

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันคือ มีความสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ โดยตรงทุกอริยาบถ นับตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอน เฟอร์นิเจอร์แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัย เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในห้องต่างภายในบ้านพักอาศัย คือ ห้องนอน ห้องพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร ห้องครัว ได้แก่ ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน เก้าอี้ โต๊ะรับประทานอาหาร ตู้เก็บของ เป็นต้น 2. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน มีลักษณะเข้าชุดกันคือจะมีรูปแบบ ลักษณะ โทนสีจะใช้ในลักษณะใกล้เคียง ประกอบไปด้วย โต๊ะทำงาน เก้าอี้หมุน โต๊ะพิมพ์ดีด ที่วางโทรศัพท์ ตู้เก็บเอกสาร เป็นต้น 3. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในที่ชุมชน เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เป็นประเภทที่มีความแข็งแกร่งทนทานต่อการใช้งาน เพราะไม่ใช่เฟอร์นิเจอร์ที่มีผู้คนใช้งานมาก การดูแลรักษาต้องดูแลรักษาง่าย ทนทานต่อสภาพแวดล้อมเพราะบางครั้งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้มักจะอยู่ภายนอกอาคาร เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในที่ชุมชนอาจจะประกอบไปด้วยดังนี้ เก้าอี้สนาม สวนสาธารณะ โต๊ะ ชั้นวางสัมภาระต่าง ๆ ฯลฯ 4. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ โรงฝึกงาน และห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาใช้งานเฉพาะกิจหรืองานเฉพาะอย่าง ไม่สามารถนำเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่นมาใช้แทนกันได้ พื้นผิวของเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้บางครั้งต้องทนต่อกัดกร่อนของสารเคมี ทนรอยขีดข่วน ทนความร้อน เป็นฉนวนกันไฟฟ้า บางครั้งจำเป็นต้องทนไฟด้วยในห้องปฏิบัติการบางอย่าง จึงเป็นเฟอร์นิเจอร์ชนิดพิเศษ ราคาแพงใช้วัสดุพิเศษ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการอาจจะประกอบไปด้วยดังนี้ ตู้เครื่องมือ โต๊ะทดลองงานวิทยาศาสตร์ โต๊ะทำงานช่าง เป็นต้น (ความเป็นมาและความสำคัญของเฟอร์นิเจอร์, 2552 : ออนไลน์)

เฟอร์นิเจอร์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งสำหรับอาคารบ้านเรือนและสถานประกอบธุรกิจต่าง ๆ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงและประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น ความจำเป็นที่จะใช้สินค้าเฟอร์นิเจอร์จึงมีมากขึ้นตามลำดับ แม้ว่าในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ถือว่ามีปัญหาไม่น้อย ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นยังคงมีอยู่แต่อาจจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป จากความต้องการสินค้าในแต่ละตลาดที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเป็นผู้นำในตลาด สำหรับกลยุทธ์ที่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้ยังคงเป็นกลยุทธ์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) ซึ่งมีลักษณะเป็นการแข่งขันกัน

ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเพื่อให้สามารถสนอง ความต้องการของลูกค้าที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพและไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ยังมีอีกหลายวิธี อาทิ การเปิดสาขาและอาคารแสดงสินค้าในเมืองใหญ่ตามภูมิภาค การจัดรายการส่งเสริมการขาย การแข่งขันด้านราคา และการเป็นพันธมิตร กับองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการ เป็นต้น โดยเป้าหมายสำคัญของการนำกลยุทธ์เหล่านี้มาใช้ ก็เพื่อเพิ่มและรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้ (การส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนไทย ขยายตัวภายใต้แรงเสียดทาน, 2551: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นตลาดเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ในภาคเหนือ มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและขนาดของประชากรที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,658,298 คน (ข้อมูลสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2550 : ออนไลน์) ในปี 2549 ได้มีผลกระทบจากหลายปัจจัยทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ และการเมือง ทำให้การลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ โดยรวมมีความถดถอยลงไป ซึ่งส่งผลให้ยอดขาย เฟอร์นิเจอร์ลดลงส่งผลมา ถึงปี 2551 เนื่องจากมีการแข่งขันสูงทำให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ๆ เข้ามาตั้งสำนักงานขายแข่งกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแบ่งตลาดมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ชะลอตัว ส่งผลให้ภาพรวมของสินค้าเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปลดลงไปประมาณ 20-30% (เปิดใจ ณรงค์ ตานา นุวัฒน์ จับมือนักธุรกิจขุนาน พลิกตลาดเฟอร์นิเจอร์ล้านนา, 2551: ออนไลน์) ในปี 2546-2550 ความต้องการที่อยู่อาศัยอยู่ที่ประมาณ 40,000 หน่วย โดยฐานของกำลังซื้อมาจากครัวเรือนที่มีระดับรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง (รายได้ 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป) และความต้องการเฟอร์นิเจอร์ในบ้านก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการเพิ่มจำนวนที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้นใหม่ในแต่ละปี และความต้องการตกแต่งบ้านเรือน เพื่อสร้างความสวยงามพอใจแก่ผู้อาศัยตลาดเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านจึงมีหลากหลายตามการใช้สอย ทั้งนี้ราคาเป็นตัวแบ่งระดับผู้บริโภค สินค้าในระดับกลางลงมา (เฟอร์นิเจอร์: วัตถุประสงค์และเทคโนโลยีคือหัวใจการเติบโต, 2552: ออนไลน์) ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวครัวเรือนที่มีระดับรายได้ปานกลางและล่าง (รายได้ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป) ก็ยังมีกำลังซื้อเพียงพอสำหรับการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย (ความต้องการที่อยู่อาศัย: ความต่อเนื่องมาจากกำลังซื้อของผู้มีรายได้ระดับกลาง-สูง, 2552: ออนไลน์) และเป็นฐานลูกค้าของเฟอร์นิเจอร์ระดับรายได้ปานกลางที่มีกำลังซื้อด้วย

จากสภาพการแข่งขันที่สูงของตลาดเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งมีผลกระทบต่อยอดขายและการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัย ได้แก่ ห้องนอน

ห้องพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร และห้องครัว และผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และรักษาฐานของลูกค้าเดิม ตลอดจนสามารถแข่งขันกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ทั้งในรูปแบบเดียวกันและต่างรูปแบบได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัย

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของบริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านเฟอร์นิเจอร์ โดยเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง การซื้อและเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ โอกาส และสถานที่ที่จะเลือกซื้อ รวมถึงขั้นตอนการตัดสินใจและความรู้สึกหลังการซื้อ

เฟอร์นิเจอร์ หมายถึง เฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปสำหรับตกแต่งบ้าน ประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัย เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง โต๊ะและเก้าอี้ ตู้เก็บของ ฯลฯ

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ภายใน 6 เดือน หรือที่มีความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ภายใน 6 เดือน ข้างหน้า