

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อวิชา	: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ชื่อหัวข้อเรื่อง	: พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการพิจารณาเลือกซื้อกล้องดิจิตอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้จัดทำ	: นางสาวศรินธร จันทะกี
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิชา	: คร. ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันอนุมัติผลงาน	: กันยายน 2545
จำนวนหน้า	: 75 หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการพิจารณาเลือกซื้อกล้องดิจิตอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อกล้องดิจิตอลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคพิจารณาในการเลือกซื้อกล้องดิจิตอลในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีระดับรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกล้องดิจิตอล ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีหลักในการพิจารณาเลือกซื้อเพราะมีคุณสมบัติและลูกเล่นต่าง ๆ ยี่ห้อของกล้องดิจิตอลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้คือยี่ห้อ Sony เนื่องจากมีคุณสมบัติการใช้งานและลูกเล่นมากกว่า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง เวลาที่ซื้อมาใช้นาน 1 ปี ซื้อจากร้านขายกล้องถ่ายรูป เนื่องจากมีการบริการที่ดี และกล้องที่ซื้อมาใช้นั้นอยู่ในระดับราคาระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อด้วยเงินสด ส่วนแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ได้มาจากนิตยสาร เป็นต้น

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคยังพบอีกว่า ในช่วง 2 – 3 ปีข้างหน้า ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อ กล้องดิจิทัลตัวใหม่ ยี่ห้อที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อก็ยังคงเป็นยี่ห้อ Sony เนื่องจากมีประสิทธิภาพดีใน ระดับราคาเดียวกัน และราคาจะอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และจะยังคงเลือกซื้อจากร้านขาย กล้องถ่ายรูป เนื่องจากมีบริการที่ดี

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องดิจิทัลของผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากทั้งปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ ให้รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ใช้การส่งเสริมการขาย เพื่อรักษาระดับราคาไว้ มี การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจะทำการศึกษาและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ของผู้บริโภคในเรื่องของเทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพ เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาสนับสนุนงานด้านการวางแผน การตลาด เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทัน ต่อเหตุการณ์