

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยขึ้นชื่อ ว่าเป็นอู่อุตสาหกรรมไม้ ซึ่งมี ความหลากหลายของพันธุ์ไม้นานาชนิดไม่ว่าจะเป็น ไม้ดอก ไม้ประดับ และไม้ยืนต้น ฯลฯ ไม้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ประโยชน์อย่างหนึ่งของไม้คือ ใช้เป็นเชื้อเพลิง เช่น ถ่าน หรือฟืน บางครั้งก็ใช้ในงานศิลปะ ทำเฟอร์นิเจอร์ ทำอาวุธ หรือเป็นวัสดุก่อสร้าง ไม้ยัง คงเป็นส่วนประกอบสำคัญในการก่อสร้าง ตั้งแต่มนุษย์เริ่มสามารถสร้างบ้านที่อยู่อาศัย หรือเรือ โดยเรือ แทบทุกลำในช่วงปี 80 ทำมาจากไม้แทบทั้งสิ้น ซึ่งในปัจจุบันบ้านหรือเรือที่ทำจากไม้มีจำนวน ลดลง โดยปัจจุบันมีการนำเอาวัสดุอื่นมาใช้ในการสร้างแทน แต่ไม้ยังคงมีส่วนสำคัญในด้านการ เสริมโครงสร้าง หรือเป็นวัสดุเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างหลังคา และของประดับนอก บ้าน ไม้ที่ใช้ในงานก่อสร้างที่รู้จักกันในชื่อ ไม้แปรรูปซึ่งปกติโดยสภาพแล้ว ไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ ในการก่อสร้างโดยตรง เนื่องจากอาจจะมีการแตกหักในโครงสร้าง จึงต้ องนำไปแปรรูปอย่างอื่น ก่อน เช่น ไม้อัด , Chipboard, Engineered Wood, Hardboard ,Medium-Density Fiberboard (MDF), Oriented Strand Board (OSB) เป็นต้น ไม้ดังกล่าวนี้ใช้ประโยชน์กันในวงกว้าง อีกทั้งเชื้อ ไม้ยังเป็น ส่วนประกอบสำคัญในการผลิตกระดาษอีกด้วย เซลลูโลส (Cellulose) ที่อยู่ในไม้ยังใช้การทำวัสดุ สังเคราะห์ ซึ่งไม้ยังใช้ประโยชน์ในการทำอุปกรณ์อื่น นอกเหนือจากการก่อสร้าง เช่น ใช้ทำ ตะเกียบ เครื่องดนตรี เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

ในอดีตเรามักพบว่า ไม้ที่คนไทยนิยมนำมาทำเฟอร์นิเจอร์นั้น คือ ไม้ประเภทไม้สักและไม้ อื่นๆ ตั้งแต่ประเทศไทยมีกฎหมายปิดป่าห้ามตัดไม้หวงห้าม จึงมีการหาไม้ตัวอื่นมาทดแทน โดย การนำมาคิดค้นลองผิดลองถูก เพื่อให้ได้ผลตามที่ต้องการ ดังนั้นจึงมีการนำไม้มะม่วงเข้ามา มีบทบาทมากขึ้นในการทำเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจาก มีความแข็งแรง หาได้ง่าย มีมากในประเทศและ สามารถปลูกทดแทนได้ เจริญเติบโตเร็ว รวมไปถึงมีปริมาณการผลิตตอบสนองกับตลาดได้ดีและ ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

มะม่วงเป็นพืชที่อยู่กับคนไทยมาอย่างช้านาน มะม่วงเป็นผลไม้เขตร้อนที่เก่าแก่และสำคัญที่สุดชนิดหนึ่ง ตามหลักฐานปรากฏว่ามีคนนำไม้มะม่วงมาปลูกเป็นเวลา 4 ปีมาแล้ว ทั้งนี้เพราะส่วนต่างๆของมะม่วงเกือบทุกส่วนมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ปัจจุบันเชื่อว่ามะม่วงมีถิ่นกำเนิดในบริเวณประเทศอินเดียและพม่า โดยมีศูนย์กลางการกระจายพันธุ์อยู่ในอินโดจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย การกระจายพันธุ์เป็นไป อย่างช้าๆ ก่อนที่จะขยายไปสู่ส่วนต่างๆของโลกจนถึงปัจจุบัน

ในศุโขทัยเชื่อว่ามีมีการปลูกมะม่วงมาตั้งแต่สมัยศุโขทัย เนื่องจากมีข้อความปรากฏเป็นหลักฐานอยู่ในศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงว่า “สร้างป่าหมาก ป่าพลู ทั่วเมืองนี้ทุกแห่ง ป่าพร้าว ก็หลายในเมือง นี้ หมากม่วงก็หลายในเมืองนี้ “ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มะม่วงมีการปลูกกันจนเป็นที่แพร่หลาย ประกอบกับประเทศไทยมีภูมิประเทศและดินฟ้าอากาศเหมาะสมสำหรับปลูกมะม่วงเป็นอย่างมาก คนไทยในปัจจุบันจึงนิยมปลูกเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ปลูกไว้หลังบ้านจนถึงเป็นสวนขนาดใหญ่

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมากดังสังเกตได้จากประเทศไทยมีมูลค่าการบริโภคในประเทศและการส่งออกมากกว่า 40,000 ล้านบาทต่อปี มีผู้ประกอบการ SMEs มากกว่า 10,000 ราย ก่อให้เกิดการจ้างงานไม่ต่ำกว่า 100,000 คนโดยมีบริษัทที่ เข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด 114 บริษัท และยังมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ คืออุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งสถาบันการเงินต่างๆ เป็นต้น และในอนาคตยังมีแนวโน้มการบริโภคเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นด้วย โดยรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์จะมีแนวโน้มเป็น ความเป็นตัวเองเพิ่มมากขึ้น ด้านความหลากหลาย จะมีการรวมรูปแบบวัสดุและสีเข้าด้วยกัน ใช้งานได้หลากหลาย นึกถึงเรื่องที่มาของไม้เป็นเรื่องสำคัญ เป็นต้น

อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยจะพึ่งพาการส่งออกสูง ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ ขนาดอุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ขนาดกลาง และอุตสาหกรรมเล็ก ซึ่งนอกจากจะผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อจำหน่ายภายในประเทศแล้ว ยังผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออกอีกด้วย ซึ่งความจริงแล้วช่างฝีมือที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เป็นช่างที่มีฝีมือดี และมี

ความละเอียด จึงทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ได้มีความสวยงามและมีคุณภาพดีตามไปด้วย แต่สิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาในอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย คือ การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ปัญหาอีกอย่างหนึ่งก็คือไม้ที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ เนื่องจากไม้ตามธรรมชาติเริ่มลดน้อยลง อย่างเช่น ไม้สัก ไม้แดง ดังนั้นจึงต้องมีการหาวัตถุดิบไม้ชนิดอื่นมาใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์ อย่างเช่น ไม้ยางพารา ที่เป็นผลพลอยได้จากต้นยางที่มีอายุมากกว่าสามสิบปี ซึ่งไม้ยางพาราก็เป็นวัสดุที่สามารถนำมาทำเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ได้ดีไม่แพ้ไม้ชนิดอื่น ทั้งยังมีราคาถูกและสามารถหาได้ง่ายอีกด้วย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในไทยต้องมีการปรับตัวตามแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยตลาดเฟอร์นิเจอร์ในประเทศนั้นได้รับอิทธิพลจากการแนวโน้มความนิยมในที่อยู่อาศัยประเภทอาคารสูงมากขึ้น ซึ่งมักจะจำหน่ายในลักษณะห้องพร้อมตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ โดยบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เจ้าของโครงการ มักจะจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์แบบลอยตัวจากผู้ผลิตแบรนด์ซึ่งเป็นที่รู้จักของลูกค้า และได้รับการออกแบบโดยเฉพาะเพื่อให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์ของโครงการแนวทางที่ผู้ประกอบการในประเทศจะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยมากขึ้น คือ ต้องมีความยืดหยุ่นปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโดยสามารถผลิตได้ทั้งตลาดขนาดใหญ่และเล็ก ต้องมีการผสมผสานวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้มีความหลากหลาย ซึ่งจะเกิดการต่อรองและเพิ่มโอกาสในการตลาดมากขึ้น และต้องมีความพร้อมอยู่เสมอที่จะผลิตสินค้าให้ทันตามความต้องการของลูกค้า

จากลักษณะที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อได้ข้อมูลที่สามารถใช้เป็นแนวทางว่าในขณะที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น ประกอบกับช่วงภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจะปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ ระดับ การศึกษารายได้ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย และสถานภาพ

3. คำถามการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่ง บ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
4. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
6. ผู้บริโภคที่มี ลักษณะที่อยู่อาศัย ต่าง มีผลต่อการเลือก ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่
7. ผู้บริโภคที่มี สถานภาพ ต่าง มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกันหรือไม่

4. สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน
7. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายหรือประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงเป็นจำนวน 400 ชุด

2. ระยะเวลา

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2555 ถึงวันที่ 1 เมษายน

2556

3. พื้นที่ในการศึกษา คือ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยและสถานภาพ

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญ ต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ หมายถึง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กฎหมาย วัฒนธรรม

2. ผู้บริโภค หมายถึง ประชากรที่ซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือความคิด หรือความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งการกระทำนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน