

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา อุปกรณ์ไอที (IT) ที่ได้รับความนิยมและตลาดมีการเติบโตสูงสุด ได้แก่ เครื่องเล่นสื่อดิจิทัล (Digital Media Player) ซึ่งประกอบด้วย พีดีเอ (PDA) กล้องดิจิทัล (Digital Camera) โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) เครื่องเล่นดีวีดี (DVD) เครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP.3) และเครื่องเล่นเอ็มพีสี่ (MP.4) โดยอุปกรณ์ที่มีการเติบโตสูงสุด คือกลุ่มเครื่องเล่นสื่อที่ใช้หน่วยความจำแบบแฟลช ได้แก่ เครื่องเล่นเอ็มพีสาม และเครื่องเล่นเอ็มพีสี่แบบพกพา เนื่องจากรูปทรงที่เล็กกะทัดรัด พกพาสะดวก ตัวเครื่องมีการออกแบบที่สวยงามน่าใช้ ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย หน่วยความจำที่เพิ่มขึ้น และมีราคาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง นักวิเคราะห์จากไอดีซี (IDC) คาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มสูงขึ้นจาก 26.4 ล้านเครื่องในปี 2547 เป็น 124 ล้านเครื่องในปี 2552 (ผู้จัดการออนไลน์, 2548: ออนไลน์) โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นนี้ มาจากกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ที่ซื้อเป็นเครื่องแรก และจากกลุ่มผู้ซื้อเดิมที่ต้องการมีไว้ในครอบครอง มากกว่า 1 เครื่อง หรือซื้อเพื่อเปลี่ยนเครื่องใหม่เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า (ผู้จัดการออนไลน์, 2549: ออนไลน์)

สำหรับประเทศไทยตลาดเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา (Portable Digital Media Player) มีการเติบโตสูงมาก โดยในปี 2546 มียอดจำหน่าย 125,000 เครื่อง ปี 2547 มียอดจำหน่าย 250,000 เครื่อง และปี 2548 มียอดจำหน่ายถึง 400,000 เครื่อง แม้ในปี 2549 ยอดจำหน่ายมีการเติบโตลดลง แต่ก็มียอดจำหน่ายถึง 480,000 เครื่อง สภาพตลาดมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ทั้งการแข่งขันด้านราคา และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการเพิ่มความสามารถใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ความสามารถในการบันทึกเสียง ความสามารถในการรับฟังวิทยุ จอแสดงผลแบบสี การพัฒนาไปเป็นเครื่องเล่นเอ็มพีสี่ที่สามารถเล่นไฟล์วีดีโอ (VDO) ได้ เป็นต้น และยังมีสินค้าทดแทนที่เริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาด อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือแบบมัลติมีเดีย (บีสีนสไทย, 2549: ออนไลน์)

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ มีประชากร 1,652,035 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2549) มีสถานศึกษาระดับมหาวิทยาลัยถึง 6 แห่ง มีโรงเรียนระดับมัธยมปลายทั้งของภาครัฐและเอกชน และสถาบันอาชีวศึกษาอีกหลายแห่ง ทำให้มีประชากรที่อยู่ในวัยที่มีการบริโภคสินค้าด้านไอทีมาก เชียงใหม่จึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาด้วย โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมือง ที่มีศูนย์การค้าอุปกรณ์ไอทีหลายแห่ง เช่น ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ศูนย์การค้าซีเอ็ม (CM) เป็นต้น แต่จากสถานะตลาดที่มีการ

แข่งขันสูง ทำให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาต้องให้ความสนใจในการพัฒนาสินค้า และกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ หรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ได้นำไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพาให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา

เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา หมายถึง เครื่องเล่นสื่อดิจิทัลที่สามารถเล่นไฟล์เสียง หรือเล่นได้ทั้งภาพและเสียงแบบพกพา ที่มีหน่วยความจำสำหรับเก็บข้อมูลภายในตัวเครื่อง ในที่นี้หมายถึง เครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP.3) และเครื่องเล่นเอ็มพีสี่ (MP.4) แบบพกพา

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 18 - 33 ปี และเคยซื้อเครื่องเล่นสื่อดิจิทัลแบบพกพา ภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา