

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และ (3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้จากการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 200 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยแยกกลุ่ม 4 กลุ่มอาชีพ ดังนี้ นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ อาชีพละ 50 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวช.ปวส.ปวท. และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท

1.1) ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ในงานพิมพ์ โดยมีความถี่ในการใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. และใช้ในสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาคือที่บ้านหรือหอพัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งาน ซึ่งจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้จำนวน 1 เครื่อง และนิยมยี่ห้อเอเซอร์ โดยมีระดับราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ซื้ออยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาทและนิยมหน่วยความจำหรือหน่วยประมวลผล Pentium 4 สถานที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นร้านค้าคอมพิวเตอร์ทั่วไปและซื้อเป็นเงินสดซึ่งส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อการศึกษาจากการรู้จักจากสื่อโฆษณาเป็นหลัก ผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์และคุณสมบัติพิเศษของเครื่อง

คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีแรงจูงใจมาจากคำแนะนำของพนักงานขาย และมีการซื้อเพื่อตัวเองโดยมีการคิดที่จะเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ใหม่หากเครื่องเดิมชำรุด เสียหายหรือหมดอายุการใช้งานตามระยะเวลา

1.2) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าวัตถุประสงค์การใช้งานมีความสัมพันธ์กัน อายุ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กันกับเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ความถี่ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงเวลาในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สถานที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.3) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

จากผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลจำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มที่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญมากที่สุด คือ มีบริการหลังการขายที่ดี มีการอบรมการใช้งานเบื้องต้น และตรายี่ห้อของเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลมากที่สุดคือ ระยะเวลารับประกัน มีบริการหลังการขายที่ดี รองลงมาคือมีบริการส่งและติดตั้งสินค้าตามลำดับตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มที่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ด้านปัจจัยราคาที่มีผลมากที่สุดคือ ราคาตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือราคาอุปกรณ์ต่อพ่วงและการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ หากพิจารณาในกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานด้านปัจจัยราคาที่มีผลมากที่สุดคือ ส่วนลด การเป็นสมาชิกรองลงมาคือ ปัจจัยราคาตัวเครื่องคอมพิวเตอร์และการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มที่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ รองลงมาคือขายสินค้าหลายยี่ห้อ และมีรุ่นให้เลือกมาก และการตกแต่งร้าน ตามลำดับ หากพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ร้านค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ รองลงมาคือเป็นร้านที่อยู่ในศูนย์การค้า และร้านค้าที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มที่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้ให้ ความสำคัญปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คือ การลดราคา รองลงมาคือ การโฆษณาทาง แผ่นป้ายโฆษณา และการได้ชมหรือทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง ตามลำดับ สำหรับผู้ตอบ แบบสอบถามที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดคือ การโฆษณาทางใบปลิว, แผ่นพับ รองลงมาคือพนักงานขายมีความรู้ ทัศนคติ และการลดราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านภายนอกอื่นๆ กลุ่มที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภายนอกอื่นๆ ด้านการที่คอมพิวเตอร์มีราคาถูกลง มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ การงาน และความนิยมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง ภายในบ้าน ตามลำดับ กลุ่มการไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน พบว่า ความนิยมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง ภายในบ้าน มากที่สุด รองลงมาคือ การที่คอมพิวเตอร์ใช้งานง่ายขึ้น และเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ การงาน ตามลำดับ

1.4) ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลจำแนกตามกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในทุกกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานนั้น กลุ่มที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานมีปัญหาของผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั้ง 7 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัญหาเครื่อง เสียบ่อย รองลงมาคือ ปัญหาการ และปัญหาซอฟต์แวร์เสียบ ส่วนกลุ่มที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ ใช้งานมีปัญหาเครื่องเสียบ่อยมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาบริการหลังการขาย และระยะเวลาในการ รอเครื่องซ่อมตามลำดับ

1.5) ผลการศึกษาข้อเสนอแนะ

ส่วนข้อเสนอแนะของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานพบว่า ในทุกกลุ่มการมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานนั้น กลุ่มที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้งานมีข้อเสนอแนะของผู้บริโภคคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั้ง 7 ปัจจัย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ซึ่งเรียงลำดับ ได้ดังนี้ การ ฝึกอบรมก่อนการซื้อ รองลงมาคือการฝึกอบรมซอฟต์แวร์ใหม่ๆ และข่าวสารทางด้านคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีเครื่อง

สำรองให้ใช้เมื่อเครื่องเสียมากที่สุด รองลงมาคือการรับประกันเครื่องคอมพิวเตอร์ และการซ่อมที่รวดเร็วและไว้วางใจได้ ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาธุรกิจทางด้านคอมพิวเตอร์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งผู้มีและไม่มีคอมพิวเตอร์จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญนั้นเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาการแข่งขันในด้านงานบริการหลังการขายทั้งในเรื่องของการรับประกันสินค้าและงานซ่อมที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจเกี่ยวกับด้านอุปกรณ์ทางเทคโนโลยี ซึ่งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาได้ตรงความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านราคาสินค้า ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สามารถต่อรองราคาได้ ผู้ประกอบการควรตั้งราคาไม่ให้สูงจนเกินไป แต่ปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันทางการค้ามีมากขึ้น คู่แข่งขันมีจำนวนมาก การกำหนดราคาต่ำกว่าราคาตลาด เป็นวิธีหนึ่งที่ดึงดูดใจให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น และการเพิ่มช่องทางการชำระค่าสินค้า เช่น การให้สินเชื่อ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงมากได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า ดังนั้นควรมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ การตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ควรมีการเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการให้บริการหลังการขายที่มีการรับรองจากผู้แทนจำหน่ายโดยตรง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันทางการค้าธุรกิจประเภทคอมพิวเตอร์มีสูงมาก เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนอกสถานที่เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรงทั้งมีการจัดงาน โปร โมชัน ส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งทางด้าน สื่อ โฆษณา

ประชาสัมพันธ์ และมีการประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์เพื่อให้ผู้บริโภคมารู้และความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ไม่ว่าจะปัญหาที่จะเกิดขึ้นหรือการเพิ่ม/ลดเกี่ยวกับโปรแกรม ไวรัส อุปกรณ์ ฯลฯ เพื่อเป็นประโยชน์และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเรียนรู้ของผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ในงานหรือชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ด้วยระยะเวลาที่จำกัดทำให้การจัดเก็บข้อมูลไม่ได้ครอบคลุมในทุกพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ข้อมูลที่ได้ศึกษาเพียงวัตถุประสงค์หลักด้านเดียว ไม่ได้ศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้งานแต่ละด้านอย่างละเอียด อีกทั้งการสอบถามราคาคอมพิวเตอร์ไม่ได้ระบุถึงปีที่ซื้อคอมพิวเตอร์ ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้ศึกษาอย่างแท้จริง การศึกษาครั้งต่อไปจึงเห็นว่าควรจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกพฤติกรรมในการใช้งาน เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคใช้งานคอมพิวเตอร์สำหรับหลายวัตถุประสงค์ไม่ได้ใช้เพียงวัตถุประสงค์เพียงด้านเดียวเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลที่ตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น