

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล
- ข้อมูลความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้อง

ถ่ายภาพดิจิทัล จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 75.5 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 24.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.0 มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมและปัจจัยย่อยในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก เรียงลำดับ ได้แก่ แข็งแรงทนทาน การรับประกัน ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ ศูนย์ช้อมที่ น่าเชื่อถือ การใช้งานง่าย ความสามารถในการ Zoom ปริมาณหน่วยความจำ หาซื้ออุปกรณ์เสริมง่าย ซอฟต์แวร์ที่ใช้ง่าย มีฟังก์ชันเยอะ รูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัย น้ำหนักเบา ราคาสินค้าที่มีชื่อเสียง ขนาดเล็ก ประเภทหน่วยความจำ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในด้านความแข็งแรงทนทาน มากกว่าปัจจัยอื่น และ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี ให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพ และส่วนประกอบ มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 34 ปีให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพและส่วนประกอบ และความแข็งแรงทนทาน มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35–44ปี ให้ความสำคัญต่อ ความแข็งแรงทนทาน มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 44 ปี ให้ความสำคัญต่อการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพและส่วนประกอบ และการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อความแข็งแรงทนทานมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ให้ความสำคัญต่อการรับประกันและการมีศูนย์ช้อมที่น่าเชื่อถือมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัยและการใช้งานที่ง่าย มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อความแข็งแรงทนทานมากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,001 บาท ให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพและส่วนประกอบมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อความแข็งแรงทนทาน มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพและส่วนประกอบ และจำนวนช่องในการเชื่อมต่อสัญญาณมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา ปวช. ปวส. อนุปริญญาและระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพและส่วนประกอบ มากกว่าปัจจัยอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมและปัจจัยย่อยในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ได้แก่ ราคาถ้อย ส่วนลดเงินสด ราคาอุปกรณ์ มีหลายระดับราคา จ่ายด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ ยกเว้น ปัจจัยย่อยด้าน เงินคาวน และจำนวนเงินผ่อน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ และการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อราคาถ้อย มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อราคาถ้อยมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อราคาถ้อย ราคาอุปกรณ์ และส่วนลดเงินสดมากกว่าปัจจัยอื่น

ปัจจัยด้านระดับราคาในการเลือกซื้อถ้อยถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อในราคา 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.5 มากกว่าระดับราคาอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับราคาที่ 10,001- 20,000 บาท มากกว่าระดับราคาอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี และ 25-34 ปี เลือกถ้อยที่มีระดับราคา 10,001- 20,000 บาท มากกว่าระดับราคาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 – 44 ปี และมากกว่า 44 ปี เลือกถ้อยที่มีระดับราคา 20,001- 30,000 บาท มากกว่าระดับราคาอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไปเลือกซื้อถ้อยในระดับราคา 10,001-20,000 บาท มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เลือกซื้อในระดับราคา 10,001-30,000 บาทมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้านเลือกซื้อในระดับราคาต่ำกว่า10,001บาทมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เลือกซื้อในระดับราคา 20,001-30,000 บาท มากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 10,001 บาท และ 10,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อเครื่องใช้ที่ระดับราคา 10,001-20,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท เลือกซื้อเครื่องใช้ที่ระดับราคา 10,001-30,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป เลือกซื้อเครื่องใช้ที่ระดับราคา 20,001-30,000 บาท เป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมและปัจจัยย่อยในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ได้แก่ มีศูนย์ช้อปปิ้งมาก ร้านที่ขายไปมาสะดวก หากร้านซื้อได้ง่าย มีที่จอดรถ มีป้ายสถานที่ขายชัดเจน ตามลำดับ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน จัดร้านสะอาด สะดุด และการตกแต่งร้านสวยงาม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ และอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการมีศูนย์ช้อปปิ้งจำนวนมาก มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการหาร้านซื้อได้ง่ายมากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อการมีศูนย์ช้อปปิ้งจำนวนมาก มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อสถานที่ที่จอดรถ มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการมีศูนย์ช้อปปิ้งจำนวนมาก มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ให้ความสำคัญต่อร้านที่ขายไปมาสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญต่อจัดร้านสะอาด สะดุดตามากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการมีศูนย์ช้อปปิ้งจำนวนมาก มากกว่าปัจจัยอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมและปัจจัยย่อยในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ได้แก่ พนักงานขายที่สามารถแนะนำได้ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และการโฆษณาตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศ และอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่สามารถแนะนำได้ มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่สามารถแนะนำได้มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับที่เท่ากัน

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 10,001 บาท 10,001 – 30,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่สามารถแนะนำได้มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญต่อการโฆษณา มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา ปวช. ปวส. อนุปริญญา และปริญญา ให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่สามารถแนะนำได้มากกว่าปัจจัยอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่สามารถแนะนำได้ และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มากกว่าปัจจัยอื่น

ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อรายการลดราคา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา การแจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 15.5 มากกว่า รายการอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ รายได้และระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การลดราคา มากกว่ารายการอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญรายการลดราคามากกว่ารายการอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน เลือกรายการลดราคา และการแจกของแถม มากกว่ารายการอื่น

ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับกล้องดิจิทัลจากแหล่งข้อมูล หนังสือพิมพ์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 21.10 รองลงมาคือพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.55 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.63 มากกว่าแหล่งอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าแหล่งอื่น ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญกับข้อมูลจากพนักงานขาย มากกว่าแหล่งอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี เลือกแหล่งข้อมูลจากพนักงานขายมากกว่าแหล่งอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี และ 35 – 44 ปี เลือกแหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มากกว่าแหล่งอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 44 ปี เลือกแหล่งข้อมูลจากเพื่อน มากกว่าแหล่งอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เลือกทีวีเป็นแหล่งให้ข้อมูลมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป เลือกพนักงานขายเป็นแหล่งให้ข้อมูลมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เลือกเพื่อนเป็นแหล่งให้ข้อมูลมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพแม่บ้าน เลือกหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งให้ข้อมูลมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 10,001 บาท เลือกทีวีเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 30,000 บาท เลือกพนักงานขายเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท เลือกหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป เลือกหนังสือพิมพ์ และเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามัธยมศึกษาและปวช. ปวส. อนุปริญญา เลือกทีวีเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี เลือกพนักงานขายเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามและสูงกว่าปริญญาตรี เลือกหนังสือพิมพ์ และเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลเป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อมาเป็นเวลาดำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.5 มากกว่าระยะเวลาอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ รายได้ และระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการซื้อช่วงระยะเวลาดำกว่า 1 ปี เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี 25-34 ปี และอายุมากกว่า 44 ปี เลือกซื้อกล้องมาต่ำกว่า 1 ปี เป็นส่วนมาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 – 44 ปี เลือกซื้อกล้องมา 1 ปี เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ซื้อกล้องมาเป็นระยะเวลาดำกว่า 1 ปี เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ซื้อกล้องมาเป็นระยะเวลา 1 ปีเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซื้อกล้องมาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปีเป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยด้านเหตุผลในการเลือกซื้อกล้องดิจิทัล พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกมากที่สุด คือ ต้องการใช้ คิดเป็นร้อยละ 37.80 และรองลงมา ได้แก่สะดวกในการใช้ คิดเป็น ร้อยละ 23.81

เมื่อจำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความต้องการใช้ มากกว่าเหตุผลอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี ชื่นชอบเพราะต้องการใช้ และความสะดวกในการใช้มากกว่าเหตุผลอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี 35 – 44 ปี และอายุมากกว่า 44 ปี ชื่นชอบเพราะต้องการใช้ มากกว่าเหตุผลอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชื่นชอบเพราะต้องการใช้ และความสะดวกในการใช้มากกว่าเหตุผลอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการและอาชีพธุรกิจส่วนตัว ชื่นชอบเพราะต้องการใช้มากกว่าเหตุผลอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามแม่บ้านชื่นชอบและต้องการใช้มากกว่าเหตุผลอื่น

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านความละเอียดภาพในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกความละเอียดภาพ 2,000,001-3,000,000 Pixels คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา 1,000,001-2,000,000 Pixels คิดเป็นร้อยละ 38.0 มากกว่าความละเอียดอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญต่อความละเอียดภาพที่ 2,000,001-3,000,000 Pixels มากกว่าความละเอียดอื่น ส่วนเพศหญิงเลือกซื้อความละเอียดภาพที่ 1,000,001-2,000,000 Pixels มากกว่าความละเอียดอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 24 ปี อายุ 35 – 44 ปี และมากกว่า 44 ปี เลือกกล้องที่มีความละเอียดภาพ 2,000,001- 3,000,000 pixels มากกว่าระดับความละเอียดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี เลือกกล้องที่มีความละเอียดภาพ 1,000,001-2,000,000 pixels มากกว่าระดับความละเอียดอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้านเลือกซื้อระดับความละเอียดภาพที่ 1,000,001-2,000,000 Pixels มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และ อาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อระดับความละเอียดภาพที่ 2,000,001-3,000,000 Pixels มากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อกล้องที่มีความละเอียดภาพ 1,000,001-2,000,000 pixels เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 ขึ้นไป เลือกซื้อกล้องที่มีความละเอียดภาพ 2,000,001-3,000,000 pixels เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. อนุปริญญา และปริญญาตรี เลือกความละเอียดภาพที่ 1,000,001-2,000,000 Pixels เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เลือกความละเอียดภาพที่ 2,000,001-3,000,000 Pixels เป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยด้านระบบความจำในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกระบบ Memory Stick คิดเป็น ร้อยละ 44 รองลงมาเป็น Compact Flash ร้อยละ 35 มากกว่าระบบอื่น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อ ระบบหน่วยความจำแบบ Memory Stick มากกว่าระบบอื่น

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 – 44 ปี เลือกกล้องที่มี ระบบความจำแบบ Memory Stick มากกว่าแบบอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 44 ปี เลือก กล้องที่มีระบบความจำแบบ Compact Flash มากกว่าระบบอื่น

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/ รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน และ อาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อระบบหน่วยความจำแบบ Memory Stick มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เลือกซื้อระบบหน่วยความจำ แบบ Compact Flash มากที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษามัธยมศึกษา เลือกระบบหน่วยความจำแบบ Smart Media มากกว่าแบบอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา ปวช. ปวส. อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เลือกระบบหน่วยความจำแบบ Memory Stick มากกว่าระบบอื่น

ปัจจัยด้านปริมาณหน่วยความจำ ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก 8.1-32 MBมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา 32.1-64 MB คิดเป็นร้อยละ 22.5 64.1-128 MB คิดเป็นร้อยละ 12.5 เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามเพศ และอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ ปริมาณหน่วยความจำที่ 8.1-32 MB เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/ รับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อปริมาณ หน่วยความจำที่ระดับ 8.1-32 MB เป็นส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน เลือกซื้อ ปริมาณหน่วยความจำที่ระดับต่ำกว่า 8 MB เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อ
กล้องที่มีปริมาณหน่วยความจำ 8.1-32 MB เป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-
40,000 บาท เลือกซื้อกล้องที่มีปริมาณหน่วยความจำ 8.1-64 MB เป็นส่วนใหญ่
ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อกล้องที่มีปริมาณหน่วยความจำ
32.1-64 MB เป็นส่วนใหญ่

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามัธยมศึกษา
เลือกปริมาณหน่วยความจำที่ 32.1- 64 MB มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา ปวช.
ปวส. อนุปริญญา เลือกปริมาณหน่วยความจำที่ ต่ำกว่า 8 MB มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถาม
ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เลือกปริมาณหน่วยความจำที่ 8.1- 32 MB มากที่สุด

ส่วนที่ 2 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในจังหวัด กรุงเทพมหานคร หากอภิปรายตามทฤษฎีการรับรู้และตอบสนองในรูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) มีดังนี้

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือ พนักงานขายที่สามารถแนะนำได้ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และการโฆษณา

ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือ แข็งแรงทนทาน การรับประกัน ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ ศูนย์ช้อมที่น่าเชื่อถือ การใช้งานง่าย ความสามารถในการ Zoom ปริมาณหน่วยความจำ หาซื้ออุปกรณ์เสริมง่าย ซอฟต์แวร์ที่ใช้ง่าย มีฟังก์ชันเยอะ รูปลักษณ์สวยงาม ทันสมัย น้ำหนักเบา ราคาสินค้าที่มีชื่อเสียง ขนาดเล็ก และประเภทหน่วยความจำ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่)

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) ในระดับมีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือ มีศูนย์ช้อมมาก ร้านที่ขายไปมาสะดวก หาซื้อได้ง่าย มีที่จอดรถ และมีป้ายสถานที่ขายชัดเจน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับที่มีค่ามากในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล คือ ราคากล้อง ส่วนลดเงินสด ราคาอุปกรณ์ มีหลายระดับราคา และจ่ายด้วยบัตรเครดิต

สิ่งกระตุ้นทางอื่นๆ ได้แก่

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มีความละเอียดภาพ 1,000,001-3,000,000 Pixels และเลือกซื้อกล้องดิจิทัลที่มีระบบความจำแบบ Memory Stick และ Compact Flash มีปริมาณหน่วยความจำในการเลือกซื้อ 8.1-32 MB นิยมจ่ายด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านสังคม คือตามอย่างเพื่อนเป็นเหตุผลในลำดับที่ 6

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมคือต้องการทันสมัยและเพื่อท่องเที่ยวเป็นเหตุผลในลำดับที่ 5 และ 3

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อกล้องดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ และการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาเป็นต้นไป โดยเมื่อจำแนกตามเพศ และอายุจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพจะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้จะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ และการส่งเสริมการขายจำแนกตามการศึกษา จะมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ และการส่งเสริม การขาย

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) จะเกิดขึ้นจากการมีสิ่งกระตุ้นได้กระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกนึกคิดและมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เลือกความแข็งแรงทนทาน มีความละเอียดภาพและส่วนประกอบ และการรับประกัน

2. การเลือกตราสินค้า ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ SONY และ KODAK

3. การเลือกผู้ขาย ในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้านที่มีศูนย์ซ่อมจำนวนมาก และสามารถไปมาสะดวก

4. การเลือกเวลาในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลมาเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

- จากการศึกษ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกเพศ ทุกอายุ ทุกอาชีพ ทุกรายได้ และ การศึกษาดังแต่ระดับมัธยมศึกษาเป็นต้นไป
- ปัจจัยด้านการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่มีผลมากเป็นลำดับแรกได้แก่ การส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และสุดท้ายคือ ราคา
- ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก แต่มี 4 ปัจจัยที่อยู่ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง จำนวนช่องเชื่อมต่อสัญญาณ ขนาดเล็ก และประเภทหน่วยความจำ ตามลำดับ และเพศชายให้ความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญ มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความแข็งแรง ทนทาน
- ด้านราคา พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัย ราคาเงินคาวน และเงินผ่อน ที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญน้อย
- ด้านสถานที่ พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัย การตกแต่งร้านที่สวยงามและจัดร้านให้สะอาดสะอูดตาที่มีค่าเฉลี่ยสำคัญน้อย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ย สำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยการโฆษณาที่สำคัญเป็น ลำดับสุดท้าย
- ด้านระดับราคา พบว่ากล้องที่มีระดับราคาตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป มีผู้ซื้อน้อย ด้านความละเอียดภาพที่น้อยกว่า 1,000,000 pixels และมากกว่า 3,000,000 pixels มีผู้ซื้อน้อย ด้านระบบหน่วยความจำพบว่า ระบบความจำแบบ Smart Media มีผู้ซื้อน้อย ด้านปริมาณ หน่วยความจำ พบว่าปริมาณที่ต่ำกว่า 8 MB และสูงกว่า 64 MB มีผู้ซื้อน้อย ด้านรายการส่งเสริม การขาย พบว่ารายการส่งเสริมการขายประเภทแลกซื้อสินค้าอื่น ๆ ในราคาพิเศษ และชิงโชค ได้รับความสนใจน้อยกว่ารายการอื่น ด้านแหล่งข้อมูล พบว่าทางวิทยุและจากร้านถ่ายรูปเป็น แหล่งที่มีผู้สนใจน้อย ด้านเหตุผลในการซื้อ พบว่าการซื้อตามอย่างเพื่อน และต้องการทันสมัย นิยมเป็นเหตุผลที่น้อย ส่วนในด้านของตราสินค้าที่เลือกซื้อนอกจาก SONY และ KODAK แล้วมี ตราสินค้าอื่น น้อยโดยเฉพาะ SAMSUNG PENTAX MINOLTA RICOH LEICA JVC และ PANASONIC

- จากศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความแตกต่างตามตารางดังต่อไปนี้

สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องดิจิทัลจําแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	แข็งแรงทนทาน	การรับประกัน
ด้านราคา	ราคาค่อนข้าง	ราคาค่อนข้าง
ด้านสถานที่	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก
การส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายที่สามารถแนะนำ ได้	พนักงานขายที่สามารถแนะนำ ได้

สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องดิจิทัลจําแนกตามอายุ

ปัจจัย	15 – 24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	มากกว่า 44 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	ความละเอียดของภาพ และส่วนประกอบ	แข็งแรงทนทาน	แข็งแรงทนทาน	การรับประกัน
ด้านราคา	ราคาค่อนข้าง	ราคาค่อนข้าง	ราคาค่อนข้าง	ราคาค่อนข้าง
ด้านสถานที่	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก
การส่งเสริม การตลาด	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้	พนักงานขายที่สามารถ แนะนำได้

สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องคัวจิตตอลจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ	แม่บ้าน	ธุรกิจ ส่วนตัว
ด้านผลิตภัณฑ์	ความละเอียด ภาพและส่วน ประกอบ	แข็งแรง ทนทาน	การรับประกัน	การใช้งานง่าย	แข็งแรง ทนทาน
ด้านราคา	ราคากลับ	ราคากลับ	ราคากลับ	ราคากลับ ราคาอุปกรณ์	ราคากลับ
ด้านสถานที่	หาร้านซื้อ ได้ง่าย	มีศูนย์ซ่อม มาก	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีที่จอดรถ	มีศูนย์ซ่อม มาก
การส่งเสริม การตลาด	พนักงานขาย ที่สามารถ แนะนำได้	พนักงานขาย ที่สามารถ แนะนำได้	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้	การโฆษณา พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก แจก แถม	พนักงาน ขายที่ สามารถ แนะนำได้

สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องคัวจิตตอลจำแนกตามรายได้

ปัจจัย	ต่ำกว่า 10,001	10,001-30,000	30,001-40,000	40,0001 ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ความละเอียดของ ภาพและส่วน ประกอบ	การรับประกัน	ความละเอียดของภาพ และส่วนประกอบ แข็งแรงทนทาน	การรับประกัน
ด้านราคา	ราคากลับ	ราคากลับ	ราคากลับ	ราคากลับ
ด้านสถานที่	ร้านที่ขายไปมา สะดวก	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก	มีศูนย์ซ่อมมาก
การส่งเสริมการ ตลาด	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำ ได้	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำได้	การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	พนักงานขายที่ สามารถแนะนำ ได้

สรุปข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องดิจิทัลจําแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	ความละเอียดของภาพและส่วนประกอบ ศูนย์ช้อมที่ น่าเชื่อถือ หาซื้ออุปกรณ์เสริมง่าย	แข็งแรงทนทาน	การรับประกัน	ความละเอียดของภาพและส่วนประกอบ
ด้านราคา	ราคาก்กล้อง	ราคาก்กล้อง	ราคาก்กล้อง	ราคาก்กล้อง
ด้านสถานที่	จ้คร้านสะดวก สะดวก	มีศูนย์ช้อมมาก	มีศูนย์ช้อมมาก	มีศูนย์ช้อมมาก
การส่งเสริมการตลาด	การโฆษณา	พนักงานขายที่สามารถแนะนำได้	พนักงานขายที่สามารถแนะนำได้	พนักงานขายที่สามารถแนะนำได้ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจําแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา
ส่วนใหญ่ไม่ต่างกัน

- ปัญหาที่พบใน การเลือกซื้อกล้องดิจิทัล ได้แก่ กล้องดิจิทัลมีราคาสูง ยากต่อการหาข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจซื้อ พนักงานขายไม่สามารถให้ข้อมูลสินค้า มีสถานที่ให้เลือกซื้อน้อย มีหน่วยความจําในการเก็บภาพน้อย มีหลายระดับราคาทำให้ยากต่อการเลือกซื้อ การอัดภาพทำได้ยาก และมีราคาสูง หาซื้ออุปกรณ์เสริมได้ยาก การใช้งานยากกว่ากล้องใช้ฟิล์ม แบตเตอรี่หาซื้อยาก ความละเอียดภาพน้อย แบตเตอรี่หมดเร็ว ภาพที่อัดได้มีขนาดเล็ก ถ้าอัดภาพขนาดใหญ่ก็ไม่สวย ระยะเวลารับประกันสั้น การถ่ายโอนข้อมูลทำได้ยาก ซอฟต์แวร์ใช้งานยาก และภาพสวยสู้กล้องใช้ฟิล์มไม่ได้

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบดังกล่าวแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาพบว่าปัญหาต่างๆ ที่ทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ควรแก้ไขเพื่อเพิ่มการขาย จึงขอสรุปเป็นข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษาในเรื่องของปัญหา พบว่า ทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรแก้ปัญหาโดยเฉพาะในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของกล้องถ่ายภาพดิจิทัลไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ราคา ตรายินค้า และวิธีการเลือกซื้อ ผ่านทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะการจัดอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ในสินค้า วิธีการใช้ และการดูแลรักษาเพื่อสามารถแนะนำลูกค้าได้เพิ่มเงื่อนไขและระยะเวลาในการรับประกันสินค้า และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ขายอุปกรณ์เสริมครบถ้วน เนื่องจากกล้องถ่ายภาพดิจิทัล เป็นสินค้าที่เจาะจงซื้อ (Specialty Goods) เพราะฉะนั้นลูกค้าจะมีความซื่อสัตย์ต่อตรายินค้า การตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับชื่อเสียง คุณภาพ และความภาคภูมิใจที่จะได้รับมากกว่าราคา ดังนั้นควรมีการโฆษณาด้านชื่อเสียง คุณภาพ และความภูมิใจมากกว่ารูปแบบ และราคา

ด้านผลิตภัณฑ์

สำหรับผู้ผลิต ควรพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Tangible product) ในด้านคุณภาพ (Quality) ให้มีความละเอียดภาพที่สูงขึ้น การใช้งานทั้งตัวกล้องและซอฟต์แวร์ต้องใช้งานง่าย ในด้านรูปร่างลักษณะ (Feature) ให้มีความแข็งแรง ทนทาน เพิ่มความสามารถในการ Zoom เพิ่มจำนวนช่องในการเชื่อมต่อสัญญาณ เพิ่มปริมาณหน่วยความจำ มีขนาดเล็ก นานหนักเบา และในด้านรูปแบบ (Style) ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์สวยงามทันสมัย ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product) ควรเพิ่มเงื่อนไข และเวลาในการรับประกันที่ดี และเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product) ควรมีศูนย์ซ่อมที่มีมาตรฐานที่สะดวกต่อผู้ซื้อในการที่จะใช้บริการ

สำหรับผู้จัดจำหน่าย ควรมีจำหน่ายสินค้าที่มีหลากหลาย และอุปกรณ์เสริมต่างๆครบ รวมทั้ง การให้บริการ เช่นการแนะนำการใช้งานกล้อง การใช้งานซอฟต์แวร์ และการดูแลรักษาเครื่อง เป็นต้น

ด้านราคา

สำหรับผู้ผลิต ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกระดับราคาโดยเฉพาะระดับราคา 10,000- 20,000 บาท ให้มีคุณสมบัติทางผลิตภัณฑ์เช่น ความละเอียดภาพ ใช้งานง่าย ฯลฯ ที่สูงกว่าคู่แข่ง

สำหรับผู้จัดจำหน่าย ควรมีกล้องที่มีความละเอียดภาพอย่างน้อย 2,000,000 pixels ในระดับราคา 10,000- 20,000 บาท มากกว่าระดับความละเอียดภาพอื่นที่มีหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย สำหรับผู้ผลิต ควรพัฒนาและประชาสัมพันธ์ศูนย์ซ่อมและบริการ ลูกค้ำที่มีมาตรฐาน โดยกระจายอยู่ในบริเวณที่สามารถจอดรถและเดินทางได้สะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์เซนเตอร์ และศูนย์การค้าสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายให้กระจายเพิ่มขึ้น โดยเน้นทำเลที่ดี สะดวกในการเดินทางและมีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถในการใช้งาน และแนะนำลูกค้าได้

สำหรับผู้จัดจำหน่ายควรเลือกทำเลที่ตั้งร้านที่มีการเดินทางสะดวกมีที่จอดรถ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์เซนเตอร์ และศูนย์การค้าสมัยใหม่

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับผู้ผลิต ควรเน้นการจัดอบรมพนักงานขายของร้านตัวแทนจำหน่ายให้มีความรู้ในสินค้า และการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้า รวมทั้งควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายด้วยการให้เงินเพิ่มพิเศษกับพนักงานขาย (Incentive Program) ที่สามารถทำได้ตามเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย และทำให้เกิดประโยชน์สำหรับผู้บริโภคอีกด้วย

การประชาสัมพันธ์สินค้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การทำ Road Show ออก Booth แนะนำสินค้าที่ตึกสำนักงานใหญ่ๆ (Office Building) เพราะจะสื่อถึงกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ 10,000-30,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ควรทำ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ทำการแจกแผ่นพับที่มีรายละเอียดของส่วนประกอบ และประโยชน์ของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ที่อ่านเข้าใจง่ายแก่ผู้บริโภคทุกกลุ่มที่สนใจ

สำหรับผู้จัดจำหน่าย ควรอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับจุดเด่นสินค้าในทุกตราสินค้า และรุ่น รวมทั้งอาจมีการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ในการเลือกซื้อกล้องดิจิทัล และการแนะนำการใช้แก่ผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบในเรื่องของการให้บริการซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ สำหรับรายการส่งเสริมการขายควรเน้นรายการลดราคาเป็นตัวนำในการดึงผู้บริโภคเข้ามา และทำกำไรจากการเพิ่มการขายอุปกรณ์เสริม เช่น หน่วยความจำ แบตเตอรี่ ฯลฯ หรือโปรแกรมเพื่อนแนะนำเพื่อนได้รับส่วนลดภายหลัง หรือของตอบแทนที่มีคุณค่า เป็นต้น

จากข้อมูลที่ได้สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ตามเพศ อายุ อาชีพ เพื่อทำการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมต่อไปโดยเน้นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของแต่ละกลุ่มเป็นจุดขายที่สำคัญ