

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อหัวเรื่อง : พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ : นายพัฒนพงษ์ ตนานุวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา : คร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน : มกราคม 2544
จำนวนหน้า : 91 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ และปัญหาที่ผู้บริโภคมักพบในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

การศึกษารั้งนี้ ได้ทำการศึกษาจากประชาชนที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 270 คน โดยการสุ่มตัวอย่างวิธีกำหนดโควต้า คือมีการแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยตามเขตพื้นที่ในอำเภอเมืองของกรมไปรษณีย์โทรเลข พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี สมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001- 15,000 บาทโดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าส่วนใหญ่พึงพอใจ และซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยไม้ เป็นเฟอร์นิเจอร์แบบลอยตัว (สำเร็จรูป) ตัดสินใจซื้อภายใน 1 สัปดาห์ ต้องการชำระเงินด้วยเงินสด และให้ส่วนลดพิเศษ แหล่งที่ซื้อ คือ โชว์รูมร้านเฟอร์นิเจอร์ เช่น ตนานุวัฒน์ รุ่งเรืองเฟอร์นิเจอร์ และช่างมอญเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากสามารถวางใจในคุณภาพสินค้า ราคา และส่วนลดที่จะได้รับ

ปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการไปเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ระดับมาก ได้แก่การกำหนดราคาของผู้ขายแต่ละรายไม่แน่นอน ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความหลากหลายของรูปแบบ สีของสินค้า ระดับปานกลาง ได้แก่ ทำเลไม่สะดวกในการเดินทาง สถานที่คับแคบ ไม่มีที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย การทำความสะอาดสินค้าภายในร้าน พนักงานขายไม่สามารถตอบคำถาม หรืออธิบายถึงสินค้าได้ชัดเจน และพนักงานขายไม่สุภาพ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยด้านราคา ผลិតภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย และช่องทางการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านราคา ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องของการมีป้ายระบุชัดเจน ความสอดคล้องของราคากับ

คุณภาพสินค้า และการต่อรองราคา ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องของคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องของรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย สีของสินค้า และบริการการติดตั้งของทางร้าน ปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องของ การบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้า ส่วนลดพิเศษ และของแถม ปัจจัยทางด้านช่องทางการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องของสถานที่จอดรถ ความสะดวกในการเดินทาง การจัดแต่งโชว์รูม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์จะสามารถแบ่งระดับของสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละระดับ โดยควรมีเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีความหลากหลายของรูปแบบ และสีให้ผู้บริโภคเลือก มีป้ายระบุราคาที่ชัดเจน ส่วนกลยุทธ์ด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจประเภทนี้ ควรมีการจัดโปรโมชั่นสินค้าบางตัว โดยใช้ราคาเป็นตัวดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้แวะชมสินค้าในร้าน และควรมีบริการรับชำระด้วยบัตรเครดิตเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการชำระเงิน เนื่องจากพบว่าผู้บริโภคจำนวนหนึ่งมีความต้องการชำระด้วยบัตรเครดิต ส่วนทำเลที่ตั้ง ควรตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง และมีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ