

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากปัญหาทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2551 ทำให้เศรษฐกิจของโลก และประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาทางการเงิน ปัญหาการปลดคน การปิดบริษัท และความไม่ชัดเจนในหน้าที่การเงิน ความมั่นคงในอาชีพ มีผลทำให้คนในปัจจุบันไม่กล้าที่จะใช้จ่ายเงิน การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าต้องใช้เวลาคิดนานขึ้น และเลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่มีความจำเป็นจริงๆ คนที่กำลังเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจะต้องชะลอการตัดสินใจซื้อออกไปก่อน แต่สำหรับคนที่ตัดสินใจซื้อไปแล้วก็ต้องดำเนินต่อไป เมื่อมีบ้านสิ่งจำเป็นคู่กับบ้านคือเฟอร์นิเจอร์ การเลือกซื้อต้องชั่งน้ำหนักกับเฟอร์นิเจอร์ ที่มีให้เลือกทั้ง ไม้สัก ไม้เต็ง ไม้มะค่า ไม้สน เหล็ก หินอ่อน เปรียบเทียบกันทั้งในเรื่อง ราคา คุณภาพ ทำให้ร้าน PINERY FURNITURE (เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ) ซึ่งเป็นผู้ผลิตจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สน ต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ โดยต้องทำการสำรวจพฤติกรรมในการเลือกซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ไม้สน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจสูงสุด จึงจำเป็นต้องทราบความต้องการของตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และทำให้ร้าน PINERY FURNITURE สามารถแข่งขันได้

ผู้วิจัยเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สน มีหน้าร้านอยู่ที่ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ ซึ่งต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ธุรกิจต่างๆกำลังปิดตัวลง และเลิกจ้างงานเป็นจำนวนมาก ทำให้กำลังการซื้อของผู้บริโภคลดลง ในขณะที่ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของร้านไม่สามารถลดลงได้จึงต้องพยายามหากลยุทธ์ต่างๆเพื่อช่วยให้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สนได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ให้เลือกมากมายหลายยี่ห้อและหลายวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยต้องการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลที่ผู้บริโภคนำมาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน และใช้ผลของการวิจัยเป็นกลยุทธ์ในการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน กรณีศึกษา ร้าน PINERY FURNITURE เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

## สมมุติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน กรณีศึกษา ร้าน PINERY FURNITURE เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือลูกค้าที่มาเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ จำนวนประมาณ 300 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 170 คน ตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ

- 2.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### 2.1.2 การเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน

- เฟอร์นิเจอร์ไม้สนประเภทใดที่ท่านต้องการซื้อ
- บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน
- ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนในโอกาสใด
- ท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนลักษณะใด
- การซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สนท่านชำระเงินด้วยวิธีใด
- ท่านได้รับข้อมูลในเรื่องเฟอร์นิเจอร์ไม้สนจากแหล่งใด
- ถ้าท่านเคยใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้สนเฟอร์นิเจอร์ไม้สนที่ต้องการซื้อ

ขั้นต่อไป คืออะไร

### 2.1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน

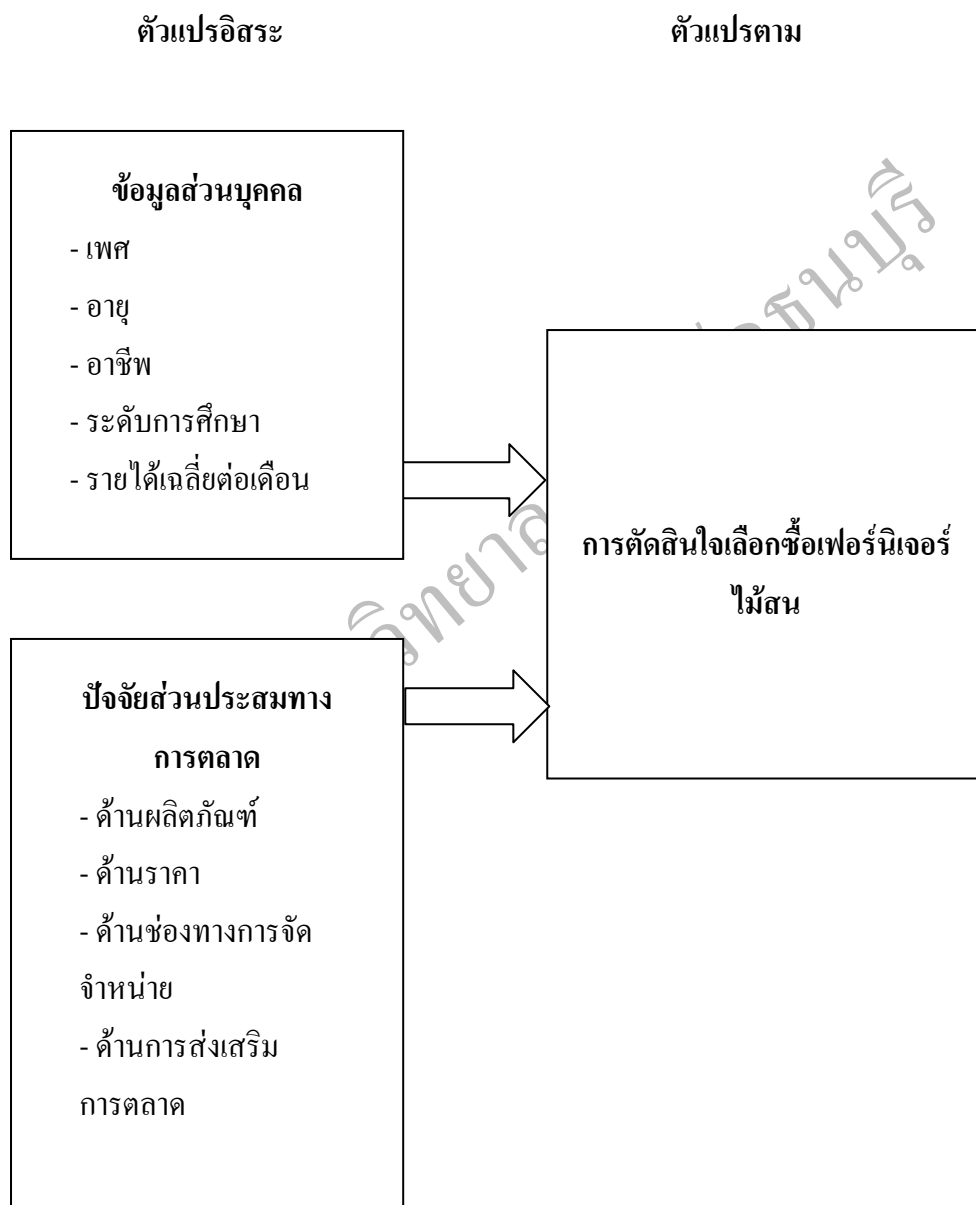
- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ การตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน

### 3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างเดือนเมษายน -พฤษภาคม 2552

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษารื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน กรณีศึกษา ร้าน PINERY FURNITURE เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน** หมายถึง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

**การตัดสินใจ** หมายถึง อิทธิพลจากภายนอก เช่น ค่านิยม ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค อิทธิพลภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

**เฟอร์นิเจอร์ไม้สน** หมายถึง เครื่องใช้ในบ้านที่ทำจากไม้สน เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น

**ผู้บริโภค** หมายถึง ลูกค้าที่มาเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ เดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ หมายถึง ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางกะปิ (มอลล์ 8) เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2537 ตั้งอยู่บนถนนลาดพร้าวในพื้นที่เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ตรงข้ามกับห้างสรรพสินค้าจอมจิตร ในบริเวณใกล้เคียง ๆ มีศูนย์การค้าตะวันนา ศูนย์การค้าแม็คโคร สาขาบางกะปิ และศูนย์การค้าเทสโก้โลตัส สาขาบางกะปิ

**PINERY FURNITURE** หมายถึง ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้สน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดวางแผนการตลาดของร้าน PINERY FURNITURE เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจขยายสาขาในอนาคต
3. ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์กับประกอบการทำธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สนได้ในอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี