

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบเชิงสำรวจ (survey research) โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ทั้งเพศชายและเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 424 คน โดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546, หน้า 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยในขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (cluster sampling) เพื่อให้ได้เขตที่เป็นตัวแทนของประชากรมาจำนวน 6 เขต จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (simple random sampling) เพื่อสุ่มตัวอย่างประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18-60 ปี ในแต่ละเขตตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละเขต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างตอบเอง (self administered questionnaire) โดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (validity) จากผู้เชี่ยวชาญ และทำการทดลองใช้ (tryout) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน

ประเมินค่า (rating scale) ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2553 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 424 ชุด ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กับคืนมาจำนวน 402 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95 และนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประเภทการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่สองเป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย chi-square ( $\chi^2$ ) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรสองกลุ่มด้วยการทดสอบค่าที ( $t$  test) การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรมากกว่าสองกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ (multiple comparison) โดยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปได้ดังนี้

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.50 และ 45.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.50 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.40 อาชีพ

ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และสำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.30

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น e-mail, Internet, SMS, MMS คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาเพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกม ถ่ายภาพ ดูหนัง ฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 19.90 ในส่วนของประเภทการใช้งาน ส่วนใหญ่ใช้ดูข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 24.10 รองลงมา ใช้ติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 19.40 ในส่วนของการพิจารณาการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่พิจารณาจากการมีโปรแกรมรองรับหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 26.90 รองลงมา พิจารณาราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 23.10 ในส่วนของยี่ห้อปัจจุบันที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อ โนเกีย คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมา ใช้ยี่ห้อแอปเปิล (ไอโฟน) คิดเป็นร้อยละ 16.20 ในส่วนของระบบเครือข่ายที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้ระบบเครือข่าย AIS คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมา ใช้ระบบเครือข่าย DTAC คิดเป็นร้อยละ 35.60 ในส่วนของระบบปฏิบัติการที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการ Symbian คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมา ใช้ระบบปฏิบัติการ Window Mobile คิดเป็นร้อยละ 18.40 ในส่วนของสถานที่ซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อที่ศูนย์บริการ เช่น AIS, DTAC, True Move, Hutch คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา ซื้อที่ตัวแทนจำหน่าย เช่น J-Mart, i-mobile, iStudio, Telewiz คิดเป็นร้อยละ 32.30 ในส่วนของราคาที่กำลังจะซื้อ ส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อราคา 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมา คาดว่าจะซื้อราคา 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.40 ในส่วนของวิธีการชำระเงิน ส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 34.60 และในส่วนของค่าบริการรายเดือนของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่มีค่าบริการรายเดือน 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา มีค่าบริการรายเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.30

### **ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน**

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านฮาร์ดแวร์ กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.03 โดยเฉพาะการรับประกันสินค้า ความสามารถในการเชื่อมกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้หลากหลาย แบตเตอรี่ใช้งานได้นาน วัสดุที่ใช้ผลิตมีคุณภาพ และมีขนาดตัวเครื่องที่เหมาะสม เรียงตามลำดับ

ด้านซอฟต์แวร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.94 โดยเฉพาะการมีโปรแกรมรองรับมากมาย การมีแหล่งโหลดโปรแกรมที่หลากหลาย การมีโปรแกรมฟรีที่หลากหลาย โปรแกรมลิขสิทธิ์มีราคาที่เหมาะสม และการรองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ เรียงตามลำดับ

ด้านระบบปฏิบัติการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 โดยเฉพาะการใช้งานง่าย สะดวกสบาย มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน มีความเสถียรในการทำงาน สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต และความสามารถในด้านการประหยัดพลังงาน เรียงตามลำดับ

ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 โดยเฉพาะสัญญาการสื่อสารที่คมชัด ไม่ติดขัด มีโครงข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ การรองรับระบบ GPRS/EDGE/CDMA/3G มีความรวดเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล และมีการพัฒนาด้านระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เรียงตามลำดับ

### **ส่วนที่ 4 ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน**

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.28 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ

โดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.41 โดยเฉพาะจากเพื่อน/คนรู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ พนักงานขายของบริษัท สมาชิกในครอบครัว และบุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง/นักร้อง เรียงตามลำดับ

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.27 โดยเฉพาะจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ใบโฆษณา และแผ่นพับ/ใบปลิว เรียงตามลำดับ

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.42 โดยเฉพาะจากอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และวิทยุกระจายเสียง เรียงตามลำดับ

ด้านสื่อกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.03 โดยเฉพาะงานแสดงสินค้า การจัดงานประกวดนวัตกรรม และการเข้าฟังการบรรยาย/สัมมนา เรียงตามลำดับ

ด้านสื่อนอกสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.27 โดยเฉพาะจากการโฆษณา ณ จุดขาย ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ และข้อความโฆษณาบนหน้าจอเครื่อง ATM เรียงตามลำดับ

#### **ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน**

ผลจากการวิเคราะห์ข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนอธิบาย โดยการจับประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน สรุปเรียงตามลำดับ ดังนี้

**ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี** ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเรียงตามลำดับ คือ ควรพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยทัดเทียมประเทศอื่น ๆ เช่น 3G, 4G พัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต เพิ่มความเร็วในการถ่ายโอนข้อมูลและการใช้งานอินเทอร์เน็ต พัฒนาโปรแกรมการใช้งานให้หลากหลายและต่อเนื่อง และควรพัฒนาการใช้งานให้ง่าย สะดวก และไม่ซับซ้อน

**ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร**  
ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเรียงตามลำดับ คือ ควรปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัย เพิ่มรายละเอียดและเพิ่มการ โฆษณาทางโทรทัศน์ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนตามความเป็นจริง ปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลข่าวสารของสื่อต่าง ๆ ให้ทันสมัย และควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมทุกกลุ่มบุคคล

### **ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานข้อที่ 1** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทของการทำงาน ยี่ห้อที่ใช้ และระบบปฏิบัติการที่ใช้
2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านวัตถุประสงค์การเลือกซื้อ ประเภทของการทำงาน การพิจารณาการเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ ระบบเครือข่ายที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และราคาที่สามารถจ่ายได้
3. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านวัตถุประสงค์การเลือกซื้อ และยี่ห้อที่ใช้
4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ ประเภทของการทำงาน ยี่ห้อที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และราคาที่สามารถจ่ายได้
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ

ประเภทของการใช้งาน ราคาที่คาดว่าจะซื้อ วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ และค่าบริการรายเดือนที่ใช้

สรุปได้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านวัตถุประสงค์การเลือกซื้อ ประเภทการใช้งาน การพิจารณาการเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ ระบบเครือข่ายที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ ราคาที่คาดว่าจะซื้อ วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ และค่าบริการรายเดือนที่ใช้ ส่วนในด้านสถานที่ซื้อไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

1. ฮาร์ดแวร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการพิจารณาการเลือกซื้อ และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ

2. ซอฟต์แวร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทของการใช้งาน และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ

3. ระบบปฏิบัติการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการพิจารณาการเลือกซื้อสถานที่ซื้อ และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ

4. ระบบเครือข่ายการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทของการใช้งาน การพิจารณาการเลือกซื้อ และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ

สรุปได้ว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทการใช้งาน การพิจารณาการเลือกซื้อ สถานที่ซื้อ และวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ ส่วนในด้าน

วัตถุประสงค์การเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ ระบบเครือข่ายที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ ราคาที่คาดว่าจะซื้อ และค่าบริการรายเดือนที่ใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อนอกสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

1. สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทของการทำงาน
2. สื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการพิจารณาการเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ และราคาที่จะซื้อ
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านยี่ห้อที่ใช้
4. สื่อกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทของการทำงาน และการพิจารณาการเลือกซื้อ
5. สื่อนอกสถานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการพิจารณาการเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ สถานที่ซื้อ และราคาที่จะซื้อ

สรุปได้ว่าปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านประเภทการใช้งาน การพิจารณาการเลือกซื้อ ยี่ห้อที่ใช้ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ สถานที่ซื้อ และราคาที่จะซื้อ ส่วนในด้านวัตถุประสงค์การเลือกซื้อ ระบบเครือข่ายที่ใช้ วิธีการชำระเงินเมื่อซื้อ และค่าบริการรายเดือนที่ใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

1. ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญด้านฮาร์ดแวร์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่าความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีในด้านฮาร์ดแวร์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความสำคัญของปัจจัยด้านเทคโนโลยีโดยภาพรวม ด้านซอฟต์แวร์ ด้านระบบปฏิบัติการ และด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยด้านสื่อที่นำเสนอข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

1. ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และด้านสื่อนอกสถานที่

2. ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และด้านสื่อกิจกรรม

3. ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่อบุคคล

4. ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

สรุปได้ว่าความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร โดยภาพรวม ด้านสื่อบุคคล ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านสื่อกิจกรรม และด้านสื่อนอกสถานที่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความสำคัญของปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน คือ กลุ่มบุคคลเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 18-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชนาถ สังข์สม (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อพีดีเอโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป ซึ่งขัดแย้งกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า จากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่อยู่ในช่วงกำลังฟื้นตัวทำให้มีอัตราการจ้างงานยังไม่สูงนัก และในส่วนของอัตราค่าจ้างที่ไม่สูงมาก

2. จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน พบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อติดต่อสื่อสาร เช่น e-mail, Internet, SMS, MMS รองลงมาเพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกม ถ่ายภาพ ดูหนัง ฟังเพลง ประเภทการใช้งาน คือ ดูข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต การพิจารณาการเลือกซื้อ คือ มีโปรแกรมรองรับหลากหลาย ยี่ห้อที่ใช้ คือ โนเกีย ระบบเครือข่ายที่ใช้ คือ AIS ระบบปฏิบัติการที่ใช้ คือ Symbian สถานที่ซื้อ คือ ศูนย์บริการ เช่น AIS, DTAC, True Move, Hutch ราคาที่คาดว่าจะซื้อ คือ 10,001-15,000 บาท วิธีการชำระเงิน คือ ชำระด้วยเงินสด และค่าบริการรายเดือน คือ 501-1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของคนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ เล่นเกม และค่าบริการรายเดือน คือ 501-1,000 บาท ในส่วนของประเภทของการใช้งาน ยี่ห้อ และระบบปฏิบัติการที่ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติบดี คุณโลหิต (2552) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่พบว่า ส่วนใหญ่ชอบดูข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะข่าวการเมือง นิยมใช้ยี่ห้อ โนเกีย และใช้ระบบปฏิบัติการ Symbian ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เป็นยี่ห้อและระบบปฏิบัติการที่ใช้ง่าย มีความเสถียร

ในส่วนของการพิจารณาการเลือกซื้อ สถานที่ซื้อ ระบบเครือข่ายที่ใช้ และค่าบริการรายเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา ฉิมพลี (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่พบว่า พิจารณาจากการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย รองรับการดำเนินงานได้หลากหลาย จะใช้บริการต่าง ๆ ของศูนย์บริการ ใช้ระบบเครือข่ายของ AIS และใช้จ่ายค่าบริการรายเดือน 501-1,000 บาท ในส่วนของราคาที่คาดว่าจะซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชนาถ สังข์สม (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อพีดีเอโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อราคา 12,001-15,000 บาท

3. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ และให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ และด้านระบบปฏิบัติการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชนาถ สังข์สม (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อพีดีเอโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร และ พัทธราวุธ ศรีสุนาครวั (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ซึ่งการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยีถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แต่เป็นการวิเคราะห์ที่ละเอียดเฉพาะด้าน โดยจะทำการพิจารณาในแต่ละด้านดังที่กล่าวมา

4. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และให้ความสำคัญโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่อกิจกรรม และด้านสื่อออกสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย มานะสมบุรณ์พันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมในระดับมาก และด้านสื่อกิจกรรมในระดับปานกลาง นอกจากนี้ไม่สอดคล้องกัน เนื่องมาจากการจัดแบ่งกลุ่มของสื่อที่แตกต่างกัน

5. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรราวไล ศรีสุนาครวี (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ ยังเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดจากการได้รับการกระตุ้นที่ก่อให้เกิดความต้องการซื้อ โดยผ่านเข้ามาในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมเพื่อการตอบสนองหรือแก้ไขปัญหาของผู้ซื้อแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณลักษณะและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคล ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่หล่อหลอมให้แต่ละบุคคลมีความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติที่แตกต่างกันหรือกล่าวได้ว่า กลุ่มที่มีลักษณะทางสังคมที่เหมือนกันย่อมมีพฤติกรรมที่ไปในทิศทางเดียวกัน

6. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัยรดา ศิลาโคตร (2550) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบขององค์ประกอบส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดและสังคม ที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ที่พบว่า องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด ด้านระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีและเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

7. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน พบว่า ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัยรดา ศิลาโคตร (2550) ศึกษาเรื่อง *ผลกระทบขององค์ประกอบส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดและสังคม ที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน* ที่พบว่า องค์ประกอบทางสังคม ได้แก่ ครอบครัวและเพื่อน องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา กระบวนการทำให้บริการของพนักงานขาย มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร

8. ผลการทดสอบปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่แตกต่างกัน เมื่อลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราวไล ศรีสุนากรว (2550) ศึกษาเรื่อง *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร* ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9. ผลการทดสอบปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่แตกต่างกัน เมื่อลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางด้านเพศและด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย มานะสมบุรณ์พันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง *การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต* ที่พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางด้านเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในส่วนของงานวิจัยของ นุชนาถ สังข์สม (2550)

ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อพีดีเอ โฟนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางด้านอายุและระดับการศึกษา และในส่วนของงานวิจัยของ วิทยา นิมพลี (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางด้านอาชีพ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสาร ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านเทคโนโลยี

1. ด้านระบบเครือข่ายการให้บริการ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นควรปรับปรุงสัญญาณการสื่อสารให้คมชัด ไม่ติดขัด ขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ต้องพัฒนาให้รองรับเทคโนโลยีระบบ GPRS/EDGE/ CDMA2000/3G เพิ่มความเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล และควรมีการพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านฮาร์ดแวร์ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ต้องการให้มีการขยายเวลาการรับประกันสินค้า สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ต่างๆ ได้หลากหลาย การใช้งานของแบตเตอรี่นานขึ้น ควรผลิตด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ และมีขนาดของตัวเครื่องที่เหมาะสมกับการใช้งาน

3. ด้านซอฟต์แวร์ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ควรเพิ่มโปรแกรมรองรับให้มากขึ้น มีแหล่งโหลดโปรแกรมมากขึ้น โดยเพิ่มจำนวนโปรแกรมฟรีให้มากขึ้น สำหรับโปรแกรมลิขสิทธิ์ควรมีราคาที่เหมาะสม และสามารถรองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ

4. ด้านระบบปฏิบัติการ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ต้องใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกสบาย ควรมีฟังก์ชันการใช้งานที่ครบถ้วน ปรับปรุงให้สามารถทำงานได้เสถียร สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต และต้องประหยัดพลังงาน

#### **ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านสื่อที่ให้นำเสนอข่าวสาร**

1. ด้านสื่อบุคคล ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนเข้าใจง่าย เพื่อการบอกต่อระหว่างเพื่อน คนรู้จักหรือสมาชิกในครอบครัว ควรใช้ผู้เชี่ยวชาญด้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ที่แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ และการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานขาย

2. ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ควรปรับปรุงในส่วนของการเพิ่มโฆษณา เพิ่มความครบถ้วนของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และการเพิ่มโฆษณาทางโทรทัศน์

3. ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ต้องการให้มีการเพิ่มโฆษณาในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และใบโฆษณา โดยเน้นรายละเอียดที่ครบถ้วนและเข้าใจง่าย

4. ด้านสื่อกิจกรรม ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ควรเพิ่มการจัดงานแสดงสินค้าให้มีมากขึ้นหรือบ่อยกว่าเดิม เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

5. ด้านสื่อออกสถานที่ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง อยากให้เพิ่มการโฆษณา ณ จุดขาย เพิ่มป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ และเพิ่มป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

#### **ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป**

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จึงทำให้ขอบเขตของการวิจัยมีความจำเพาะเจาะจง ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการพัฒนา

ศึกษาวิจัยซ้ำ (replication) ในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างกว่านี้ ให้ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ได้ผลการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือปรับปรุงกลยุทธ์การวางแผนการตลาดได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อาทิเช่น ปัญหา อุปสรรค ความพึงพอใจ และทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สังคม จิตวิทยา วัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อให้สามารถทราบถึงอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไป

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

1. ดร. กิติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ  
อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต  
อาจารย์พิเศษโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต M.B.A. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. คุณชัชชัย โชตนาการ  
ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ  
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
3. คุณชูชัย สุขเกษมรุ่งเรือง  
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ  
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)  
(จัดซื้อและกำหนดคุณสมบัติของเทคโนโลยีสำหรับใช้ในสำนักงาน เช่น  
ระบบงานคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ)

ภาคผนวก ข

การหาค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตาราง 54

ค่าที่ตรงของแบบสอบถาม ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาของงานวิจัย

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣRN	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1. เพศ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. อายุ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. อาชีพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน					
1. วัตถุประสงค์ที่ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน (ที่สำคัญที่สุด)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ท่านนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในการใช้งานประเภทใดมากที่สุด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ท่านมีการพิจารณาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนจากสิ่งใดมากที่สุด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ท่านซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเครื่องปัจจุบันยี่ห้อใด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5. ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ท่านใช้เป็นระบบเครือข่ายใด	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6. ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ท่านเป็นระบบปฏิบัติการใด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7. สถานที่ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	0	1	1	0.67	ใช้ได้

ตาราง 54 (ต่อ)

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣRN	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
8. ราคาโดยประมาณที่ท่านคาดว่าจะซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถโทร โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยวิธีใดในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
9. ท่านชำระเงินด้วยวิธีใดในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนต่อเดือนเท่าใด ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1. ด้านฮาร์ดแวร์					
1.1 มีข้อให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.2 มีขนาดตัวเครื่องที่เหมาะสม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.3 มีน้ำหนักที่เหมาะสม	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.4 มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.5 มีสีสันให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.6 วัสดุที่ใช้ผลิตมีคุณภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.7 สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น ๆ ได้หลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.8 แบตเตอรี่ใช้งานได้นาน	1	0	1	0.67	ใช้ได้
1.9 การรับประกันสินค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 54 (ต่อ)

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣR/N	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
2. ด้านซอฟต์แวร์					
2.1 มีโปรแกรมรองรับมากมาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2.2 รองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ	1	0	1	0.67	ใช้ได้
2.3 มีแหล่งโหลดโปรแกรมหลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2.4 มีโปรแกรมฟรีหลากหลาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2.5 โปรแกรมลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสม	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3. ด้านระบบปฏิบัติการ					
3.1 มีระบบปฏิบัติการให้เลือกหลากหลาย	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3.2 มีความเสถียรในการทำงาน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3.3 เป็นระบบเปิดให้นักพัฒนาอิสระพัฒนาต่อได้	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3.4 สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3.5 ทำงานได้ง่าย สะดวกสบาย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3.6 มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3.7 ความสามารถในด้านประสิทธิภาพสูง	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3.8 มีการพัฒนาระบบปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง	1	0	1	0.67	ใช้ได้



ตาราง 54 (ต่อ)

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣR/N	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
4. ด้านระบบเครือข่าย					
4.1 มีระบบเครือข่ายให้เลือกหลากหลาย	1	0	1	0.67	ใช้ได้
4.2 มีความรวดเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.3 มีโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.4 ศึกษณาการต่อสารที่คมชัด ไม่ติดขัด	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.5 การรองรับระบบ GPRS/EDGE/CDMA/3G	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.6 มีการพัฒนาระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน					
1. สื่อบุคคล					
1.1 ผู้เชี่ยวชาญ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.2 บุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง/นักร้อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.3 พนักงานขาย	1	0	1	0.67	ใช้ได้
1.4 สมาชิกในครอบครัว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
1.5 เพื่อน/คนรู้จัก	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 54 (ต่อ)

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣR/N	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
2. สื่อสิ่งพิมพ์					
2.1 หนังสือพิมพ์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2.2 นิตยสาร	1	0	1	0.67	ใช้ได้
2.3 แผ่นพับ/ใบปลิว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2.4 ใบโฆษณา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์					
3.1 วิทยูทูปกระจายเสียง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3.2 โทรทัศน์	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3.3 ภาพยนต์	1	0	1	0.67	ใช้ได้
3.4 อินเทอร์เน็ต	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. สื่อกิจกรรม					
4.1 งานแสดงสินค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.2 การเข้าฟังการบรรยาย/สัมมนา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4.3 การจัดประกวดนวัตกรรม	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตาราง 54 (ต่อ)

รายการของแบบสอบถาม	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC=ΣR/N	สรุป
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
5. สื่อนอกสถานที่					
5.1 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5.2 ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5.3 การโฆษณา ฉุกเฉิน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
5.4 ข้อความโฆษณาบนหน้าจอ ATM	1	0	1	0.67	ใช้ได้

ที่มา. จาก การคำนวณการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

เรื่อง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่ผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร  
ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อ คนที่	1. ด้านฮาร์ดแวร์										2. ด้านซอฟต์แวร์						3. ด้านระบบปฏิบัติการ						4. ด้านระบบเครือข่าย						X	X <sup>2</sup>
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6		
1	3	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	121	14,641	
2	3	4	4	4	3	5	3	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	5	4	3	3	4	5	5	2	106	11,236	
3	4	4	5	4	2	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	5	2	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	108	11,664	
4	3	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	120	14,400		
5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	110	12,100	
6	3	4	4	2	1	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	3	3	4	5	5	3	114	12,996		
7	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	133	17,689	
8	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	86	7,396	
9	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105	11,025	
10	3	4	4	2	2	5	3	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	5	4	3	5	5	5	5	3	107	11,449	
11	3	4	4	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	3	2	5	5	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	112	12,544	
12	4	3	3	4	2	3	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	102	10,404	
13	4	3	3	3	2	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	109	11,881	
14	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	110	12,100		
15	4	3	4	4	2	4	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124	15,376	
16	4	3	3	4	2	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	113	12,769	
17	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	112	12,544	
18	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	111	12,321	
19	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	102	10,404	
20	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	126	15,876	

ข้อ คนที่	1. ด้านสารเคมี										2. ด้านซอฟต์แวร์										3. ด้านระบบปฏิบัติการ										4. ด้านระบบเครือข่าย										X	X <sup>2</sup>
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6														
21	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	101	10,201												
22	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	3	4	4	5	4	4	111	12,321												
23	5	4	3	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	121	14,641													
24	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	112	12,544													
25	4	4	4	5	5	5	3	5	5	3	2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	107	11,449													
26	3	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129	16,641													
27	3	4	4	3	3	5	4	5	5	3	3	3	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	115	13,225													
28	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	128	16,384													
29	3	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	122	14,884													
30	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	123	15,129													
31	3	4	4	4	3	5	3	5	5	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	120	14,400													
32	3	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	15,625													
33	3	4	4	3	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117	13,689													
34	3	4	4	3	2	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	117	13,689													
35	4	5	5	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	124	15,376													
36	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	15,625													
37	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122	14,884													
38	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	2	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	105	11,025													
39	3	5	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	122	14,884													
40	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	89	7,921													
ΣX <sub>i</sub>	147	157	158	146	114	179	157	179	179	155	130	158	164	148	146	186	138	161	188	184	166	163	161	176	187	188	187	164	4,566	523,325												
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	555	633	640	556	350	821	635	823	821	613	448	638	690	566	548	876	500	669	894	858	720	681	667	792	891	900	885	692	ΣX	ΣX <sup>2</sup>												
s <sup>2</sup>	.38	.43	.41	.59	.64	.51	.48	.56	.51	.32	.65	.36	.45	.47	.39	.28	.61	.54	.27	.30	.80	.43	.49	.45	.43	.42	.28	.50	12.95													

ที่มา. จาก การคำนวณข้อมูลของแบบสอบถาม (tryout)

$S^2_i$  = ความแปรปรวนของคะแนนข้อที่ i       $S^2_t$  = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด       $\alpha$  = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

$$S^2_i = \frac{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}{n(n-1)} \qquad S^2_t = \frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)} \qquad \alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2_t} \right]$$

n = จำนวนคนที่ตอบแบบสอบถาม (40)      k = จำนวนคำถามทั้งหมดของแบบสอบถาม (28)

$$\sum S^2_i = 12.95 \qquad S^2_t = 106.23 \qquad \alpha = 0.91$$

ตอนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกข้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร

คนที่	ข้อที่															X	X <sup>2</sup>										
	1. ด้านสื่อบุคคล					2. ด้านสื่อสิ่งพิมพ์					3. ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์							4. ด้านสื่อกิจกรรม					5. ด้านสื่อสถานที				
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5		
1	5	5	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	2	4	4	5	1	1	1	3	3	4	2	2	62	3,844	
2	3	4	1	3	4	2	3	3	4	1	3	2	4	4	4	1	2	3	3	3	4	1	1	55	3,025		
3	3	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	5	2	5	5	3	3	3	5	5	4	2	2	75	5,625		
4	4	3	3	5	3	4	5	3	4	3	4	2	5	5	5	2	2	4	4	4	4	3	3	72	5,184		
5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	73	5,329		
6	5	4	1	3	3	1	2	3	4	1	3	2	5	4	1	3	4	3	4	3	4	1	1	57	3,249		
7	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	77	5,929		
8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	5,625		
9	2	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	2	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	2	58	3,364		
10	4	5	1	3	3	1	3	2	3	1	3	2	4	4	5	1	1	1	3	3	4	1	1	53	2,809		
11	3	1	2	5	4	5	5	3	3	3	1	2	3	3	2	1	1	1	4	5	4	1	1	58	3,364		
12	3	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	5	4	4	4	2	2	73	5,329		
13	3	3	3	3	5	3	5	4	4	3	3	3	5	5	3	3	4	4	5	5	4	2	2	75	5,625		
14	3	4	5	3	5	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	4	5	4	2	2	76	5,776		
15	3	2	3	1	1	3	3	2	2	1	4	3	4	4	4	1	1	1	3	3	3	1	1	48	2,304		
16	4	3	5	4	5	4	5	3	3	3	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	78	6,084		
17	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	75	5,625		
18	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	2	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	75	5,625		
19	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	5	5	3	3	3	4	4	4	2	2	68	4,624		
20	3	2	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	1	1	1	3	3	3	1	1	55	3,025		

ข้อที่ คนที	1. ด้านเนื้อหา					2. ด้านสิ่งพิมพ์					3. ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์					4. ด้านสื่อกิจกรรม					5. ด้านสื่อสถานที่					X	X <sup>2</sup>
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5		
21	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	2	73	5,329	
22	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	2	73	5,329	
23	1	2	2	1	4	3	4	2	3	3	5	5	5	5	1	5	1	3	4	4	4	3	2	62	3,844		
24	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	66	4,356		
25	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	2	68	4,624		
26	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	2	4	5	2	2	2	3	4	4	4	4	1	60	3,600		
27	3	2	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	3	5	2	2	2	3	4	4	4	4	2	56	3,136		
28	3	2	2	3	4	2	3	4	4	2	2	2	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	55	3,025		
29	3	3	2	3	4	2	3	3	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	3	4	2	57	3,249		
30	4	4	4	2	4	5	4	4	4	3	5	2	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	78	6,084		
31	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	49	2,401		
32	2	4	4	3	4	2	2	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	56	3,136		
33	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	55	3,025		
34	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	57	3,249		
35	5	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	60	3,600		
36	4	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	59	3,481		
37	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	55	3,025		
38	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	4	4	2	1	1	4	4	4	3	1	56	3,136			
39	3	2	2	3	4	2	2	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	4	4	4	1	53	2,809			
40	3	5	4	2	4	3	5	2	2	2	3	1	4	3	2	2	2	3	3	3	3	1	57	3,249			

ข้อที่ คนที่	1. ด้านเดือนกวด					2. ด้านสิ่งพิมพ์					3. ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์					4. ด้านสื่อกิจกรรม					5. ด้านสื่อสถานที่					X <sup>2</sup>
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5	
$\Sigma X_i$	138	126	124	121	150	120	140	122	133	99	130	96	160	160	164	94	94	96	146	152	80	152	152	80	2,543	
$\Sigma X_i^2$	504	432	440	391	590	400	530	384	457	275	460	252	668	692	692	262	262	262	550	598	184	586	586	184	$\Sigma X^2$	
$s_i^2$	0.72	0.90	1.43	0.64	0.71	1.03	1.03	0.31	0.38	0.77	0.96	0.55	0.72	0.50	0.81	1.05	0.81	0.44	0.44	0.52	0.22	0.22	0.22	0.62	14.28	

ที่มา. จาก การคำนวณข้อมูลของแบบสอบถาม (tryout)

$S_i^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนข้อที่ i       $S_i^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด       $\alpha$  = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

$$S_i^2 = \frac{n \Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2}{n(n-1)} \qquad S_i^2 = \frac{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}{n(n-1)} \qquad \alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[ 1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_i^2} \right]$$

n = จำนวนคนที่ตอบแบบสอบถาม (40)      k = จำนวนคำถามทั้งหมดของแบบสอบถาม (28)

$$\Sigma S_i^2 = 14.28 \qquad S_i^2 = 86.66 \qquad \alpha = 0.88$$

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

## ตัวอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน

รูปภาพ	ยี่ห้อ	รุ่น
	Acer	Acer Neo Touch S200
	Asus	Asus P835
	Black Berry	Black Berry Curve 8900
	Dell	Dell Mini 3i
	Dopod	Dopod 818 Pro
	Garmin-Asus	Gamin-Asus nuvifone M10E
	HP	HP iPaq Glisten

รูปภาพ	ยี่ห้อ	รุ่น
	HTC	HTC Legend
	i-mobile	i-mobile i858
	iPhone	iPhone 4G
	LG	LG Prada ke850
	Mio	Mio Explora K70
	Motorola	Motorola Milestone
	Nokia	Nokia N900
	O <sub>2</sub>	O <sub>2</sub> Atom Life

รูปภาพ	ยี่ห้อ	รุ่น
	Palm	Palm Pre
	Phillip	Philips Xenium X800
	Samsung	Samsung Omnia 7
	Sony Ericson	Sony Ericsson Green Heart
	Toshiba	Toshiba T-01A

ที่มา. จาก แคตตาล็อกโทรศัพท์มือถือออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย, กันยายน 4 มกราคม 2554, จาก <http://www.siamphome.com>

ภาคผนวก ง  
แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

---

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน จำนวน 7 หน้า ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

เพื่อความสมบูรณ์ของการวิเคราะห์ผลการศึกษา ขอความกรุณาให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามให้ตรงกับข้อมูลและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และตอบทุกข้อเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ขอขอบคุณท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

จรงค์ ปรีวัตรนานนท์

ผู้วิจัย

เลขที่แบบสอบถาม □□□

**แบบสอบถาม**

เรื่อง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรม  
การเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

---

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หน้าข้อความที่เหมาะสมกับท่านที่สุดหรือ  
เติมข้อความลงในช่องว่าง (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

**1. เพศ** 1) ชาย 2) หญิง**2. อายุ** 1) 18-30 ปี 2) 31-40 ปี 3) 41-50 ปี 4) 51-60 ปี**3. ระดับการศึกษา** 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 2) อนุปริญญา/ปวส. 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี**4. อาชีพ** 1) นักศึกษา 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 3) พนักงานบริษัท/รับจ้าง 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน 6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....**5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท

- 5) 40,001-50,000 บาท                       6) 50,001 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนของผู้บริโภค  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่เหมาะสมกับท่านที่สุดหรือ  
เติมข้อความลงในช่องว่าง (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

**1. วัตถุประสงค์ที่ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน (ที่สำคัญที่สุด)**

- 1) เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น e-mail, Internet, SMS, MMS  
 2) เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกม, ถ่ายภาพ, ดูหนัง, ฟังเพลง  
 3) เพื่อทำงาน/ทำธุรกิจ  
 4) เพื่อบันทึกข้อมูลส่วนตัว/จัดตารางนัดหมาย  
 5) เพื่อแสดงสถานะทางสังคม  
 6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

**2. ท่านนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนในการใช้งานประเภทใดมากที่สุด**

- 1) บันทึกข้อมูลส่วนตัว/นัดหมาย     2) ส่งข้อมูล SMS และ MMS  
 3) Chat on line                               4) ติดต่อสื่อสารทาง e-mail  
 5) ดูข้อมูลข่าวสารผ่าน Internet     6) เล่นเกม ดูหนัง ฟังเพลง  
 7) การวัดพิกัด GPS                       8) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

**3. ท่านมีการพิจารณาเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนจากสิ่งใดมากที่สุด**

- 1) ราคาที่เหมาะสม                       2) รูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัย  
 3) มีโปรแกรมรองรับหลากหลาย     4) การใช้งานง่าย สะดวก  
 5) รองรับเทคโนโลยีในอนาคต     6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

**4. ท่านซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเครื่องปัจจุบันนี้หือใด**

- 1) ซัมซุง                                       2) โซนี่ อิริคสัน  
 3) โนเกีย                                     4) โมโตโรล่า  
 5) แอปเปิล (ไอโฟน)                   6) แอลจี  
 7) ไอ-โมบาย                               8) แบล็คเบอร์รี่  
 9) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

5. ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ท่านใช้เป็นระบบเครือข่ายใด

- 1) AIS  2) DTAC  
 3) True Move  4) Hutch  
 5) Thai Mobile  6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

6. ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ท่านใช้เป็นระบบปฏิบัติการใด

- 1) Android  2) Black Berry (RIM)  
 3) iPhone OS  4) Symbian  
 5) WebOS (Palm OS)  6) Windows Mobile  
 7) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

7. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

- 1) ศูนย์บริการ เช่น AIS, DTAC, True Move, Hutch  
 2) ตัวแทนจำหน่าย เช่น J-Mart, i-mobile, iStudio, Telewiz  
 3) ร้านค้า เช่น มาตรฐานครอง, ฟอรั่ม, เซียร์  
 4) อินเทอร์เน็ต  
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

8. ราคาโดยประมาณที่ท่านคาดว่าจะซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  2) 5,001-10,000 บาท  
 3) 10,001-15,000 บาท  4) 15,001-20,000 บาท  
 5) 20,001-25,000 บาท  6) 25,001 บาท ขึ้นไป

9. ท่านชำระเงินด้วยวิธีใดในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน

- 1) เงินสด  2) บัตรเครดิต  
 3) เงินผ่อน  4) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

10. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนต่อเดือนเท่าใด

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท  2) 501-1,000 บาท  
 3) 1,001-1,500 บาท  4) 1,501-2,000 บาท  
 5) 2,001-2,500 บาท  6) 2,501 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่  
**สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของ  
 การเลือกซื้อเพียงช่องเดียว

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1) ด้านฮาร์ดแวร์</b>					
1.1 มียี่ห้อให้เลือกหลากหลาย					
1.2 มีขนาดตัวเครื่องที่เหมาะสม					
1.3 มีน้ำหนักที่เหมาะสม					
1.4 มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย					
1.5 มีสีสันทันให้เลือกหลากหลาย					
1.6 วัสดุที่ใช้ผลิตมีคุณภาพ					
1.7 สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น ๆ ได้หลากหลาย					
1.8 แบตเตอรี่ใช้งานได้นาน					
1.9 การรับประกันสินค้า					
<b>2) ด้านซอฟต์แวร์</b>					
2.1 มีโปรแกรมรองรับมากมาย					
2.2 รองรับโปรแกรมจากนักพัฒนาโปรแกรมอิสระ					
2.3 มีแหล่งโหลดโปรแกรมหลากหลาย					
2.4 มีโปรแกรมฟรีหลากหลาย					
2.5 โปรแกรมลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสม					
<b>3) ด้านระบบปฏิบัติการ</b>					
3.1 มีระบบปฏิบัติการให้เลือกหลากหลาย					
3.2 มีความเสถียรในการทำงาน					
3.3 เป็นระบบเปิดให้นักพัฒนาอิสระพัฒนาต่อได้					
3.4 สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต					

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.5 ทำงานได้ง่าย สะดวกสบาย					
3.6 มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน					
3.7 ความสามารถในด้านประหยัดพลังงาน					
3.8 มีการพัฒนาระบบปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง					
<b>4) ด้านระบบเครือข่าย</b>					
4.1 มีระบบเครือข่ายให้เลือกหลากหลาย					
4.2 มีความรวดเร็วในการถ่ายโอนข้อมูล					
4.3 มีโครงข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่					
4.4 สัญญาณการสื่อสารที่คมชัด ไม่ติดขัด					
4.5 การรองรับระบบ GPRS/EDGE/CDMA/3G					
4.6 มีการพัฒนาระบบเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง					

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับการรับรู้เพียงช่องเดียว

ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญต่อสื่อที่ใช้นำเสนอ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1) สื่อบุคคล</b>					
1.1 ผู้เชี่ยวชาญ					
1.2 บุคคลที่มีชื่อเสียง นักแสดง/นักร้อง					
1.3 พนักงานขาย					
1.4 สมาชิกในครอบครัว					
1.5 เพื่อน/คนรู้จัก					

ปัจจัยด้านสื่อที่ใช้นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน	ระดับความสำคัญต่อสื่อที่ใช้นำเสนอ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<b>2) สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
2.1 หนังสือพิมพ์					
2.2 นิตยสาร					
2.3 แผ่นพับ/ใบปลิว					
2.4 ใบโฆษณา					
<b>3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>					
3.1 วิทยุกระจายเสียง					
3.2 โทรศัพท์					
3.3 ภาพยนต์					
3.4 อินเทอร์เน็ต					
<b>4) สื่อกิจกรรม</b>					
4.1 งานแสดงสินค้า					
4.2 การเข้าฟังการบรรยาย/สัมมนา					
4.3 การจัดประกวดนวัตกรรม					
<b>5) สื่อนอกสถานที่</b>					
5.1 ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่					
5.2 ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ					
5.3 การโฆษณา ณ จุดขาย					
5.4 ข้อความโฆษณาบนหน้าจอ ATM					

### ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

#### 1. เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

.....

#### 2. สื่อที่ใช้ในการนำเสนอกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

---

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านเป็นอย่างยิ่ง