

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Marketing Mix Factors Affecting Customer's Behaviour towards Buying Rubberwood Furniture of Consumer in Hatyai Municipality, Songkla Province

นนทวัชร เจริญทรัพย์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราของผู้บริโภค ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน Chi-Square, Independent Samples t-test และ One-way ANOVA (F-test)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุในช่วงระหว่าง 31-40 ปี สถานะภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

และพบว่าผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ด้านความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง สถานที่ซื้อ และผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ABSTRACT

This independent study has a purpose. To study Marketing Mix Factors Affecting Customer' Behaviour towards Buying Rubberwood Furniture of Consumer in Hatyai Municipality, Songkhla Province. Sample of this research were 420 consumers. The questionnaire was used for data collection. The statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation. The statistics that test the hypothesis are Chi-Square, Independent Samples t-test and One-way ANOVA (F-test),

The study indicated that Most consumers are male, age 31-40 years, married status, bachelor degree education Career private business Have an average income of 20,001 - 30,000 baht. The marketing mix factors considered most important product, price, distribution channel, marketing promotion.

Consumers with gender, age, status, education level, occupation and average monthly income are Relate to the Behaviour towards Buying Rubberwood Furniture of frequency to purchase product, purchase quantity, cost per time, place and consumer with gender, age, status, education level, occupation, and average monthly income have different behaviour towards marketing mix factors. Product, price, distribution channel and marketing promotion.

Keyword : Behaviour towards Buying Rubberwood Furniture of Consumer in Hatyai Municipality, Songkla Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กฤษฎา สังข์สิงห์(2560,หน้า 66-67) ได้กล่าวไว้ว่าไม้ยางพารา เป็นไม้ที่มีคุณภาพทางกายภาพหลายประการ มีความใกล้เคียงกับไม้สัก มีลวดลายที่สวยงาม ย้อมสีได้ น้ำหนักเบาและมีราคาถูก เมื่อเทียบกับไม้ชนิดอื่นๆ ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ ไม้ยางพาราจึงเป็นที่รู้จัก และนิยมใช้แพร่หลายทั่วโลก ในเวลาอันรวดเร็วในชื่อ “ไม้สักขาว (White Teak) “ ไม้ยางพาราที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมในปัจจุบันนี้ ล้วนแต่มาจาก สวนยางพารา ที่มนุษย์เป็นผู้ปลูกสร้างทั้งนั้น ไม้เหล่านี้เป็นไม้ที่มีอายุมาก ให้ผลผลิตน้ำยางต่ำ ไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ในการกรีดเอาน้ำยางอีกต่อไป จึงจำเป็นต้องโค่นออก แล้วปลูกทดแทนใหม่ ตามวงจรธรรมชาติ

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดจีนมีความต้องการซื้อไม้ยางพาราลดลง ทำให้การส่งออกไม้ยางพาราประสบปัญหา ส่งออกไม้ยางพาราไม่ได้ รัฐบาลและเอกชนจึงเล็งเห็นความสำคัญในการจะพัฒนาอุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ยางพารา ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เพื่อลดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าจากในธรรมชาติ อีกทั้งในปัจจุบันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มที่จะพัฒนา เนื่องจากมีความต้องการมากขึ้น ซึ่งการนำทรัพยากรที่มีอยู่นั้น นำมาแปรรูป เพื่อการส่งออกและเพื่อการค้าภายในประเทศ จะทำให้ประชาชนได้ใช้สินค้าที่ดี และมีราคาถูกโดยการเลือกใช้ไม้ยางพารานั้น ทำให้เฟอร์นิเจอร์มีความแข็งแรงและสวยงาม จึงทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์

ดังนั้นการเลือกใช้ไม้ยางพารามาใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภคและต่อผู้ประกอบการส่งออกไม้ยางพารา จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดให้กับธุรกิจไม้ยางพาราแปรรูป และเฟอร์นิเจอร์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราของผู้บริโภค ในเขต อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างประชากรศาสตร์ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลัดกัน ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราของผู้บริโภค ในเขต อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในเขต อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลกับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางของผู้บริโภค ในเขตอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัย ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้น ผู้วิจัย จึงใช้การกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran หาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้ประชากร 385 คน และสำรองค่าความคลาดเคลื่อน 35 คน รวม 420 คน

3. ด้านสถานที่

โดยการเลือกสถานขายเฟอร์นิเจอร์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ Homepro, Index living mall, Mega home, ไทวัสดุ, บุญถาวร

4. ด้านเวลา

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเดือน ธันวาคม 2561-มกราคม 2562 โดยเก็บแบบสอบถาม

Home pro ระหว่างวันที่ 7-8 มกราคม 2562

Index living mall ระหว่างวันที่ 9-10 มกราคม 2562

Mega home ระหว่างวันที่ 11-12. มกราคม 2562

ไทวัสดุ ระหว่างวันที่ 14-15 มกราคม 2562

บุญถาวร ระหว่างวันที่ 16-17 มกราคม 2562

โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงเวลา 13.00-18.00 น.

สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในเขตอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความแตกต่างในการเลือกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกัน ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

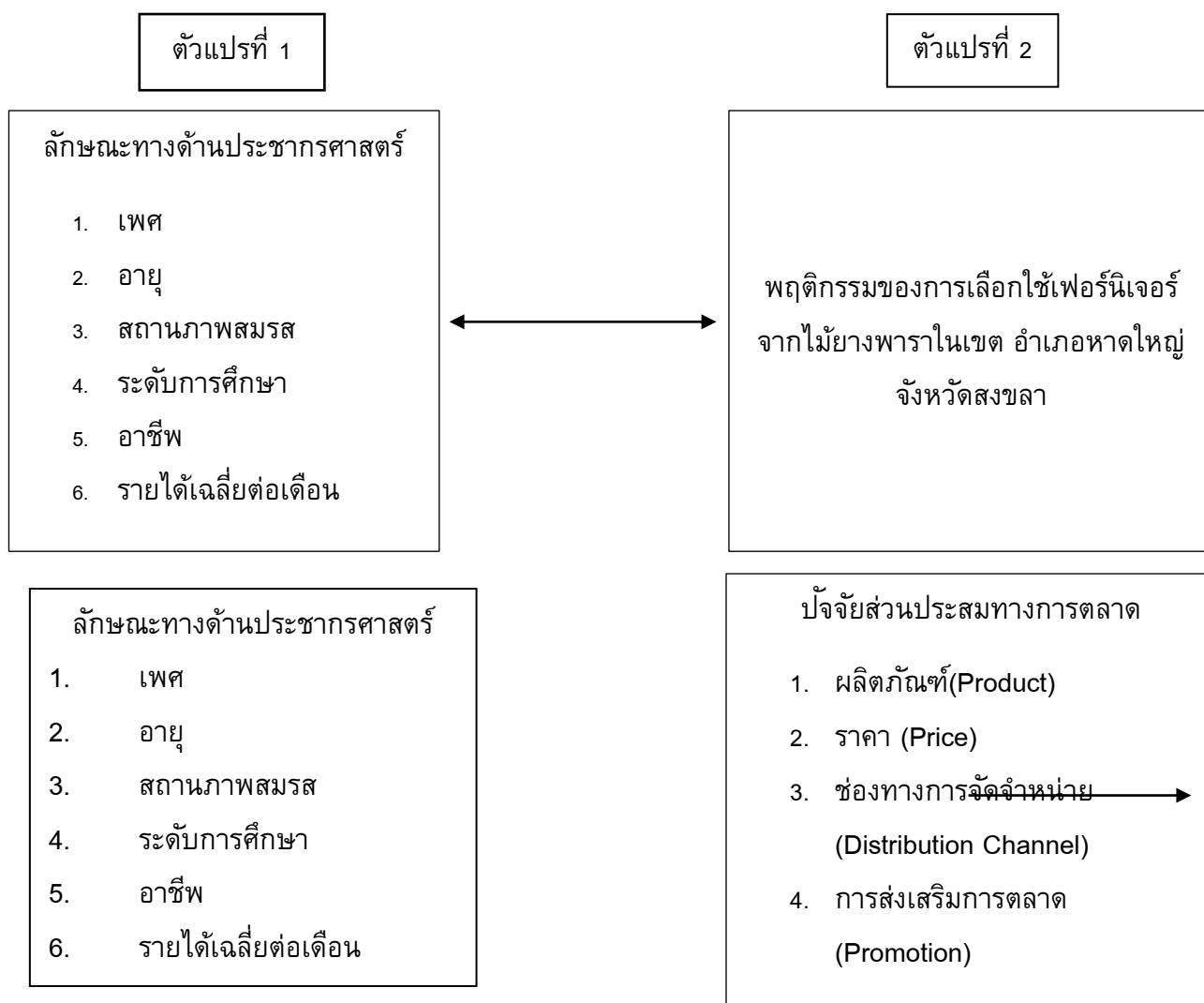
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา สามารถนำข้อมูลมาแก้ไข ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

2. ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อทราบถึงความต้องการ การเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการค้า

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร(Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา จำนวน 420 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภค 420 คนในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่เคยซื้อหรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของ Cochran ได้ประชากร 385 คน และสำรองตัวอย่างประชากรเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อน 35 คน โดยแบ่งกลุ่มประชากรดังนี้

1. Home pro.	จำนวน 84 คน
2. Index living mall	จำนวน 84 คน
3. Mega home.	จำนวน 84 คน
4. ไม้วัสดุ.	จำนวน 84 คน
5. บุญถาวร	จำนวน 84 คน
รวม	420 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในสถานที่ต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวารสาร หนังสือพิมพ์ สารนิพนธ์ บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์หาค่าโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยหาเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อ มีสถิติที่ใช้ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ตัวแปร 2 ตัว

2.2 การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภครส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุในช่วงระหว่าง 31-40 ปีสถานะภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา อาจเป็นผลจากการที่เพศชายมีความต้องการ การใช้งานและชื่นชอบวัสดุจากไม้มากกว่าผู้หญิง และด้วยช่วงอายุกับอาชีพ มีผลกับรายได้ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภค มีความชื่นชอบและมีกำลังด้านการเงินในการซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา สอดคล้องกับผลการวิจัยของอุไรวรรณ อินทสร.2542. อุตสาหกรรมไม้ยางพารา สงขลา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม; ไม้ยางพารา; อุตสาหกรรมไม้ยางพารา สงขลา; โรงงานไม้ยางพาราสงขลา

พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในระยะเวลา 1 ปี 1-3 ครั้ง ซื้อในปริมาณ 1-3 ชิ้นต่อครั้ง โดยใช้จ่ายในการซื้อ 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านเฟอร์นิเจอร์ทั่วไปและซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราประเภทเก้าอี้บอยที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมชาย ชูโณม.2543. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการผลิตแบบผสมผสานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (4Ps) ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดเกือบทุกข้อ คือ เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีหลากหลายรูปแบบ เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีรูปแบบที่ทันสมัย เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราสามารถเก็บรักษาได้ง่าย เฟอร์นิเจอร์จาก

ไม่แย่งพาราลอตภัย เนื่องจากเป็นวัชธุรรมชาติ และส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก คือเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีความสวยงาม

พบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากเกือบทุกข้อ คือ ด้านประโยชน์ที่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ด้านราคาเหมาะสมกับขนาดของเฟอร์นิเจอร์ ด้านผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือก ด้านรูปแบบการจ่ายเงินและผ่อนชำระที่หลากหลาย และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีเกณฑ์ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในเกณฑ์สำคัญมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีจำหน่ายตามร้านเฟอร์นิเจอร์ในเขตชุมชน เฟอร์นิเจอร์มีจำหน่ายตาม Homepro, Index, Mega home, ไทวัสดุ มีบริการส่งถึงบ้าน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เฟอร์นิเจอร์มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ซึ่งพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของสมนาคุณ ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีเอกสารแนะนำ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก คือ ด้านพนักงานขายให้ความรู้ชัดเจนเรื่องเฟอร์นิเจอร์

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุริยา จิรสถิตสิน.2543.ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบเชี่ยวชาญการออกแบบกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา:กรณีศึกษาการผลิตกระจก

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ในเขต อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา ผลการศึกษารูปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

เพศ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ชายจำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเป็นเพศหญิงจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

อายุ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 298 คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4

สถานภาพ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6

ระดับการศึกษา จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคร้อยละ 350 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

อาชีพ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคร้อยละ 299 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคร้อยละ 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราในระยะเวลา 1 ปี จะเห็นได้ว่า มีการซื้อ 1-3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 403 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0

ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราต่อครั้ง จะเห็นได้ว่า มีการซื้อ 1-3 ชิ้น จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา จะเห็นได้ว่า ซื้อ 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยที่ 202 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1

ปัจจุบันท่านซื้อเฟอร์นิเจอร์จากสถานที่ใดมากที่สุด จะเห็นได้ว่า ซื้อจากร้านเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 331 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8

ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราที่ท่านซื้อบ่อย(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) จะเห็นได้ว่า ซื้อเก้าอี้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 357 คน คิดเป็นร้อยละ 97.1

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.94 เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีหลากหลายรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีรูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราสามารถเก็บรักษาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราปลอดภัย เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 และส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก คือเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารามีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07

ด้านราคา ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากเกือบทุกข้อ คือ ด้านประโยชน์ที่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.81 ด้านราคาเหมาะสมกับขนาดของเฟอร์นิเจอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 ด้านผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 ด้านรูปแบบการจ่ายเงินและผ่อนชำระที่หลากหลาย และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีเกณฑ์ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินเกณฑ์ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราที่มีจำหน่ายตามร้านเฟอร์นิเจอร์ในเขตชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 เฟอร์นิเจอร์มีจำหน่ายตาม Homepro, Index, Mega home, ไทวัสดุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 มีบริการส่งถึงบ้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เฟอร์นิเจอร์มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของสมนาคุณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีเอกสารแนะนำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก คือ ด้านพนักงานขายให้ความรู้ชัดเจนเรื่องเฟอร์นิเจอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ และสถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์มากที่สุด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง สถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง สถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้.

6) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการทางตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ ด้านราคา ด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) และด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ (ช่องทางจัดจำหน่าย) และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่มีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะใน 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อปี ดังนั้นผู้ขายเฟอร์นิเจอร์ต้องมีการอัปเดตข้อมูล หรือเพิ่มช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงการเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าร้านค้านั้นยังมีการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและยังไม่ได้เลิกกิจการ

2. เหตุผลที่ผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา เนื่องจาก มีสินค้าหลากหลาย ดังนั้นผู้ขายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราควรแสดงข้อมูลของสินค้าต่างๆ ให้ชัดเจน ทั้งด้านราคาที่สูงกว่าร้านค้านั้นๆ การแสดงป้ายราคาและส่วนลดของสินค้า

3. ผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีพฤติกรรมในการซื้อสินค้า 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนั้นยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า ดังนั้น ผู้ขายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา รวมทั้งมีข้อมูลแสดงถึงที่มาของสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจและการยอมรับแก่ผู้บริโภค

4. ผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ขายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราควรมีการจัดกิจกรรม โปรโมชัน ในช่วงเทศกาล วันสำคัญ เพื่อเป็นการดึงดูดและคืนกำไรแก่ลูกค้า ทำให้ร้านค้ามีฐานลูกค้ามากขึ้น

5. การเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ของผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้ความสำคัญกับช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว มากที่สุด ดังนั้น ผู้ขายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ต้องมีการตรวจสอบความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ถูกต้อง และ รวดเร็ว และ เน้น การผูกมิตรกับผู้บริโภค เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างตลาดต่อเนื่องในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย ในด้านของผู้ประกอบการ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงระบบการทำธุรกิจต่อไป

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และ เทคโนโลยี และปัจจัยภายในอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์เพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ให้ความสมบูรณ์ จึงขอพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา สังข์สิงห์. 2560,หน้า 66-67. การผลิตผลิตภัณฑ์ยางและการแปรรูปไม้ยาง : การวิจัยการแปรรูปไม้ยางพาราและการสร้างโรงงานต้นแบบ. URL : <http://rir.nrct.go.th/drupal-ir/node/49788>

สุริยา จิรสติสิน.2550. ระบบผู้เชี่ยวชาญสำหรับการออกแบบกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา: กรณีศึกษาการผลิตกรอบกระจก. URL: <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2553/1951>

อุไรวรรณ อินทสร.2542. อุตสาหกรรมไม้ยางพารา สงขลา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม;ไม้ยางพารา; อุตสาหกรรมไม้ยางพารา สงขลา;โรงงานไม้ยางพารา สงขลา. URL:

<http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2553/4548>

สมชาย ชูโณม.2543. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการผลิตแบบผสมผสานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา. URL: <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/7015>