

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงข้อมูลการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็นทั่วไป ความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงข้อมูลการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.0 และเพศชาย ร้อยละ 33.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมาคืออายุ 20-30 ปี ร้อยละ 31.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 63.5 รองลงมา คือ การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 20.0 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 47.5 รองลงมา คือนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 17.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 34.5

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ร้อยละ 93.5 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลง 2 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 47.6 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 1 ปี – น้อยกว่า 1 ปี 6 เดือน ร้อยละ 28.3 ประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เคยซื้อส่วนใหญ่ คือ ตู้เสื้อผ้า ร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ โต๊ะอาหารและชั้นวางของ ร้อยละ 33.2 ลักษณะการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่ คือ ซื้อเป็นชิ้น ร้อยละ 89.8 รองลงมา คือ ซื้อผสมกันเป็นชุด (จัดตามความชอบของลูกค้า) ร้อยละ 9.4 ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายรวมในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละครั้ง คือ 3,000-5,000 บาท ร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 27.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเองในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ร้อยละ 95.7 รองลงมา คือ คู่สมรส คู่รัก ร้อยละ 43.9 โอกาสที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่ชำรุด ร้อยละ 90.4 รองลงมา คือ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่มีสภาพเก่า ร้อยละ 71.1 และตกแต่งบ้านใหม่ ร้อยละ 54.3 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ ต้องการนำไปใช้งาน ร้อยละ 85.6 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม/ไม่แพงเกินไป ร้อยละ 78.9 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ความแข็งแรงคงทน ร้อยละ 69.8 แหล่งจำหน่ายที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ แหล่งผลิตเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 87.4 รองลงมา คือ แหล่งจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่นั่นตราสินค้า (รวมถึงกรณี ถนนคนเดิน) ร้อยละ 69.0 เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากแหล่งจำหน่ายที่เคยซื้อ คือ มีราคาสินค้าเหมาะสม ร้อยละ 91.4 รองลงมา คือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือก ร้อยละ 87.7 และรูปแบบสินค้าทันสมัย ร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จากป้ายโฆษณา ร้อยละ 91.4 รองลงมาคือ แผ่นพับ ร้อยละ 60.4 รูปแบบการชำระเงินส่วนใหญ่ คือ การชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 93.0 รองลงมา คือ การผ่อนชำระรายงวด ร้อยละ 69.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็นทั่วไป ความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

2.1 ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เคยพบหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกชอบเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีในระดับชอบมาก ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ ชอบปานกลาง ร้อยละ 36.3

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

การศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถาม ซึ่งใช้สเกลคะแนน 1-10 เรียงลำดับความตั้งใจซื้อจากน้อยไปมาก โดยคะแนน 1 หมายถึง ไม่ซื้อแน่นอน คะแนน 10 หมายถึง ซื้อแน่นอน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อเท่ากับ 6.203 คะแนน (จัดอยู่ในระดับ ไม่แน่ใจ)

ประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความตั้งใจซื้อ คือ ตู้โชว์ คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาคือ โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 14.3 และชั้นวางของ คิดเป็นร้อยละ 12.1

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.84) ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.81) รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.80)

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.78) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.91) ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.88) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.86)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.73) ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.66) บริการจัดส่งสินค้า และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และราคา (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานมีการบริการ

ลูกค้าอย่างรวดเร็วและพนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอ์นเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 30.0 ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 12.0 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามเพศ พบว่า มีรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 57

ตารางที่ 57 แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามเพศ

รายละเอียด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ความตั้งใจซื้อ	1. 6 คะแนน ร้อยละ 33.3 2. 5 คะแนน ร้อยละ 25.8 3. 7 คะแนน ร้อยละ 20.5 ค่าเฉลี่ยรวม 6.129 คะแนน	1. 6 คะแนน ร้อยละ 38.8 2. 7 คะแนน ร้อยละ 27.6 3. 5 คะแนน ร้อยละ 19.8 ค่าเฉลี่ยรวม 6.239 คะแนน
ด้านผลิตภัณฑ์	1. การรับประกันคุณภาพ (4.86) 2. คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.82) 3. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.81)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.83) 2. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์และประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.80) 3. คุณภาพ อายุการใช้งานและความปลอดภัยในการใช้งาน (4.78)
ด้านราคา	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.88) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป และสามารถต่อรองราคาได้ (4.86) 3. มีป้ายแสดงราคาเฟอร์นิเจอร์อย่างชัดเจน (4.84)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.92) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.89) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.86)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.75) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.64) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.55)	1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.72) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.67) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.53)

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามเพศ

รายละเอียด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานต้อนรับลูกค้า และ แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.50) 2. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และ ราคา (4.47) 3. พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และ พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.45) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และ ราคา (4.53) 2. พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.52) 3. พนักงานต้อนรับลูกค้า และ แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.50)
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 60.6 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 27.3 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 9.1 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 51.5 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 31.3 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 13.4

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอายุ พบว่า มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 58

ตารางที่ 58 แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอายุ

รายละเอียด	อายุ		
	ไม่เกิน 30 ปี	30 - 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
ความตั้งใจซื้อ	1. 6 คะแนน ร้อยละ 33.8 2. 7 คะแนน ร้อยละ 25.7 3. 5 คะแนน ร้อยละ 20.6 ค่าเฉลี่ยรวม 6.412 คะแนน	1. 6 คะแนน ร้อยละ 45.0 2. 5 , 7 คะแนน ร้อยละ 20.0 3. 5 คะแนน ร้อยละ 20.6 ค่าเฉลี่ยรวม 5.929 คะแนน	1. 6 คะแนน ร้อยละ 31.5 2. 7 คะแนน ร้อยละ 30.6 3. 5 คะแนน ร้อยละ 25.0 ค่าเฉลี่ยรวม 6.282 คะแนน
ด้าน ผลิตภัณฑ์	1. การรับประกันคุณภาพ (4.85) 2. รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ (4.81) 3. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.80)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.79) 2. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.78) 3. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ และ คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.76)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.88) 2. คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.85) 3. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.84)
ด้านราคา	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.89) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.86) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.83)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.91) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.89) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.85)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.91) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป และ สามารถต่อรองราคาได้ (4.90) 3. มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน (4.86)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอายุ

รายละเอียด	อายุ		
	ไม่เกิน 30 ปี	30 - 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.74) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.67) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.60) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.70) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.64) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.55) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.77) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.68) 3. จัดพื้นที่แสดงสินค้า ให้ลูกค้าเลือกชม ได้อย่างสะดวก (4.51)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.59) 2. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และราคา (4.58) 3. พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ (4.54) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และ ราคา (4.47) 2. พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.46) 3. พนักงานต้อนรับลูกค้าแนะนำ สินค้าอย่างเป็นกันเอง และ พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ (4.43) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานต้อนรับลูกค้าแนะนำสินค้าเป็นกันเอง พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา การรับประกันสินค้านี้ระหว่างรอจัดส่งติดตั้ง พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.48) 2. ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น หรือเป็นเงินจำนวนมาก พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ (4.45) 3. การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ (4.44)
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 52.2 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 30.1 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 14.7 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 57.1 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 32.9 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 8.6 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 54.0 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 26.6 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 12.9

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 59

ตารางที่ 59 แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามระดับการศึกษา

รายละเอียด	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
ความตั้งใจซื้อ	1. 6 คะแนน ร้อยละ 30.6 2. 5 , 7 คะแนน ร้อยละ 25.5 3. 8 คะแนน ร้อยละ 8.2 ค่าเฉลี่ยรวม 6.173 คะแนน	1. 6 คะแนน ร้อยละ 39.1 2. 7 คะแนน ร้อยละ 25.2 3. 5 คะแนน ร้อยละ 20.5 ค่าเฉลี่ยรวม 6.212 คะแนน
ผลิตภัณฑ์	1. การรับประกันคุณภาพ (4.87) 2. ความปลอดภัยในการใช้งาน ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.83) 3. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.82)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.83) 2. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.80) 3. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ (4.79)
ราคา	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.93) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไปสามารถต่อรองราคาได้ (4.91) 3. มีป้ายแสดงราคาเฟอร์นิเจอร์อย่างชัดเจน (4.85)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.90) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.87) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.84)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.79) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.67) 3. บริการจัดส่งสินค้า และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.56)	1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.72) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.66) 3. บริการจัดส่งสินค้า และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.53)

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามระดับการศึกษา

รายละเอียด	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
การส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่งหรือติดตั้ง พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.49) 2. พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.48) 3. พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ (4.46) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.52) 2. พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.50) 3. พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ (4.48)
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 56.1 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 28.6 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 14.3 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 54.0 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 30.5 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 11.3

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 60

ตารางที่ 60 แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ

รายละเอียด	อาชีพ				
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/ พอบ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/ เจ้าของกิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา
ความตั้งใจซื้อ	1.6 คะแนน ร้อยละ 38.2	1.6 คะแนน ร้อยละ 33.3	1.6 คะแนน ร้อยละ 39.5	1.6 คะแนน ร้อยละ 35.7	1.5 คะแนน ร้อยละ 37.5
	2.5 คะแนน ร้อยละ 26.5	2.5 คะแนน ร้อยละ 31.3	2.7 คะแนน ร้อยละ 25.3	2.7 คะแนน ร้อยละ 28.6	2.6 คะแนน ร้อยละ 25.0
	3.7 คะแนน ร้อยละ 22.1	3.7 คะแนน ร้อยละ 29.2	3.5 คะแนน ร้อยละ 15.8	3.5 คะแนน ร้อยละ 21.4	3.7 , 8 คะแนน ร้อยละ 16.7
	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม
	6.015 คะแนน	5.854 คะแนน	6.332 คะแนน	6.329 คะแนน	6.042 คะแนน
ด้านผลิตภัณฑ์	1.การรับประกันคุณภาพ (4.85)	1.รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์และคุณภาพอายุการใช้งาน (4.81)	1.การรับประกันคุณภาพ (4.84)	1.การรับประกันคุณภาพ (4.84)	1.รูปแบบคุณภาพ อายุการใช้งาน และการรับประกันคุณภาพ (4.88)
	2.คุณภาพ อายุการใช้งาน (4.79)	2.การรับประกันคุณภาพ (4.79)	2.ประโยชน์ในการใช้งาน (4.82)	2.รูปแบบคุณภาพ อายุการใช้งาน ความปลอดภัยในการใช้งาน และประโยชน์การใช้งาน(4.81)	2.เอกลักษณ์ความปลอดภัยในการใช้งาน ประโยชน์การใช้งาน (4.79)
	3.รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ และประโยชน์ในการใช้งาน (4.78)	3.ประโยชน์ในการใช้งาน (4.77)	3.รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ (4.78)	3.ประเภทของไม้ที่นำมาผลิต (4.79)	3.ประเภทไม้ที่นำมาผลิต (4.75)

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ

รายละเอียด	อาชีพ				
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา
ด้านราคา	1.ราคาเหมาะสม กับเงินที่จัด เตรียมไว้ (4.88) 2.ราคาเฟอร์นิเจอร์ ต่ำกว่าร้านอื่น ทั่วไป (4.87) 3.สามารถต่อรอง ราคาได้ (4.85)	1.ราคาเหมาะสม กับเงินที่จัด เตรียมไว้ (4.90) 2.ราคาเฟอร์นิเจอร์ ต่ำกว่าร้านอื่น ทั่วไป (4.88) 3.สามารถต่อรอง ราคาได้ (4.85)	1.ราคาเหมาะสม กับเงินที่จัด เตรียมไว้ (4.89) 2.ราคาเฟอร์นิเจอร์ ต่ำกว่าร้านอื่น ทั่วไป (4.86) 3.สามารถต่อรอง ราคาได้ (4.85)	1.ราคาเหมาะสม กับเงินที่จัด เตรียมไว้ (4.93) 2.ราคาต่ำกว่าร้าน อื่นทั่วไป (4.91) 3.มีป้ายแสดงราคา ชัดเจนและ สามารถต่อรอง ราคาได้ (4.86)	1.ราคาเหมาะสม กับเงินที่จัด เตรียมไว้ (5.00) 2.ราคาต่ำกว่าร้าน อื่นทั่วไป และ สามารถต่อรอง ราคาได้ (4.96) 3.มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน (4.92)
ด้านช่อง ทางการจัด จำหน่าย	1.ส่งสินค้าหรือ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.72) 2.ร้านจำหน่าย น่าเชื่อถือ (4.69) 3.บริการจัดส่ง สินค้าและติดตั้ง เฟอร์นิเจอร์ (4.44)	1.ส่งสินค้าหรือ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.75) 2.ร้านจำหน่าย น่าเชื่อถือ (4.63) 3.บริการจัดส่ง สินค้าและติดตั้ง เฟอร์นิเจอร์ (4.48)	1.ส่งสินค้าหรือ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.73) 2.ร้านจำหน่าย น่าเชื่อถือ (4.64) 3.บริการจัดส่ง สินค้าและติดตั้ง เฟอร์นิเจอร์ (4.55)	1.ส่งสินค้าหรือ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.73) 2.ร้านจำหน่าย น่าเชื่อถือ (4.67) 3.บริการจัดส่ง สินค้าและติดตั้ง เฟอร์นิเจอร์และ จัดพื้นที่แสดง สินค้าให้ลูกค้า เลือกชมได้อย่าง สะดวก (4.59)	1.ร้านจำหน่าย น่าเชื่อถือ และ ส่งสินค้าบริการ รวดเร็ว ถูกต้อง (4.75) 2.บริการจัดส่ง สินค้าและติดตั้ง เฟอร์นิเจอร์และ ตกแต่งร้านดึง ดูดความสนใจ ให้ลูกค้าเข้ามา ชม (4.63) 3.ร้านจำหน่ายอยู่ ใกล้ชุมชน การ คมนาคมสะดวก ร้านจำหน่าย มีที่จอดรถ สะดวก (4.58)

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามอาชีพ

รายละเอียด	อาชีพ				
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.46) 2.พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.41) 3.พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ (4.40)	1.การรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่ง ติดตั้งและพนักงานต้อนรับลูกค้าแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.46) 2.พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.42) 3.พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.40)	1.พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.56) 2.พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.53) 3.พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.52)	1.พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.54) 2.พนักงานต้อนรับลูกค้าและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ (4.53) 3.พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา (4.50)	1.พนักงานต้อนรับลูกค้าแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.67) 2.การรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่ง ติดตั้ง (4.63) 3.พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคา และพนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.54)
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ	1.ราคา ร้อยละ 54.4 2.ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 32.4 3.การส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 7.4	1.ราคา ร้อยละ 58.3 2.ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 29.2 3.การส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 8.3	1.ราคา ร้อยละ 58.9 2.ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 26.8 3.การส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 12.1	1.ราคา ร้อยละ 42.9 2.ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 34.3 3.การส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 18.6	1.ราคา ร้อยละ 45.8 2.ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 37.5 3.การส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 12.5

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามรายได้

จากการศึกษาความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามรายได้ พบว่า มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 61

ตารางที่ 61 แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามรายได้

รายละเอียด	รายได้		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,000 บาท ขึ้นไป
ความตั้งใจซื้อ	1. 6 คะแนน ร้อยละ 36.2 2. 5 , 7 คะแนน ร้อยละ 24.3 3. 8 คะแนน ร้อยละ 7.9 ค่าเฉลี่ยรวม 6.184 คะแนน	1. 6คะแนน ร้อยละ 36.5 2. 7 คะแนน ร้อยละ 27.6 3. 5 คะแนน ร้อยละ 19.2 ค่าเฉลี่ยรวม 6.256 คะแนน	1. 6 คะแนน ร้อยละ 39.1 2. 7 คะแนน ร้อยละ 22.8 3. 5 คะแนน ร้อยละ 21.7 ค่าเฉลี่ยรวม 6.141 คะแนน
ด้านผลิตภัณฑ์	1. การรับประกันคุณภาพ (4.85) 2. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน และ รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ (4.82) 3. คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.80)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.83) 2. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ และ ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.81) 3. ความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ และ คุณภาพอายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.79)	1. การรับประกันคุณภาพ (4.84) 2. คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.78) 3. ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (4.76)
ด้านราคา	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.91) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.89) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.87)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.90) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.88) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.87)	1. ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (4.89) 2. ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (4.87) 3. สามารถต่อรองราคาได้ (4.83)

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี จำแนกตามรายได้

รายละเอียด	รายได้		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,000 บาท ขึ้นไป
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.76) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.66) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.58) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.74) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.67) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.54) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (4.66) 2. ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ (4.63) 3. บริการจัดส่งสินค้า และ ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ (4.45)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา และพนักงานต้อนรับลูกค้า/แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.53) 2. พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.51) 3. การรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่งติดตั้ง พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ (4.47) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา และพนักงานต้อนรับลูกค้า/แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.53) 2. พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และพนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.50) 3. การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ (4.44) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา และพนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.46) 2. พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ (4.42) 3. พนักงานต้อนรับลูกค้า และแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง (4.41)
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 57.2 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 27.6 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 11.8 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 53.2 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 31.4 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 11.5 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านราคา ร้อยละ 52.2 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 31.5 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 13.0

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจซื้อ เท่ากับ 6.203 คะแนน (จัดอยู่ในระดับ ไม่แน่ใจ) ประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตู้โชว์ โต๊ะ และ ชั้นวางของ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ มิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์ (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การรับประกันคุณภาพ ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องประโยชน์ในการใช้สอยมีมากและสะดวกในการใช้สอย

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป สามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถต่อรองราคาได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง ร้านจำหน่ายดูน่าเชื่อถือ บริการจัดส่งสินค้าและติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆร้าน สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว และพนักงานต้อนรับลูกค้า/แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มิ่งขวัญ วิมลสันติโรจน์ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ในลักษณะเป็นชิ้น มีค่าใช้จ่ายรวม 3,000-5,000 บาท ต่อครั้ง และจะซื้อ เมื่อเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่ชำรุด มีสภาพเก่า และตกแต่งบ้านใหม่

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ ต้องการนำไปใช้งาน ราคาเหมาะสม/ไม่แพงเกินไป และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ความแข็งแรงคงทน จากแหล่งจำหน่ายที่มีราคาสินค้าเหมาะสม มีสินค้าหลากหลายและมีรูปแบบทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลเฟอร์นิเจอร์ไม้ จากป้ายโฆษณา และแผ่นพับ

เฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความตั้งใจซื้อ คือ ประเภทตู้โชว์ โต๊ะ และชั้นวางของ

ความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.203 คะแนน และเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ 6.239 คะแนน ซึ่งมากกว่าเพศชาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ 6.412 คะแนน ซึ่งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ 6.212 คะแนน ซึ่งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ 6.332 คะแนน ซึ่งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อ 6.256 คะแนน ซึ่งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้อื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 62

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้	4.91	มากที่สุด	ด้านราคา
ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป	4.88	มากที่สุด	ด้านราคา
สามารถต่อรองราคาได้	4.86	มากที่สุด	ด้านราคา
การรับประกันคุณภาพ	4.84	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์
มีป้ายแสดงราคาเฟอร์นิเจอร์อย่างชัดเจน	4.83	มากที่สุด	ด้านราคา
ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน	4.81	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์
รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์	4.80	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์
คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์	4.79	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์
ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.77	มากที่สุด	ด้านผลิตภัณฑ์
ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง	4.73	มากที่สุด	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 62 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด 10 อันดับแรก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ราคาเหมาะสมกับเงินที่จัดเตรียมไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.91) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ราคาเฟอร์นิเจอร์ต่ำกว่าร้านอื่นทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.88) ปัจจัยด้านราคา สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.84) ปัจจัยด้านราคา มีป้ายแสดงราคาเฟอร์นิเจอร์อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.83) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ในการนำมาใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.81) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.80) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพ อายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ (4.79) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยใน

การใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.77) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งสินค้าหรือบริการรวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยการนำมาเข้าเซตกับเฟอร์นิเจอร์เดิมที่มีอยู่ มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ และปัจจัยย่อยขนาดของเฟอร์นิเจอร์ มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ และมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มากกว่าช่วงระดับการศึกษาอื่นๆ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยจัดพื้นที่แสดงสินค้าให้ลูกค้าเลือกชมอย่างสะดวก มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มากกว่าเพศหญิง และมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ส่วนปัจจัยย่อยร้านจำหน่ายใกล้แหล่งชุมชน คมนาคมสะดวก ร้านจำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกนั้น มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ปัจจัยย่อยการรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่ง/ติดตั้ง พนักงานต้อนรับลูกค้า/แนะนำสินค้าเป็นกันเอง มีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา และมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ส่วนปัจจัยย่อยมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้นหรือเป็นเงินจำนวนมาก จัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ และการรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่ง ติดตั้งนั้น มีผลต่อความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

เมื่อพิจารณาข้อมูลการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการ ควรพิจารณาการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ในลักษณะเป็นชิ้น ในช่วงราคา 3,000-5,000 บาท และมี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความแข็งแรง คงทน ควรมีสินค้าที่หลากหลายและรูปแบบทันสมัย ควร ทำการส่งเสริมการตลาดแก่ผู้ที่ต้องการตกแต่งบ้านใหม่ และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านทางป้าย โฆษณาและแผ่นพับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีประเภท ตู้โชว์ โต๊ะ และชั้นวางของ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีประเภทนี้ หากต้องการ ผลิตสินค้าเพิ่มหรือต้องการนำสินค้าใหม่มาวางจำหน่ายภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ เป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี สูงสุด 3 กลุ่มแรก ดังนั้นจึงเสนอให้ผู้ประกอบการพิจารณาผู้บริโภค 3 กลุ่มนี้ หากต้องการกำหนด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. มีการรับประกันคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้า โดยแจ้งระยะเวลา รับประกันแก่ลูกค้า เช่น 1 ปี รวมทั้งจัดให้มีการบริการหลังการขาย เช่น บริการซ่อมแซมสีพื้นผิว และลวดลาย

2. คำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อนำไปใช้งาน โดยการพัฒนาการออกแบบ เฟอร์นิเจอร์เพื่อให้มีฟังก์ชันการใช้งานมากขึ้น

3. ให้ความสำคัญกับรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี โดยทำการสำรวจรูปแบบ เฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีที่กำลังเป็นที่ต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปผลิตสินค้าให้ตรงตามแบบและขนาดที่ ลูกค้าต้องการ รวมทั้งหมั่นเรียนรู้และพัฒนาการออกแบบอย่างสม่ำเสมอ

4. เน้นเรื่องคุณภาพ/อายุการใช้งาน โดยเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับการ ใช้งาน รวมทั้งรักษามาตรฐานสินค้าและความสม่ำเสมอของคุณภาพ

5. คำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งาน โดยตรวจสอบเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสีทุกชิ้นเมื่อ ผลิตเสร็จและก่อนจำหน่าย

สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การจัดตกแต่ง เพอร์นิเจอร์ไม้ทาสี ให้เข้าเซตกับเพอร์นิเจอร์ทั่วไป เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อ เพอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

สำหรับผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การ ออกแบบเพอร์นิเจอร์ไม้ทาสีขนาดต่างๆ เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเพอร์นิเจอร์ไม้ ทาสี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา ดังนี้

1. ตั้งราคาให้เหมาะสมกับความเป็นจริง ไม่คิดราคาสูงเกินไปหรือเกินกว่าความคุ้มค่า ที่ลูกค้าจะได้รับ รวมทั้งควรจัดหาสินค้าที่มีรูปแบบ ขนาดและช่วงราคาต่างๆ กันมาวางจำหน่ายเพื่อ เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า
2. มีราคาเพอร์นิเจอร์ใกล้เคียงหรือต่ำกว่ากับร้านอื่นทั่วไป โดยทำการสำรวจตลาดและ ตรวจสอบราคาของคู่แข่งรายอื่นๆ ที่จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะ/ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน เพื่อนำมา เป็นข้อมูลประกอบการตั้งราคา
3. เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ต่อรองราคา เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยพิจารณา ราคาควบคู่ไปกับการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลดเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากหรือเป็น ลูกค้าประจำ
4. แสดงป้ายราคาเพอร์นิเจอร์อย่างชัดเจน โดยติดป้ายราคาเพอร์นิเจอร์ไม้ทาสีทุกชิ้นที่ นำมาวางจำหน่าย
5. จัดให้มีบริการผ่อนชำระเงินเป็นรายงวด เช่น แบ่งการชำระเงินออกเป็น 2 งวด คือ ณ วันที่ซื้อ-ส่งสินค้า และวันที่ส่งมอบสินค้า

สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือก ซื้อเพอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยให้ ความ สำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. จัดส่งสินค้าและบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง โดยการอบรมพนักงานอย่าง ต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมทั้งมีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานแต่ละคนให้ ชัดเจนเพื่อความรวดเร็วในการบริการลูกค้า

2. สร้างความน่าเชื่อถือของร้านจำหน่าย ด้วยการผลิต/จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ รักษามาตรฐานของคุณภาพสินค้าและบริการ

3. จัดให้มีการบริการส่งสินค้าพร้อมติดตั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

4. ปรับพื้นที่แสดงสินค้าภายในร้านเพื่อให้ลูกค้าเลือกชมได้อย่างสะดวก โดยเฉพาะบริเวณช่องทางเดิน

5. ตกแต่งร้านเพื่อสร้างความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาแวะชม โดยจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ สามารถมองเห็นสินค้าได้จากภายนอก รวมถึงมีการจำลองการตกแต่งห้องด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

สำหรับผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย และผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การตกแต่งสถานที่ จัดพื้นที่แสดงสินค้า ให้ลูกค้าเลือกชมอย่างสะดวก เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

สำหรับผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การมีร้านจำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก และมีที่จอดรถสะดวก เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

1. อบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับความรู้ในตัวสินค้า เช่น คุณภาพ อายุการใช้งาน วิธีการใช้งาน การบำรุงรักษาและราคา เพื่อให้พนักงานสามารถแจ้งข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าได้อย่างละเอียดและถูกต้อง

2. สร้างจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วต้อนรับลูกค้า/แนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง รวมทั้งมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ

3. การรับประกันสินค้าระหว่างรอจัดส่งหรือติดตั้ง โดยทำการตรวจสอบคุณภาพและความเรียบร้อยของสินค้าขณะส่งมอบถึงลูกค้า หากพบว่าเสียหายเนื่องจากการจัดส่ง/ติดตั้ง สามารถนำมาเปลี่ยนสินค้าใหม่ได้

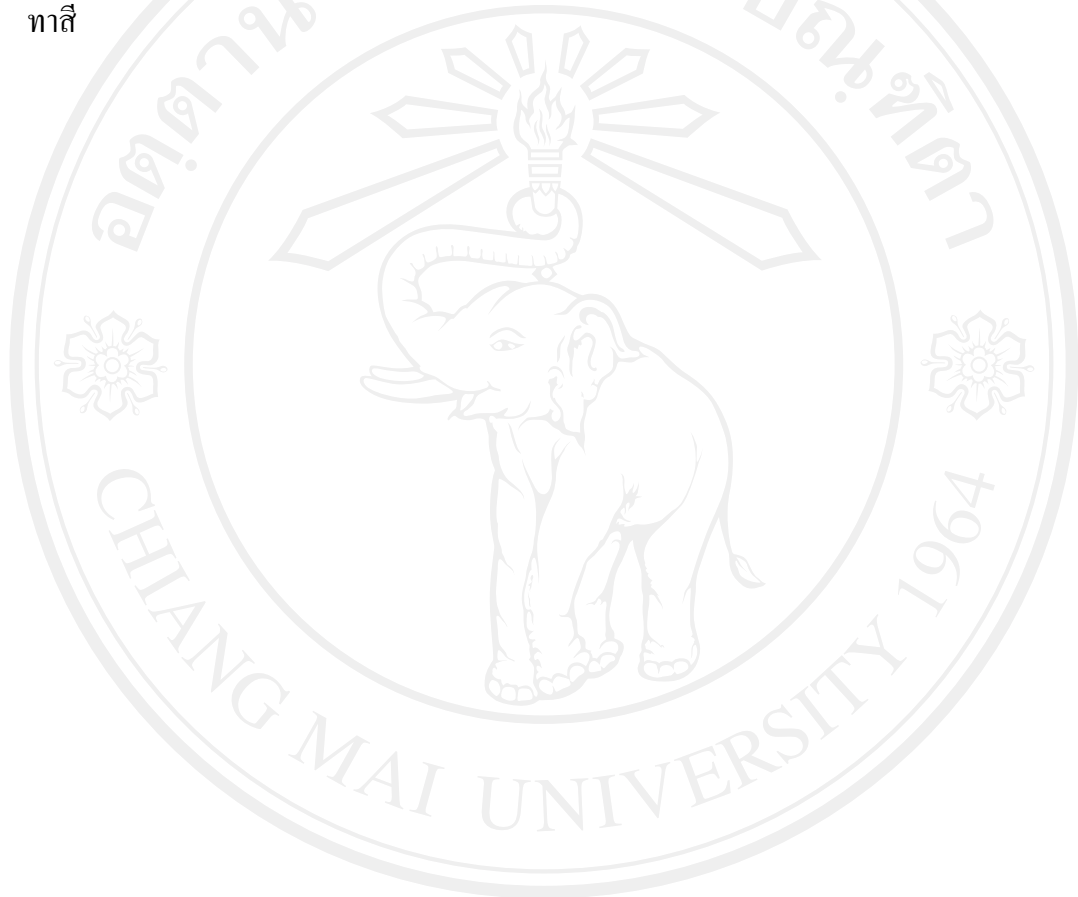
4. จัดสินค้าเข้าชุดกันและจำหน่ายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ

สำหรับผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์การบริการของพนักงานเกี่ยวกับความรู้ในสินค้า/ราคา และการบริการอย่างรวดเร็ว เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์การรับประกันสินค้าระหว่างรอจัดส่ง/ติดตั้ง การบริการของพนักงาน ได้แก่ การต้อนรับลูกค้า แนะนำสินค้าอย่าง

เป็นกันเอง มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า/ราคา มีการบริการที่รวดเร็ว รวมทั้งมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี

สำหรับผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการสามารถใช้กลยุทธ์ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้นหรือเป็นเงินจำนวนมาก จัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ และรับประกันสินค้าระหว่างรอการจัดส่ง ติดตั้ง เพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ทาสี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved