

## ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของคนในจังหวัดภูเก็ต

ชิตชนก ทิพย์รักษา<sup>1\*</sup> ดารณิรัตน์ แสงอุ่น<sup>2</sup> สมชาย ไชยโคต<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของคนในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต 4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการเลือกซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10000 - 20000 บาท สถานะภาพโสด เคยใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Iphone ปัจจุบันยังใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ Iphone มีความถี่ในการเปลี่ยนสมาร์ตโฟนเครื่องใหม่ 3 ปีขึ้นไป สาเหตุในการเปลี่ยนสมาร์ตโฟนเพราะเครื่องเดิมเสียใช้งานไม่ได้ ซึ่งยินดีจ่ายเงินซื้อสมาร์ตโฟนเครื่องใหม่อยู่ในช่วงราคา 5000-10000 บาท โดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยมีระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน น้อยกว่า 3 วัน ซึ่งบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone คือเพื่อนหรือคนรู้จัก นิยมซื้อ Smartphone จากศูนย์เครือข่ายโทรศัพท์มือถือและจ่ายด้วยบัตรเครดิต โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในด้านด้านผลิตภัณฑ์ และมีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

คำสำคัญ : สมาร์ตโฟน การตัดสินใจซื้อ จังหวัดภูเก็ต

<sup>1\*</sup>, <sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

<sup>3</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

## Factors That Are Important to the Decision to Buy Smartphone of People in Phuket

Chidchanok Thipraksa<sup>1\*</sup> Daraneerat Sangaun<sup>2</sup> Somchai Chaiyakot<sup>3</sup>

### Abstract

Research study Factors that are important to people in Phuket's smartphone purchase decision Objective 1. To study the purchasing behavior of smartphones of people in Phuket. 2. To study the factors of marketing mix Which is important to the decision to buy a Smartphone of people in Phuket. 3. To study the satisfaction of making a decision to buy a Smartphone of people in Phuket. 4. To study the problem Obstacles in choosing a smartphone for people in Phuket. The sample group was 400 people living in Phuket. The data collection tool was a questionnaire. Data were analyzed by using descriptive statistics from the research results it was found that Most of the respondents were female, Average age from 21 to 30 years, Graduated with a bachelor's degree have a career as a private company employee, Have an average monthly income of 10000 - 20000 baht, Single status, Used to smartphone brands Iphone, now still use smartphones brand Iphone has a frequency of replacing a new smartphone for 3 years or more, the reason for changing the smartphone because the original device is broken. Not willing to pay to buy a new smartphone in the price range of 5000-10000 baht by receiving information about smartphones via the Internet The decision time to buy a smartphone is less than 3 days, where the person who influences the decision to buy a Smartphone is a friend or acquaintance. Buy a Smartphone from a mobile phone network center and pay with a credit card. With a marketing mix factor in marketing promotion Are satisfied with the product And have an opinion that Product problems and obstacles That is important to the decision to buy a Smartphone of people in Phuket.

**Key words:** Smartphone Buying decision Phuket

---

<sup>1\*</sup>, <sup>2</sup> Department of Business Computer, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, E-mail chidchanok6211@gmail.com

<sup>3</sup> Department of Business Computer, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, E-mail somchai\_89@hotmail.com

## บทนำ

เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์และจำเป็นต่อมนุษย์อย่างมากในปัจจุบัน ทำให้มนุษย์ต้องพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการ และอำนวยความสะดวกได้มากขึ้น โดยปัจจุบันเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า Smartphone เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างมากจนถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ห้าไปแล้ว ซึ่งความสำคัญของโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มขึ้นต่างจากเมื่อก่อนที่ใช้เพียงแค่รับสายหรือโทรออกหรือส่งข้อความหาคนที่รู้จัก แต่ในปัจจุบัน Smartphone สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและง่ายดาย โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายอย่าง 4G หรือ Wi-fi ซึ่งสามารถส่งข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังทำให้การเข้าถึงโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Line Facebook Instagram และแอปพลิเคชันต่างๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ปัจจุบันเทคโนโลยีเริ่ม เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้นในช่วง 5-6 ปี ที่ผ่านมา นี้อย่างเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตในสังคมยุคใหม่เหมือนกันนอกจากการใช้ งานในการติดต่อสื่อสารแล้ว ชีตความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงถูกพัฒนาเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จนในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือยังได้นำมาใช้ในด้านความบันเทิง รับส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่ด้านการศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงกลายมาเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินชีวิตประจำวันของ ผู้คนในสังคมยุคใหม่ ทำให้การแข่งขันในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ ทวีความรุนแรงขึ้นเป็นลำดับ เมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนได้เข้ามาอยู่ในกระแสความนิยมของผู้บริโภคทำให้ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาและ ผลิตสมาร์โฟนมากยิ่งขึ้น (วรินดา บุญพิทักษ์, 2554)

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ได้มีประโยชน์เพียงใช้ในการติดต่อสื่อสารเท่านั้น แต่ยังสามารถ ให้บริการต่าง ๆ ได้ เช่น การดัดแปลงถ่ารูป ซึ่งความคมชัดเท่ากล้องดิจิทัล สามารถรับฟังวิทยุ FM ได้ หรือแม้กระทั่งการฟังเพลงแบบ MP3 เป็นต้น และในปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีคุณสมบัติ พิเศษอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น บริการ WAP ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถ ติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านทางระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สายได้ทุกที่ เป็น การโต้ตอบสื่อสารกันระหว่างคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งโดยการรับ-ส่ง ข้อความสั้น ๆ (SMS) และการส่งรูปภาพ และ เสียงเพลงผ่านบริการ MMS ซึ่งคุณสมบัติพิเศษเหล่านี้ยังสามารถพัฒนารูปแบบไปได้ เรื่อย ๆ จนถึงมีการ Chat เล่น อินเทอร์เน็ต จึงเป็นเครื่องจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมาก (พรพิมล พุ่งสี, 2546)

เหตุผลสำคัญในกลุ่มผู้ซื้อที่ทำให้ Smartphone มีการเติบโตขึ้น คือ การตอบสนองรูปแบบการดำรงชีวิตของ กลุ่ม คนที่นิยมเทคโนโลยีรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกสบายและการใช้งานเพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ศึกษาว่า ผู้ที่มี Smartphone ได้ใช้ในรูปแบบใด แล้วใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง ซึ่งจะสามารถสื่อให้เห็นถึงความสำคัญและ ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone เพื่อมาใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านของผู้บริโภค ทำให้ทราบว่า Smartphone นั้นมี ประโยชน์มากน้อยเพียงใด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการเลือกซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/Literature Review

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของคนในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านโดยได้สรุป การใช้แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ใช้แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรบริโภคของ Schiffman and Kanuk (1994) และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554)

โดยมีข้อความคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ประกอบด้วย

- Smartphone ที่เคยใช้
- Smartphone ที่เลือกใช้
- ความถี่ในการซื้อ
- สาเหตุที่เปลี่ยน Smartphone
- ทราบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลใด
- งบประมาณในการซื้อ
- ระยะเวลาตัดสินใจ
- บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ
- ซื้อ Smartphone จากที่ไหน
- ซื้อด้วยวิธีใด

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนใน จังหวัดภูเก็ต ใช้แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler, Philip (2003)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

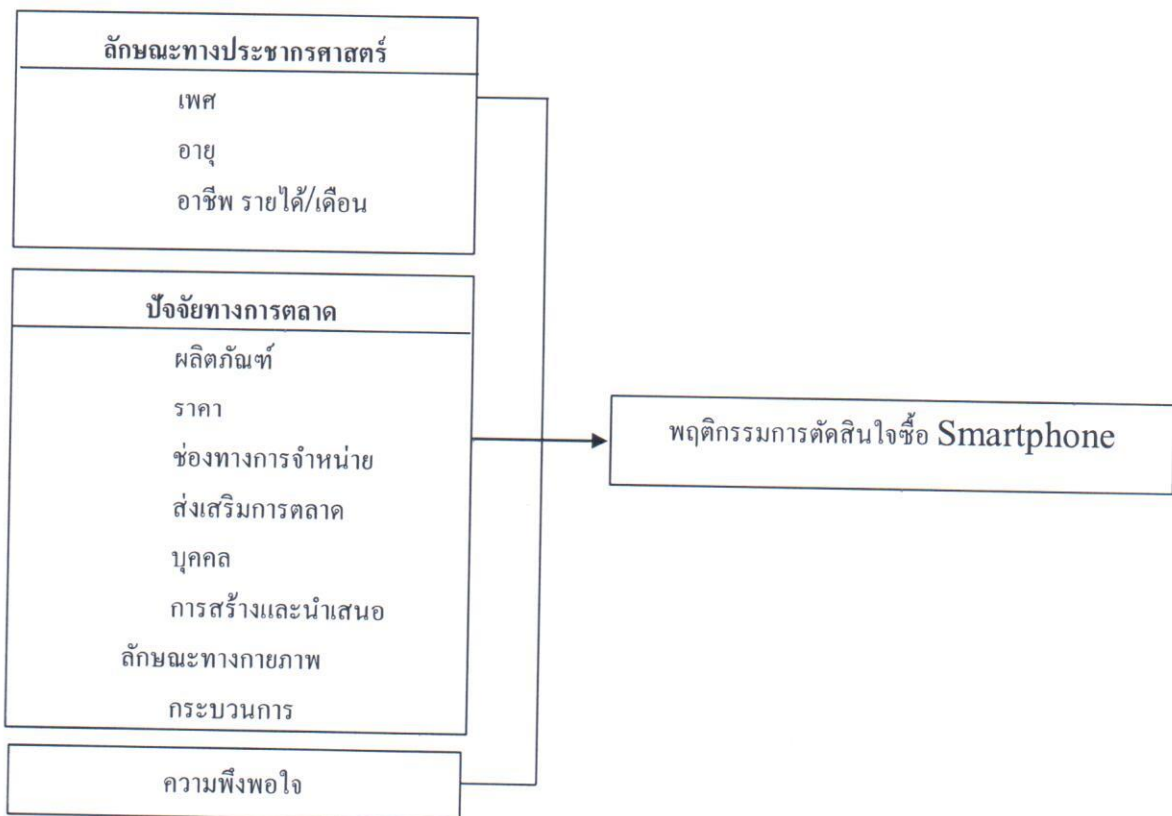
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีทั้งหมด 7 ข้อ
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่าย มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด มีทั้งหมด 6 ข้อ

3. ความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยความพึงพอใจต่อไปนี้ ใช้แนวคิดและทฤษฎีของ ฌ็องเวรีน เจียร์ประดิษฐ์ (2558) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ความพึงพอใจด้านราคาและความคุ้มค่า มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขาย มีทั้งหมด 5 ข้อ
- ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีทั้งหมด 4 ข้อ

4. ปัญหา อุปสรรคในการเลือกซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วยปัญหาและอุปสรรคต่อไปนี้ ใช้แนวคิดและทฤษฎีของ พิษณุภา มุสิเกต (2563) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์ มีทั้งหมด 4 ข้อ
- ปัญหาและอุปสรรคในด้านราคา มีทั้งหมด 2 ข้อ
- ปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดจำหน่าย มีทั้งหมด 2 ข้อ
- ปัญหาและอุปสรรคในด้านการส่งเสริมการขาย มีทั้งหมด 3 ข้อ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## ระเบียบวิธีการวิจัย /Research Methodology

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวนทั้งสิ้น 402,017 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561)

### ขนาดและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) เพราะทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของทาโรยามาเน่คำนวณหาขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างคือ

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทนจำนวนประชากรในการวิจัย
	E	แทนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างปกติกำหนดเท่ากับร้อยละ 5

$$n = \frac{402,017}{1 + 402,017(0.05)^2}$$

ซึ่งสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 399.6 คน โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน และจะแบ่งเก็บแต่ละอำเภอตามจำนวนความเหมาะสม ใช้วิธีการสุ่มไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากแบบสอบถามในทางสังคมศาสตร์ และนำมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม จำนวน 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของ

ประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต

### การตรวจสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้านคือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังนี้

1.การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้มีประสบการณ์พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางเป็นร้อยละ

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นมีดังนี้ (Cooper and Schindler, 2006)

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงถึง	ระดับน้อยที่สุด

### ผลการวิจัยและอภิปราย /Results and Discussion

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้สมาร์โฟนยี่ห้อ Iphone มากที่สุดปัจจุบันยังใช้สมาร์โฟนยี่ห้อ Iphone ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปลี่ยนสมาร์โฟนเครื่องใหม่ 3 ปีขึ้นไปไม่มีสาเหตุในการเปลี่ยนสมาร์โฟนเพราะเครื่องเดิมเสียใช้งานไม่ได้ซึ่งจะยินดีจ่ายเงินซื้อสมาร์โฟนเครื่องใหม่อยู่ในช่วงราคา 5000-10000 บาทโดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมาร์โฟนผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อสมาร์โฟนน้อยกว่า 3 วัน ซึ่งบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone คือเพื่อนหรือคนรู้จัก นิยมซื้อ Smartphone จากศูนย์เครือข่ายโทรศัพท์มือถือและจ่ายด้วยบัตรเครดิตมากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภค Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับ

มาก โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03) และรองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมในระดับมากโดยมีความคิดเห็นว่าเป็นรูปแบบสวยงาม สะดวกต่อการพกพา มีความสำคัญ มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.23) และรองลงมาคือวัสดุที่นำมาใช้มีความคงทน(มีค่าเฉลี่ย4.18) และมีฟังก์ชันในการใช้งานหลากหลาย(มีค่าเฉลี่ย4.03)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาภาพรวมในระดับมากโดยมีความคิดเห็นว่าเป็นสามารถผ่อนชำระได้ มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.00) และรองลงมาคือราคามีความคุ้มค่ากับคุณภาพของเครื่องโทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ย 3.92) และมีราคาให้เลือกหลายระดับ (มีค่าเฉลี่ย3.84)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายภาพรวมในระดับมากโดยมีความคิดเห็นว่าเป็นที่ทางร้านมีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้เลยมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.06) และรองลงมาคือ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก(มีค่าเฉลี่ย 3.97) และ มีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง (มีค่าเฉลี่ย3.92)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นดาราดารา ศิลปิน หรือคนดังใช้งานจำนวนมาก มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.10) และรองลงมาคือ มีการรับประกันเครื่อง (มีค่าเฉลี่ย 3.97) และ มีศูนย์บริการหรือศูนย์ซ่อมหลายแห่ง (มีค่าเฉลี่ย3.92)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต จาก การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ Smartphone ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ความพึงพอใจด้านราคาและความคุ้มค่าความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขาย ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.08) และรองลงมาคือความพึงพอใจด้านความปลอดภัย และความพึงพอใจด้านราคา และความคุ้มค่าโดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยพึงพอใจในประดีนรูปแบบสวยงาม สะดวกต่อการพกพา มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.14) และรองลงมาคือ คุณภาพของสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (มีค่าเฉลี่ย 4.09 ) และมีฟังก์ชันในการใช้งานหลากหลาย (มีค่าเฉลี่ย 4.06)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในระดับมากโดยพึงพอใจในประดีนสถานที่ของร้านค้าเหมาะสม ไม่อยู่ในสถานที่เปลี่ยว มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.15) และรองลงมาคือ พึงพอใจในการแสดงตรารับรองมาตรฐานสมาร์ทโฟน (มีค่าเฉลี่ย 4.09) และร้านค้ามีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นอย่างดี (มีค่าเฉลี่ย 4.04)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคาและความคุ้มค่าในระดับมาก โดยพึงพอใจในประดีนสามารถผ่อนชำระได้ มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.11) และรองลงมาคือ ราคามีความคุ้มค่ากับคุณภาพของเครื่องโทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ย 4.05) และสินค้ามีราคาหลากหลายให้เลือกซื้อ (มีค่าเฉลี่ย 3.99)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขายในระดับมาก โดยพึงพอใจในประดีนการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.09) และรองลงมาคือ มีการทดลองเครื่องก่อนตัดสินใจซื้อ (มีค่าเฉลี่ย



4.07) และลดราคาพิเศษหรือมีของสมนาคุณ (มีค่าเฉลี่ย 3.98)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยพึงพอใจในประเด็นที่ทางร้านมีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้เลย มากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.03) และรองลงมาคือ ช่วงเวลาเปิด-ปิดของร้านมีความเหมาะสม (มีค่าเฉลี่ย 3.91) และมีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง (มีค่าเฉลี่ย 3.90)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการซื้อ Smartphone ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาและอุปสรรคในการเลือกบริโภค Smartphone ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่า Smartphone มีหลากหลายรุ่น หลายยี่ห้อให้เลือก เป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 3.37) และรองลงมาคือ คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (มีค่าเฉลี่ย 3.04) และความยากง่ายในการใช้งาน (มีค่าเฉลี่ย 2.97)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในด้านราคาในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาสูง เป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 2.88) และรองลงมาคือ รายได้ที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการซื้อ Smartphone (มีค่าเฉลี่ย 2.84)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดจำหน่ายในระดับน้อย โดยมีความคิดเห็นว่าร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ เป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 2.60) และรองลงมาคือ สาขาที่เปิดให้บริการอยู่ห่างไกลจากบ้าน (มีค่าเฉลี่ย 2.58)

- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในด้านการส่งเสริมการขายในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าการรับรองผลิตภัณฑ์เมื่อมีปัญหา แต่ต้องมีค่าใช้จ่ายเป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 2.99) และรองลงมาคือ การผ่อนชำระในราคาที่สูง (มีค่าเฉลี่ย 2.72) และการโฆษณาเกินจริง/ข้อมูลไม่ชัดเจน (มีค่าเฉลี่ย 2.64)

### สรุปและอภิปราย Conclusion

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนใน จังหวัดภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone มากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม และสะดวกต่อการพกพา ซึ่งสอดคล้องกับ ตัวน หยิน (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อโทรศัพท์มือถือของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการวิจัย พบว่าส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับ มากทุกด้าน โดยเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อโทรศัพท์มือถือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่สูงที่สุด คือ คุณภาพ และความคงทน รองลงมาคือ ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย และข้อที่ต่ำที่สุด คือ ขนาดของเครื่องในการพกพา

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อ Iphone ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีความนิยมมากที่สุด เป็นยี่ห้อที่ฟังก์ชันการใช้งานที่ทันสมัยและคงทนต่อการใช้งานจึงทำให้คนส่วนใหญ่เลือกใช้ยี่ห้อนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลลักษณ์ บุญยัง (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ระบบปฏิบัติการ iOS หรือยี่ห้อ Iphone ร้อยละ 52.5 เพศชาย ร้อยละ 58.8 อายุระหว่าง 21-24 ปี ร้อยละ 64.2 ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 96.4 และรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 41.3

3. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อ หรือเปลี่ยน Smartphone ตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป ด้วยสาเหตุที่ปัจจุบันนี้มีการผลิต Smartphone หลากยี่ห้อ หลากๆยี่ห้อ ในแต่ละปี ซึ่งสอดคล้องกับ ดารารัตน์ เทียงธรรม (2559) ที่ทำการศึกษาศักยภาพที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้เข้าชมนงานโมบายเอ็กซ์โป 2559 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปลี่ยนโทรศัพท์มือถือทุก ๆ 3 ปี หรือมากกว่านั้น เพราะปัจจุบันตลาดมือถือมีการแข่งขันกันตลอดเวลา มีการผลิตโทรศัพท์สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ ยี่ห้อใหม่ๆ และระบบใหม่ๆก็อาจจะไม่รองรับเครื่องเก่า

4. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนจากศูนย์เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เพราะมีความเชื่อถือและความน่าไว้มากกว่าตัวแทนขายหรือทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ ปณัฐพงษ์ วิมลโสภณกิตติ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่าปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์มือถือรุ่นที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นรุ่น ไอโฟน 5/5s ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2557 การจัดการการตลาด ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558 จำนวน 165 คน ที่ความจุ 16 GB คิดเป็นร้อยละ 55.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ ความสามารถของสินค้า จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 การข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือไอโฟนก่อนตัดสินใจซื้อ จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 251 คิดเป็นร้อยละ 62.7 และ ซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนจากตัวแทนจำหน่ายเครือข่ายโทรศัพท์มือถือจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

5. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมาร์โฟนผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่ายและเปรียบเสมือนเป็นห้องสมุดออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ นางสาวเสาวนีย์ ขจรเทวาวงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนตราสินค้าจีนของผู้บริโภคคนไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลสาร เกี่ยวกับสมาร์โฟนตราสินค้าจีนจากแหล่งต่างๆ ที่มากที่สุด ได้แก่ ร้อยละ 36.61 จะได้รับข้อมูล ข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งใกล้เคียงกับการได้รับข่าวสารผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 30.81 ถัดมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลผ่านสื่อทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 10.32 และรับข้อมูลผ่านทางแผ่นพับ โบชัวร์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.23 นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถาม บางส่วนระบุว่าได้รับข่าวสารจากสื่ออื่นๆ อยู่ราวร้อยละ 2.74 โดยจะรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเพื่อนแนะนำ ร้านค้าแนะนำ และพนักงานขายแนะนำด้วย เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะและการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษา “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ของประชาชนใน จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัย ได้รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม และผลจากการวิเคราะห์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางให้ ผู้ประกอบการ วางแผนทางการตลาด และพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ Smartphone ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือมีปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ซึ่งเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่น้อย ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต ควรส่งเสริมสนับสนุน หรือกำหนดนโยบายด้านราคา และผลิตภัณฑ์ให้เป็นสิ่งดึงดูดใจในการตลาดมากขึ้น เพื่อส่งผลต่อประสิทธิภาพในการตลาดต่อไป

2. จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และรองลงมาคือด้านความปลอดภัย ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ซึ่งเห็นได้ว่า ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นด้านที่น้อย ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตควรส่งเสริมสนับสนุน หรือกำหนดนโยบาย โดยอาจเพิ่มเติมโปรโมชั่น หรือสร้างความมั่นใจให้กับช่องทางในการจำหน่าย เพื่อประสิทธิภาพการขายในอนาคต

3. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในด้านราคาในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าราคาสูง เป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด และรองลงมาคือ รายได้ที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการซื้อ Smartphone

ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตควรคำนึงถึงการวาง กลยุทธ์ด้านราคาให้เหมาะสม เนื่องจากปัจจุบันคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของสมาร์ทโฟนแต่ละแบรนด์นั้น ไม่แตกต่างกันมากนัก อีกทั้งสมาร์ทโฟนยังมีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาเรื่องความน่าเชื่อถือของตราสินค้าด้วยแล้ว ส่วนใหญ่ยังพิจารณาถึงความคุ้มค่าของราคาที่จ่ายออกไปกับสมาร์ทโฟนหนึ่งเครื่องจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้าความคงทนในการใช้งาน ประกอบอีกด้วย

4. จากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และรองลงมาคือด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นระบบปฏิบัติการ ฟังก์ชันการทำงาน และแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับได้หลากหลาย คุณภาพกล้องถ่ายรูป น้ำหนักของตัวเครื่องมีน้ำหนักเบา กะทัดรัด สะดวกต่อการหยิบใช้งานเป็นสำคัญโดยกล้องถ่ายภาพควรมีฟังก์ชันการทำงานที่ง่ายสะดวกต่อการใช้งาน และเป็นกล้องที่ผลิตจากแบรนด์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มจุดแข็งให้สมาร์ทโฟน

5. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ มาก โดยมีความพึงพอใจในการที่ทางร้านมีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้เลย มากที่สุด

ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือทางร้านค้าควรมีการตรวจสอบความพร้อม มีการเตรียมผลิตภัณฑ์ให้พร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ

## รายการอ้างอิง

- ณัฐวัฒน์ เจียรประดิษฐ์ (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย 4G ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ดารารัตน์ เทียงธรรม (2559) ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้เข้าชมงานโมบายเอ็กซ์โป 2559. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ถ้วน หยิน. (2560), พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อโทรศัพท์มือถือ.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- ปณัฐพงษ์ วิมลโสภณกิตติ (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอโฟนของประชาชน ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. คณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- พิชญาภา มุสิเกต (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พรพิมล พุ่งสี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรินดา บุญพิทักษ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ไอโฟนไพร่เอสของ ผู้บริโภคในย่านรังสิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด.
- วิไลลักษณ์ บุญยัง (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยอลงกรณ์
- สารัช สุธาพิทยกุล (2560). สภาพปัญหาและการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาผู้สูงอายุที่ใช้สมาร์ตโฟนในพื้นที่บริเวณโดยรอบพระปิ่นเกล้า เขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปกร
- เสาวนีย์ ขจรเทววงศ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนของผู้บริโภคคนไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business research methods* (9th ed.). Boston, MA: McGraw Hill.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Kotler, Philip.(2003). *Marketing Management* . 11th ed.Upper Saddle River,NJ: Prentice –Hall
- Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazar. (1994) *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentic-Hall.
- Schmitt, N. (2007). *Vocabulary in language teaching* (8th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Taro Yamane (1973).*Statistics: An Introductory Analysis*.3rd Ed. New York. Harper and Row Publications.