

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในสภาพปัจจุบันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ได้ทำให้ไม้สักกลายเป็นไม้ทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าด้านคุณสมบัติของเนื้อไม้ และ ลวดลายสวยงาม และเป็นที่ยอมรับกันมากส่งผลทำให้ไม้สักมีราคาแพง จำเป็นต้องนำมาใช้ให้ได้ผลคุ้มค่าที่สุด ในช่วงปี 2548-2550 ไม้สักมีมูลค่าตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในประเทศไทยขยายตัวในอัตราที่ลดลงทุกปีอย่างต่อเนื่อง สำหรับในปี 2550 คาดว่า การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในประเทศจะมีมูลค่า 11,700 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 4% ลดลงจากที่ขยายตัว 4.65% จากปี 2549 เพราะต้องประสบกับภาวะต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากการขาดแคลนวัตถุดิบ ค่าขนส่งและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันยังต้องประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ผลิตไทยหลายรายหันมามุ่งเน้นขยายตลาดภายในประเทศมากขึ้น ปัจจุบัน ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยมีประมาณ 1,720 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก ในขณะที่ ผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการส่งออกจะเป็นโรงงานขนาดใหญ่และขนาดกลาง (กรุงเทพธุรกิจ, 2550: ออนไลน์)

นอกจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สักมีตลาดต่างประเทศเป็นตลาดหลักในการรองรับ ตลาดในประเทศในปัจจุบันก็ยังเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจภายในประเทศที่ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน จะเป็นตัวผลักดันให้รัฐบาลออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ชะงักงัน นำมาตรการต่าง ๆ มาช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นการลดอัตราดอกเบี้ย การปล่อยสินเชื่อรายย่อยง่ายขึ้นของธนาคารและสถาบันการเงิน พร้อมทั้งขยายสินเชื่อให้ครอบคลุมเรื่องการตกแต่ง มาตรการหักลดหย่อนภาษีการซื้อบ้าน และมาตรการดัดเงินจากกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) เข้ามาช่วยกระตุ้นการซื้อบ้านในกลุ่มข้าราชการ มาตรการเหล่านี้มีส่วนในการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในเรื่องของที่อยู่อาศัย และเป็นปัจจัยสำคัญในการตกแต่งอาคารบ้านเรือน สำนักงาน โรงแรม ภัตตาคาร รวมทั้งสถานประกอบการต่าง ๆ ในด้านประโยชน์จากการใช้สอยและความสวยงาม ส่งผลให้แนวโน้มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในปี 2551 มีปัจจัยเป็นบวกสำหรับตลาดในประเทศ อีกทั้งมีนโยบายผลักดันเศรษฐกิจกระตุ้นให้การลงทุนของภาคเอกชนและเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อรายได้ในอนาคตฟื้นตัวขึ้นได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550:

ออนไลน์) ส่งผลให้ต้องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะชาวไทยในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดเชียงใหม่

เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมอันเก่าแก่ และมีช่างฝีมือมากมายหลายแขนง ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 18.79 เป็นจำนวน 37,729.44 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายในหมวดสินค้าหัตถกรรม 10,941.53 ล้านบาท (ร้อยละ 29) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ออนไลน์) โดยหนึ่งในสินค้าหมวดนี้ก็คือ งานศิลปหัตถกรรมไทยที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ที่มีเอกลักษณ์ ทั้งในด้านคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ซึ่งแหล่งผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของเชียงใหม่หลัก ๆ มีอยู่ 2 แหล่ง ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ บ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง อีกทั้งจำนวนร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทั้งที่ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย และบ้านบ่อสร้าง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 32 และ 27 ราย ตามลำดับ (สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2550) จึงทำให้กำหนดขนาดตัวอย่างแห่งละ 100 ตัวอย่างเท่า ๆ กัน

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจว่าในนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดิมหรือไม่ มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และหากไม่ซื้อเป็นด้วยเหตุผลอะไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการขยายฐานลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสามารถกระตุ้นความต้องการให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้มีโอกาสแสวงหาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ไปพร้อม ๆ กับการได้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ทำให้ผู้ประกอบการ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา
ด้านการตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สักให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ

นิยามศัพท์

เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก หมายถึง เครื่องเรือนหรืออุปกรณ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้สัก ซึ่ง
สามารถนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อได้ทันที และ/หรือเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องนำ
ชิ้นส่วนสำเร็จมาประกอบเข้าด้วยกันใหม่จึงจะสามารถใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้ที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมา
หมู่บ้านหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง และ (หรือ) บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง เพื่อหาซื้อ
เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน
ราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการ
นำเสนอสินค้าและบริการ