

**ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน**  
**FACTORS AFFECTING THE DECISIONS TO PURCHASE SMARTPHONES IPHONE**  
**OF PERSONNEL'S STATE AUDIT OFFICE OF THE KINGDOM OF THAILAND**

ปิยฉัตร สุขยงค์

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Piyachat Sukyong

E mail: psukyong@gmail.com

The Degree of master of business administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 และเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากคือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** สมาร์ทโฟน, สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

## ABSTRACT

The study of the factors affecting the decisions to purchase smartphones iPhone of personnel's State Audit Office of the Kingdom of Thailand aims to determine factors affecting the decisions to purchase smartphones iPhone of personnel's State Audit Office of the Kingdom of Thailand: Product, Price, Place/Channel Distribution, Promotion, People, Process and Physical Evidence. The personal factor were distributed namely: gender, age, education and average monthly income. The population in this study was personnel's State Audit Office of the Kingdom of Thailand. 400 sample completed the questionnaire. The data collection instrument was the questionnaire. The data was analyzed by a computer program to determine percentage, average ( $\bar{X}$ ), and standard deviation (SD).

The results were found as follows. 1) 400 of personnel completed the questionnaire: most of them were female, 387 people, which was 96.75% of the samples, the others were male, 13 people, which was 3.25 %. 243 people were between 21-30 of age, which was 60.75% of the samples and 157 people were between 31-40. Regarding the highest education, most of the samples had a bachelor degree, 278 people, which was 69.50% and 122 people had a higher degree, which was 30.50%. Regarding average monthly income, most of the samples earned 20,001-30,000 baht monthly, 212 people, which was 62.50%; 102 people earned 10,000-20,000 baht monthly, which was 25.50% and 86 people earned more than 30,000 baht monthly, which was 21.50%, respectively.

2) Factors affecting the decisions to purchase smartphones iPhone of personnel's State Audit Office of the Kingdom of Thailand overall were counted as a highest level. When considered by aspects, Product, Place/Channel Distribution, Physical Evidence, and Process were counted as the highest level, while People, Promotion, and Price were counted as a high level, respectively.

**Keyword :** Smartphones, State Audit Office of the Kingdom of Thailand

## บทนำ

“สมาร์ทโฟน” คือ โทรศัพท์พกพา ซึ่งมีความสามารถคล้ายคอมพิวเตอร์และสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา สมาร์ทโฟนเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยเริ่มแรก จุดประสงค์หลักมีไว้เพื่อโทรและส่งข้อความหากัน แต่ปัจจุบันสมาร์ทโฟนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการชีวิตประจำวัน จนทำให้กลายเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นใช้เพื่อการศึกษา ใช้เพื่อการทำงาน ใช้เพื่อการท่องเที่ยว ใช้เพื่อความบันเทิง เช่น ติดตามข่าวสาร ดูหนังฟังเพลง ถ่ายรูป หรือแม้แต่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ออนไลน์แบงก์กิ้ง (Online Banking) และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เป็นต้น

เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2559 คณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้แผนพัฒนาโรดแมปดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยให้ทุกกระทรวง กรม รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำแผนพัฒนาโรดแมปดิจิทัลระยะ 3 ปี รวมถึงแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ไปพิจารณาประกอบการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ และคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีของหน่วยงานให้สอดคล้องกัน

เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2563 สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติร่วมจัดแถลงข่าว สตง. นำร่อง “ปี 64 ถึงทิบอกลางระคาย” โดยนายประจักษ์ บุญยัง ผู้ว่าการตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) เปิดเผยว่า สตง. มีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพงานตรวจสอบในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบ และในฐานะหน่วยงานตรวจสอบที่ต้องจัดเก็บเอกสารหลักฐานเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบเอกสาร จึงได้จัดทำระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถดำเนินการออกเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับงานตรวจสอบผ่านระบบดิจิทัล ตามมติคณะรัฐมนตรี

จากการวิเคราะห์และเก็บสถิติในโลกอินเทอร์เน็ตตลาดมือถือในไทย โดยอ้างอิงจาก StatCounter บริษัทวิเคราะห์และเก็บสถิติในโลกอินเทอร์เน็ต เก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2564-25 ตุลาคม 2565 พบว่า ตลาดผู้จำหน่ายมือถือในประเทศไทย ยังคงแข่งขันกันอย่างดุเดือด โดย 5 แปรนต์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ได้แก่ 1. Apple 27.89%, 2. Samsung 21.38%, 3. Oppo 16.37%, 4. Vivo 12.43% และ 5. Huawei 6.57%

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการทำงานเพื่อกระชับงานการตรวจสอบ จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้การทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเปลี่ยนแปลงไป และจากการวิเคราะห์และเก็บสถิติในโลกอินเทอร์เน็ตตลาดมือถือในไทย จาก StatCounter ระหว่างเดือนตุลาคม 2564-25 ตุลาคม 2565 พบว่า แปรนต์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด คือ Apple ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับนักการตลาดและผู้บริหารในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และรองรับการแข่งขันในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

**ตัวแปรอิสระ** ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ตัวแปรตาม** ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

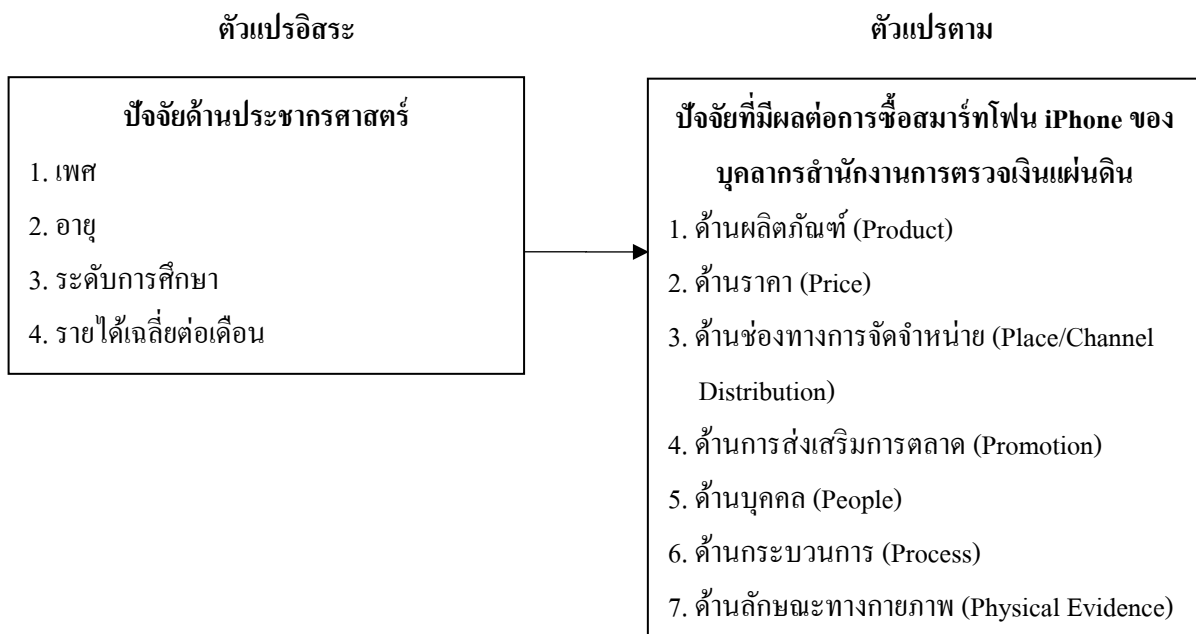
### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2566

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
2. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปร หรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเกิดการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

## 2. ข้อมูลทั่วไปของสมาร์ทโฟน iPhone

Apple ได้เปิดตัว iPhone รุ่นแรก โดย สตีฟ จอบส์ เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2550 ในงาน Macworld ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ที่สมาร์ทโฟนเปลี่ยนมาใช้หน้าจอสัมผัส แทนที่จากเดิมที่ต้องใช้แป้นพิมพ์แบบ QWERTY หรือใช้ปากกาจิ้มหน้าจอ และมีการรวมระหว่างโทรศัพท์กับ iPod อีกทั้งยังมีระบบปฏิบัติการที่ทำให้สมาร์ทโฟนสามารถทำงานได้มากขึ้น โดย iPhone รุ่นแรก ได้รับการยกย่องให้เป็นสิ่งประดิษฐ์ยอดเยี่ยมประจำปีของนิตยสาร Time และหลังจากนั้น Apple ก็ได้มีการเปิดตัวรุ่นใหม่ๆ ตามมาในทุก ๆ ปี โดยปัจจุบัน Apple ได้เปิดตัวรุ่นล่าสุดของ iPhone คือ iPhone Series 14 ซึ่งได้เปิดตัวครั้งแรกวันที่ 9 กันยายน 2565

## 3. ข้อมูลของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เป็นส่วนราชการที่เป็นหน่วยงานอิสระตามรัฐธรรมนูญ อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของผู้ว่าการตรวจเงินแผ่นดิน ประกอบด้วย ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค โดยส่วนภูมิภาคประกอบด้วยสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินภูมิภาค 15 แห่ง และสำนักตรวจเงินแผ่นดินจังหวัด 76 แห่ง

## 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิรินทร์ สุขหงส์ทอง (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จากบริษัท แอปเปิ้ล จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน และด้านที่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

กชามาศ หวังเจริญ (2561) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

MENGJIE XU (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

วิษณุ มณีวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม

การตลาด และด้านราคา และผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนโดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

วรวุฒิ ปิยวินิจัญกุล (2562) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เสกสรร เอ็มประโคน (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย

ชนาพร อินทร์ชัย (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของบุคลากร กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของบุคลากร กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินที่ซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ขนาดของ กลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณจะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ตัวอย่างจึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความเหมาะสมและสะดวกในการประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 คน

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินซึ่งสร้างขึ้นและสามารถแบ่งได้ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นคำถามที่สำรวจความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ซึ่งปัจจัยหลักส่วนประสมทางการตลาดในการสำรวจครั้งนี้ มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 37 ข้อ เป็นคำถามแบบประเมินค่าความสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความสำคัญมากที่สุด = 5 คะแนน, ระดับความสำคัญมาก = 4 คะแนน, ระดับความสำคัญปานกลาง = 3 คะแนน, ระดับความสำคัญน้อย = 2 คะแนน และระดับความสำคัญน้อยที่สุด = 1 คะแนน

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนนต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form ตอบคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถาม ในส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้อธิบายเพิ่มเติม และรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 และเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงาน การตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากคือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ดีไซน์สวยงาม ทันสมัย, ความรวดเร็วระบบปฏิบัติการ / มีการ update เสมอ, ความเสถียรของระบบปฏิบัติการตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ผลิตภัณฑ์วัสดุที่มีคุณภาพ แข็งแรงคงทน

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ, มีหลายระดับราคาให้เลือก, ราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีมาตรฐาน, ค่าบำรุงรักษาเครื่องมีความเหมาะสม, ราคาขายต่อมือสองได้ราคาสูง, ราคาของอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เช่น หูฟัง อุปกรณ์ชาร์จมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีมากมายหลายสาขา, ร้านตัวแทนจำหน่าย มีที่ตั้งสะดวกในการ เดินทาง, มีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง, ความสะดวกของสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ความน่าเชื่อถือของช่องจำหน่ายทางออนไลน์, มีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้เลย ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ มีโปรโมชั่นผ่อนสินค้า, การโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมชัน เช่น ส่วนลด ค่าเครื่อง, มีการรับประกันสินค้าที่เหมาะสม เช่น การซ่อมบำรุง การเปลี่ยนเครื่องใหม่, มีของแถม และของสมนาคุณจากผู้จำหน่าย ตามลำดับ

ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ดี เช่น การเช็คสภาพของเครื่อง, มีมนุษย์สัมพันธ์ดี และเต็มใจในการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ พนักงานขาย ให้บริการที่น่าประทับใจ, พนักงานแต่งกายเรียบร้อย สะอาด และเหมาะสม, พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล, มีความเข้าใจ และสามารถแก้ปัญหาได้ ตามลำดับ



ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถกำหนดวิธีการชำระเงินได้ เช่น บัตรเครดิต หรือโอนผ่านธนาคาร, ขั้นตอนในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ชื้อหน้าร้าน ชื้อออนไลน์ มีความสะดวก และรวดเร็ว, มีศูนย์บริการสำหรับสอบถามข้อมูล ต่าง ๆ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ มีบริการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์, การให้บริการของบริษัทจำหน่าย ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับท่าน, ภาพลักษณ์ที่ดีของตัวผลิตภัณฑ์, สถานที่จำหน่ายสินค้าถูกจัดวางเป็นระเบียบและง่ายต่อการเลือกซื้อ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ บรรยากาศภายในสถานที่จัดจำหน่าย, มีคูปองกับเมื่อเทียบกับสมาร์ตโฟนยี่ห้ออื่น, มีความเหมาะสมและคุ้มค่างบเงิน ตามลำดับ

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 และเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากคือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากคือ ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ดีไซน์สวยงาม ทันสมัย, ความรวดเร็วระบบปฏิบัติการ / มีการ update สม่าเสมอ, ความเสถียรของระบบปฏิบัติการตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ผลิตภัณฑ์วัสดุที่มีคุณภาพ แข็งแรงคงทน ซึ่งสอดคล้องกับ วิษณุ มณีวรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา และผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนโดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

### ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ, มีหลายระดับราคาให้เลือก, ราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีมาตรฐาน, ราคาขายต่อมือสองได้ราคาสูง, ค่าบำรุงรักษาเครื่องมีความเหมาะสม, ราคาของอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เช่น หูฟัง อุปกรณ์ชาร์จมีความเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ กษามาศ หวังเจริญ (2561) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีมากมายหลายสาขา, ร้านตัวแทนจำหน่ายมีที่ตั้งสะดวกในการ เดินทาง, มีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง, ความสะดวกของสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ความน่าเชื่อถือของช่องจำหน่ายทางออนไลน์, มีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้เลย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ธนาพร อินทร์ชัย (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของบุคลากรกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ามีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของบุคลากร กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ มีโปรโมชั่นผ่อนสินค้า, การโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น เช่น ส่วนลดค่าเครื่อง, มีการรับประกันสินค้าที่เหมาะสม เช่น การซ่อมบำรุง การเปลี่ยนเครื่องใหม่, มีของแถม และของสมนาคุณจากผู้จำหน่ายตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วรวิทย์ ปิยวินิจชัยกุล (2562) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

### ด้านบุคคล

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ดี เช่น การเช็คสภาพของเครื่อง, มีมนุษย์สัมพันธ์ดี และเต็มใจในการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ พนักงานแต่งกายเรียบร้อย สะอาด และเหมาะสม, พนักงานขายให้บริการที่น่าประทับใจ, พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล, มีความเข้าใจ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สุธงส์ทอง (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน จากบริษัท แอปเปิ้ล จำกัด ผลการศึกษารวบรวมได้ว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน และด้านที่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

### ด้านกระบวนการ

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถกำหนดวิธีการชำระเงินได้ เช่น บัตรเครดิต หรือโอนผ่านธนาคาร, ขั้นตอนในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อน้ำร้าน ชื่อออนไลน์ มีความสะดวก และรวดเร็ว, มีศูนย์บริการสำหรับสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ มีบริการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์, การให้บริการของบริษัทจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ MENGJIE XU (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลจากการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับท่าน, ภาพลักษณ์ที่ดีของตัวผลิตภัณฑ์, สถานที่จำหน่ายสินค้าถูกจัดวางเป็นระเบียบและง่ายต่อการเลือกซื้อ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ บรรยากาศภายในสถานที่จัดจำหน่าย, มีคัมคัมกับเมื่อเทียบกับสมาร์ตโฟน ยี่ห้ออื่น, มีความเหมาะสมและคุ้มค้ำกับเงิน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ เสกสรร เอ็มประโคน (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงาน การตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมากที่สุด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผลิตภัณฑ์ดีไซน์สวยงาม ทันสมัย โดยปัจจุบัน Apple ได้พัฒนาดีไซน์โดยให้ iPhone 14 Pro Max ผลิตจากสแตนเลสสตีลเกรดเดียวกับที่ใช้ทำเครื่องมือศัลยกรรม และ iPhone 14 Plus ผลิตจากอะลูมิเนียมเกรดเดียวกับอุตสาหกรรมอวกาศ ซึ่งทำให้มีความแข็งแรงมากขึ้น และกระจกด้านหน้าแบบ Ceramic Shield ซึ่งแข็งแรงกว่ากระจกบนสมาร์ตโฟนทั่วไป และได้เปลี่ยนรอยบาก (Notch) คือพื้นที่สีดำที่อยู่ด้านบนของตัวเครื่อง ซึ่งเป็นที่อยู่ของเซ็นเซอร์ต่าง ๆ รวมถึงกล้องหน้าด้วยโดยได้พัฒนาเป็น Dynamic Island ซึ่งเปลี่ยนให้พื้นที่สีดำกลายเป็นฟีเจอร์ เช่น เมื่อเราเปิดเพลง ก็จะมีสัญลักษณ์เพลงขึ้นมา และสามารถย่อขยายได้อีกด้วย ดังนั้น จึงควรรักษามาตรฐาน และควรพัฒนารูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และน่าสนใจอยู่เสมอ, ความรวดเร็วระบบปฏิบัติการ / มีการ update สม่าเสมอ โดยปัจจุบัน Apple ได้พัฒนาระบบปฏิบัติการ iOS ถึงรุ่น iOS 16 และได้พัฒนาให้ iPhone 14 ทุกรุ่นมีแรม 6 GB โดยแรมที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการใช้งานโดยรวมคือ สามารถเปิดใช้งานได้หลายแอปพลิเคชัน และทำให้การใช้งานได้ลื่นไหลมากขึ้น จึงควรรักษามาตรฐาน และควรพัฒนาระบบปฏิบัติการให้สามารถรองรับระบบเครื่องข่ายที่พัฒนายิ่งขึ้นไป

2. ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ตโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงาน การตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยปัจจุบัน Apple ได้มีสมาร์ตโฟน iPhone ให้เลือกซื้อหลายรุ่น และหลายความจุ โดยรุ่นที่ราคาต่ำสุดที่ Apple ยังไม่ยุติการขายคือ iPhone SE รุ่นที่ 3 ความจุ 64 GB ซึ่งตัวเครื่องผลิตจากอะลูมิเนียมเกรดเดียวกับที่ใช้ในอุตสาหกรรมอวกาศ ซึ่งมีราคาเริ่มต้นที่ 17,900 บาท และราคาสูงสุดคือ iPhone 14 Pro Max ตัวเครื่องผลิตจากสแตนเลสสตีลเกรดเดียวกับที่ใช้ทำเครื่องมือศัลยกรรม ความจุ 1 TB ราคา 66,900 บาท ดังนั้นจึงควรรักษามาตรฐานราคาของสมาร์ตโฟน iPhone ให้มีความเหมาะสมกับราคาที่จ่าย และควรพัฒนาระบบปฏิบัติการให้มีความเหมาะสมมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค้ำกับราคาที่จ่าย, มีหลายระดับราคาให้เลือก โดยปัจจุบัน Apple ได้มีสมาร์ตโฟน iPhone ให้เลือกซื้อหลายรุ่น และหลายความจุ โดยรุ่นที่ราคาต่ำสุดที่ Apple ยังไม่ยุติการขายคือ iPhone SE รุ่นที่ 3 ความจุ 64 GB ราคา 17,900 บาท และราคาสูงสุดคือ iPhone 14 Pro Max ความจุ 1 TB

ราคา 66,900 บาท ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้เหมาะสมกับตนเองได้ ดังนั้นจึงควรพัฒนาให้มีหลายรุ่นหลายแบบ และต่างความจุ เพื่อให้เลือกหลายระดับราคาที่เหมาะสมกับลูกค้า ,ราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย คือ เมื่อซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ในวันที่เปิดตัว และซื้อในปัจจุบันจะราคาไม่ต่างกันอย่างมีสาระสำคัญ ดังนั้นเมื่อเวลาผ่านไปผู้บริโภคจึงไม่รู้สึกว่าซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่าลูกค้าที่ซื้อภายหลัง ดังนั้นจึงควรรักษามาตรฐานราคาเพื่อให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมากที่สุด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีมากมายหลายสาขา เช่น มีสาขาในห้างสรรพสินค้า และ ศูนย์การค้า เช่น J AVENUE เพื่อให้สะดวกต่อการทดลองใช้งาน เลือกชมและเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นจึงควรขยายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกชม ทดลองง่ายสินค้า และเลือกซื้อได้, ร้านตัวแทนจำหน่ายมีที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เช่น อยู่ในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า มีที่จอดรถ ใกล้รถไฟฟ้า หรือติดถนนใหญ่ เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางสะดวก, มีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง เช่น ค่ายเครือข่ายมือถือ หรือศูนย์จำหน่ายสินค้าไอที เช่น Banana IT หรือ Power Buy เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเลือกชม ทดลองง่ายสินค้า และเลือกซื้อ ระหว่างการรอทำรายการอื่น ๆ ได้ ดังนั้นจึงควรมีร้านตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกชม ทดลองสินค้า และเลือกซื้อได้ง่าย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีโปรโมชั่นผ่อนสินค้า ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นผ่อนสินค้า ที่ร่วมกับบัตรเครดิตต่าง ๆ เช่น ผ่อนในอัตราดอกเบี้ย 0%หรือรับเครดิตเงินคืน เป็นต้น เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นผ่อนสินค้าเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น เช่น ส่วนลดค่าเครื่อง ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่น เช่น ส่วนลดค่าเครื่อง โดยร่วมกับบัตรเครดิตต่าง ๆ หรือเครือข่ายมือถือ เช่น ลดราคาเครื่องสำหรับลูกค้าที่เปิดเบอร์ใหม่ หรือย้ายค่ายเบอร์เดิม เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่น เพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น

5. ด้านบุคคล พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ดี เช่น การเช็คสภาพของเครื่อง ควรให้ความสำคัญกับพนักงาน ให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าอย่างถ่องแท้ เพื่อให้สามารถตอบคำถามและช่วยเหลือลูกค้าได้ในเบื้องต้น รวมถึงการฝึกอบรม, มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเต็มใจในการให้บริการ เช่น การให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีเมื่อลูกค้ามีท่าทีสงสัยในผลิตภัณฑ์ หรือเมื่อลูกค้าสอบถามเกี่ยวกับโปรโมชั่นหรือของสมนาคุณควรมีคำตอบให้ลูกค้าอย่างทันที ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยจูงใจปลุกฝัง และกำกับดูแลพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจในการให้บริการ, พนักงานขายให้บริการน่าประทับใจ เช่น การให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า หรือโปรโมชั่นของสินค้า สิทธิพิเศษ ข้อเสนอแนะในการใช้งานเบื้องต้น หรือการอำนวยความสะดวกในการให้บริการด้านการชำระเงินแก่ลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานให้มีบุคลิก ความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบข้อสงสัยกับลูกค้า และอุปกรณ์ในการชำระเงินให้มีความสะดวก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

6. ด้านกระบวนการ พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงาน การตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมากที่สุด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สามารถกำหนดวิธีการชำระเงินได้ เช่น บัตรเครดิต หรือโอนผ่านธนาคาร ควรจัดให้มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย เพื่อให้อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าให้สามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก, ขั้นตอนในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ชื้อหน้าร้าน ชื้อออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการส่งมอบ เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าได้หลายช่องทาง โดยให้มีความสะดวก รวดเร็ว และสินค้ามีความปลอดภัย, มีศูนย์บริการสำหรับสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เช่น มีพนักงานคอลเซนเตอร์ บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง หรือมีช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์ เช่น Facebook Instagram และLine เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับช่องทางการสอบถามให้สามารถสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น ควรจัดให้มีพนักงานคอลเซนเตอร์ บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง หรือการจัดให้มีการปรึกษาโดยการพูดคุยออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าสามารถได้รับการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วที่สุด

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน อยู่ในระดับมากที่สุด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับท่าน เนื่องจากสมาร์ทโฟน iPhone มีรูปลักษณ์ภายนอกความสวยงาม หูหระ จึงทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกมั่นใจในการทำงาน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับวัสดุและรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าให้มีความทันสมัย และดูหูหระ, ภาพลักษณ์ที่ดีของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น มีดีไซน์ที่ทันสมัย ทำจากวัสดุที่เงางาม หรือมีสีสันทัดต่าง เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ และภาพจำในตราสินค้า โดยให้ทำให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าของตราสินค้า เพื่อนำไปสู่ความจงรักภักดีในตราสินค้า, สถานที่จำหน่ายสินค้าถูกจัดวางเป็น ระเบียบและง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีการแยกหมวดหมู่ชัดเจน ทางเดินสามารถเดินได้ง่าย ไม่มีสิ่งกีดขวาง ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสินค้าถูกจัดวางเป็น ระเบียบและง่ายต่อการเลือกซื้อ เช่น การวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการหา และการเปรียบเทียบรุ่น เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมตัวแปรต่าง ๆ ในการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน รอบด้าน และความตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษาวิจัย โดยประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเท่านั้น แต่ก็ยังถือไม่ได้ว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นตัวแทนของลูกค้าที่ซื้อสมาร์ทโฟน iPhone ทั้งหมด ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น จึงควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างจากเดิมหรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากรจากเดิม เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กชามาศ หวังเจริญ. (2561). กระบวนการตัดสินใจซื้อ iPhone ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธนาพร อินทร์ชัย. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของบุคลากร กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิษณุ มณีวรรณ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร : การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก
- รวุฒิ ปิยวินิจัยกุล. (2562). การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ IPHONE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สิรินทร์ สุขหงส์ทอง. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน จาก บริษัท แอปเปิ้ล จำกัด ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- เสกสรร เอ็มประ โคน. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ไอโฟนของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- MENGJIE XU. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล : วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต