

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการนำเสนอสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในปัจจุบันจากปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณา

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ต้องเป็นผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ ตั้งแต่ 20 – 50 ปี จำนวน 400 ตัวอย่าง ที่เคยซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที ค่าสถิติเอฟ และสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ

1. อายุที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในขณะที่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัล

2. เหตุผลในการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรกมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพในการใช้งาน และสื่อประเภทนิตยสาร, วารสารบันเทิง เป็นช่องทางในการอ่าน ฟัง ชม ข่าวสารการโฆษณากล้องถ่ายภาพดิจิทัลมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อประเภทอินเทอร์เน็ตในการศึกษาข้อมูลกล้องถ่ายภาพดิจิทัล

3. จากการวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิทัลจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยสองรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแรก การนำเสนอสื่อโฆษณารูปแบบโฆษณาเน้นด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ พบว่าและรูปแบบโฆษณาเน้นด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุดในสองลักษณะ ได้แก่ (1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์กล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มีการนำเสนอวิธีการใช้แบบสมจริงสื่อให้เห็นถึงคุณสมบัติการใช้งาน และ (2) การโฆษณาเน้นด้านคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์เป็นการสื่อสารที่มีความซับซ้อนและเข้าใจยาก

รูปแบบที่สองการนำเสนอสื่อโฆษณาที่มีรูปแบบเน้นด้านความบันเทิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด จำนวน 4 คุณลักษณะ ได้แก่ การใช้ผู้มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ การโฆษณาด้านความบันเทิงเป็นการสื่อสารที่มีความซับซ้อนและเข้าใจยาก ป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์กล้องถ่ายภาพดิจิทัลที่มีสีสันโดดเด่น และมีดาราประกอบสร้างความสนใจทำให้คุณหยุดดูทันที การใช้ดาราเป็นผู้นำเสนอสินค้าทำให้ท่านสนใจโฆษณามากกว่าการใช้บุคคล