

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในโลกยุคเทคโนโลยีอย่างปัจจุบัน มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอย่างไม่หยุดยั้ง เทคโนโลยีกล้องถ่ายรูปซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยวิวัฒนาการจากกล้องฟิล์มเป็นกล้องดิจิทัลซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ กล้องดิจิทัลประเภทคอมแพ็ค (Compact) ซึ่งหมายถึง กล้องดิจิทัลขนาดเล็กสะดวกในการพกพาและง่ายต่อการถ่ายภาพ และกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (D-SLR) ซึ่งหมายถึง กล้องดิจิทัลที่มีขนาดใหญ่ ตัวกล้องและเลนส์สามารถถอดแยกออกจากกัน และเปลี่ยนเลนส์ตามระยะโฟกัสที่ต้องการได้ (สมาคมภาพถ่ายแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2547:ออนไลน์) โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้งาน เพื่อการเก็บบันทึกภาพเหตุการณ์ที่สำคัญต่างๆ และภาพความทรงจำที่ดีๆ ในรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งง่ายต่อการเก็บรักษาและประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่ากล้องชนิดฟิล์ม สามารถนำไปใช้ได้ทันที (โรงเรียนสอนพื้นฐานการถ่ายภาพ Half bottle, 2550:ออนไลน์)

ปัจจุบันกล้องดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงอุปสงค์ของการซื้อกล้องมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี จากข้อมูลมูลค่ารวมของตลาดกล้องดิจิทัลในประเทศไทยในปี 2550 มีมูลค่า 8,400 ล้านบาท ซึ่งในมูลค่ารวมดังกล่าวสามารถแบ่งเป็นสัดส่วนทางการตลาดของกล้องคอมแพ็คที่สูงถึง 95% หรือ 758,000 ตัว ในขณะที่กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) มีสัดส่วนทางการตลาด 5% หรือ 43,900 ตัว เมื่อนำข้อมูลข้างต้นเปรียบเทียบกับมูลค่ารวมของตลาดกล้องดิจิทัลในปี 2549 พบว่าตลาดกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัลมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมาก ซึ่งมีอัตราการขยายตัวจากปีก่อนถึง 92% รวมถึง ปัจจุบันกล้องประเภท DSLR ยังได้รับความนิยมจากผู้เริ่มหัดเล่นกล้อง และช่างภาพมืออาชีพอีกด้วย ในสัดส่วนทางการตลาดของกล้องดิจิทัลนั้น 58% อยู่ในกรุงเทพมหานคร (สมาคมธุรกิจการถ่ายภาพ, 2551:ออนไลน์) ดังนั้นตลาดกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัลจึงมีอุปสงค์ความต้องการซื้อในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ในปัจจุบันตลาดกล้องดิจิทัลมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทั้งในเรื่องราคา ผลิตภัณฑ์ที่ถูกลง ตัวแทนจำหน่ายที่กระจายอยู่ในเขตชุมชนเพื่อสะดวกต่อการซื้อ และผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของกล้องและเลนส์ให้สูงขึ้น โดยรูปทรงของกล้องมีความ

ทันสมัยและกระชับสะดวกต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการจัดโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้น สำหรับผู้ผลิตกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) ที่ถือเป็นผู้นำทางการตลาดในปัจจุบัน คือ บริษัทแคนนอน (ผู้จัดการออนไลน์, 2553:ออนไลน์) โดยเป็นผู้บุกเบิกนวัตกรรมเทคโนโลยีกล้องถ่ายรูปชั้นนำ ซึ่งได้รับความสำเร็จมากในการเปิดตัวกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) หลายรุ่นสู่ตลาดไทยด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ 1 ที่ 43% ในปี 2549 (บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง ไทยแลนด์ จำกัด, 2549:ออนไลน์) เพิ่มขึ้นเป็น 48% ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2551 (บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง ไทยแลนด์ จำกัด, 2551:ออนไลน์) และในปี 2552 ยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ที่ 62% (บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง ไทยแลนด์ จำกัด, 2552:ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีส่วนแบ่งทางการตลาดของกล้องดิจิทัลสูงที่สุดในประเทศไทยที่ 58% และบริษัทแคนนอนถือเป็นผู้นำทางการตลาดกล้อง DSLR ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา รวมถึงสนใจศึกษาว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านใดบ้าง เพื่อใช้สำหรับเป็นข้อมูลในการทำการตลาดของกล้อง DSLR ต่อไปในอนาคต ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวด้วยระบบดิจิทัล ยี่ห้อแคนนอน
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (Digital Single Lens Reflex)

หมายถึง กล้องที่มีกลไกในลักษณะเดียวกันกับกล้องแบบฟิล์ม 35mm SLR แต่ใช้เซ็นเซอร์ (Sensor) ในการรับภาพแทนฟิล์ม มีขนาดกล้องค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับขนาดกล้องคอมแพ็กต์สามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ตามระยะโฟกัสถ่ายภาพที่ต้องการ (วิกิพีเดีย, 2550)

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร หมายถึง ผู้ที่เคยซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล (DSLR) ยี่ห้อ แคนนอน ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร