

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจนั่นคือ ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เพราะถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการก่อสร้างต่าง ๆ ภาพการณ์แข่งขันที่สูงของธุรกิจค้าปลีก วัสดุก่อสร้างในปัจจุบันเป็นตัวผลักดัน ให้ผู้ประกอบการต้องหันมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการด้านต้นทุนความรวดเร็ว และความหลากหลายในการให้บริการกับลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของตนเองสามารถอยู่รอดได้นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ภาพการณ์อุปโภคบริโภค และกำลังซื้อของประชาชน ภาพการณ์ลงทุนการปล่อยสินเชื่อและอัตราดอกเบี้ยรวมไปถึงระดับราคาก็ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในวัสดุก่อสร้าง ทำให้ผู้ประกอบการอาจจะหันมาเลือกใช้วิธีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ เช่น การขายไปยังบริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการวัสดุสิ้นเปลือง เครื่องมือช่าง โดยการบริการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจดังเช่นในปัจจุบัน โดยหาข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาวางแผนการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันแนวโน้มการเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ ในกรุงเทพฯและหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา จะเห็นว่ามิโครงการที่อยู่อาศัยเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ทั้งในกรุงเทพฯและหัวเมืองต่างจังหวัด ผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ ยังมีแผนขยายการลงทุนต่อเนื่อง โดยเฉพาะโครงการในต่างจังหวัด ตัวอย่างเช่น บริษัทแสนสิริจำกัด (มหาชน) ที่มีแผนการลงทุนประมาณ 60,000 ล้านบาท แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 70 % และในต่างจังหวัดอีก 23 % และบริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ได้ประกาศแผนการลงทุนประมาณ 43,000 บาท แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 80 % และต่างจังหวัด 20 % โดยจังหวัดที่ผู้ประกอบการต่างให้ความสนใจนอกเหนือจากกรุงเทพฯ คือ ภูเก็ต ชลบุรี หัวหิน เชียงใหม่ ขอนแก่น และอุดรธานี ซึ่งเป็นหัวเมืองใหญ่ ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้าง และสินค้าเกี่ยวกับบ้านเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2556)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เริ่มก่อตั้งร้านเป็นธุรกิจครอบครัวเริ่มต้นมีพนักงานจำนวน 10 คน ต่อมาได้จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ได้ก่อตั้งเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2544 ได้ดำเนินงานมากกว่า 7 ปี มีการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างแบบครบวงจร มีทีมงานผลิตเพื่อจำหน่าย และซื้อมาขายไป มีบริการส่งสินค้าตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีบริการในเรื่องของการรับเหมาก่อสร้าง จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ทำให้ต้องเจออุปสรรคมากมายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะทางด้านการแข่งขันกับกิจการร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายอื่น ๆ บริเวณพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์หรือวิธีการที่จะทำให้ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ สามารถแข่งขันกับร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายอื่น ๆ ได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนารูปแบบของส่วนประสมทางการตลาดบริการ เช่น ผลิตภัณฑ์ ระดับราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อเป็นการชักจูงให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ สมุทรปราการ เฉลี่ย 300 ราย (ที่มา : ทะเบียนลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เดือนมกราคม – มิถุนายน 2558) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 , p . 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 169 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

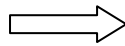
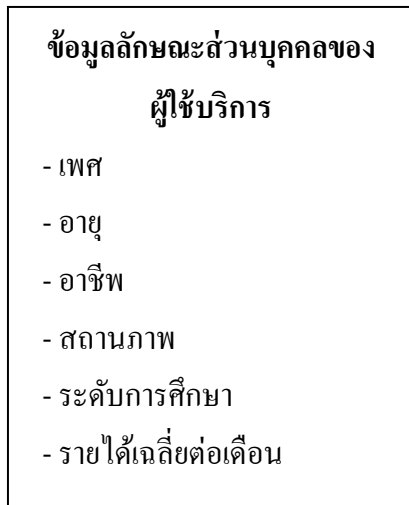
3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ระหว่างเดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2558

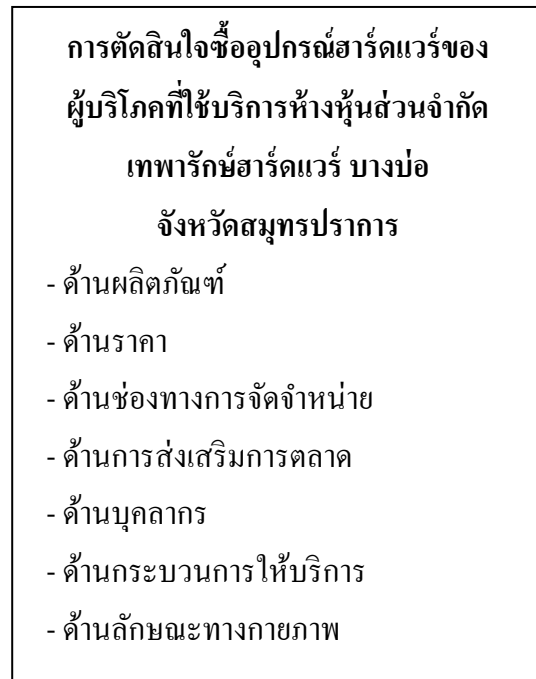
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ของ Kotler (1997 , p . 92) และงานวิจัยของพงศ์ธร สนิมพิมลบูรณ์ (2555) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขตตำบลวังเหนือ อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าซึ่งอ้างอิงจากทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ หมายถึง วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำไปใช้ในการก่อสร้าง ได้แก่ ส่วนไฟฟ้า เลื่อยวงเดือน กบไฟฟ้า ผู้เชื่อม ดอกสว่าน เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ลูกค้าที่มาใช้บริการซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ สมุทรปราการ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ หมายถึง ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้างตั้งอยู่ เลขที่ 133 หมู่ที่ 2 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทพารักษ์ฮาร์ดแวร์ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี