

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 500 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0 อยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 173 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 34.6 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 239 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 47.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 219 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 43.8 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 111 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 22.2 มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 96 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 19.2

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 อยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 106 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 21.2 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 140 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 28.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 137 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 27.4 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 66 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 13.2 มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 68 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 13.6

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างจาก 500 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกกล้องถ่ายภาพดิจิทัลยี่ห้อ แคนนอน จำนวน 167 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 33.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกกล้องถ่ายภาพดิจิทัลแบบคอมแพค จำนวน 262 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 52.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เพื่อใช้ถ่ายภาพในการท่องเที่ยว จำนวน 450 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล จากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.4 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือตัวเอง จำนวน 432 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.4 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลจากร้านจำหน่ายกล้องทั่วไป จำนวน 272 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิทัลราคา 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 135 ราย คิด

เป็นร้อยละ 27.0 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่ใช้ระบบการชำระเงินแบบเงินสด จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.2

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ Marginal Effects ผลการศึกษาได้ค่า Log likelihood function เท่ากับ -151.2911 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -333.9225 ค่า Chi squared เท่ากับ 365.2628 ค่า McFadden R² เท่ากับ 0.54693 และค่าความถูกต้องของการทำนาย เท่ากับ 87.2% และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงความเชื่อมั่น 99% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha=0.01$) ได้แก่ ปัจจัยด้านความละเอียดของภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านเลนส์ และช่วงระยะเวลาการชুম ของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ปัจจัยด้าน พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจในสินค้า ปัจจัยด้าน การรับประกันสินค้า ปัจจัยด้าน ร้านค้าที่มีสินค้าหลายยี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือก ปัจจัยด้าน การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และปัจจัยด้าน ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ ด้วยความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha=0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้าน ร้านค้าที่มีโปรโมชั่นส่วนลด รองลงมาคือ ปัจจัยด้าน ร้านค้ามีการแนะนำ และสาธิตการใช้กล้อง ปัจจัยด้าน รายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้าน รายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้าน สถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยด้าน เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ และด้วยความเชื่อมั่น 90% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha=0.1$) ได้แก่ ปัจจัยด้าน ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน

5.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจาก ในปัจจุบัน ว่ากล้องถ่ายภาพดิจิทัล เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมาก และกล้องถ่ายภาพดิจิทัลได้รับการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจากการศึกษาในเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถที่จะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อตัวแทนจำหน่าย กล้องถ่ายภาพดิจิทัล หรือผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

- 1) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ปัจจัยความละเอียดของภาพของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล เลนส์และช่วงระยะการซูมของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับประกันสินค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการ การตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นบริษัทที่ผลิตกล้อง ถ่ายภาพดิจิทัล ควรมี การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อ ความละเอียดของภาพสูงขึ้น ส่วนของ เลนส์และช่วงระยะการซูมของกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสามารถซูมได้มากขึ้น มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น และควรสร้างชื่อเสียงหรือยี่ห้อของกล้องให้เป็นที่รู้จักให้แพร่หลายมากขึ้น ส่วนปัจจัย การรับประกันสินค้า ควรเพิ่มระยะเวลาในการรับประกันสินค้า
- 2) ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการ การตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นบริษัทหรือร้านค้าที่จำหน่ายกล้องควรที่กำหนดราคากล้องให้ มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ และสามารถปรับราคาให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขัน และสามารถ ชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ส่งผลให้ผู้บริโภค เลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น
- 3) ปัจจัยด้านบุคคล พนักงานขายควรมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกล้องดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยมีการอบรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การอบรมให้พนักงานเข้าใจการทำงานของกล้องดิจิทัล การใช้งานของกล้องแต่ละยี่ห้อ เพื่อให้พนักงานขายสามารถอธิบายการใช้งานและสาธิตการใช้งานให้แก่ลูกค้าได้