

หัวข้อวิจัย	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และ สินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	: นางสาว อัจฉรา คำภูแสน
หน่วยงาน	: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน
ปีที่พิมพ์	: พ.ศ. 2556

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร ” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อ เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสำคัญต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย และสถานภาพ โดยมี ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยและสถานภาพ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยจะทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง เป็นจำนวน 400 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ค่า t-test และค่า F-test (One Way Anova)

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมซื้อเฟอร์นิเจอร์ประเภทชั้นวางอเนกประสงค์ ซื้อเฟอร์นิเจอร์ในโอกาส ตกแต่งบ้านใหม่จำนวน โดยมีความถี่ใน

การซื้อขายเฟอร์นิเจอร์ 0-1 ครั้ง/ปี ส่วนใหญ่จะซื้อ ในลักษณะแยกชุด โดยซื้อเฟอร์นิเจอร์จากร้านที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์หลายๆชนิดหลายๆแบบ และชำระเงินด้วยเงินสด

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึง โครงสร้างที่แข็งแรง รูปแบบให้เลือกหลากหลาย มีความเหมาะสมกับความต้องการใช้ อายุการใช้งาน ความทันสมัย การรักษาและทำความสะอาดง่าย ความปลอดภัย ในการใช้งาน มีความประณีตและความละเอียด มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ราคาคุ้มค่างกับระยะเวลาในการใช้งาน มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์วัสดุอื่น สามารถต่อรองราคาได้ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ได้ สถานที่จำหน่ายสะดวกในการเดินทาง มีที่จอดรถ มีการจัดแสดงสินค้าที่น่าสนใจ การบริการจัดส่งและติดตั้ง การใช้สื่อโฆษณาที่น่าสนใจมีบริการหลังการขาย มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน และมีการได้รับของแถมและส่วนลด

โดยสรุปผลการศึกษานี้ สามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ นี้ เพื่อประกอบในการตัดสินใจและวางแผนในกลยุทธ์ ในอนาคต เพื่อพัฒนาปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน

Research Title : Marketing Factors Influencing Consumer Decision Making
Process in Purchasing Mango Wood Decorative and Household
Products ,Bangkok

Name of Researchers : Miss Achara Kumpoosan

Name of Institution : Sripatum University, Bang khen Campus

Year of Publication : B.E. 2013

ABTRACT

The study. " Marketing Factors Influencing Consumer Decision Making Process in Purchasing Mango Wood Decorative and Household Products, Bangkok " for the purpose of studying factors that influence the decision to purchase furniture and home decorative items made of wood. Mango in Bangkok. To study the selection of furniture and home decoration products made from mango Bangkok and to compare the marketing factors that are important to the purchase of furniture and home decoration products made from mango wood with consumers. differences in sex, age, occupation, education level, monthly income. The housing. And the status. Variables used in the study are the independent variables (Independent Variables), including demographic characteristics were gender, age, occupation, education, income characteristics, habitat, and status variables (Dependent Variables) include factors that are important to the decision. buying furniture and home decorative items made of mango wood in Bangkok. By sampling only to those who purchase furniture and home decor products.

The samples were collected from the purchase of furniture and home decorative items made of mango wood, a total of 400 were used for data analysis. 1 Basic statistics include the percentage (Percentage) to find the average (. Mean), standard deviation (Stand Deviation) 2. statistical hypothesis testing, including the t-test and the F-test (One Way Anova).

The statistical analysis of the behavior associated with the purchase of furniture and home decoration products made from mango wood. In Bangkok found that most consumers. Behaves buy furniture shelves versatile Buying furniture on occasion. New home. The frequency of buying

furniture 0-1 times / year, mainly to buy a separate set. By buying furniture from stores that sell furniture many kinds of scenarios. And pay with cash.

Analysis on the factors affecting the selection of furniture and home decoration products made from mango wood that most consumers regard to the structural strength. Model range. Suit the application requirements. Lifespan of modern treatment and easy to clean. Safety in use. A refinement and resolution. The price tag clearly. Value at time of use. Cheaper than mass produce other materials. You can bargain with them. Reasonably priced for the quality. Can I pay by credit card. Available at Convenient parking is available at the exhibition interesting. Service, delivery and installation. The advertising to the after-sales service. Reputation and credibility of the store. And there was a bonus and discounts.

In summary the results of this study. Can use this information in order to make decisions and plan future strategies to enhance the furniture and home decoration products made from mango wood to meet the needs of more consumers.

Keywords : Factors affecting consumers, Mango Wood Decorative and Household Products