

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดโครงการบ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการในการซื้อที่อยู่อาศัย หรือไม่ผู้บริโภคก็จะปลูกที่อยู่อาศัยเองบนพื้นที่ดินของตนเอง เมื่อซื้อบ้านหรือสร้างบ้านเสร็จเรียบร้อย สิ่งที่มีความจำเป็นกับผู้บริโภคโดยตรงภายในบ้านก็คือเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์มีความจำเป็นกับผู้บริโภคโดยตรงทุกอิริยาบถ นับตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอน เฟอร์นิเจอร์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งสำหรับอาคารบ้านเรือน สถานประกอบการธุรกิจ ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลง และประชากรมีจำนวนมากขึ้น ความจำเป็นที่จะใช้สินค้าประเภทนี้จึงมีมากขึ้น ตามสภาพเศรษฐกิจและค่านิยมของผู้บริโภค

การตกแต่งบ้าน คือการรู้จักเลือกหยิบเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับบรรยากาศภายในบ้านหรือภาพรวมของสถานที่หรือมุม ไม่ว่าจะเป็นตู้ เตียง โต๊ะ เก้าอี้ โซฟาและอื่น ๆ นำมาตกแต่งให้เกิดความลงตัวภายในบ้านหรือมุมนั้น ๆ เพื่อให้เกิดความสุนทรีย์ในที่อยู่อาศัย ซึ่งหมายถึงรสนิยมและความพึงพอใจในความงามแต่ละแบบของแต่ละคน และเกิดประโยชน์ใช้สอยที่เอื้อต่อการดำเนินชีวิตภายในบ้าน เพราะแต่ละครอบครัว และแต่ละบุคคลย่อมมีรายละเอียดในวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกเฟอร์นิเจอร์มาประดับตกแต่งบ้านของแต่ละบุคคลจึงถือเป็นเรื่องเฉพาะตัว เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านประเภทต่าง ๆ นับเป็นเสน่ห์ประการหนึ่ง ซึ่งช่วยให้บรรยากาศภายในบ้านน่าอยู่อย่างยิ่งความงามอย่างมีชีวิตชีวาซึ่งมาจากเรื่องราวที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวันของมนุษย์

เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าที่ไม่เหมือนสินค้าประเภทอื่น คือไม่สามารถเก็บกักตุนไว้ได้ เพราะเป็นสินค้าที่ขึ้นอยู่กับแฟชั่น ประกอบกับบางครั้งคนไทยเรามากไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าใดนัก การจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไว้ใช้จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสม รูปแบบ ความแข็งแรง ทนทาน และที่สำคัญอีกประการที่มีความเด่นชัดก็คือ ถ้าฐานะไม่ค่อยจะอำนวยนัก ก็จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ประเภทรูปแบบสวยงาม ส่วนคุณภาพอาจไม่คำนึงถึง แต่ถ้ามีฐานะดี เฟอร์นิเจอร์ก็จะเลือกแบบที่มีคุณภาพดีเยี่ยม แต่จะมีราคาสูงไปตามลำดับ

จากปัญหาดังกล่าว และผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเจ้าของกิจการร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ เพื่อจะได้สนองตอบให้

ตรงกับความต้องการของของลูกค้า สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ร้านอื่น ๆ นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

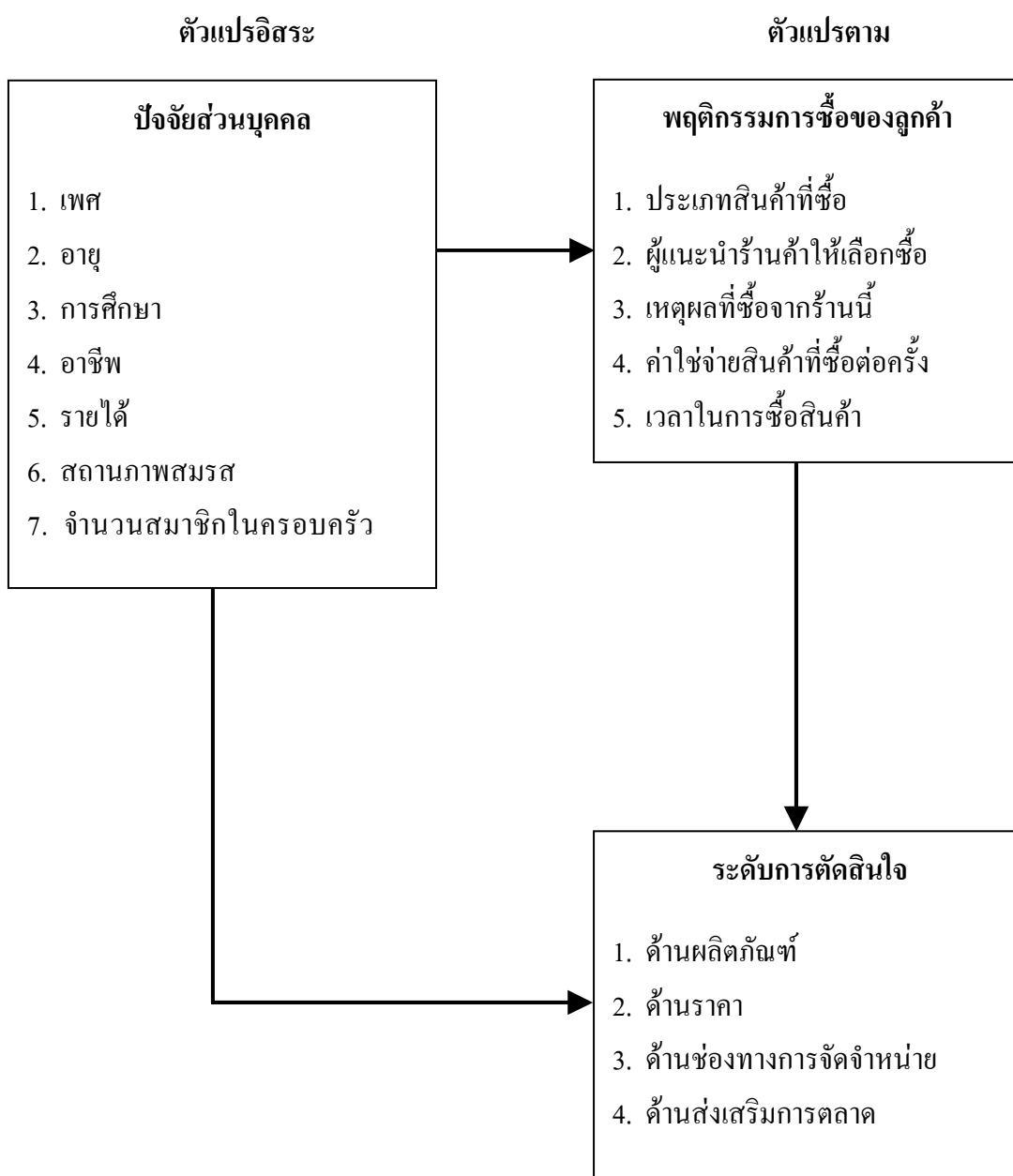
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ จำแนกตาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อเฟอร์นิเจอร์และความพึงพอใจของลูกค้าร้าน
 ปรานีเฟอร์นิเจอร์ สามารถที่จะแสดงให้เห็นเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ต่างกัน ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ต่างกัน ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าของร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งไม่ได้มีผู้เก็บข้อมูลไว้ จึงไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 289 คน ใช้วิธีการคำนวณ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (อภิรักษ์ จันตะนี. 2549 : 17)
2. ขอบเขตของเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ มีตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว
 - 2.2 ตัวแปรตาม คือ
 - 2.2.1 พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ประกอบด้วย ประเภทสินค้าที่ซื้อ ผู้แนะนำร้านค้าให้เลือกซื้อ เหตุผลที่ซื้อจากร้านนี้ ค่าใช้จ่ายสินค้าที่ซื้อต่อครั้ง และเวลาในการซื้อสินค้าต่อเดือน
 - 2.2.2 การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
3. ขอบเขตของด้านพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสอบถามลูกค้าของร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. ขอบเขตของด้านเวลา เริ่มจากเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 รวมเวลาที่ใช้ในการวิจัย 4 เดือน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์
2. ได้ทราบระดับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์

3. ได้ทราบผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า
4. ได้ทราบผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า
5. สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนากิจการร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

เฟอร์นิเจอร์ หมายถึง เครื่องเรือนที่ผลิตจากไม้หรือมีไม้เป็นส่วนประกอบ สามารถใช้สอยได้ และใช้ประดับตกแต่งภายในที่พักอาศัยหรือสำนักงานต่าง ๆ ได้ เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ เตียง ชุดรับแขก

ลูกค้า หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าที่ร้านปราณีเฟอร์นิเจอร์ ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง รูปร่างของผลิตภัณฑ์และรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย มีคุณภาพทันสมัย สวยงาม มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย พร้อมขายเสมอ โดยไม่ต้องสั่งล่วงหน้า และมีการรับประกันและรับคืนเปลี่ยนสินค้า

ราคา หมายถึง การกำหนดราคาเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งถูกกำหนดจากร้านจำหน่าย โดยมีการพิจารณาลักษณะของการแข่งขัน และปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อราคาที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระดับราคา ความเหมาะสมของราคาตามชนิดของเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งประกอบด้วย มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีป้ายราคาติดชัดเจน มีการต่อรองราคาได้ และมีระบบการให้สินเชื่อในร้าน

ช่องทาง การจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่หรือพื้นที่ในการดำเนินกิจการของธุรกิจ โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้งเป็นจุดเด่น อยู่ในมุมที่มีการสัญจรไปมา และเห็นได้ชัดเจน ตลอดจนการจัดสินค้าเพื่อบริการลูกค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของร้านหาง่าย ติดถนน มีที่จอดรถสะดวก การจัดหน้าร้านและการจัดสินค้าในร้าน มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่สามารถเดินเลือกซื้อได้ง่าย และบรรยากาศในร้านเย็นสบาย

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การแจ้งการบอกกล่าวและการขายความคิด ความเข้าใจให้ลูกค้ารู้ ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากผู้ขาย การส่งเสริมการขาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

สินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้าน การลด แลก แจก แถม
ชื่อเสียงของร้านค้า มีพนักงานขายหน้าร้านแนะนำสินค้า และมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง