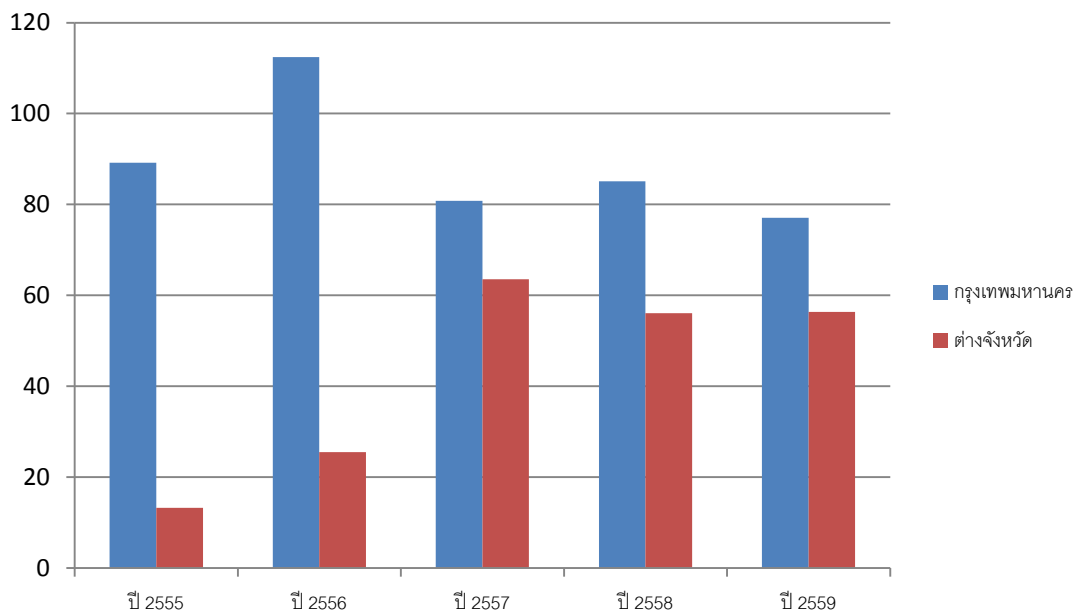


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่มีอยู่ภายในประเทศในการแปรรูป มีการจ้างงานแรงงานช่างฝีมือภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างรายได้สู่ชุมชน จนส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจ (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงต่างประเทศ, 2556) เฟอร์นิเจอร์มีบทบาทสำคัญในด้านการตกแต่งอาคารบ้านเรือน สำนักงาน โรงแรม ภัตตาคาร รวมทั้งสถานประกอบการต่างๆ ทั้งในด้านประโยชน์จากการใช้สอย และความสวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่พักอาศัย หรือ คอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่จำกัด ที่ต้องอาศัยเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเล็กเหมาะสมตามขนาดพื้นที่ และสามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด จากการรายงานภาพรวมของอุตสาหกรรมด้านการผลิตและจำหน่ายของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในปี 2559 ที่ผ่านมา พบว่า มีการปรับตัวลดลงตามสภาวะการชะลอตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ พบว่า ดัชนีการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในประเทศในปี 2559 ปรับตัวลดลงร้อยละ 10.77 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารออมสิน, 2559) สาเหตุหลักมาจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีปัญหาภาระค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายและเลือกที่จะจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่จำเป็นมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันผู้บริโภคมีปัจจัยในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่หลากหลาย เนื่องจากผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์หลายๆ แห่งผลิตเฟอร์นิเจอร์ออกมาให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้ออย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคนำมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ โดยมองหาเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคสนใจในทุกกระบวนการตั้งแต่วัสดุที่ใช้ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือมีการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้ในการผลิต การออกแบบต้องใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า ตอบสนองการใช้งานได้ตรงตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค อีกหนึ่งปัจจัย คือปัจจัยเศรษฐกิจ ราคาจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ไม่สูงเกินกำลังซื้อของผู้บริโภค (กิ่งกานต์ ดิเรกฤทธิ, 2558)



รูปที่ 1.1 กราฟแสดงมูลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ระหว่างกรุงเทพมหานคร กับต่างจังหวัด ตั้งแต่ปี 2555 – 2559.

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารออมสิน, 2560.

จากกราฟแสดงมูลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ระหว่างกรุงเทพมหานคร กับต่างจังหวัด ตั้งแต่ปี 2555 – 2559. สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเฟอร์นิเจอร์ไม้ในต่างจังหวัดมีแนวโน้มที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เพิ่มขึ้นสูงกว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

การโฆษณาเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง การโฆษณามีหน้าที่สำคัญเพื่อติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้า ด้วยเหตุที่การแข่งขันทางด้านธุรกิจในปัจจุบันมีความรุนแรง บทบาทของการโฆษณาจึงทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทใหญ่ๆ ได้ทุ่มงบประมาณจำนวนมากเพื่อการโฆษณาผ่านทุกช่องทางการสื่อสารไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้นจะต้องมีการวางแผนโฆษณา การเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ ที่จะนำข่าวสารไปยังผู้บริโภคให้ได้จำนวนมากที่สุด รวดเร็วที่สุด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและจงใจให้ได้มากที่สุด (ปิยนัทร ส้อมชวกร, 2550)

บริษัท ไอดีโมเบล จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กที่มีคุณภาพสูง พร้อมตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ตั้งแต่การออกแบบที่เรียบง่าย เหมาะกับการตกแต่งห้องในทุกรูปแบบ บริษัทฯ ประกอบกิจการในรูปแบบธุรกิจครอบครัว เป็นบริษัทขนาดเล็กที่มุ่งเน้นการทำงาน และบริหารงานแบบญาติมิตร โดยมีคุณจิราทิพย์ วิวัฒนานนท์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร และดูแลฝ่ายขายและการตลาด โดยในปัจจุบันบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า 3 ช่องทาง ได้แก่ งานแสดงสินค้า ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และสื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงมีความต้องการศึกษาความพึงพอใจต่อการรับสื่อของลูกค้า บริษัท ไอดีโมเบล จำกัด เพื่อให้บริษัทสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กที่ทำจากไม้ รวมไปถึงการวางแผนการใช้สื่อเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.3.1 ทำให้ทราบถึงความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด
- 1.3.2 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ที่มีต่อสื่อที่บริษัท นำเสนอ บริษัทฯ สามารถนำมาวางแผนการใช้สื่อเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ