

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจและชีวิตประจำวันอย่างมาก ทั้งในส่วนของการใช้งานโดยตรง การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งในระยะใกล้จนถึงระยะไกลข้ามโลก รวมไปถึงการใช้งานในด้านความบันเทิง เกมส์คอมพิวเตอร์หรือภาพยนตร์ที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก นอกจากนี้เรายังพบการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ที่แฝงเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ในการใช้ควบคุมการทำงานเครื่องปรับอากาศ เต่า ไมโครเวฟ และกล้องถ่ายภาพ และวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนได้ว่าในโลกต่อไปมนุษย์จะพึ่งการทำงานของคอมพิวเตอร์มากขึ้น โดยการทำงานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ในชีวิตประจำวันจะถูกควบคุมโดยผ่านระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์

จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงจึงทำให้เกิดความต้องการในการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประชาชนหรือนักเรียนนักศึกษา ซึ่งจะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงเพราะความรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะถูกส่งผ่านอินเทอร์เน็ต ได้เองที่บ้าน ผู้บริโภคสามารถซื้อคอมพิวเตอร์ได้ที่ E-shopping ไม่จำเป็นต้องเสียเวลาในการเดินทาง สภาพการทำงานขององค์กรเปลี่ยนไปมีการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งองค์กรที่มีการใช้คอมพิวเตอร์จะถูกมองว่ามีความทันสมัยมากกว่าสามารถใช้เป็นจุดเด่นในการแข่งขันได้

ดังนั้น จึงเห็นว่าคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสภาพการทำงานในการประกอบกิจกรรม และเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้เกือบทุกเรื่อง ผู้บริโภคจึงมีความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ไว้สำหรับใช้งาน เกิดความต้องการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลซึ่งปัจจุบันมีราคาไม่แพง มีรูปร่างที่ทันสมัยและประสิทธิภาพการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้ธุรกิจซื้อขายคอมพิวเตอร์ที่ห้างไอทีแกรนด์ บางแค มีการแข่งขันอย่างรุนแรง หลายรูปแบบ เช่น การขายในราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่ง สถานีสวยงามและสะดวกซื้อ และมีการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

วิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ นับเป็นวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่สำคัญที่สุดในศตวรรษที่ 20 ซึ่งนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่สังคมมนุษย์เป็นอันมาก ทั้งนี้เนื่องจากคอมพิวเตอร์ช่วยขยายขีดความสามารถของมนุษย์ในด้านการวิเคราะห์ การสื่อสาร การศึกษา และในด้านการวางแผน ทำให้มนุษย์สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และในด้านอื่น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของไทยในปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ประกอบกับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลกลายเป็นปัจจัยที่จำเป็นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน (individual) ที่จะเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้ตนเองเพื่อการแข่งขันทั้งในเชิงธุรกิจ การศึกษา และอื่นๆ อีกน่านับประการ ส่งผลให้ตลาดคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในประเทศไทยเจริญเติบโตขึ้นมากกว่าเดิม และมีอัตราการขยายตัวของตลาดอยู่ในระดับสูง

จากส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป ในอดีตส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่จะเป็นของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีตราผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันกลับพบว่าอัตราการเจริญเติบโตทางการตลาดของธุรกิจเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้น และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันกำลังซื้อของผู้บริโภคมีอำนาจซื้อลดลง เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลบุคคลที่มีตราผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยจึงกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับผู้บริโภคในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ของผู้บริโภค กรณีศึกษา: ห้างไอทีแกรนด์ บางแค เช่น ประสิทธิภาพและความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ความเหมาะสมของราคา การบริการให้คำแนะนำในการเลือกซื้อต่อลูกค้าของร้านค้าผู้จัดจำหน่าย การบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้า การส่งเสริมการขายอื่น ๆ รวมทั้งความน่าเชื่อถือของชื่อเสียงด้านตราผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของไทย ที่จะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เหมาะสมและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคคนไทยในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลด้วยตนเองได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ห้างไอทีแกรนด์ บางแค
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค กรณีศึกษา: ไอทีแกรนด์ บางแค ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเฉลี่ยประมาณเดือนละ 10,000 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable)

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

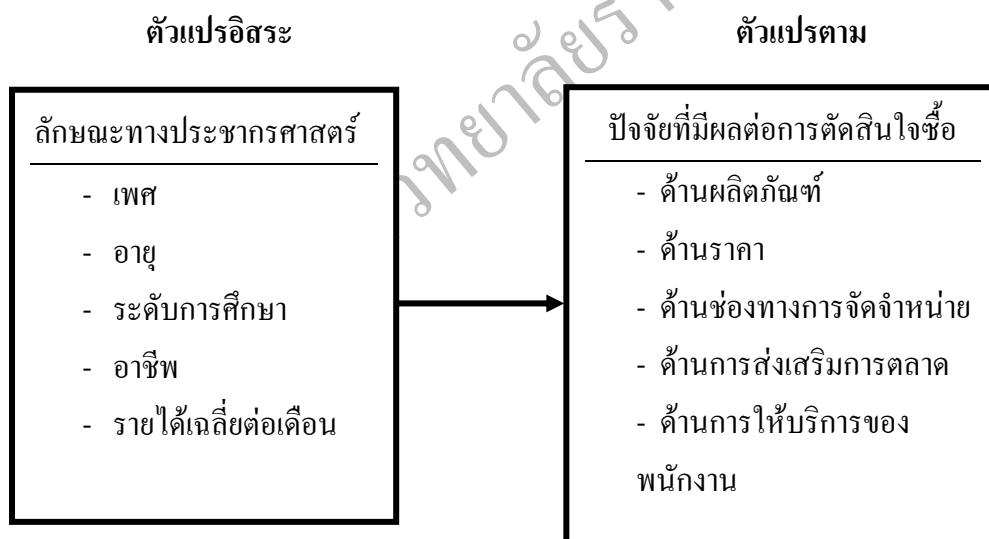
1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านการให้บริการของพนักงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล มีกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

นิยามศัพท์เฉพาะ

ห้างไอทีแกรนด์ บางแค หมายถึง ห้างสรรพสินค้า ขายสินค้าเฉพาะประเภท ในที่นี้ขายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ตั้งอยู่ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (personal computer) หมายถึง เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแบบตั้งโต๊ะซึ่งประกอบด้วยหน่วยประมวลผลกลาง หน่วยความจำ หน่วยเก็บข้อมูล และส่วนแสดงผล ซึ่งมีความสามารถในการใช้งานได้โดยอิสระในแต่ละเครื่อง

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่สนใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ห้างไอทีแกรนด์ บางแค
การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคลงมือกระทำการซื้อภายหลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง คิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การให้บริการของพนักงาน

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและอุปกรณ์ที่เป็นองค์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ราคา หมายถึง ราคาจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ที่จัดจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคใน ห้างไอทีแกรนด์ บางแค

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การใช้การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม และการประชาสัมพันธ์ เพื่อการเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีกในห้างไอทีแกรนด์ บางแค

การให้บริการของพนักงาน หมายถึง การบริการที่พนักงานให้กับลูกค้าที่มาติดต่อซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ ในห้างไอทีแกรนด์ บางแค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคห้างไอทีแกรนด์ บางแค

2. เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคห้างไอทีแกรนด์ บางแค

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี