

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาวะเศรษฐกิจภาคเหนือในช่วงไตรมาสแรกของปี 2546 อยู่ในเกณฑ์ขยายตัวเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะการใช้จ่ายภาคเอกชนยังคงมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น การก่อสร้างขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง โดยพื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตในเขตเทศบาลรวม 304,375 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 24.4 โดยพื้นที่ก่อสร้างประเภทเพื่อที่อยู่อาศัย ขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 34.5 ขณะที่พื้นที่ก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์กรรมเริ่มชะลอตัวการลงทุน เป็นผลจากการกระตุ้นจากภาครัฐ การได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ โดยขยายตัวมากในจังหวัดหลักของภาค เช่น เชียงใหม่ พิชญโลก เชียงราย (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ, 2546: ออนไลน์)

ปี 2547 ธุรกิจบ้านจัดสรรมีการเติบโตจากปีก่อนร้อยละ 35.4 โดยยอดขายบ้านเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี คาดว่าตลอดทั้งปี 2548 ธุรกิจบ้านจัดสรรยังคงมีแนวโน้มเติบโต (พีรภัทร์ ศรีไพรมูลย์ผลิน, 2548 : ออนไลน์)

โครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นทั่วทุกมุมเมืองในเขตเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ ขณะเดียวกันสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อซื้อบ้านแก่ลูกค้ารายย่อยจะปล่อยสินเชื่อเฟอร์นิเจอร์หรือสินเชื่อตกแต่งบ้านเข้าไปด้วย เป็นปัจจัยบวกให้ตลาดเฟอร์นิเจอร์เติบโตเป็นเงาตามตัวตามตลาดบ้านจัดสรร เมื่อตลาดบ้านมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ขายดีตามไปด้วย เนื่องจากบ้านทุกหลังต้องใช้เฟอร์นิเจอร์ เมื่อปริมาณการซื้อขายบ้านเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้ภาพรวมตลาดเฟอร์นิเจอร์มียอดจำหน่ายเติบโตขึ้น (ผู้จัดการ, 2548 : ออนไลน์)

ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น ศูนย์การค้าโฮมโปร ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว แอร์พอร์ตพลาซ่า โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ แมคโคร เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมาก

สินค้าเฟอร์นิเจอร์จัดเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าเลือกซื้อ (Shopping Goods) ที่ผู้ซื้อจะเดินชมสินค้าหลาย ๆ ร้านแล้วเปรียบเทียบแบบ ราคา ก่อนตัดสินใจซื้อ ลูกค้านึงอาจจะแวะเข้าไปในร้าน ดูสินค้า วัดขนาด สอบถามราคาจากร้านขายเฟอร์นิเจอร์ก่อนตัดสินใจซื้อ ลูกค้านึงอาจจะสืบราคา วัดขนาดของเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับพื้นที่ที่จะไปจัดวางตามความต้องการ

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในจังหวัดเชียงใหม่มี 3 ประเภท ได้แก่ ร้านเฟอร์นิเจอร์ ร้านขายและโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ ร้านขาย ออกแบบ และโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ ร้านเฟอร์นิเจอร์คือร้านขายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป ทั้งธุรกิจแบบซื้อมาขายไป ไม่รับสั่งทำเฟอร์นิเจอร์ ร้านเฟอร์นิเจอร์แต่ละแห่งจะเน้นสินค้าที่ขายต่างกันออกไป เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้ ส่วนใหญ่จะเป็นโต๊ะเครื่องแป้ง ตู้ใส่เสื้อผ้า เตียงนอน เฟอร์นิเจอร์เหล็ก อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ ร้านขายและโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ คือ ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ที่มีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ด้วย ผลิตเฟอร์นิเจอร์ตามสั่งและเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป โรงงานเฟอร์นิเจอร์จำนวนมากมักมีร้านขายเฟอร์นิเจอร์ไว้โชว์สินค้าของตนเองด้วยตามห้างสรรพสินค้าที่มีสถานที่กว้าง ๆ หรือมีโชว์รูมติดถนน ร้านขาย ออกแบบ และโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ คือ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในรูปของการรับออกแบบตกแต่ง มีโรงงานผลิตและร้านเฟอร์นิเจอร์ร่วมกัน รับออกแบบ ผลิตเฟอร์นิเจอร์ตามสั่งและสำเร็จรูป (อาคม สุภางค์เผ่า, 2539)

ลูกค้าของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในจังหวัดเชียงใหม่มีฐานะทางการเงินทุกระดับ ไม่ว่าจะมีความฐานะทางการเงินระดับใด การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์จะเลือกสินค้าจากราคา และคุณภาพที่ดี ผู้ซื้อบ้านจัดสรรส่วนมากมักจะจ้างให้ผู้รับออกแบบตกแต่งช่วยจัดการในเรื่องของเฟอร์นิเจอร์ให้ แต่ก็ยังมีอยู่หลายชิ้นที่เจ้าของบ้านมักจะเป็นผู้ไปหาซื้อเอง (อาคม สุภางค์เผ่า, 2539)

การแข่งขันเพื่อแย่งลูกค้ากันนั้น จะแข่งขันในตัวสินค้าและราคาเป็นหลักใหญ่ สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่มีแบบให้เลือกมากมาย สำหรับราคาจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้เป็นหลัก ผู้ขายแต่ละรายจะต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงสาเหตุที่สินค้านั้นมีความคล้ายคลึงกันแต่ราคาต่างกัน ได้ โดยการชี้แจงให้ผู้ซื้อทราบถึงประเภทของวัสดุที่ใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น (อาคม สุภางค์เผ่า, 2539)

จากปัจจัยบวกและแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจและสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่
2. ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้

เฟอร์นิเจอร์ไม้ หมายถึง ชุดโต๊ะและเก้าอี้ เตี้ย ตู้ ชั้นวางของ ที่ทำจากไม้

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ และเคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้