

# การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของพรมแบบจิกซอร์

ปีการศึกษา 2542

โดย

นายคมสรวร กัทธอริคม

นายธวัชชัย จรรยาวิพุธ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ธนระรัตน์ แด้วพัฒนา

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์การุณย์ นพคุณ

รองศาสตราจารย์คันสนีย์ สุภาภา

## บทคัดย่อ

การผลิตพรมปูพื้นแบบจิกซอร์ออกสู่ตลาดนั้นก็เป็นอีกโครงการหนึ่งที่มีความน่าสนใจ เพราะเป็นการเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ผลิตอยู่แล้วยังขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และเพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้มีมากขึ้นในช่วงที่เศรษฐกิจกำลังฟื้นตัว จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการนำผลิตภัณฑ์พรมแบบจิกซอร์นี้ ไปพัฒนาด้านเทคนิคและการผลิตต่อไป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้ ผลิตภัณฑ์พรมที่มีอยู่แล้วในตลาด จะไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในช่วงเวลานี้ เนื่องจากปริมาณความต้องการน้อยกว่ากำลังการผลิต ซึ่งมีอยู่สูงถึง 9757.64 พันตารางเมตรต่อปี ถ้าหากต้องการลงทุนต้องเป็นผลิตภัณฑ์พรมแบบจิกซอร์ ที่สะดวกในการใช้งานและประหยัดค่าใช้จ่าย ผู้ใช้สามารถทำความสะอาดได้เองและสามารถเปลี่ยนเฉพาะจุดได้ เมื่อมีความเสียหาย ราคาไม่สูงนัก สามารถหาซื้อได้ง่าย จะมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 20 - 49 ปี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย/เช่าซื้อที่อยู่อาศัย อาศัยอยู่บ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ ซึ่งมีปริมาณความต้องการเท่ากับ 910.85 พันตารางเมตรต่อปี จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน แต่อย่างไรก็ตามควรทำการศึกษาด้านเทคนิคและการเงินต่อไปเพื่อจะได้ทราบถึงภาพรวมความเป็นไปได้ของโครงการ