บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจพื้นไม้ลามิเนตในประเทศไทยนั้นถือได้ว่ามีอัตราการเติบโตตามภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งไม้ประเภทนี้สามารถนำมาทดแทนไม้ธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้ว่าตลาดพื้นไม้ลามิเนตในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอย่างรวดเร็วถึงร้อยละ 30 ต่อปี และยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับการพัฒนาและการออกสินค้าใหม่อยู่เสมอเพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าและผู้สนใจ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้ามาจำหน่ายแทบทั้งสิ้น สำหรับการแข่งขันในตลาดธุรกิจนี้จะมีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 2553 ที่ผ่านมาจะเป็นการแข่งขันระหว่างสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ และสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีนที่มีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศประมาณร้อยละ 10-15 โดยเฉพาะแนวโน้มการแข่งขันในปี 2554 ที่การแข่งขันที่เริ่มจะสูงขึ้น เนื่องจากลูกค้าเริ่มรับรู้ถึงตัวสินค้า และคุณภาพของสินค้า ที่มีความแตกต่างกันซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการขายจากที่เคยนำสินค้าราคาถูกแต่ไม่ค่อยมีคุณภาพจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่าย จะหันมาเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเข้ามาแทนมากขึ้น ปัจจุบันคาดว่าส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจพื้นไม้ลามิเนตที่มีสัดส่วนสูงที่สุดคือผู้ประกอบการนำเข้าจากสินค้าจากประเทศจีนครองตลาดประมาณร้อยละ 60 รองลงมาเป็นพื้นไม้ที่ผลิตในประเทศครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 20-25 นอกนั้นเป็นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศมาเลเซียครองส่วนแบ่งอยู่ประมาณร้อยละ 10-15 และส่วนที่นำเข้าจากเยอรมันและยุโรป จะมีปริมาณน้อยมาก เนื่องจากมีราคาแพง (สมานชัย อธิพันธุ์อำไพ, 2554.ออนไลน์)

การขยายตลาดของธุรกิจพื้นไม้ลามิเนตในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับตลาดในต่างจังหวัดมากขึ้น เนื่องจากตลาดในกรุงเทพฯ อาจจะโตไม่มากนักดูจากจำนวนตัวเลขโครงการอาคารสูงที่จะเปิดใหม่ค่อนข้างน้อย ในขณะที่ตลาดในต่างจังหวัดกลุ่มผู้บริโภคเริ่มยอมรับในตัวสินค้ามากขึ้น ซึ่งในการทำตลาดต่างจังหวัด จะมีทั้งในส่วนที่เป็นค้าปลีกและการขายเข้าสู่โครงการที่ผ่านมา ตลาดในภูมิภาคมีการขยายตัวมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานรีโนเวทบ้านพักอาศัย และมีบางส่วนที่เป็นงานโครงการ ส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคในต่างจังหวัด จะเน้นในเรื่องราคาเป็นหลัก โดยเฉพาะในเขตจังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาค (ดาลิป กุมาร ปาวา, 2554.ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สูง ยอดขายของธุรกิจ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 มูลค่า 2,345 ล้านบาท เป็น 2,805 ล้านบาท ในปี 2553ขยายตัว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เพิ่มขึ้น 460 ล้านบาท หรือเพิ่มถึงร้อยละ 20 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราขยายตัวของธุรกิจที่สูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆโดยทั่วไป ทำให้ทราบถึงการพัฒนาธุรกิจและการขายโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ยังเติบโตได้ต่อเนื่อง ยอดขายบ้านในปี 2553 เพิ่มขึ้นจาก 755 หลัง ในปี 2552 เป็น 907 หลังในปี 2553 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราสูง(อารยะ ลายประวัติ, 2554. ออนไลน์)

ผู้จำหน่ายพื้นไม้ลามิเนตจึงให้ความสนใจตลาดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีการขยายตัวของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยทั้งแบบสร้างเอง และการขยายตัวของโครงการบ้านจัดสรรทั้งโครงการขนาดใหญ่ไปจนถึงโครงการขนาดเล็กดังได้กล่าวมาแล้ว พื้นไม้ลามิเนตจึงกลายเป็นสินค้าร่วมสมัยและได้รับความนิยม ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิต ไปตามอารมณ์ของผู้ใช้ เนื่องมาจากราคาที่ถูกลงประกอบกับวิธีการติดตั้งที่ไม่ยุ่งยาก จึงทำให้มีการปรับเปลี่ยนได้ง่าย โดยเฉพาะลูกค้าที่ชอบการเปลี่ยนบรรยากาศหรือรูปแบบบ้านเพียงใช้งานผ่านไป 2-3 ปี ลูกค้าก็พร้อมที่จะเปลี่ยนแบบหรือสีใหม่ ที่ผ่านมาผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มักใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่จำหน่ายในราคาถูก แต่ขาดการคำนึงถึงเรื่องคุณภาพ การที่ลูกค้าในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ได้สัมผัสได้ถึงความแตกต่างของคุณภาพการใช้งาน ความปลอดภัยต่อสุขภาพ และความสวยงามอย่างแท้จริง อีกทั้งการที่ผู้บริโภคบางกลุ่มคำนึงถึงคุณค่าของการใช้เป็นวัสดุทดแทนไม้จากธรรมชาติ ทำให้ของผู้จำหน่ายพื้นไม้ลามิเนตมากขึ้น จะส่งผลถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่เปลี่ยนไป ซึ่งการซื้อจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การนำไปใช้ ความสะดวกในการใช้ หรือการรับรู้ข้อมูลจากผู้เคยใช้ ทำให้การแข่งขันในการจำหน่ายพื้นไม้ลามิเนตในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่กันค่อนข้างสูง ปัจจุบันมีบริษัทขนาดใหญ่เข้าสู่การแข่งขันในตลาดพื้นที่เชียงใหม่หลายแห่ง คือบริษัท ลีโอวูด อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท ฮอฟเฟ็น เอเซีย จำกัด บริษัท ไทย-เยอรมัน เดคคอร์ จำกัด และอีกหลายบริษัท ซึ่งตลาดยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อยในการซื้อพื้นไม้ลามิเนตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อยในการซื้อพื้นไม้ลามิเนตในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อยในการซื้อพื้นไม้ลามิเนตในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการจำหน่ายพื้นไม้ลามิเนต

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายหรือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายโดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกว่า 4Ps

ผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อย หมายถึง ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่ดำเนินการรับเหมาก่อสร้างขนาดเล็กจากลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไป หรือรับช่วงจากผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พื้นไม้ลามิเนต หมายถึง ไม้สำเร็จรูปที่ผลิตขึ้นมาโดยวิธีทางวิทยาศาสตร์โดยยังคงมีพื้นฐานที่มีไม้เป็นส่วนประกอบ เป็นวัสดุปูพื้นที่มาทดแทนไม้ปาร์เก้ และไม้จริง ซึ่งประกอบด้วย

พื้นไม้ลามิเนตหนา 8 ม.ม. หมายถึง เป็นชนิดที่เหมาะสำหรับบ้านพักอาศัยทั่วไป เนื่องจากไม่ต้องรับน้ำหนักมากแรงเสียดทาน และแรงเสียดสีเยอะ

พื้นไม้ลามิเนตหนา 12 ม.ม. หมายถึง เหมาะสำหรับการติดตั้งภายในอาคาร สำหนักงาน รวมถึงบริเวณที่มีการวางสิ่งของและอุปกรณ์ต่างๆ จำนวนมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved