บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจการขายสินค้าของที่ระลึกนั้น เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาควบคู่กับการท่องเที่ยว การซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อเพื่อเก็บไว้ระลึกถึงความประทับใจ หรือย้ำเตือนว่าครั้งหนึ่งเคยได้ไปท่องเที่ยวและสัมผัสกับสถานที่นั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อทั้งสำหรับตนเองและฝากคนรู้จัก สำหรับธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกของประเทศไทยนั้นที่ผ่านมาบริษัทต่างๆ จะให้ความสำคัญกับการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่ และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่ในภาวะที่ต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว พฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงไป คือซื้อของที่ระลึกลดลง และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่ราคาถูก โดยเฉพาะสินค้าระดับกลางถึงล่าง ทำให้ธุรกิจส่งออกสินค้าของที่ระลึกของไทยกำลังประสบกับปัญหาอย่างหนัก ดังนั้นผู้ผลิตหลายรายจึงต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยกลับมาให้ความสำคัญกับตลาดในประเทศมากขึ้น

บริษัท เปลือกไม้ เดคคอร์ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 15/2 หมู่ที่ 5 ถนนเชียงใหม่-หางดง ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 2 เดือนกันยายน พ.ศ. 2536 เป็นผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้ค้าส่ง (Manufacturer, Exporter and Retailer) โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่จำหน่าย เป็นสินค้าของที่ระลึก ที่ผลิตจากวัสดุประเภทไม้และเรซิ่นเช่น ตุ๊กตาเรซิ่น, พวงกุญแจไม้ และเชิงเทียนไม้ เป็นต้น โดยมูลค่าราคาของการขายส่งสินค้าของที่ระลึกจะอยู่ในช่วงราคา 50-350 บาท/ชิ้นเราจะเรียกว่าราคา ณ.โรงงาน (Ex-Work) ส่วนกรณีการส่งออก จะกำหนดเป็นราคา ณ.ท่าเรือ (FOB)

บริษัท เปลือกไม้ เดคคอร์ จำกัด มีสัดส่วนในการจำหน่ายสินค้าจากการส่งออกต่างประเทศ 80% และสัดส่วนการขายส่งภายในประเทศ 20% ของมูลค่าการขายสินค้าในแต่ละปี ตามช่องทางการจำหน่ายดังนี้

การค้าส่ง
- ผ่านตัวแทนจำหน่ายที่มีร้านค้า สัดส่วน 50%
- ผ่านคนกลาง สัดส่วน 15%
- ผลิตตามคำสั่งลูกค้า สัดส่วน 20%
- ลูกค้า walk in สัดส่วน 15%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การส่งออก - การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เช่น ฮ่องกง, เยอรมัน, ฝรั่งเศส และอิตาลี สัดส่วน 95%

- การเจรจาการค้าทาง online มีสัดส่วน 5%

บริษัทฯมีการจำหน่ายสินค้าในลักษณะค้าส่งและส่งออกต่างประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย และมูลค่าการขายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาดังนี้

มูลค่าการขายสัดส่วนรวม (หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่าส่งออกต่างประเทศ	มูลค่าการค้าส่งภายในประเทศ	รวม
2004	6.5	1.5	**8.0**
2005	5	1.5	**6.5**
2006	4.4	1.6	**6.0**
2007	3.3	1.7	**5.0**
2008	2.7	1.8	**4.5**

ด้านการส่งเสริมการขาย

1. การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเพื่อให้ลูกค้ารู้จักและจดจำได้อยู่เสมอ โดยใช้สื่อการโฆษณาทางนิตยสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น หนังสือสำหรับนักท่องเที่ยว, หนังสือแนะนำสินค้าน่าซื้อ เป็นต้น
2. เข้าร่วมกิจกรรมของกรมส่งเสริมการส่งออก เช่น การพัฒนาการออกแบบสินค้า, การติดตามข้อมูลแนวโน้มความนิยมของสี (Color Trend) ในแต่ละปี
3. จัดทำช่วงราคาสินค้าพิเศษให้ลูกค้า
4. จัดของสัมมนาคุณให้ลูกค้าทุกปี

มูลค่าการค้าส่งภายในประเทศมีสัดส่วน 20% ของมูลค่าสินค้าในแต่ละปี จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกจะเห็นว่ามูลค่าการส่งออกต่างประเทศมีสัดส่วนลดลงมาเรื่อย แต่มูลค่าการค้าส่งภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากช่องทางการจำหน่ายสินค้า จะเห็นว่าโอกาสที่มีความเป็นไปได้และน่าสนใจมากที่สุดในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของตัวแทนจำหน่ายที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างกัน อีกทั้งยังเป็นการกระจายความเสี่ยงด้านรายได้ และหากสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ และสอดคล้องกับนโยบายของตัวแทน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จำหน่าย โอกาสในการเพิ่มมูลค่าการขายย่อมดีกว่าแนวทางเดิม ที่จัดส่งไปขายเฉพาะที่ผลิตและมีเหลือในสต๊อคเท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าภายในประเทศซึ่งจะส่งผลถึงสัดส่วนการขายที่เพิ่มขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพล หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์การ ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล รวมถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการคุณภาพ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การประเมินทางเลือกและข้อมูลทั้งหมดที่มีก่อนที่จะมีการสั่งซื้อสินค้าครั้งหนึ่ง

สินค้าของที่ระลึก (Gift) หมายถึง ของขวัญ, ของกำนัล, ของฝาก และของเยี่ยม เป็นสิ่งของต่างๆซึ่งเป็นเครื่องแสดงว่าได้เคยทำอย่างใดอย่างหนึ่งมาหรือเคยไป ณ.สถานที่ใดมา หรือเพื่อระลึกถึง เช่นสินค้าของที่ระลึกของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด จะเป็นตุ๊กตาเรซิ่นในรูปลักษณ์แบบไทยๆ และงานไม้แนวคิดภูมิปัญญาไทย ในการศึกษาครั้งนี้ สินค้าของที่ระลึกของบริษัทเปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด ได้แก่ ตุ๊กตาเรซิ่น เชิงเทียนไม้ พวงกุญแจ ผ้าฝ้าย กรอบรูป

ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด หมายถึงร้านค้าหรือบริษัทที่ขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่, จังหวัดกรุงเทพฯ, จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดภูเก็ต และชลบุรี ที่ได้รับการติดต่อให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกจาก บริษัท เปลือกไม้ เดดคอร์ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved