

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงของร้านบ้านสวย เฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 102 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีอาชีพหลักเป็นเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ/ค้าขาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อที่นอนคุณภาพสูงยี่ห้อ ดันลือปฟิลโล่ ร้อยละ 47.06 สลัมเบอร์แลนด์ ร้อยละ 39.22 และ เซอร์ตรา ร้อยละ 22.55

ส่วนใหญ่ขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อคือ ที่นอนขนาด 6 ฟุต ร้อยละ 56.86 และซื้อที่นอนคุณภาพสูงในช่วงราคา 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 47.06 และเห็นว่าข้อดีของที่นอนคุณภาพสูงยี่ห้อที่เคยใช้มีดังนี้คือ ยี่ห้อสลัมเบอร์แลนด์คือ ที่นอนมีโครงสร้างหนาแน่นพิเศษ ด้วยจำนวนสปริง 1,500-3,600 ตัว ยี่ห้อดันลือปฟิลโล่ เพราะมีสปริงอิสระรองรับสรีระร่างกาย และ ยี่ห้อเซอร์ตรา เพราะที่นอนอ่อนนุ่มสบายด้วยสปริงรูปทรงถึงเบียร์ ส่วนใหญ่สีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ สีครีม ร้อยละ 64.71 โดยเหตุผลที่เลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว ร้อยละ 86.27 ส่วนใหญ่วันที่สะดวกเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 70.59 ช่วงเวลาที่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอน

คุณภาพสูง คือ เวลา 11.01 - 14.00 น. ร้อยละ 29.41 โดยมีระยะเวลาในการเปลี่ยนนอนคุณภาพสูงครั้งต่อไปนานกว่า 10 ปี ร้อยละ 50.98 นอกจากนี้ร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์แล้วแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว แก้ว โรบินสัน แอร์พอร์ต ร้อยละ 46.08 เหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอนคุณภาพสูงแหล่งที่ซื้อคือ เป็นร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวกและมีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 52.94 โดยแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ พนักงานขายที่ร้าน ร้อยละ 45.10 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง คือ คู่สมรส ร้อยละ 55.88 ส่วนใหญ่สาเหตุที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว ร้อยละ 50.98 ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อ คือ สลัมเบอร์แลนด์ ร้อยละ 45.10 วิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ เงินสด ร้อยละ 50.56 การซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้งสุดท้าย คือ 1 ปีที่แล้ว ร้อยละ 76.47 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูง คือ การลดราคา ร้อยละ 80.39 และชนิดของแถมที่ชอบ คือ หมอนสุขภาพ ร้อยละ 22.55

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการค้าปลีกในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอสินค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีส่วนลดให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการโฆษณาที่นอนระดับคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่ และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ มีการนำเสนอที่นอนที่สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

สำหรับปัจจัยย่อยของส่วนประสมการคัดเลือกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 10 ลำดับแรก คือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก และพนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.41) ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.33) นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.26) ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่ม ที่นอนสบายไม่ปวดหลังปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์ เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมการคัดเลือกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวมคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการนำเสนอสินค้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวม ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม

(ค่าเฉลี่ย 2.27) ไม่มีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.25) ไม่มีการให้ลูกค้าทดสอบสินค้านัก่อนตัดสินใจซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.24)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ รูปแบบของที่นอนไม่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.63) ที่นอนไม่มีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่ม ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 2.37) ที่นอนไม่มีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมยางพารา และฟองน้ำแน่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวม ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 2.43) ป้ายบอกราคาที่นอนไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.20) ไม่มีส่วนลดให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.01)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวม ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.29) ไม่มีพนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.11) พนักงานขายไม่มีความสุภาพเรียบร้อยและไม่เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 1.80)

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวม ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนคุณภาพสูงมีวางขายไม่ครบและขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.10) พื้นที่ร้านค้าคับแคบ อากาศถ่ายเทไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.04) ไม่มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและไม่เพียงพอสำหรับให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 1.87)

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวม ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีการนำเสนอที่นอนให้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 2.03) ไม่มีการจัดแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 1.95) ไม่มีแนวคิดการจัดร้านที่ทันสมัย เช่น มีการจัดโชว์เฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 1.87)

สำหรับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 10 ลำดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบของที่นอนไม่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.63) ที่นอนไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 2.43) ที่นอนไม่มีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่ม ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 2.37) ไม่มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.29) ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 2.27) ไม่มีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่

หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.25) ที่นอนไม่มีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น และไม่มีการให้ลูกค้าทดสอบสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.24) ที่นอนไม่มีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมยางพารา และฟองน้ำแน่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว และไม่มีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าและรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอายุ

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 116 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ	คันด็อปปิลโต้	48.94	คันด็อปปิลโต้	45.45
ขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ	ขนาด 6 ฟุต	59.57	ขนาด 6 ฟุต	54.55
ช่วงราคาของที่นอนคุณภาพสูงที่ซื้อ	10,000-15,000 บาท	44.68	10,000-15,000 บาท	49.09
สีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด	สีครีม	51.06	สีครีม	76.36
เหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว	87.23	ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว	85.45
วันที่สะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูง มากที่สุด	วันเสาร์-อาทิตย์	70.21	วันเสาร์-อาทิตย์	70.91
ช่วงเวลาี่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด	11.01 น - 14.00 น.	29.79	11.01 น - 14.00 น.	23.64

ตารางที่ 116 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง
จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่ นอนคุณภาพสูง	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
ต้องการใช้ที่นอนคุณภาพสูงนาน เท่าไรจึงจะเปลี่ยนครั้งต่อไป	10 ปี	74.47	10 ปี	78.18
แหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง นอกจากบ้านสวีย์เฟอร์นิเจอร์	ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสันแอร์พอร์ต	55.32	ร้านขายสินค้าเฉพาะ เฟอร์นิเจอร์เช่น ร้าน เอส.บี.เฟอร์นิเจอร์ บริษัท รุ่งเรือง เฟอร์นิเจอร์	45.45
เหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอน คุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ	เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียง รู้จักกันทั่วไป	57.45	เป็นร้านค้าที่อยู่ใน แหล่งชุมชนไปมา สะดวกและมีที่จอดรถ สะดวก	50.91
แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	พนักงานขายที่ร้าน	48.94	แผ่นพับใบปลิว	43.64
มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง	คู่สมรส	63.83	ตัวเอง	61.82
วิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง	เงินสด	61.70	เงินสด	50.91
การซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้ง สุดท้าย	2 ปีที่แล้ว	34.04	1 ปีที่แล้ว	29.09
การส่งเสริมการขายที่นอน คุณภาพสูงที่ชอบ	การลดราคา	85.11	การลดราคา	72.73
ชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุด	หมอนสุขภาพ และผ้า รองกันเปื้อน	19.15	หมอนสุขภาพ	25.45
สาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	53.19	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	49.09
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ ที่ต้องการซื้อ	คันทันปิลโล่	46.81	คันทันปิลโล่	43.64

ตารางที่ 117 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่ นอนคุณภาพสูง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่า 30,000 บาท		30,000 บาทขึ้นไป	
	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงที่เคฯซื้อ	ดันลอปฟิลโล่	43.64	ดันลอปฟิลโล่	51.05
ขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคฯ ซื้อ	ขนาด 6 ฟุต	50.91	ขนาด 6 ฟุต	63.83
ช่วงราคาที่นอนคุณภาพสูงที่ซื้อ	10,000-15,000 บาท	63.64	15,001-20,000 บาท	40.43
สีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อ มากที่สุด	สีครีม	72.73	สีครีม	55.32
เหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ต้องการที่นอนที่นอน สบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว	83.64	ต้องการที่นอนที่นอน สบาย ไม่ปวดหลัง ปวด เอว	89.36
วันที่สะดวกในการเลือกซื้อที่นอน คุณภาพสูง มากที่สุด	วันเสาร์-อาทิตย์	70.91	วันเสาร์-อาทิตย์	70.21
ช่วงเวลาี่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่ นอนคุณภาพสูงมากที่สุด	11.01 น - 14.00 น.	29.09	11.01 น - 14.00 น.	29.79
ความต้องการใช้ที่นอนคุณภาพสูง ครั้งต่อไป	10 ปี	54.55	10 ปี	46.81
แหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง นอกจากบ้านสวีย์เฟอร์นิเจอร์	ร้านค้าขายเฉพาะ เฟอร์นิเจอร์เช่น เอส.บี เฟอร์นิเจอร์ บริษัท รุ่งเรืองเฟอร์นิเจอร์	56.36	ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสันแอร์พอร์ต	53.19
เหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอน คุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ	เป็นร้านค้าที่อยู่ใน แหล่งชุมชนไปมา สะดวกและมีที่จอดรถ สะดวก	52.73	เป็นร้านค้าที่อยู่ใน แหล่งชุมชนไปมา สะดวกและมีที่จอดรถ สะดวก เป็นร้านค้าที่มี ชื่อเสียงรู้จักกันทั่วไป	53.19

ตารางที่ 117 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่ นอนคุณภาพสูง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่า 30,000 บาท		30,000 บาทขึ้นไป	
	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	พนักงานขายที่ร้าน	49.09	แผ่นพับใบปลิว	40.43
มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง	ตัวเอง	58.18	คู่สมรส	55.88
วิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง	เงินสด	50.91	เงินสด	61.70
การซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้ง สุดท้าย	1 ปีที่แล้ว	81.82	1 ปีที่แล้ว	70.21
การส่งเสริมการขายที่นอน คุณภาพสูงที่ชอบ	การลดราคา	78.18	การลดราคา	78.72
ชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุด	หมอนสุภาพ	32.73	ผ้ารองกันเปื้อน	21.28
สาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	52.73	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	48.94
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ ต้องการซื้อ	คันด็อปฟิลโล่	43.64	คันด็อปฟิลโล่	46.81

ตารางที่ 118 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง	อายุ			
	น้อยกว่า 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ	ดันลอปฟิลโล่	46.81	ดันลอปฟิลโล่	47.27
ขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ	ขนาด 6 ฟุต	44.68	ขนาด 6 ฟุต	67.27
ช่วงราคาที่นอนคุณภาพสูงที่ซื้อ	10,000-15,000 บาท	55.32	10,000-15,000 บาท	40.00
สีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด	สีครีม	63.83	สีครีม	65.45
เหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว	82.98	ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว	89.09
วันที่สะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูง มากที่สุด	วันเสาร์-อาทิตย์	63.83	วันเสาร์-อาทิตย์	76.36
ช่วงเวลาี่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด	11.01 น - 14.00 น.	34.04	11.01 น - 14.00 น.	25.45
ความต้องการใช้ที่นอนคุณภาพสูงครั้งต่อไป	นานกว่า 10 ปี	46.81	นานกว่า 10 ปี	54.55
แหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูงนอกจากบ้านสวอยเฟอร์นิเจอร์	ร้านขายสินค้าเฉพาะเฟอร์นิเจอร์เช่น เอส.บีเฟอร์นิเจอร์ บริษัท รุ่งเรืองเฟอร์นิเจอร์	53.19	ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสันแอร์พอร์ต	47.27
เหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ	เป็นร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวกและมีที่จอดรถสะดวก	48.94	เป็นร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวกและมีที่จอดรถสะดวก	56.36

ตารางที่ 118 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง
จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่ นอนคุณภาพสูง	อายุ			
	น้อยกว่า 35 ปี		35 ปีขึ้นไป	
	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ	ในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่/มากที่สุด	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อที่นอนคุณภาพสูง	พนักงานขายที่ร้าน	51.06	พนักงานขายที่ร้าน	40.00
มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง	ตัวเอง	61.70	คู่สมรส	65.45
วิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง	เงินสด	68.09	เงินสด และผ่านบัตรเครดิต	45.45
การซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้ง สุดท้าย	1 ปีที่แล้ว	78.72	1 ปีที่แล้ว	74.55
การส่งเสริมการขายที่นอน คุณภาพสูงที่ชอบ	การลดราคา	74.47	การลดราคา	81.82
ชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุด	หมอนสุขภาพ	29.79	ผ้ารองกันเปื้อน	25.45
สาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	63.83	ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว	40.00
ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ ต้องการซื้อ	คันท็อปฟิลโด้	44.68	คันท็อปฟิลโด้	45.45

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอน

คุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้และอายุ

6.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน รองลงมาคือ ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว และที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น และที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี รองลงมาคือ มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน และที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมาคือ มีส่วนลดให้ลูกค้า และมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว และมีที่นอนระดับคุณภาพสูงวางขายค่อนข้างครบและไม่ขาดตลาด และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม รองลงมาคือ มีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น

โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น และมีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม รองลงมาคือ มีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ และมีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง รองลงมาคือ พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง และมีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ รองลงมาคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และมีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ รองลงมาคือ มีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน และมีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา

ตารางที่ 119 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน (4.32: มาก)	ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น และที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (4.38: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.53: มากที่สุด)	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.27: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.51: มากที่สุด)	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.33: มาก)
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม (4.17: มาก)	มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม (4.05: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.47: มาก)	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.36: มาก)
ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า	การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.36: มาก)	แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.09: มาก)

6.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ ที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่ม ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน(ค่าเฉลี่ย 4.28) และที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ มีส่วนลดให้ลูกค้า และมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีส่วนลดให้ลูกค้า และมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว และพื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือมีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือมีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ พนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 120 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	น้อยกว่า 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (4.40: มาก)	ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริม ฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่น ที่นอน สบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (4.32: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.40: มาก)	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.38: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.33: มาก)	มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและ รวดเร็ว และพื้นที่ร้านค้ากว้างขวาง ไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.51: มาก)
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมการขาย เช่น การลด ราคา มีของแถม (4.00: มาก)	มีการส่งเสริมการขายเช่น การลด ราคา มีของแถม (4.23: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่ นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.35: มาก)	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่ นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.49: มาก)
ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า	การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.11: มาก)	แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มี การจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอน ผสมผสาน กับบรรยากาศภายใน ร้าน (4.36: มาก)

6.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน และที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.33) และที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ มีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ มีส่วนลดให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีส่วนลดให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาให้บริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือมีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือมีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง

(ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ พนักงานชายมีความสุขภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานชายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ พนักงานชายมีความสุขภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีพนักงานคอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านเค้าเพื่อสร้างความสนใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ มีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านเค้าเพื่อสร้างความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา และมีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 121 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอน
คุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก	อายุ	
	น้อยกว่า 35 ปี	35 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีความหลากหลายของรูปแบบที่นอน และที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (4.32: มาก)	ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมฟองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่ม ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว (4.36: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.36: มาก)	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.42: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.32: มาก)	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.49: มาก)
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (4.09: มาก)	มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม (4.13: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.30: มาก)	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง (4.51: มาก)
ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า	แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.09: มาก)	การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.33: มาก)

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงของร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์ เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหา ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ /ค้าขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยพัฒน์ ภิกขุสรวาทิ (2545) ที่ศึกษาคูสมมติของเฟอร์นิเจอร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพัฒน์ ภิกขุสรวาทิ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท การมีสถานภาพเป็นโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อที่นอนคุณภาพสูง ยี่ห้อคันด็อบฟิลโล่ ขนาด 6 ฟุต และยี่ห้อที่นอนที่ต้องการซื้อในอนาคตคือคันด็อบฟิลโล่เช่นกัน โดยช่วงราคาที่นอนคุณภาพสูงที่ซื้อคือ 10,000-15,000 บาท

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว และเหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูงเพราะต้องการที่นอนที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว และต้องการที่นอนที่ไม่เก็บฝุ่นและทำความสะอาดง่ายไม่เป็นไรฝุ่น

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้งคือ คู่สมรส

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามวันที่สะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 11.01-14.00 น.

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูงนอกจากบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์ คือ ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดสวนแก้วโรบินสันแอร์พอร์ต โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อคือ เป็นร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวกและมีที่จอดรถสะดวก

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานขายที่ร้าน รองลงมาคือแผ่นพับใบปลิว และวิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนระดับคุณภาพสูงคือ เงินสด

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนระดับคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริ วงศ์ภาคิยะเสรี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์พลาสติก ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พื้นที่ร้านกว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ เท่ากัน ซึ่งไม่มีผู้ใดศึกษาเรื่องนี้ จึงไม่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงของร้านบ้านสวย เฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. พบว่ายี่ห้อของที่นอนคุณภาพสูงที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุดคือยี่ห้อ คันทรีออฟฟิลโล่ โดยสีของที่นอนที่เลือกมากที่สุดคือ สีครีม
2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ที่สูงขึ้นทำให้ซื้อที่นอนคุณภาพสูงในราคาสูงขึ้น
4. พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งที่ซื้อน้อยของผู้ตอบแบบสอบถามคือ การรู้จักกับเจ้าของร้าน และแหล่งที่รู้จักข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงน้อยคือ วิทยุ และพบว่าส่วนใหญ่จะซื้อที่นอนคุณภาพสูงเป็นเงินสด การซื้อเป็นเงินผ่อนจะมีน้อยที่สุด
5. พบว่าของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบน้อยที่สุดคือ หมอนข้าง และที่นอน ปิกนิก และพบว่า การซื้อที่นอนเพื่อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นในโอกาสต่างๆ จะมีน้อยกว่าเหตุผลอื่น
6. แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาทและช่วงอายุน้อยกว่า 35 ปีรวมทั้งช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป ได้แก่ พนักงานขายที่ร้าน ส่วนเพศหญิงและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ แผ่นพับใบปลิว
7. พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือกเป็นลำดับแรก และพบว่าเป็นปัญหาที่พบมากลำดับแรกถึงแม้ว่าจะเป็นปัญหาที่มีคะแนนในระดับน้อยก็ตาม
8. พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม และเป็นปัญหาที่พบมากเป็นลำดับแรกในกลุ่มนี้ถึงแม้ว่าจะเป็นปัญหาที่มีคะแนนในระดับน้อยก็ตาม
9. พบว่าด้านการนำเสนอสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ และปัญหาที่พบมากเป็นลำดับแรกคือ ไม่มีการนำเสนอที่นอนให้สวยงามสะดุดตา

ตารางที่ 122 แสดงสรุปการเปรียบเทียบความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก และปัญหาของปัจจัยย่อยที่พบลำดับแรก ของส่วนประสมการค้าปลีกในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์

ส่วนประสมการค้าปลีก	ปัจจัยย่อยที่ถูกค่าให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัญหาที่พบลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น (4.32: มาก)	รูปแบบของที่นอนไม่มีความหลากหลาย (2.63: ปานกลาง)
ด้านราคา	ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก (4.39: มาก)	ที่นอนไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (2.43: น้อย)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	พื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก (4.41: มาก)	ที่นอนระดับคุณภาพสูงมีวางขายไม่ครบและขาดตลาด (2.10: น้อย)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม (4.11: มาก)	ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (2.27: น้อย)
ด้านบุคลากร	พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้ อย่างถูกต้อง (4.41: มาก)	ไม่มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการลูกค้า (2.29: น้อย)
ด้านการนำเสนอสินค้า	การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ (4.22: มาก)	ไม่มีการนำเสนอที่นอนให้สวยงามสะดุดตา (2.03: น้อย)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษพบว่าข้อดีของที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อคือ ยี่ห้อดันลอปพิลโล่ ส่วนเหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ ต้องการที่นอนที่นอนสบายไม่ปวดหลังปวดเอว และสีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกมากที่สุดคือ สีครีม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น ความหลากหลายของรูปแบบที่นอน ที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี และปัญหาที่พบลำดับแรกคือ รูปแบบของที่นอนไม่มีความหลากหลาย ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น มีความ

หลากหลายของรูปแบบที่นอน มีที่นอนมีการรับประกันขั้นต่ำ 10 ปี ที่นอนมีโครงสร้างเป็นสปริงเสริมพองน้ำและใยสังเคราะห์นุ่นหรือสปริงเสริมยางพาราและพองน้ำแน่น ที่นอนสบายไม่ปวดหลัง ปวดเอว และควรนำที่นอนคุณภาพสูง ยี่ห้อดันลอปฟิลโล่ ซึ่งเป็นยี่ห้อที่ลูกค้านิยมใช้และเป็นยี่ห้อที่จะซื้อในอนาคต นอกจากนั้นควรมีที่นอนคุณภาพสูงสีครีมและที่นอนขนาด 6 ฟุตไว้ให้ลูกค้าเลือกหลากหลายรุ่นแบบมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจและให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจเมื่อมาเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์เพื่อจะเกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าช่วงราคาของที่นอนคุณภาพสูงที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อคือช่วงราคา 10,000-15,000 บาทและ 15,001-20,000 บาท

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก การรับประกันราคาสินค้าด้วยบัตรเครดิต มีส่วนลดให้ลูกค้า และปัญหาที่พบลำดับแรกคือที่นอนไม่มีหลายระดับราคาให้เลือกแสดงว่าช่วงราคาของที่นอนไม่เกิน 20,000 บาทมีไม่ครบทุกรุ่นทุกแบบ ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ ควรให้ความสำคัญคือมีที่นอนคุณภาพสูงในช่วงราคา 10,000-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ครบ โดยเฉพาะยี่ห้อ ดันลอปฟิลโล่ และยี่ห้อสลัมเบอร์แลนด์ ทุกรุ่นทุกแบบมาจำหน่ายให้มากกว่าที่นอนในช่วงราคาอื่น และควรมีการรับประกันราคาสินค้าด้วยบัตรเครดิต นอกจากนั้นควรมีส่วนลดให้ลูกค้า และมีป้ายบอกราคาสินค้าให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากคือวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงเวลาที่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุดคือ เวลา 11.01-14.00 น.

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือพื้นที่ร้านค้ากว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก มีบริการจัดส่งที่นอนที่ถูกต้องและรวดเร็ว มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า และปัญหาที่พบลำดับแรกคือ ที่นอนคุณภาพสูงมีวางขายไม่ครบและขาดตลาด ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การจัดพื้นที่ร้านค้าให้กว้างขวางไม่อึดอัด มีการระบายอากาศและถ่ายเท อากาศสะดวก นอกจากนั้นในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 11-01-14.00 น. ควรเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูงที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบได้แก่ การลดราคา ของแถมที่ชอบมากที่สุดได้แก่ หมอนสุขภาพและฟ้ารองกันเปื้อน และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงหญิงและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ แผ่นพับใบปลิว

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม มีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น มีการส่งแผ่นพับแนะนำสินค้าใหม่ และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ และปัญหาที่พบลำดับแรกคือไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถมแสดงว่าลูกค้าต้องการให้มีการลดราคาและของแถมให้มากขึ้น ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องมีการส่งเสริมการขายขึ้นมาก เช่น การลดราคา มีของแถมตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น ลูกค้าเพศชาย ต้องการของแถมเป็นผ้ารองกันเปื้อน ส่วนลูกค้าหญิงต้องการของแถมเป็นผ้ารองกันเปื้อนกับหมอนสุขภาพ ซึ่งการส่งเสริมการขายควรจัดทุกไตรมาส โดยร่วมกับบริษัทที่นอนคันลือปิลโล่ และบริษัทสลิมเบอร์แลนด์จัดโปรโมชั่นพิเศษลดราคาและควรให้บริษัทผู้ผลิตที่นอนคุณภาพสูงผลิตของแถมตามความต้องการของลูกค้าคือหมอนสุขภาพและผ้ารองกันเปื้อน มีการโฆษณาที่นอนคุณภาพสูงผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น รวมทั้งมีการส่งแผ่นพับใบปลิวแนะนำสินค้าใหม่และรายการที่นอนแบบต่างๆ ถึงที่บ้านให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ สำหรับในเรื่องมีการให้ลูกค้าทดสอบสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ถึงแม้ว่าลูกค้าจะให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แต่ก็ยังเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่สอง ดังนั้น ร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ก็ควรให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้ลูกค้าทดสอบสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อด้วยเหมือนกัน เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้า และเกิดความประทับใจ มีความพึงพอใจ ซึ่งทำให้เกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง

ด้านบุคลากร จากการศึกษาแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ได้แก่ พนักงานขายที่ร้าน ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงโดยขอการสนับสนุนบุคลากรจากบริษัทผู้ผลิตที่นอนคุณภาพสูงมาฝึกอบรมให้เพื่อพนักงานขายของร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์จะได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง พนักงานมีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญในเรื่องกิริยามารยาทที่ดีของพนักงานในการให้บริการกับลูกค้า มีความเต็มใจและมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า มีใจรักในงานบริการ มีการพัฒนาคนเพื่อนำเสนอบริการที่มีคุณภาพ จัดให้มีระบบสนับสนุนการทำงานของพนักงานขายโดยให้รางวัลเมื่อพนักงานขายสามารถทำยอดขายได้ตาม

เป้าหมายตามความเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนอกจากนั้นควรรักษาคนที่ดีไว้ และให้รางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงานดีเด่น

ด้านการนำเสนอสินค้า จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากคือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจและปัญหาที่พบบ้างแรกคือ ไม่มีการนำเสนอที่นอนให้สวยงามสะดุดตา ดังนั้นร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ควรให้ความสำคัญ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน และมีการนำเสนอที่นอนที่สวยงามสะดุดตา มีการจัดการแสดงของแถมคู่กับที่นอนให้เห็นชัดเจน นอกจากนี้ควรมีการจัดวางเรียงที่นอนให้เป็นหมวดหมู่ ตามขนาดของที่นอน ตามยี่ห้อ ตามสีของที่นอน เพื่อทำให้เกิดความสะดวกในการหาที่นอนได้ง่าย วางเป็นระเบียบ นอกจากนี้ควรมีการจัดให้ บรรยากาศในสำนักงานต้อง มีอากาศถ่ายเทสะดวก ควรมีจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ให้เป็นระเบียบ