

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาววีระยา ลักขณาวิฑู

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 400 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ และมีระยะเวลาในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เพิ่มเติม/เปลี่ยนแปลงอยู่ที่ 2 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ประเภทตู้เสื้อผ้า และซื้อในลักษณะเป็นชิ้น โดยมีค่าใช้จ่ายรวมในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละครั้ง 3,000-5,000 บาท ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เมื่อเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่ชำรุด ด้วยเหตุผลคือ ต้องการนำไปใช้งาน ส่วนใหญ่ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากแหล่งผลิต และเหตุผลที่ใช้ในการเลือกแหล่งจำหน่าย คือ มีราคาสินค้าเหมาะสม ได้รับข่าวสารข้อมูลจากป้ายโฆษณา และมีรูปแบบการชำระเงิน ด้วยเงินสด

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยพบ/ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกชอบเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีในระดับชอบมาก มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ เท่ากับ 6.203 คะแนน (จัดอยู่ในระดับไม่แน่ใจ) และส่วนใหญ่มีความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ประเภทตู้โชว์

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการ 3 อันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพ ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน และรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการ 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป และสามารถต่อรองราคาได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการ 3 อันดับแรก คือ ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ บริการจัดส่งสินค้า และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการ 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วและพนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ

Independent Study Title Consumer Demand Towards Painted Wood Furniture in
Mueang Chiang Mai District

Author Miss Wiraya Lakkhanawat

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Sirikiat Rutchusanti Chairperson

Lecturer Renuk Sermboonsang Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the consumer demand towards painted wood Furniture in Muang Chiang Mai District. This study was conducted by questionnaires from 400 samples (from customers at wood furniture shop) using method of Convenience sampling. The data was then analyzed using Descriptive Statistics, i.e. frequency, percentage and means.

From the study, it was found that most respondents were female, 31-40 years old, earned a bachelor's degree, private employees and had average monthly income of 10,001-15,000 Baht. Most respondents had previously purchased wood furniture. A frequency of purchasing new wood furniture or changing wood furniture was 2 years and above. Most respondents had purchased wood wardrobe and purchased wood furniture in a piece form. Total cost of purchasing wood furniture each time was 3,000-5,000 baht. Most respondents made decisions to purchase wood furniture by themselves, mostly to replace damaged existing furniture. Reason for purchasing wood furniture is usability. Most respondents were likely to purchase wood furniture from the manufacturers. Reason for choosing wood furniture shop was a reasonable price and most respondents received information through advertising poster and paid in cash form.

From the study for the trend of respondents toward the purchasing of painted wood furniture found that; all respondent had known about painted wood furniture. Most respondents were fond of painted wood furniture in high level. Mean of purchasing intention is 6.203 points (which in uncertain level), and most intended to purchase show case.

From the study of marketing mix factors influencing demand of painted wood furniture, found that Product factors influenced painted wood furniture demand in the highest level, where the top 3 sub-factors were product warrantee, product utilities and furniture type.

Price factor influenced painted wood furniture demand in the highest level, where the top 3 sub-factors were proper price that within budget, lower price than other shops, and bargaining capability.

Place factor influenced painted wood furniture demand in high level, where the top 3 sub-factors were correct and fast delivery, reliable shop, and furniture installation service.

Promotion factor influenced painted wood furniture demand in high level, where the top 3 sub-factors were product/price detail knowledge of sell assistances, quick service, friendly reception and product introduction, and polite and pleasant personality sell assistance.