

บทคัดย่อ
วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของ
จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ : นายธานี สีนประสาธน์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน : 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543
จำนวนหน้า : 56 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดเชียงใหม่และปัญหาของผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-29 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบคือ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของผู้บริโภคระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และราคา ระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด

ปัญหาในการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ที่พบระดับมากได้แก่ ไม้ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์แตก ราคาสูง และต้องชำระเป็นเงินสด สำหรับปัญหาด้านอื่น ๆ พบในระดับปานกลาง เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักของผู้บริโภคและปัญหาในการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้สักไม่แตกต่างกันระหว่างผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก

ข้อเสนอแนะ การศึกษาพบว่าผู้บริโภคมักมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและยินดีซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาสูง ดังนั้นร้านค้าและผู้ผลิตควรเน้นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น ความสวยงามของรูปร่างของเฟอร์นิเจอร์ ไม้ที่นำมาเฟอร์นิเจอร์เป็นไม้ที่มีคุณภาพสูงไม้แตก มีการอบก่อนทำการผลิต อุปกรณ์ประกอบเฟอร์นิเจอร์ เช่น รางลิ้นชัก และอื่น ๆ ควรใช้ที่มีคุณภาพ และมีรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ให้เลือกหลากหลาย

PAYAP UNIVERSITY