

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมมีการเปลี่ยนแปลง สัจธรรมของโลกที่ไม่มีวันหยุดนิ่ง ไม่ว่าสิ่งใดก็ตาม ไม่เว้นแม้แต่นาฬิกาข้อมือ ที่วิวัฒนาการยังคงดำเนินเรื่อยมา นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะในด้านจักรกล รูปแบบ รวมไปถึงอุตสาหกรรม และการเจริญเติบโต กระทั่งทุกวันนี้หลายคนไม่อาจปฏิเสธได้ว่า นาฬิกาข้อมือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตที่ไม่อาจขาดได้เสียแล้ว นอกจากจะเป็นเครื่องบอกเวลาแล้วยังเป็นเครื่องประดับ และของสะสมชนิดหนึ่ง ซึ่งสามารถใช้ได้ทุกโอกาส และมีมากกว่า 1 เรือนได้ โดยเลือกใช้ตามความเหมาะสม ประกอบกับเมื่อเวลาผ่านไปมูลค่าของนาฬิกาข้อมือบางยี่ห้อจะยิ่งสูงขึ้นด้วย วิธีการเลือกซื้อนาฬิกาข้อมืออยู่หลายวิธี เช่น เลือกซื้อเพื่อต้องการใช้ดูเวลา เพื่อเป็นของสะสม เพื่อการสวมใส่เป็นเครื่องประดับชิ้นหนึ่งในการแต่งกาย หรือเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับการนิยมนำมาซื้อในปัจุบัน ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับนาฬิกาข้อมือมากขึ้น และค่อนข้างมั่นใจว่าหากได้สวมใส่นาฬิกาข้อมือที่มียี่ห้อในตลาดแล้ว จะเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมประกอบกับในปัจุบันกระแสแฟชั่นนาฬิกาข้อมือกำลังเป็นที่นิยมกับผู้บริโภค ดังนั้น จึงมีผู้ประกอบการรายใหม่สนใจเข้ามาในธุรกิจนี้ค่อนข้างมาก การศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภค ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และทราบถึงพฤติกรรมกรบริโภคเลือกซื้อนาฬิกาข้อมือ อีกทั้งมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อนาฬิกาข้อมือ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การตลาดทั้งในด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ได้อีกด้วย สำหรับเทคโนโลยีการผลิตนาฬิกาข้อมือได้พัฒนาก้าวหน้าไปมาก โดยเริ่มจากระบบไขลาน (Mechanical Winding) ซึ่งเป็นยุคแรกของการผลิตนาฬิกาข้อมือ ต่อมาได้พัฒนามาเป็นระบบพลังงานกล (Automatic) ระบบพลังงานถ่าน (Quartz) จนถึงระบบที่ทันสมัยที่สุดในปัจุบัน คือ ระบบแสงอาทิตย์ (Eco - Drive) ซึ่งในปัจุบันจากภาวะราคาน้ำมันที่มีราคาสูง และมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้นไปอีก จึงทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับทัศนคติและความพึงพอใจของ

ผู้บริโภคนในปัจจุบัน รวมถึงการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อความสำเร็จของตัวผู้ประกอบการทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. อาชีพและรายได้ของผู้ซื้อเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด
2. ราคาและคุณภาพของสินค้าเป็นส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำผลการวิจัยมาเผยแพร่ต่อสาธารณชน และผู้ที่สนใจนำไปวางแผน กำหนดกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องกับกิจการที่ตนเองดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการสำรวจผู้สำรวจได้เน้นไปที่ประชากรอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 300 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กรกฎาคม - กันยายน 2549 รวม 3 เดือน โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ตัวแปรที่ศึกษา คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น

1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

1.2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด

2. ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อนาฬิกาข้อมือในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น ผู้บริโภคที่มาเดินชมงานแสดงสินค้าทั้ง 3 แห่ง คือ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์การประชุมแห่งชาติอิมแพ็ค และศูนย์การประชุมแห่งชาติไบเทคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ตัวแปรที่ทำการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรดังต่อไปนี้

(1) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

เพศ

อายุ

อาชีพ

รายได้

(2) ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด

ผลิตภัณฑ์

ราคา

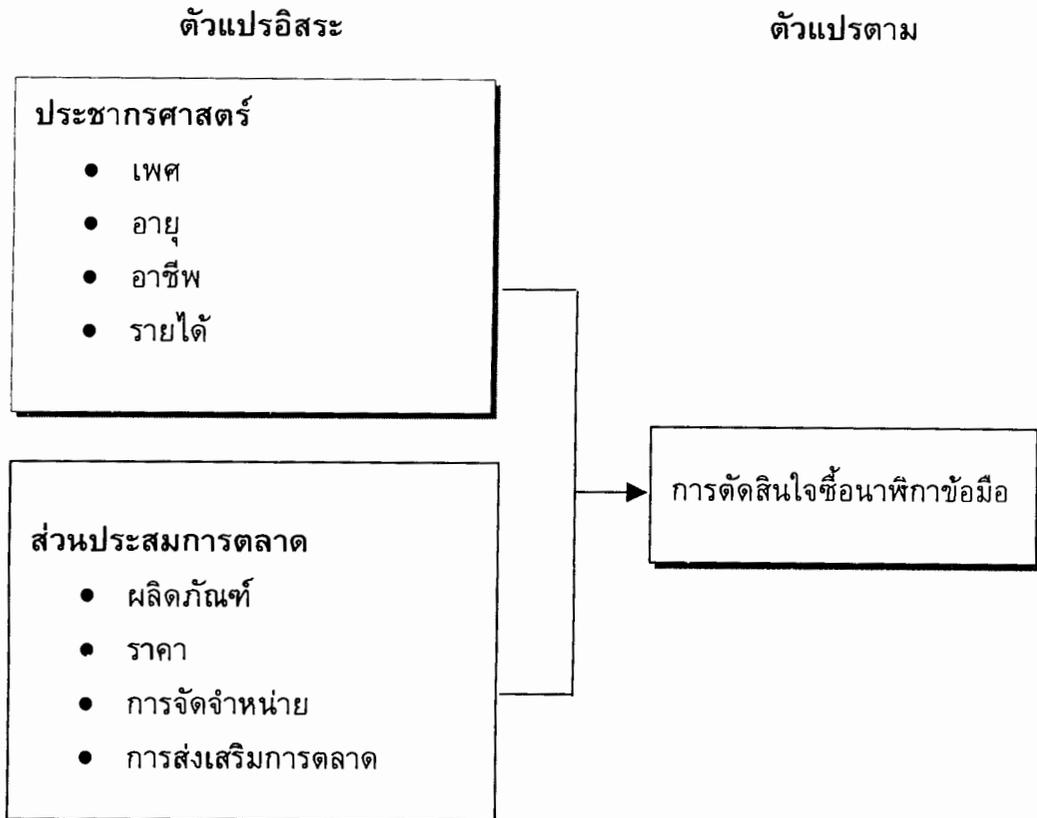
การจัดจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ตัวแปรดังต่อไปนี้

การตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด

ผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่แสดงพฤติกรรมการซื้อ หรือการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา โดยมีอายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป ซึ่งมีทั้งเพศชาย และหญิงที่เคยใช้นาฬิกาข้อมือ

นาฬิกาข้อมือ หมายถึง เครื่องมือในการบอกเวลาที่ออกแบบมาเพื่อสวมใส่ไว้ที่ข้อมือ ปัจจุบันมีการพัฒนาออกมาหลายแบบหลายชนิด และมีการใช้งานที่แตกต่างกันไป

นาฬิกาข้อมือแสดงเวลาโดยเข็มบอกเวลา หมายถึง นาฬิกาข้อมือระบบเข็มจะประกอบไปด้วยเข็มสั้นบอกชั่วโมง เข็มยาวบอกนาที และเข็มยาวขนาดเล็กกว่าเข็มนาฬิกาที่ใช้นาฬิกา นาฬิกาข้อมือบางยี่ห้ออาจมีเพียงเข็มชั่วโมง และเข็มนาฬิกา หรืออาจมีมากกว่า 3 เข็ม

นาฬิกาข้อมือแสดงเวลาโดยบอกตัวเลข (Digital) หมายถึง นาฬิกาข้อมือที่แสดงเวลาเป็นตัวเลข หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่าระบบดิจิตอล แสดงเวลา ชั่วโมง นาที และวินาที รวมทั้ง วัน วันที่ และเดือน เป็นตัวเลขบนหน้าปัดนาฬิกา นาฬิกาข้อมือระบบตัวเลขมีระบบการใช้งานที่มีประโยชน์หลายอย่าง เช่น การจับเวลา การตั้งปลุก การเปิดไฟให้สามารถมองเห็นในมืดได้ เป็นต้น

นาฬิกาข้อมือระบบพลังงานถ่าน (Quartz) หมายถึง นาฬิกาที่ใช้ถ่านแบตเตอรี่ในการทำงาน บางครั้งจะปรากฏคำว่า (Quartz) ไว้ที่หน้าปัดของนาฬิกาเรือนั้น

นาฬิกาข้อมือระบบพลังงานกล (Automatic) หมายถึง ต้องอาศัยการเคลื่อนไหวตลอดเวลา นาฬิกาจึงสามารถสะสมพลังงาน และบอกเวลาตามปกติ ดังนั้นจึงต้องสวมใส่นาฬิกาอยู่เป็นประจำ หากไม่สวมใส่นาฬิกาข้อมือ หรือวางไว้กับที่เกินกว่า 2 - 3 วัน จะทำให้นาฬิกาข้อมือหยุดทำงาน หรือที่เรียกกันว่า นาฬิกาตาย ดังนั้นจึงต้องตั้งใหม่ทุกครั้ง

นาฬิกาข้อมือระบบพลังงานแสง หมายถึง การเก็บแสงพลังงานจากแสงซึ่งบางรุ่นสามารถเก็บพลังงานจากแสงอาทิตย์ได้เพียงอย่างเดียว หากเก็บพลังงานไว้เต็มแล้ว จะสามารถทำงานได้โดยไม่ต้องเก็บพลังงานจากแสงอาทิตย์หรืออยู่ในที่มืดได้นานถึง 1 เดือน หรือบางรุ่นสามารถเก็บพลังงานจากแสงทุกชนิด เช่น แสงอาทิตย์ แสงไฟนีออน หรือแสงเทียน ซึ่งหากสะสมพลังงานไว้เต็มที่แล้ว จะสามารถทำงานได้ในที่มืด โดยไม่ต้องเก็บพลังงานจากแสงได้ในช่วงเวลาหนึ่ง