บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กล้องถ่ายภาพดิจิตอลนับเป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในระบบดิจิตอลที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากวิธีการใช้งานที่ง่าย ขนาดเล็ก การพกพาสะดวก สามารถเห็นผลลัพธ์ของการถ่ายภาพได้ทันทีทางจอภาพ แอลซีดี LCD (Liquid crystal display) การจัดเก็บเป็นไฟล์ภาพที่สะดวกโดยบันทึกลงสู่การ์ดหน่วยความจำ สามารถโอนข้อมูลจากตัวกล้องไปสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทันที และบริษัทผู้ผลิตทั้งหลายได้มีการพัฒนากล้องถ่ายภาพดิจิตอลอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ราคาของกล้องถ่ายภาพดิจิตอลมีราคาที่ลดลงและประสิทธิภาพของกล้องถ่ายภาพดิจิตอลเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานกล้องถ่ายภาพดิจิตอลที่หลากหลาย และปริมาณการใช้เพิ่มมากขึ้น กล้องถ่ายภาพดิจิตอลสามารถนำไปใช้งานได้หลายรูปแบบ ได้แก่ งานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ งานด้านการพัฒนาเว็บไซต์ งานโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต งานด้านประกันภัย งานในองค์กร และบริษัทต่างๆเป็นต้น

การถ่ายภาพในปัจจุบันมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น ภาพถ่ายเป็นสื่อที่ใช้ถ่ายทอดความรู้ ความคิด ข้อมูลข่าวสาร และความงามถึงกันและกัน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเป็นสากล ซึ่งภาพๆ หนึ่งสามารถอธิบายเรื่องราวต่างๆ ได้ชัดเจนกว่าคำพูด หรือการเขียน เพราะภาพเป็นรูปธรรม สามารถเข้าใจได้ลึกซึ้งกว่า

กล้องถ่ายภาพดิจิตอล เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยเข้ามาแทนที่กล้องถ่ายภาพที่ใช้ฟิล์มแบบเก่า แนวโน้มการเติบโตของยอดขายกล้องดิจิตอลทั่วโลกในปี 255 0 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 หรือมีจำนวน 114 ล้านเครื่อง ในประเทศไทยปริมาณการจำหน่ายกล้องดิจิตอลได้เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจากประมาณ 90,000 เครื่องในปี 2545 และสูงขึ้นถึงประมาณ 920,000 เครื่องในปี 2550 ประเทศไทยนับเป็นตลาดที่สำคัญของกล้อง ถ่ายภาพดิจิตอลในภูมิภาคนอกเหนือไปจากจีนที่ยังขยายตัวได้ดีในขณะที่ตลาดอื่นๆเริ่มมีการชะลอตัวลง โดยในช่วงที่ผ่านมาหลายๆยี่ห้อทั้งจากเกาหลีใต้ จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่นได้เข้ามาทำตลาดกล้อง ถ่ายภาพดิจิตอลในไทย การแข่งขันในตลาดค่อนข้างรุนแรงแม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะอยู่ในภาวะชะลอตัวลงมีการทำยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาและสื่อโฆษณา รวมทั้งช่องทางส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กล้องถ่ายภาพดิจิตอลได้รับ การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีราคาลดลงโดยผู้ผลิต มีการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและคุณภาพของสินค้าโดยการออกกล้องรุ่นใหม่ที่มีความละเอียดสูงมาแข่งขันรวมทั้งเพิ่มนวัตกรรมใหม่ๆ เข้าไปในกล้อง ในช่วง 9 เดือนแรกของปีพบว่าการขยายตัวของปริมาณการจำหน่ายกล้องดิจิตอลเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในมุมของด้านเชิงมูลค่าแล้วค่อนข้างทรงตัว ทั้งนี้เนื่องจากราคากล้องดิจิตอลได้ปรับลดลงมา ในปี 2550 ตลาดกล้องดิจิตอลมีการเติบโตร้อยละ 12 ซึ่งแม้จะเป็นอัตราที่ต่ำกว่าปีก่อนๆ แต่อยู่ในระดับที่ดีกว่าสินค้าในกลุ่มเดียวกัน (คอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์) จากปริมาณการจำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิตอลทั้งหมดในประเทศปี 2550 ร้อยละ 93.3 เป็นกล้องดิจิตอลคอมแพค และร้อยละ 6.7 เป็นกล้องเอสแอลอาร์ (SLR) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตสูงโดยเติบโตมากกว่าร้อยละ 50 ต่อปีในขณะที่กล้องคอมแพคมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าคือประมาณร้อยละ 10-15 ต่อปี

หากพิจารณาตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า พฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและการบริการผู้บริโภคนั้นจะอยู่ที่ข้อสมมุติฐานเกี่ยวกับความชอบหรือความพอใจ หรือที่เรียกว่า “อรรถประโยชน์” ที่ได้รับจากตัวสินค้าและบริการนั้นเอง จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ โดยอาศัยความพอใจของตนเองว่าจะเลือกบริโภคสินค้าและบริการอะไร เพื่อจะนำมาสู่การดำรงชีพที่ดีที่สุดของตนเอง ดังนั้น การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคแต่ละคนจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้การตัดสินใจจะบริโภคสินค้าและบริการอะไรนั้น มักจะถูกกำหนดให้อยู่ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนดให้ผู้บริโภคมีรายได้จำกัดอยู่จำนวนหนึ่ง และความพอใจนี้ นอกจากจะได้รับจากการที่ได้บริโภคสินค้าและบริการที่ตนเองมีความชอบแล้ว เวลาและสถานการณ์ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะทำให้อรรถประโยชน์นั้นมีค่ามากขึ้นอีกด้วย นั่นคือในช่วงชีวิตของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรจะตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดในช่วงเวลาใด จึงจะทำให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะสินค้าคงทนแต่ละชนิด ผู้บริโภคจะต้องเผชิญกับการตัดสินใจว่าผู้บริโภคควรจะมีสินค้าแต่ละชนิดในช่วงเวลาใดที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด ภายใต้ข้อจำกัดของรายได้ที่มีอยู่ ตลอดทั้งยังต้องตัดสินใจว่ารายได้ที่ได้รับในปัจจุบัน และที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตควรจะใช้ไปอย่างไรจึงจะเกิดอรรถประโยชน์

จากข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิตอลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมกับสภาพความต้องการของตลาดต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ของผู้บริโภคในการเลือก ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิตอล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิตอล ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรม ของผู้บริโภคในการเลือก ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิตอล และความต้องการของผู้ ซื้อและปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิตอ ลที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำข้อมูลไป ปรับปรุง แก้ไขคุณภาพ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ผู้ที่สนใจศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกล้องถ่ายภาพดิจิตอล

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง พฤติกรรมการ ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิตอล และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิตอล ซึ่งจะศึกษากลุ่มผู้ ซื้อและผู้ที่ไม่ซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิตอล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับลูกค้าที่สนใจเลือกซื้อ กล้องถ่ายภาพดิจิตอ ลที่มาใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากร้านขายกล้องถ่ายภาพดิจิตอลในศูนย์การค้า จำนวน 225 ชุด ร้านคอมพิวเตอร์ทั่วไป จำนวน 50 ชุด ร้านขายกล้องถ่ายภาพดิจิตอลทั่วไป จำนวน 225 ชุด และ รวมทั้งหมด 500 ชุดแบบสอบถาม

1.5 นิยามศัพท์

กล้องถ่ายภาพดิจิตอล คือ กล้องถ่ายภาพที่ใช้บันทึกภาพที่เราถ่ายลงบนสื่อสำหรับเก็บข้อมูลภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ แทนการใช้ฟิล์มในการบันทึกภาพอย่างแต่ก่อน ซึ่งสื่อสำหรับเก็บข้อมูลภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ จะมีลักษณะและรูปร่างที่แตกต่างกันตามแต่ละยี่ห้อที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งการใช้กล้องดิจิตอลถ่ายภาพมีข้อดีหลายประการคือ ไม่ต้องซื้อฟิล์มเพื่อการบันทึกภาพในแต่ละครั้ง สามารถดูภาพที่ถ่ายได้ทันที ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการล้างอัดภาพทุกภาพที่ได้ถ่ายมา เนื่องจากสามารถนำภาพมาดูเพื่อคัดเลือกและปรับแต่งภาพบนคอมพิวเตอร์ได้ และยังสามารถนำภาพมาจัดเก็บไว้ในรูปแบบ CD-ROM ได้ ซึ่งจะมีอายุในการเก็บรักษานานกว่าฟิล์ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกถึงทางเลือกต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นให้เกิดขึ้น โดยเริ่มจากการตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

กล้องคอมแพคดิจิตอล (Digital Compact Camera) คือ กล้องดิจิตอลขนาดเล็ก พกพาสะดวก เหมาะสำหรับผู้ใช้ทั่วไป ใช้ง่าย สามารถถ่ายคลิปวีดีโอได้ตามความจุของการ์ดบันทึกข้อมูล ไม่สามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ และมีส่วนแบ่งการตลาดใหญ่ที่สุดในตลาดกล้องดิจิตอล โดยถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้กล้องดิจิตอลตั้งแต่ระดับมือสมัครเล่นไปจนถึงนักถ่ายภาพกึ่งอาชีพ

กล้องดิจิตอลแบบสะท้อนภาพเลนส์เดียว (Digital SLR Camera) คือ กล้องดิจิตอลที่มีขนาดใหญ่สามารถ ถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ทำให้สามารถสร้างสรรค์งานถ่ายภาพได้มากขึ้น โดยทีเลนส์ให้เลือกใช้มากมายเช่น เลนส์มุมกว้างพิเศษ เลนส์เทเลกำลังขยายสูง รวมทั้งเลนส์ซูม เลนส์มาโคร มีกลไกการทำงานของช่องมองภาพ ระบบกระจกสะท้อนภาพ และรูปทรงแบบเดียวกับกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดียวที่ใช้ฟิล์ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved