง	3.01	1.01	ปานกลาง
รวม	3.41	0.61	มาก

ผลจกตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อบุคคล โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เพื่อน/คนรู้จัก ($\bar{X} = 3.85$) และผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขาย ($\bar{X} = 3.30$) สมาชิกในครอบครัว ($\bar{X} = 3.29$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ บุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง นักร้อง ($\bar{X} = 3.01$)

ตาราง 12

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

สื่อสิ่งพิมพ์	\bar{X}	SD	แปลความ
นิตยสาร	3.37	0.96	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	3.30	0.95	ปานกลาง
ใบโฆษณา	3.27	0.90	ปานกลาง
แผ่นพับ/ใบปลิว	3.15	0.88	ปานกลาง
รวม	3.27	0.72	ปานกลาง

ผลจากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ นิตยสาร ($\bar{X} = 3.37$) หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.30$) ใบโฆษณา ($\bar{X} = 3.27$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผ่นพับ/ใบปลิว ($\bar{X} = 3.15$)

ตาราง 13

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

สื่ออิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	SD	แปลความ
อินเทอร์เน็ต	4.27	0.84	มากที่สุด
โทรทัศน์	3.79	1.00	มาก
ภาพยนตร์	2.86	1.06	ปานกลาง
วิทยุกระจายเสียง	2.76	1.00	ปานกลาง
รวม	3.42	0.71	มาก

ผลจากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.27$) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.79$) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ภาพยนตร์ ($\bar{X} = 2.86$) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง ($\bar{X} = 2.76$)

ตาราง 14

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านสื่อกิจกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

สื่อกิจกรรม	\bar{X}	SD	แปลความ
งานแสดงสินค้า	3.71	0.93	มาก
การจัดประกวดคนวัดกรรม	2.79	1.13	ปานกลาง
การเข้าฟังการบรรยาย/สัมมนา	2.59	1.08	น้อย
รวม	3.03	0.85	ปานกลาง

ผลจากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อกิจกรรม โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ งานแสดงสินค้า ($\bar{X} = 3.71$) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดประกวดคนวัดกรรม ($\bar{X} = 2.79$) และให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ การเข้าฟังการบรรยาย/สัมมนา ($\bar{X} = 2.59$)

ตาราง 15

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญด้านสื่อออกสถานที่
ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

สื่อออกสถานที่	\bar{X}	SD	แปลความ
การโฆษณา ณ จุดขาย	3.60	0.85	มาก
ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ	3.45	0.93	มาก
ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่	3.43	0.91	มาก
ข้อความโฆษณาบนหน้าจอ ATM	2.59	1.09	น้อย
รวม	3.27	0.75	ปานกลาง

ผลจากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อออกสถานที่
โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า
กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณา ณ จุดขาย ($\bar{X} = 3.60$)
ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.45$) และป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่
($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ข้อความโฆษณาบน
หน้าจอ ATM ($\bar{X} = 2.59$)

ตาราง 16

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอ
ข่าวสาร โดยภาพรวมที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ปัจจัยด้านสื่อการรับรู้ข่าวสาร	\bar{X}	SD	แปลความ
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.42	0.71	มาก
ด้านสื่อบุคคล	3.41	0.61	มาก
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	3.27	0.72	ปานกลาง
ด้านสื่อออกสถานที่	3.27	0.75	ปานกลาง
ด้านสื่อกิจกรรม	3.03	0.86	ปานกลาง
รวม	3.28	0.60	ปานกลาง

ผลจากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) และเมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.42$) และด้านสื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = 3.27$) ด้านสื่อนอกสถานที่ ($\bar{X} = 3.27$) และด้านสื่อกิจกรรม ($\bar{X} = 3.03$)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

จากการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนอธิบายมาในคำถามแบบปลายเปิด โดยการจับประเด็นแล้วนำประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมากำหนดค่าความถี่ให้กับข้อความหรือรายการ ผลการวิเคราะห์สามารถสรุป ดังนี้

ตาราง 17

จำนวนและค่าร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้ตอบ/ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	219	54.48
ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	183	45.52
รวม	402	100.00

ผลจากตาราง 17 พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 402 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 54.48 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 45.52

ตาราง 18

จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน จำแนกเป็นรายชื่อ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
ควรพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยทัดเทียมประเทศอื่น ๆ เช่น 3G, 4G	58	28.57
ควรพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต	30	14.78
ควรเพิ่มความเร็วในการถ่ายโอนข้อมูลและการใช้งานอินเทอร์เน็ต	23	11.33
ควรพัฒนาโปรแกรมการใช้งานให้หลากหลายและต่อเนื่อง	19	9.36
ควรพัฒนาการใช้งานให้ง่าย สะดวก และไม่ซับซ้อน	17	8.37
ควรพัฒนาระบบเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	17	8.37
ควรลดราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้เหมาะสมกับคุณภาพ	17	8.37
ควรศึกษารายละเอียดและเลือกซื้อให้เหมาะสมกับการใช้งาน	11	5.42
ควรพัฒนารูปแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้ทันสมัย	8	3.95
ควรเพิ่มคุณภาพวัสดุที่ใช้ในการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	3	1.48
รวม	203	100.00

ผลจากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ได้แก่ ควรพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยทัดเทียมประเทศอื่น ๆ เช่น 3G, 4G โดยคิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ ควรพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้รองรับเทคโนโลยีในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 14.78 และข้อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดคือ ควรเพิ่มคุณภาพวัสดุที่ใช้ในการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 1.48

ตาราง 19

จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านสื่อที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสาร จำแนกเป็นรายชื่อ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านสื่อที่ใช้นำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
ควรปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัย	57	30.32
ควรเพิ่มรายละเอียดและเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์	39	20.74
ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนตามความเป็นจริง	37	19.68
ควรปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลข่าวสารของสื่อต่าง ๆ ให้ทันสมัย	16	8.51
ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมทุกกลุ่มบุคคล	11	5.85
ควรเพิ่มงานแสดงสินค้า เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง	9	4.79
ควรเพิ่มรายละเอียดและเพิ่มการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	6	3.19
ควรใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสื่อบุคคล	5	2.66
ควรเพิ่มรายละเอียดและเพิ่มการโฆษณาบนโทรศัพท์เคลื่อนที่	5	2.66
ควรพัฒนาความรู้ ความชำนาญของพนักงานขาย	3	1.60
รวม	188	100.00

ผลจากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านสื่อที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสาร ได้แก่ ควรปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัย โดยคิดเป็นร้อยละ 30.32 รองลงมาคือ ควรเพิ่มรายละเอียดและเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 20.74 และข้อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดคือ ควรพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 1.60

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 20

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ

พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	9.674	0.075
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	20.795	0.002*
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	9.594	0.085
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	42.465	0.000*
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	2.047	0.794
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	16.142	0.007*
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	5.180	0.289
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	6.542	0.284
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	1.423	0.803
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	4.383	0.505

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 20 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ และระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้

ตาราง 21

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ

พฤติกรรมกาเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	53.112	0.000*
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	91.440	0.000*
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	33.867	0.005*
ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	48.293	0.007*
ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	28.277	0.025*
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	39.735	0.002*
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	5.442	0.935
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	33.253	0.002*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	19.613	0.085
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน	11.390	0.699

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 21 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 7 รายการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ และราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ

ตาราง 22

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ทโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	30.477	0.022*
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	26.699	0.184
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	15.327	0.408
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	37.784	0.022*
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	7.524	0.714
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	25.289	0.124
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	13.359	0.333
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	23.848	0.080
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	11.378	0.231
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	25.603	0.065

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 22 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้

ตาราง 23

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	51.673	0.012*
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	54.412	0.012*
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	17.095	0.609
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	64.517	0.010*
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	23.883	0.119
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	50.694	0.030*
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	12.226	0.607
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	37.510	0.045*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	18.344	0.075
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	22.911	0.264

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจกตาราง 23 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์
 กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟน ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ยี่ห้อโทรศัพท์
 เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่เลือกใช้ ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่
 เลือกใช้ และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ

ตาราง 24

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ตโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	60.720	0.000*
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	87.910	0.000*
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	36.242	0.055
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	51.756	0.097
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	17.912	0.612
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	35.835	0.174
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	16.909	0.622
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	68.037	0.000*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	45.336	0.000*
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	57.210	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 24 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะซื้อ วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน และค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ตาราง 25

การสรุปค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

พฤติกรรมกาเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	Signification				
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ		0.000*	0.022*	0.012*	0.000*
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน	0.002*	0.000*		0.012*	0.000*
การพิจารณาในการเลือกซื้อ		0.005*			
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	0.000*	0.007*	0.022*	0.010*	
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		0.025*			
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้	0.007*	0.002*		0.030*	
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่					
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คาดว่าจะซื้อ		0.002*		0.045*	0.000*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่					0.000*
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่					0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 25 พบว่า พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านประเภทที่นิยมในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการพิจารณาในการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับอายุ ด้านยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ด้านระบบเครือข่ายที่ใช้มีความสัมพันธ์กับอายุ ด้านระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และอาชีพ ด้านราคาที่จะซื้อมีความสัมพันธ์กับอายุ และอาชีพ ด้านวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านค่าบริการรายเดือนมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับด้านสถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์



สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบปฏิบัติการ และระบบเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 26

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านฮาร์ดแวร์

พฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	14.240	0.484
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	18.257	0.594
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	83.378	0.000*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	32.012	0.125
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	10.819	0.395
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	27.054	0.109
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	13.995	0.290
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	15.373	0.396
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	60.501	0.011*
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	16.226	0.361

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 26 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านฮาร์ดแวร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ตาราง 27

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านซอฟต์แวร์

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	26.883	0.173
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	46.974	0.033*
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	23.461	0.234
ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	36.164	0.285
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	18.408	0.170
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	20.262	0.535
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	23.530	0.133
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	26.003	0.158
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	43.049	0.017*
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	38.031	0.057

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 27 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านซอฟต์แวร์มีความสัมพันธ์
 กับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
 0.05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน
 และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ตาราง 28

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านระบบปฏิบัติการ

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	7.016	0.937
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	13.371	0.875
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	52.180	0.001*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	22.189	0.550
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	7.563	0.645
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	18.671	0.319
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	23.179	0.043*
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	15.283	0.383
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	82.239	0.011*
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	21.031	0.154

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจกตาราง 28 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านระบบปฏิบัติการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ตาราง 29

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ตโฟนกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	6.786	0.937
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	37.851	0.049*
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	29.252	0.027*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	27.385	0.275
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	6.222	0.725
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	19.902	0.267
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	13.290	0.317
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	23.243	0.099
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	106.981	0.002*
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	16.081	0.358

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากราย 29 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

ตาราง 30

สรุปค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ตโฟนกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี

พฤติกรรมกรเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	Signification			
	ฮาร์ดแวร์	ซอฟต์แวร์	ระบบ ปฏิบัติการ	ระบบ เครือข่าย
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ				
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน		0.033*		0.049*
การพิจารณาในการเลือกซื้อ	0.000*		0.000*	0.027*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้				
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้				
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้				
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่			0.043*	
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คาดว่าจะซื้อ				
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.011*	0.017*	0.011*	0.002*
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 30 พบว่า พฤติกรรมกรเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน
ด้านประเภทที่นิยมในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับซอฟต์แวร์ และระบบเครือข่าย ด้าน
การพิจารณาในการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับฮาร์ดแวร์ ระบบปฏิบัติการ และระบบ
เครือข่าย ด้านสถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับระบบปฏิบัติการ และ
ด้านวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อมีความสัมพันธ์กับฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบปฏิบัติการ
และระบบเครือข่าย ในส่วนของด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ ด้านยี่ห้อโทรศัพท์
เคลื่อนที่ที่ใช้ ด้านระบบเครือข่ายที่ใช้ ด้านระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้
ด้านราคาที่จะคาดว่าจะซื้อ และด้านค่าบริการรายเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัย
ด้านเทคโนโลยี

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อออกสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 31

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อบุคคล

พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	17.644	0.580
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	44.464	0.049*
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	26.079	0.167
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	25.714	0.781
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	20.142	0.207
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	26.187	0.299
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	7.441	0.951
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	19.082	0.484
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	21.505	0.088
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	15.509	0.720

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 31 พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ตาราง 32

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์

พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	16.180	0.696
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	20.921	0.820
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	46.816	0.002*
ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่ใช้	52.652	0.014*
ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่ใช้	11.525	0.688
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่ใช้	40.016	0.062
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	16.643	0.403
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่คาดว่าจะซื้อ	35.966	0.022*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	11.567	0.420
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน	23.433	0.269

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากราย 32 พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟน ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่ใช้ และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ท โฟนที่คาดว่าจะซื้อ

ตาราง 33

ค่าไคสมแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ตโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	20.387	0.423
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	26.831	0.501
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	19.905	0.463
ยี่ห้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	55.346	0.010*
ระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	16.778	0.300
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ใช้	31.957	0.139
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	21.319	0.179
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	29.516	0.103
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	18.480	0.077
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	16.546	0.660

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากราย 33 พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ที่เลือกใช้

ตาราง 34

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งกิจกรรม

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	23.598	0.257
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	41.778	0.046*
การพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	32.534	0.036*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	39.821	0.160
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	20.858	0.203
ระบบปฏิบัติการบน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	33.280	0.099
สถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	14.478	0.566
ราคาของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	25.409	0.185
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	11.157	0.469
ค่าบริการรายเดือนของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	10.889	0.957

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 34 พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ ประเภทที่นิยมในการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และการพิจารณาในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

ตาราง 35

ค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 สมาร์ทโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งนอกสถานที่

พฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	χ^2	Sig.
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	22.470	0.314
ประเภทที่นิยมในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	40.506	0.066
การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	42.998	0.004*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	59.105	0.004*
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	17.054	0.366
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้	55.801	0.003*
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	28.812	0.034*
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ	39.518	0.009*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	16.422	0.188
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	26.034	0.171

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 35 พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารทางด้านสื่อสิ่งนอกสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ การพิจารณาในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะซื้อ

ตาราง 36

สรุปค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่
สมาร์ตโฟนกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	Signification				
	สื่อ บุคคล	สื่อ สิ่งพิมพ์	สื่อ อิเล็กทรอนิกส์	สื่อ กิจกรรม	สื่อ นอก สถานที่
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ					
ประเภทที่นิยมในการใช้งาน	0.049*			0.046*	
การพิจารณาในการเลือกซื้อ		0.002*		0.036*	0.004*
ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้		0.014*	0.010*		0.004*
ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้					
ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้					0.003*
สถานที่ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่					0.034*
ราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คาดว่าจะซื้อ		0.022*			0.009*
วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่					
ค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 36 พบว่า พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ด้านประเภทที่นิยมในการ ใช้งานมีความสัมพันธ์กับสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ด้านการพิจารณาในการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่อนอกสถานที่ ด้านยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อ นอกสถานที่ ด้านระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับสื่อนอกสถานที่ ด้านสถานที่ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับสื่อนอกสถานที่ และด้านราคา โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คาดว่าจะซื้อมีความสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อนอกสถานที่ ใน ส่วนของด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ ด้านระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ด้านวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และด้านค่าบริการรายเดือน พบว่าไม่มี ความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

ตาราง 37

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามเพศ

ความสำเร็จที่มีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านฮาร์ดแวร์	3.95	0.54	4.09	0.55	-2.452	0.015*
ด้านซอฟต์แวร์	3.95	0.69	3.94	0.65	0.178	0.859
ด้านระบบปฏิบัติการ	4.18	0.55	4.20	0.52	-0.362	0.717
ด้านระบบเครือข่าย	4.37	0.60	4.40	0.54	-0.512	0.609
รวม	4.11	0.51	4.16	0.48	-0.868	0.386

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 37 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ความสำเร็จด้านฮาร์ดแวร์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญด้านฮาร์ดแวร์มากกว่าเพศชาย

ตาราง 38

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามอายุ

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านฮาร์ดแวร์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.54	0.18	0.597	0.617
	ภายในกลุ่ม	398	120.54	0.30		
	รวม	401	121.08			
ด้านซอฟต์แวร์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.93	0.65	1.475	0.221
	ภายในกลุ่ม	398	173.86	0.44		
	รวม	401	175.79			
ด้านระบบปฏิบัติการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.43	0.48	1.687	0.169
	ภายในกลุ่ม	398	112.11	0.28		
	รวม	401	113.54			
ด้านระบบเครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.46	0.16	0.475	0.700
	ภายในกลุ่ม	398	129.61	0.33		
	รวม	401	130.07			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.39	0.13	0.539	0.656
	ภายในกลุ่ม	398	96.37	0.24		
	รวม	401	96.76			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 38 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 39

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านฮาร์ดแวร์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.98	0.33	1.080	0.358
	ภายในกลุ่ม	398	120.11	0.30		
	รวม	401	121.09			
ด้านซอฟต์แวร์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.51	0.17	0.384	0.764
	ภายในกลุ่ม	398	175.28	0.44		
	รวม	401	175.79			
ด้านระบบปฏิบัติการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.25	0.08	0.293	0.830
	ภายในกลุ่ม	398	113.29	0.29		
	รวม	401	113.54			
ด้านระบบเครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.52	0.17	0.527	0.664
	ภายในกลุ่ม	398	129.56	0.33		
	รวม	401	130.08			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.20	0.07	0.268	0.849
	ภายในกลุ่ม	398	96.57	0.24		
	รวม	401	96.77			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 39 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 40

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามอาชีพ

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านฮาร์ดแวร์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.57	0.14	0.466	0.760
	ภายในกลุ่ม	397	120.52	0.30		
	รวม	401	121.09			
ด้านซอฟต์แวร์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.46	0.37	0.832	0.505
	ภายในกลุ่ม	397	174.33	0.44		
	รวม	401	175.79			
ด้านระบบปฏิบัติการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.80	0.20	0.700	0.592
	ภายในกลุ่ม	397	112.74	0.28		
	รวม	401	113.54			
ด้านระบบเครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	0.47	0.12	0.362	0.836
	ภายในกลุ่ม	397	129.60	0.33		
	รวม	401	130.07			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.48	0.12	0.499	0.736
	ภายในกลุ่ม	397	96.28	0.24		
	รวม	401	96.76			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 40 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 41

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านฮาร์ดแวร์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.97	0.40	1.312	0.258
	ภายในกลุ่ม	396	119.11	0.30		
	รวม	401	121.08			
ด้านซอฟต์แวร์	ระหว่างกลุ่ม	5	3.07	0.61	1.408	0.220
	ภายในกลุ่ม	396	172.72	0.44		
	รวม	401	175.79			
ด้านระบบปฏิบัติการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.16	0.43	1.539	0.177
	ภายในกลุ่ม	396	111.38	0.28		
	รวม	401	113.54			
ด้านระบบเครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	5	1.71	0.34	1.055	0.385
	ภายในกลุ่ม	396	128.36	0.32		
	รวม	401	130.07			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.51	0.30	1.254	0.283
	ภายในกลุ่ม	396	95.26	0.24		
	รวม	401	96.77			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 41 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 42

การสรุปค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ความสำคัญที่มีผลต่อ พฤติกรรมทางเลือกซื้อ	Signification				
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	ราย เฉลี่ยต่อ เดือน
ด้านฮาร์ดแวร์	0.015*				
ด้านซอฟต์แวร์					
ด้านระบบปฏิบัติการ					
ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ					
ความสำคัญโดยภาพรวม					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 42 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญด้านฮาร์ดแวร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามเพศ สำหรับความสำคัญด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

ตาราง 43

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ความสำคัญที่มีผลต่อ พฤติกรรมเลือกซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านสื่อบุคคล	3.35	0.65	3.46	0.57	-1.737	0.083
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	3.23	0.73	3.31	0.72	-1.186	0.236
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.33	0.68	3.50	0.73	-2.345	0.020*
ด้านสื่อกิจกรรม	2.99	0.87	3.06	0.84	-0.880	0.380
ด้านสื่อนอกสถานที่	3.14	0.72	3.37	0.75	-3.044	0.002*
รวม	3.21	0.61	3.34	0.59	-2.201	0.028*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 43 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวมมากกว่าเพศชาย และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเพศหญิงให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชาย และความสำคัญด้านสื่อนอกสถานที่ โดยเพศหญิงให้ความสำคัญด้านสื่อนอกสถานที่มากกว่าเพศชาย

ตาราง 44

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามอายุ

ความสำคัญที่มีผลต่อ พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	แหล่งความ แปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านสื่อบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	1.17	0.39	1.057	0.367
	ภายในกลุ่ม	398	146.83	0.37		
	รวม	401	148.00			
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.07	0.69	1.336	0.262
	ภายในกลุ่ม	398	205.85	0.52		
	รวม	401	207.92			
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	6.74	2.25	4.572	0.004*
	ภายในกลุ่ม	398	195.47	0.49		
	รวม	401	202.21			
ด้านสื่อกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	6.46	2.15	2.99	0.031*
	ภายในกลุ่ม	398	286.39	0.72		
	รวม	401	292.85			
ด้านสื่อนอกสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	1.93	0.65	1.155	0.327
	ภายในกลุ่ม	398	222.23	0.56		
	รวม	401	224.16			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.68	0.89	2.508	0.059
	ภายในกลุ่ม	398	141.50	0.36		
	รวม	401	144.18			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 44 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำเร็จด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และความสำเร็จด้านสื่อ

กิจกรรม ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลตามตาราง 45-46 ดังนี้

ตาราง 45

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ			
		18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
18-30 ปี	3.51			0.412*	
31-40 ปี	3.40			0.302*	
41-50 ปี	3.10	0.412*	0.302*		0.444*
51-60 ปี	3.54			0.444*	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 45 การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 18-30 ปี ให้ความสำคัญในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี

ตาราง 46

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่อกิจกรรม จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ			
		18-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
18-30 ปี	3.10			0.325*	
31-40 ปี	2.98				
41-50 ปี	2.77	0.325*			0.595*
51-60 ปี	3.37			0.595*	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 46 การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่อกิจกรรม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 18-30 ปี ให้ความสำคัญในด้านสื่อกิจกรรมมากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญในด้านสื่อกิจกรรมมากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี

ตาราง 47

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสำเร็จที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	Sum of Squares	Mean Square	<i>F</i>	Sig.
ด้านสื่อบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	2.94	0.98	2.687	0.046*
	ภายในกลุ่ม	398	145.07	0.36		
	รวม	401	148.01			
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.08	0.36	0.695	0.555
	ภายในกลุ่ม	398	206.84	0.52		

ตาราง 47 (ต่อ)

ความสำคัญที่มีผลต่อ พฤติกรรมกรเลือกซื้อ	แหล่งความ แปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
	รวม	401	207.92			
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.40	0.13	0.264	0.852
	ภายในกลุ่ม	398	201.80	0.51		
	รวม	401	202.20			
ด้านสื่อกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.55	1.18	1.629	0.182
	ภายในกลุ่ม	398	289.29	0.73		
	รวม	401	292.84			
ด้านสื่อนอกสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	4.32	1.44	2.605	0.051
	ภายในกลุ่ม	398	219.85	0.55		
	รวม	401	224.17			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.45	0.48	1.351	0.258
	ภายในกลุ่ม	398	142.72	0.36		
	รวม	401	144.17			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 47 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้
นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่อบุคคล ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบ
ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference)
ปรากฏผลดังข้อมูลในตาราง 48 ดังนี้

ตาราง 48

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ มัธยม/ ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี สูงกว่า ปริญญา ตรี
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม/ปวช.	3.70			0.342*
อนุปริญญา/ปวส.	3.45			
ปริญญาตรี	3.36	0.342*		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.46			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากรายการ 48 การวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้ที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม/ปวช. ซึ่งให้ความสำคัญในด้านสื่อบุคคลมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตาราง 49

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ

ความสำคัญที่มีผลต่อ พฤติกรรมกรเลือกซื้อ	แหล่งความ แปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านสื่อบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	2.60	0.65	1.777	0.133
	ภายในกลุ่ม	398	145.40	0.37		
	รวม	401	148.00			
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.62	0.90	1.757	0.137
	ภายในกลุ่ม	398	204.31	0.52		
	รวม	401	207.93			
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.98	0.50	0.983	0.417
	ภายในกลุ่ม	398	200.22	0.50		
	รวม	401	202.20			
ด้านสื่อกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	6.12	1.53	2.117	0.078
	ภายในกลุ่ม	398	286.73	0.72		
	รวม	401	292.85			
ด้านสื่อนอกสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	2.86	0.72	1.285	0.275
	ภายในกลุ่ม	398	221.30	0.56		
	รวม	401	224.16			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.87	0.72	2.013	0.092
	ภายในกลุ่ม	398	141.31	0.36		
	รวม	401	144.17			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 49 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 50

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ด้านสื่อบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	2.71	0.54	1.475	0.197
	ภายในกลุ่ม	398	145.30	0.37		
	รวม	401	148.01			
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	3	4.62	0.92	1.798	0.112
	ภายในกลุ่ม	398	203.31	0.51		
	รวม	401	207.93			
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	9.17	1.83	3.761	0.002*
	ภายในกลุ่ม	398	193.04	0.49		
	รวม	401	202.21			
ด้านสื่อกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.76	0.95	1.308	0.259
	ภายในกลุ่ม	398	288.08	0.73		
	รวม	401	292.85			
ด้านสื่อนอกสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3	4.65	0.93	1.678	0.139
	ภายในกลุ่ม	398	219.51	0.55		
	รวม	401	224.16			
ความสำคัญโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.35	0.87	2.465	0.032*
	ภายในกลุ่ม	398	139.82	0.35		
	รวม	401	144.17			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 50 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังข้อมูลในตาราง 51-52 ดังนี้

ตาราง 51

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		≤ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,001 บาท	40,001-50,000 บาท	≥ 50,001 บาท
≤ 10,000 บาท	3.44						
10,001-20,000 บาท	3.60			0.215*	0.442*	0.300*	0.240*
20,001-30,000 บาท	3.39		0.215*				
30,001-40,001 บาท	3.16		0.442*				
40,001-50,000 บาท	3.30		0.300*				
≥ 50,001 บาท	3.36		0.240*				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตาราง 51 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท

ตาราง 52

ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		≤ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,001 บาท	40,001-50,001 บาท
≤ 10,000 บาท	3.29					
10,001-20,000 บาท	3.41		0.178*	0.278*	0.257*	
20,001-30,000 บาท	3.28		0.178*			
30,001-40,001 บาท	3.13		0.278*			
40,001-50,000 บาท	3.15		0.257*			
≥ 50,001 บาท	3.29					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากรายการ 52 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายกลุ่ม พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่อ โดยภาพรวมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่อ โดยภาพรวมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านสื่อ โดยภาพรวมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท

ตาราง 53

สรุปค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ	Signification				รายเฉลี่ยต่อเดือน
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	
ด้านสื่อบุคคล			0.046*		
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์					
ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	0.020*	0.004*			0.002*
ด้านสื่อกิจกรรม		0.031*			
ด้านสื่อนอกสถานที่	0.002*				
ความสำคัญโดยภาพรวม	0.028*				0.032*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากรายตาราง 53 พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญด้านสื่อบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความสำคัญด้านสื่อกิจกรรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามอาชีพ ความสำคัญด้านสื่อนอกสถานที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามเพศ สำหรับความสำคัญด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์