

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพ

เลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคใน

อำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นายณัฐพล สายจักร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและใช้กล้องดีเอสแอลอาร์มือสองที่ศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพโสด มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท/เดือน มีงานอดิเรกคือ เดินป่า ปีนเขา ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ เริ่มสนใจการถ่ายภาพตั้งแต่ 1 ปีแต่ไม่ถึง 5 ปี ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยคุณภาพของภาพถ่ายที่ได้รับ มีค่ามากที่สุดรองลงมาคือ มี ระบบการทำงานที่สมบูรณ์รองรับความต้องการในการถ่ายภาพได้ และการถ่ายภาพได้ทั้ง อัตโนมัติ และ ควบคุมด้วยตัวเอง ตามลำดับค่าเฉลี่ย มีประสบการณ์ในการใช้งานกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์ตั้งแต่ 1 ปีแต่ไม่ถึง 3 ปี ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองจำนวน 1 ตัว ขาย/แลกกล้องถ่ายภาพตัวเก่ากับร้านค้าที่ซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองเมื่อมีการซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองตัวใหม่

ในส่วนพฤติกรรมการซื้อพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์ มือสองคือ ราคาประหยัดกว่าซื้อสินค้าใหม่ เลือกซื้อยี่ห้อ CANON มากที่สุด ซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองไม่รวมอุปกรณ์เสริมในราคา 10,001-15,000 บาท กล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองตัวปัจจุบันมีความละเอียดของภาพที่ 8.0-13.0 ล้านพิกเซล กล้อง

ถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองตัวล่าสุดซื้อผ่านมา 6 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองมาใช้ด้วยตัวเอง โดยซื้อเมื่อเจอประกาศขาย ซื้อผ่านร้านค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสองอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บทความบนอินเทอร์เน็ต /การแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บนเว็บบอร์ดต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์มือสอง ในการซื้อกล้องถ่ายภาพดีเอสแอลอาร์ครั้งต่อไป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย

Independent Study Title	Consumer Buying Behavior Towards Secondhand Digital Single-lens Reflex (DSLR) Camera in Mueang Chiang Mai District
Author	Mr. Nattapol Sayachak
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Orachorn Maneesong

Abstract

This research aimed to study the Consumer Buying Behavior towards Secondhand Digital Single-lens Reflex (DSLR) Camera in Mueang Chiang Mai District. Data were gathered by the use of questionnaires distributed to 200 DSLR consumers studying or working in Mueang Chiang Mai district. The data is, then, analyzed on the basis of descriptive and inferential statistics analysis.

The study found that the majority of respondents were 26-30 years old single male, studying in undergraduate level or holding Bachelor's degree and working as trader/business owner who earned approximately 10,000-20,000 baht per month. Their favorite activities were mentioned to forest trekking and climbing at different natural sources. They had begun to get an interest in photography for 1 – less than 5 years. The findings presented that the majority highly valued factors affecting DSLR camera purchasing decision in orderly as follows: picture quality, completed photographic functions in need, and the photographic modes; automatic and manual. They had experienced in using the DSLR camera for 1 - less than 3 years and within these 3 years, they bought a secondhand DSLR camera. When they needed to buy the new secondhand DSLR camera, they would sell/barter their old one at the secondhand DSLR camera shop.

Regarding the buying behavior, the respondents marked the most important reason in selecting secondhand DSLR camera to its budget cost to be paid comparing to buying the new one. They mostly bought the DSLR camera in CANNON brand, without accessories, at the amount of 10,001 to 15,000 baht. Their current secondhand DSLR camera, which had been

bought for 6 months – less than 1 year in duration, had the resolution at 8.0 to 13.0 million pixels. The studying result revealed that the respondents made buying decision for the secondhand DSLR camera by themselves. They bought such a camera when seeing an interesting advertisement: and sometimes, bought it from the common shops. Furthermore, they ranked the importance on sources of information affecting their buying decision for the mentioned camera at high level and the most important source was ranked for articles on Internet / comments from Web-board users. However, they were unsure to buy the secondhand DSLR camera in the future.

Regarding the study on marketing mix factors affecting consumer buying decision towards secondhand DSLR camera in Mueang Chiang Mai district, the result indicated that product and price factors were marked for their importance at high level. In the meanwhile, the distribution channels and marketing promotion factors were marked for their importance at moderate level.