

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวปิยะนันท์ สุคันธปรีย์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรในศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยและ/หรือทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลจากแหล่งร้านค้าในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้สอยส่วนตัวและ/หรือประดับตกแต่งภายในที่พักอาศัย มาไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,001-20,000 บาท ประเภทที่พักอาศัยคือ บ้านของตนเอง จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยอยู่ด้วยกันจำนวน 1-2 คน

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อ คือ เติง ลักษณะการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ซื้อเป็นชิ้น จำนวนครั้งในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา คือ 2 ครั้ง และการใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ตัดสินใจซื้อทันที โดยโอกาสในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ซื้อเมื่อจัดบ้านใหม่/จัดห้องใหม่ และช่วงเดือนที่มักจะเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ปลายเดือน ช่วงวันที่มักจะเลือก

ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ หยุคสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลาที่มักจะเลือกดู/เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ช่วงเย็น 17.00 น. - 21.00 น. สำหรับค่าใช้จ่ายในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลครั้งล่าสุด คือ 1,001-3,000 บาท ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลของมากที่สุด คือ ตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ซื้อเพื่อใช้สอยในที่พักอาศัย และเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สำหรับแหล่งจำหน่ายที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ เทสโก้ โลตัส, บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สำหรับเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิลจากแหล่งจำหน่ายที่ซื้อคือ เดินทางสะดวก และแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (บิลบอร์ด) ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล คือ ชำระด้วยเงินสด

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา สำหรับปัจจัยที่ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกที่มีผลต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเกิล ได้แก่ 1) ความหลากหลายของรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ วัสดุปิดผิวเฟอร์นิเจอร์ เช่น เมลามีน กันรอยขีดข่วน, กระจกฉาย, ฟอล์ด, พีวีซี, ไฮโกรอส เป็นต้น การรับประกันคุณภาพ ราคาถูก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 2) ร้านจำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน คมนาคมสะดวก 3) ประโยชน์ในการนำมาใช้งานที่หลากหลาย คุณภาพ ความเรียบร้อยของชิ้นงาน สามารถต่อรองราคาได้ 4) ร้านจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ให้ส่วนลดราคา 5) ความแข็งแรงและคงทนของเฟอร์นิเจอร์ ชื่อเสียงของตราหือส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง 6) ความสะดวกในการนำกลับบ้านหรือขนย้าย มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น ใบบลิว นิตยสาร เว็บไซต์ ของแถม เมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น เป็นเงินจำนวนมาก 7) บริการจัดส่งสินค้า และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ การบอกกล่าวปากต่อปาก เช่น คนรู้จักแนะนำ การรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่งหรือติดตั้ง 8) มีส่วนลดราคาเมื่อซื้อเงินสด มีเอกสาร แผ่นพับ นามบัตรแจกลูกค้า การส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน 9) สีสีของเฟอร์นิเจอร์ (สีของพื้นผิวและลวดลาย) 10) ขนาดของสินค้ามีขนาดใหญ่ คุ่มค่า ร้านจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุด ในราคาพิเศษ

**Independent Study Title** Consumer Behavior Towards Purchasing Particle Board Furniture in Mueang Chiang Mai District

**Author** Miss Piyanan Sukuntapree

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Advisor** Associate Professor Orachon Maneesong

### **ABSTRACT**

This study aimed to investigate consumer behavior towards purchasing Particle board furniture in Mueang Chiang Mai district. Population of this study were identified to 200 people residing and/or working in Mueang Chiang Mai district who purchased the Particle board furniture from shops in Chiang Mai within 6 months for the purchase of personal use and/or interior decoration. Questionnaires were used as the tool to collect data. The data were, then, analyzed by the application of descriptive statistic, consisting of frequency, percentage, and mean.

The findings presented that most respondents were female in the age of 31-40 years old with Bachelor degree. They worked as government official/state enterprise employee. They were single and earned average monthly income at the amount of 10,001-20,000 Baht. They lived in their own house with 1-2 family members.

Regarding the study on consumer behavior towards purchasing Particle board furniture in Mueang Chiang Mai district, the findings showed that type of Particle board furniture that the majority purchased was a bed. In general, they purchased a piece of Particle board furniture. In the last 6 months, they made 2 times of purchase for the Particle board furniture. They did the immediate purchasing decision towards the studied product, especially when they re-arranged their house/room. The period that they usually purchased the Particle board furniture was at the end of the month, especially on weekend (Saturday-Sunday), mostly in the evening, from 17.00 – 21.00

hrs. The latest expenditure that they spent for the Particle board furniture was 1,001-3,000 Baht. Person influencing their decision making towards purchasing the Particle board furniture the most was the respondents themselves. Purpose of purchasing the studied product was to use it at the house and reason of purchasing it was its reasonable price comparing to its quality. Places where the Particle board furniture was distributed in Mueang Chiang Mai district were Tesco Lotus and Big C Supercenter. Reason of purchasing the studied products from the mentioned places was referred to the convenient location to travel to. Source of information where they learned about the Particle board furniture was the billboard. The majority paid for the Particle board furniture in cash.

Regarding the study on marketing mix factors, the findings showed that the respondents ranked product and price as the factors affecting their purchase of Particle board furniture at the highest level. In the meantime, promotion and place factors affected their purchase at high level.

Hereafter were shown the top 10 sub-factors affecting the purchase of Particle board furniture: 1) various patterns of furniture, covering materials to prevent furniture from any scratch such as Melamine, aluminum foil, and high-gloss PVC, quality insurance, and cheap and reasonable price to its quality 2) convenient location of the shop where was located near community area and easy to access 3) multi-functions with high quality and neatness of the product in negotiable price 4) availability of convenient parking space and product discount, 5) strength and durability of the furniture, reputation of product brand, and rapid and accurate product or service delivery 6) convenience in taking the product home or relocation, media advertisement such as brochure, magazine, and website and availability of giveaway when purchasing lots of products in a large amount of money, 7) product delivery and installation service, viral marketing such as recommendation from fellows, and product guaranty during delivery or installation 8) availability of cash discount, distribution of product documents, brochure, and name card to customers, and seasonal marketing such as new year and Chinese new year, 9) colors of the furniture (colors and patterns of its surface), and 10) product size which was big and worthwhile, reliable shops, and special price for a set of products.