

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ภาคนีศึกษา บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ พฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคร และพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์การ ได้ดังนี้

### พฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคร

การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคร แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร แสดงดังตารางที่ 1-6
- ส่วนที่ 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร แสดงดังตารางที่ 7-15
- ส่วนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้และใช้บริการจาก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร แสดงดังตารางที่ 16-20
- ส่วนที่ 4. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร แสดงดังตารางที่ 21-24
- ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร

### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร

ตารางที่ 1 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 72    | 72     |
| หญิง | 28    | 28     |
| รวม  | 100   | 100    |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 72 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 28

ตารางที่ 2 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 30 ปี | 16    | 16     |
| 31-40 ปี      | 55    | 55     |
| 41-50 ปี      | 24    | 24     |
| มากกว่า 50 ปี | 5     | 5      |
| รวม           | 100   | 100    |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 55 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 24

ตารางที่ 3 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| โสด         | 22    | 22     |
| สมรส        | 78    | 78     |
| รวม         | 100   | 100    |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรสแล้ว ร้อยละ 78 และเป็นโสดเพียงร้อยละ 22

ตารางที่ 4 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                           | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ | 15    | 15     |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว             | 26    | 26     |
| รับจ้างอิสระ                    | 19    | 19     |
| พนักงานบริษัท หรือเอกชน         | 34    | 34     |
| อื่น ๆ                          | 6     | 6      |
| รวม                             | 100   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน เป็นต้น

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นพนักงานบริษัท หรือห้างร้านเอกชน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 26

ตารางที่ 5 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

| ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด | จำนวน      | ร้อยละ     |
|-------------------------|------------|------------|
| ประถมศึกษา              | 10         | 10         |
| มัธยมศึกษา              | 20         | 20         |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  | 13         | 13         |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  | 45         | 45         |
| สูงกว่าปริญญาตรี        | 12         | 12         |
| <b>รวม</b>              | <b>100</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 6 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของครอบครัว ต่อเดือน

| รายได้ของครอบครัว ต่อเดือน | จำนวน      | ร้อยละ     |
|----------------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท         | 18         | 18         |
| 10,000-30,000 บาท          | 41         | 41         |
| 30,001-50,000 บาท          | 22         | 22         |
| มากกว่า 50,000 บาท         | 19         | 19         |
| <b>รวม</b>                 | <b>100</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ของครอบครัว ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา คือมีรายได้ 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22

## ส่วนที่ 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหาร

ตารางที่ 7 : แสดงวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ของการใช้ไม้       | จำนวน      | ร้อยละ     |
|--------------------------------|------------|------------|
| สร้าง หรือตกแต่งที่อยู่ใหม่    | 55         | 55         |
| ต่อเติม หรือตัดแปลงที่อยู่เดิม | 43         | 43         |
| อื่นๆ                          | 2          | 2          |
| <b>รวม</b>                     | <b>100</b> | <b>100</b> |

อื่นๆ ได้แก่ การใช้เพื่อการซ่อมแซมเฟอร์นิเจอร์ หรือทำเป็นชั้นวางของ เป็นต้น

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อสร้างหรือตกแต่งที่อยู่ใหม่ ร้อยละ 55 และใช้ไม้เพื่อต่อเติม หรือตัดแปลงที่อยู่เดิม ร้อยละ 43

ตารางที่ 8 : แสดงประเภทไม้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

| ประเภทไม้   | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ไม้แปรรูป   | 53    | 53     |
| ไม้ตกแต่ง   | 55    | 55     |
| ไม้พื้น   | 41    | 41     |
| วงกบ บานประตู หน้าต่าง                                | 50    | 50     |
| เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน และของตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้ | 31    | 31     |

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อ ไม้ตกแต่ง (ไม้เชิงชาย ไม้ผนัง ไม้ฝ้าบ้าน ไม้คิ้วเพดาน ไม้บัวผนัง ไม้ฉลุลวดบัวบันได เสากลึง กาแล ไม้ค้ำยัน) ร้อยละ 55 รองลงมาคือ ไม้แปรรูป (ไม้แบบ ไม้โครงสร้าง ไม้เสา ไม้คาน เป็นต้น) ร้อยละ 53

ตารางที่ 9 : แสดงคุณสมบัติของไม้ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| คุณสมบัติของไม้         | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| ความเหนียว แข็งแรง      | 17    | 17     |
| ความยืดหยุ่นในการใช้งาน | 57    | 57     |
| อายุการใช้งาน           | 26    | 26     |
| ลวดลายสวยงาม            | 57    | 57     |
| ค่านิยม รสนิยม          | 34    | 34     |

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 57 ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้เพราะไม้ที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน สามารถดัดแปลง รื้อถอน ใช้ได้หลายงาน และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 57) ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้เพราะไม้ที่มีลวดลายสวยงาม เหมาะสำหรับการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัยให้น่าอยู่ รองลงมา คือ ค่านิยมหรือรสนิยม ร้อยละ 34

ตารางที่ 10 : แสดงแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แหล่งข้อมูล   | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ครอบครัว ญาติ | 22    | 22     |
| เพื่อน        | 9     | 9      |
| ผู้รับเหมา    | 50    | 50     |
| สื่อต่าง ๆ    | 16    | 16     |
| อื่น ๆ        | 3     | 3      |
| รวม           | 100   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ จากประสบการณ์ของตัวเอง

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม หาข้อมูลเกี่ยวกับชนิด ประเภท และคุณสมบัติของไม้จากผู้รับเหมา จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือหาข้อมูลจากครอบครัว ญาติ คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 11 : แสดงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้

| ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| คุณภาพของสินค้า              | 68    | 68     |
| ราคาของสินค้า                | 20    | 20     |
| ร้านค้า                      | 8     | 8      |
| การส่งเสริมการตลาด           | 4     | 4      |
| รวม                          | 100   | 100    |

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้ โดยให้ความสำคัญปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า (สวยงาม แข็งแรง อายุการใช้งานยาวนาน) ร้อยละ 68 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาของสินค้า (ระดับราคาสินค้า ส่วนลดพิเศษหรือเครดิต) ร้อยละ 20

ตารางที่ 12 : แสดงประเภทร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| ประเภทร้านค้า                   | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| ร้านขายไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้ | 96    | 96     |
| ร้านขายวัสดุก่อสร้าง            | 4     | 4      |
| รวม                             | 100   | 100    |

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้จากร้านขายไม้แปรรูปโดยตรง ร้อยละ 96 และเลือกซื้อจากร้านขายวัสดุก่อสร้างเพียง ร้อยละ 4

ตารางที่ 13 : แสดงการเลือกร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| การเลือกร้านค้าที่ให้บริการ             | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ร้านประจำ                               | 12    | 12     |
| ร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบบางครั้ง | 51    | 51     |
| หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา          | 37    | 37     |
| รวม                                     | 100   | 100    |

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้จากร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบบางครั้ง ร้อยละ 51 รองลงมาคือ เลือกซื้อจากหลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา ร้อยละ 37



ตารางที่ 14 : แสดงวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ของการใช้ไม้          | อายุ          |          |          |               |
|-----------------------------------|---------------|----------|----------|---------------|
|                                   | ต่ำกว่า 30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
| สร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่         | 9             | 36       | 8        | 2             |
| ต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม | 6             | 18       | 16       | 3             |
| อื่น ๆ                            | 1             | 1        | 0        | 0             |

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 31-40 ปี มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อสร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่ จำนวนมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม

ตารางที่ 15 : แสดงวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ของการใช้ไม้          | รายได้         |               |               |                |
|-----------------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
|                                   | ต่ำกว่า 10,000 | 10,000-30,000 | 30,001-50,000 | มากกว่า 50,000 |
| สร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่         | 7              | 20            | 13            | 15             |
| ต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม | 10             | 20            | 9             | 4              |
| อื่น ๆ                            | 1              | 1             | 0             | 0              |

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม มากกว่าการสร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม พอ ๆ กับการสร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อการสร้างและตกแต่งที่อยู่ใหม่ มากกว่าการต่อเติมและดัดแปลงที่อยู่อาศัยเดิม

ส่วนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้และใช้บริการ จาก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร

ตารางที่ 16 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรู้จักร้านค้า

| วิธีการรู้จักร้านค้า | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| รู้จักด้วยตนเอง      | 52    | 52     |
| บุคคลรู้จักแนะนำ     | 26    | 26     |
| รู้จักผ่านสื่อโฆษณา  | 22    | 22     |
| รวม                  | 100   | 100    |

บุคคลรู้จักแนะนำ ได้แก่ เพื่อน ครอบครัวญาติ ผู้รับเหมา

รู้จักผ่านสื่อโฆษณา ได้แก่ วิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์ ตัวแทนขายหรือโบว์ชัวร์

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จัก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้า ไม้ จำกัด ด้วยตนเอง ร้อยละ 52 รองลงมาคือ รู้จักร้านจากบุคคลรู้จักแนะนำ ร้อยละ 26 และรู้ จักผ่านสื่อโฆษณา ร้อยละ 22 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

| ระยะเวลาการเป็นลูกค้า | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 ปี         | 32    | 32     |
| 1-3 ปี                | 23    | 23     |
| มากกว่า 3 ปี          | 45    | 45     |
| รวม                   | 100   | 100    |

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด เป็นเวลามากกว่า 3 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี คิด เป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 18 : แสดงสาขาของของ บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ นอกจากสาขาใหญ่ (ในเมือง)

| สาขา                 | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| สาขาอ้อมเมือง ป่าแดด | 20    | 20     |
| สาขามวกครก สันกำแพง  | 8     | 8      |
| สาขาคอยสะเก็ด        | 18    | 18     |
| สาขาเชียงดาว         | 5     | 5      |

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า นอกจากสาขาใหญ่ (ในเมือง) ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากสาขาอ้อมเมือง ป่าแดด ร้อยละ 20 และ สาขาคอยสะเก็ด ร้อยละ 18

ตารางที่ 19 : แสดงยอดซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ เฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ยอดซื้อ เฉลี่ยต่อครั้ง | จำนวน      | ร้อยละ     |
|------------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท      | 26         | 26         |
| 5,000 – 10,000 บาท     | 42         | 42         |
| 10,001 – 20,000 บาท    | 16         | 16         |
| มากกว่า 20,000 บาท     | 16         | 16         |
| <b>รวม</b>             | <b>100</b> | <b>100</b> |

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มียอดเงินในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ โดยเฉลี่ย ต่อครั้ง 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา คือ ยอดซื้อโดยเฉลี่ย ต่อครั้ง ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 26

ตารางที่ 20 : แสดงความพึงพอใจและไม่พอใจ ภายหลังจากการใช้บริการและเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จาก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ไม้ จำกัด

| ปัจจัยด้าน                            | พอใจ  |        | ไม่พอใจ |        |
|---------------------------------------|-------|--------|---------|--------|
|                                       | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ |
| คุณภาพของสินค้า                       | 97    | 97     | 3       | 3      |
| การบริการของร้านค้า (การจัดส่งสินค้า) | 98    | 98     | 2       | 2      |
| ราคาของสินค้า                         | 95    | 95     | 5       | 5      |
| ร้านค้า (ทำเลที่ตั้ง เดินทางไป-มา)    | 95    | 95     | 5       | 5      |
| การจัดวางสินค้า การตกแต่งร้านค้า      | 93    | 93     | 7       | 7      |
| การจัดโปรโมชั่น (ลดราคา แจกของแถม)    | 87    | 87     | 13      | 13     |
| การบริการของพนักงานขาย                | 98    | 98     | 2       | 2      |

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกพอใจ ในทุก ๆ ด้าน ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดพอใจ คือ การบริการของร้านค้า และการบริการของพนักงานขาย

ส่วนที่ 4. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จากบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหาร

ตารางที่ 21 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าและบริการ

| ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ                  | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| สินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า           | 4.30      | สำคัญมาก         |
| สินค้านี้มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน              | 4.21      | สำคัญมาก         |
| รับสั่งงานแบบพิเศษที่ลูกค้าต้องการ         | 3.99      | สำคัญมาก         |
| บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ รวดเร็วทันใจ      | 3.92      | สำคัญมาก         |
| ให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า และวิธีการใช้งาน   | 3.87      | สำคัญมาก         |
| การรับประกันคุณภาพสินค้า และติดตามแก้ไขงาน | 3.81      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการทุกปัจจัยย่อย ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 22 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของสินค้า

| ปัจจัยด้านราคาของสินค้า                | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| ระดับราคาของสินค้าแต่ละชนิด หรือประเภท | 3.81      | สำคัญมาก         |
| ราคาสินค้าสามารถต่อรองได้              | 3.71      | สำคัญมาก         |
| การให้เครดิตหรือส่วนลดพิเศษ            | 3.61      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาของสินค้า ทุกปัจจัยย่อย ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 23 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ และร้านค้า

| ปัจจัยด้านสถานที่ และร้านค้า                         | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| มีสาขาหลายแห่ง อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า            | 4.06      | สำคัญมาก         |
| การตกแต่งร้านค้า โฆษณาค้าดึงดูดใจให้น่าซื้อ          | 3.84      | สำคัญมาก         |
| ร้านค้ากว้างขวาง สะอาด เรียบร้อย (ที่จอดรถ หน้าร้าน) | 4.08      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่ และร้านค้า ทุกปัจจัยย่อย ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 24 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                   | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| การจัดทำโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า และร้านค้า        | 3.49      | สำคัญปานกลาง     |
| การจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) และให้ของขวัญ | 3.49      | สำคัญปานกลาง     |
| การโฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์        | 3.72      | สำคัญมาก         |
| การบริการของพนักงานขาย                         | 4.13      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ การจัดทำโบว์ชัวร์แนะนำสินค้าและร้านค้า และการจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์ และการบริการของพนักงานขาย ให้ความสำคัญในระดับ สำคัญมาก

## ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภค

### ด้านสินค้าและบริการ (Product)

- ควรมีการตรวจสอบให้รอบคอบมากขึ้นก่อนที่จะส่งของ ในกรณีที่มีข้อผิดพลาดในเรื่องการจัดส่งสินค้าเป็นบางครั้ง อย่างเช่น สินค้าผิดขนาด ผิดประเภท (จำนวน 22 ราย)
- ควรติดป้ายแสดงชนิด และประเภทของสินค้า ให้สังเกตได้ชัดเจน (จำนวน 7 ราย)
- ควรมีบริการแนะนำชนิด และประเภทของสินค้า ให้เหมาะกับการใช้งานจริง (จำนวน 25 ราย)
- ควรมีการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีรูปแบบทันสมัย (จำนวน 3 ราย)

### ด้านราคาสินค้า (Price)

- ควรมีส่วนลดพิเศษ กรณีซื้อจำนวนมาก หรือสำหรับลูกค้าประจำ (จำนวน 13 ราย)

### ด้านสถานที่ และร้านค้า (Place)

- ควรจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ และควรมีป้ายแสดงตำแหน่งไว้ อย่างชัดเจน (จำนวน 5 ราย)
- ควรรักษาความสะอาดของบริเวณร้านค้า ที่จอดรถ อยู่อย่างสม่ำเสมอ (จำนวน 3 ราย)

### ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

- ควรมีการจัดโปรโมชั่นทุก 3 เดือน หรือ 6 เดือน เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่าเดิม (จำนวน 7 ราย)

## พฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์กร

การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์กร แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1. ข้อมูลเฉพาะขององค์กรหรือกิจการ แสดงดังตารางที่ 25 - 27
- ส่วนที่ 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร แสดงดังตารางที่ 28 - 42
- ส่วนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้และใช้บริการจากบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร แสดงดังตารางที่ 43 - 47
- ส่วนที่ 4. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร แสดงดังตารางที่ 48 - 51
- ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร

### ส่วนที่ 1. ข้อมูลเฉพาะขององค์กรหรือกิจการ

ตารางที่ 25 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของกิจการ

| ลักษณะของกิจการ               | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| บุคคลธรรมดา                   | 48    | 24.6   |
| นิติบุคคล                     | 129   | 66.2   |
| หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ | 18    | 9.2    |
| รวม                           | 195   | 100    |

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะของกิจการเป็นแบบนิติบุคคล ร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ แบบบุคคลธรรมดา ร้อยละ 24.6



ตารางที่ 26 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

| ระยะเวลาเปิดดำเนินการ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 5 ปี         | 13    | 6.7    |
| 5-10 ปี               | 71    | 36.4   |
| มากกว่า 10 ปี         | 93    | 47.7   |
| ไม่ระบุ               | 18    | 9.2    |
| รวม                   | 195   | 100    |

ไม่ระบุ กรณีเป็นหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.4

ตารางที่ 27 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของกิจการ ต่อเดือน

| รายได้ของกิจการ ต่อเดือน | จำนวน      | ร้อยละ     |
|--------------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 50,000 บาท       | 7          | 3.6        |
| 50,000 – 100,000 บาท     | 34         | 17.4       |
| 100,001 – 200,000 บาท    | 28         | 14.4       |
| มากกว่า 200,000 บาท      | 108        | 55.4       |
| ไม่ระบุ                  | 18         | 9.2        |
| <b>รวม</b>               | <b>195</b> | <b>100</b> |

ไม่ระบุ กรณีเป็นหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้มากกว่า 200,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ มีรายได้ 50,000 – 100,000 บาท ร้อยละ 17.4

ส่วนที่ 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์การ

ตารางที่ 28 : แสดงวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ของการใช้ไม้                          | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ก่อสร้าง ตกแต่ง ต่อเติม หรือตัดแปลง บ้านหรืออาคาร | 134   | 68.7   |
| จำหน่ายต่อให้กับลูกค้า โดยไม่มีการตัดแปลง         | 59    | 30.3   |
| อื่น ๆ  | 2     | 1      |
| รวม   | 195   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ ใช้ในการก่อสร้างถนน หรือทำเป็นฐานเพื่อย้ายเครื่องจักร เป็นต้น

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อก่อสร้าง ตกแต่ง ต่อเติม หรือตัดแปลง บ้านหรืออาคาร ร้อยละ 68.7 และจำหน่ายต่อให้กับลูกค้า โดยไม่มีการตัดแปลง เพียงร้อยละ 30.3

ตารางที่ 29 : แสดงประเภทไม้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

| ประเภทไม้  | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ไม้แปรรูป  | 182   | 93.3   |
| ไม้ตกแต่ง  | 110   | 56.4   |
| ไม้พื้น  | 70    | 35.9   |
| วงกบ บานประตู หน้าต่าง                                   | 155   | 79.5   |
| เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน<br>และของตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้ | 11    | 5.6    |

เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อ คือ ไม้แปรรูป (ไม้แบบ ไม้โครงสร้าง ไม้เสา ไม้คาน เป็นต้น) ร้อยละ 93.3 รองลงมา คือ วงกบ บานประตู หน้าต่าง ร้อยละ 79.5

ตารางที่ 30 : แสดงคุณสมบัติของไม้ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| คุณสมบัติของไม้         | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| ความเหนียว แข็งแรง      | 69    | 35.4   |
| ความยืดหยุ่นในการใช้งาน | 150   | 76.9   |
| อายุการใช้งาน           | 58    | 29.7   |
| ลวดลายสวยงาม            | 44    | 22.6   |
| ค่านิยม รสนิยม          | 25    | 12.8   |
| อื่น ๆ                  | 7     | 3.6    |

อื่น ๆ ได้แก่ ไม้ช่วยคายความร้อน และช่วยประหยัดพลังงาน ประเพณีไทยนิยม  
เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้เพราะไม้ที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน สามารถดัดแปลง รื้อถอน ใช้ได้หลายงาน ร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ ไม้มีความเหนียว แข็งแรง ร้อยละ 35.4

ตารางที่ 31 : แสดงแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แหล่งข้อมูล                        | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-------|--------|
| เจ้าของบ้านหรือลูกค้า              | 33    | 16.9   |
| ร้านขายไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้    | 56    | 28.7   |
| วิศวกร / สถาปนิก                   | 26    | 13.3   |
| ผู้รับเหมา / บริษัทรับเหมาก่อสร้าง | 45    | 23.1   |
| คณะกรรมการจัดซื้อ                  | 1     | 0.5    |
| เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ             | 21    | 10.8   |
| สื่อต่าง ๆ                         | 5     | 2.6    |
| อื่น ๆ                             | 8     | 4.1    |
| รวม                                | 195   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ แบบแปลน หรือประสบการณ์ของตัวเอง

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม หาข้อมูลเกี่ยวกับชนิด ประเภท และคุณสมบัติของไม้จากร้านขายไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้ จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือหาข้อมูลจากผู้รับเหมา คิดเป็นร้อยละ 23.1

ตารางที่ 32 : แสดงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| คุณภาพของสินค้า              | 93    | 47.7   |
| ราคาของสินค้า                | 90    | 46.2   |
| ร้านค้า                      | 11    | 5.6    |
| การส่งเสริมการตลาด           | 1     | 5      |
| รวม                          | 195   | 100    |

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ โดยให้ความสำคัญปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า (สวยงาม แข็งแรง อายุการใช้งานยาวนาน) จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาของสินค้า (ระดับราคาสินค้า ส่วนลดพิเศษหรือเครดิต) ร้อยละ 46.2

ตารางที่ 33 : แสดงประเภทร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| ประเภทร้านค้า                   | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| ร้านขายไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้ | 193   | 99     |
| ร้านขายวัสดุก่อสร้าง            | 2     | 1      |
| รวม                             | 195   | 100    |

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้จากร้านขายไม้แปรรูปโดยตรง ร้อยละ 99 และเลือกซื้อจากร้านขายวัสดุก่อสร้างเพียง ร้อยละ 1

ตารางที่ 34 : แสดงการเลือกร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| การเลือกร้านค้าที่ให้บริการ             | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ร้านประจำ                               | 82    | 42.1   |
| ร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบบางครั้ง | 82    | 42.1   |
| หลาย ๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา         | 31    | 15.9   |
| รวม                                     | 195   | 100    |

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้จากร้านประจำ จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 ซึ่งเท่ากับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.1 เช่นกัน

ตารางที่ 35 : แสดงอันดับของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ของกิจการ

| บุคคล                  | อันดับที่ 1 | อันดับที่ 2 | อันดับที่ 3 |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| เจ้าของบ้าน หรือลูกค้า | 108         | 25          | 21          |
| เจ้าของกิจการ          | 45          | 58          | 33          |
| เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ | 3           | 25          | 48          |

จากตารางที่ 35 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ดูจากความถี่ของแต่ละบุคคล อันดับที่ 1 คือ เจ้าของบ้านหรือลูกค้า อันดับที่ 2 คือ เจ้าของกิจการ และอันดับที่ 3 คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ



ตารางที่ 36 : แสดงผู้มีอำนาจตัดสินใจสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ มากที่สุด

| บุคคล                  | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| เจ้าของกิจการ          | 131   | 67.2   |
| เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ | 28    | 14.3   |
| ผู้จัดการโครงการ       | 20    | 10.3   |
| อื่น ๆ                 | 16    | 8.20   |
| รวม                    | 195   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ วิศวกร สถาปนิก คณะกรรมการจัดซื้อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน และเจ้าหน้าที่ฝ่ายอื่น ๆ

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้มีอำนาจตัดสินใจสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ มากที่สุด คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา ร้อยละ 14.4 คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ และ ร้อยละ 10.3 คือ ผู้จัดการโครงการ ตามลำดับ

ตารางที่ 37 : แสดงผู้มาติดต่อกับร้านขายวัสดุก่อสร้างในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| บุคคล                  | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ | 84    | 43.1   |
| เจ้าของกิจการ          | 96    | 49.2   |
| วิศวกร                 | 7     | 3.6    |
| อื่น ๆ                 | 8     | 4.1    |
| รวม                    | 195   | 100    |

อื่น ๆ ได้แก่ ผู้จัดการโครงการ สถาปนิก คณะกรรมการจัดซื้อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน และเจ้าหน้าที่ฝ่ายอื่น ๆ

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้มาติดต่อกับร้านขายวัสดุก่อสร้างในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ มากที่สุด คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 43.1

ตารางที่ 38 : แสดงรูปแบบการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

| รูปแบบการซื้อ                               | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ซื้อของเดิม วิธีเดิม ผู้ขายเดิม             | 121   | 62.1   |
| ซื้อของเดิม ปรับคุณสมบัติ ผู้ขายเดิม / ใหม่ | 72    | 36.9   |
| ซื้อของใหม่                                 | 2     | 1.0    |
| รวม   | 195   | 100    |

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรูปแบบการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ เป็นแบบการซื้อของเดิม วิธีเดิม ผู้ขายเดิม ร้อยละ 62.1 รองลงมา คือ การซื้อของเดิม ปรับคุณสมบัติบางประการ อาจจะเป็นผู้ขายเดิมหรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายใหม่ก็ได้ ร้อยละ 36.9

ตารางที่ 39 : แสดงการมีสาขา หรือหน่วยงานย่อย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สาขาหรือหน่วยงานย่อย | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| มี                   | 94    | 48.21  |
| ไม่มี                | 101   | 51.79  |
| รวม                  | 195   | 100    |

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาขา หรือหน่วยงานย่อย จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.21

ตารางที่ 40 : แสดงวิธีการสั่งซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขา หรือหน่วยงานย่อย

| วิธีการสั่งซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| กระจายอำนาจ     | 50    | 53.19  |
| รวมอำนาจ        | 44    | 46.81  |
| รวม             | 94    | 100    |

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขา หรือหน่วยงานย่อย ส่วนใหญ่จะมีวิธีการสั่งซื้อแบบกระจายอำนาจ ร้อยละ 53.19

ตารางที่ 41 : แสดงความถี่ในการซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความถี่ในการซื้อ    | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์ | 39    | 20.0   |
| 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ | 63    | 32.3   |
| เดือนละ 2-3 ครั้ง   | 65    | 33.3   |
| เดือนละ 1 ครั้ง     | 28    | 14.4   |
| รวม                 | 195   | 100    |

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการสั่งซื้อ เดือนละ 2-3 ครั้ง จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.3

ตารางที่ 42 : แสดงปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจที่มีผลต่อการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

| ผลกระทบต่อการใช้งาน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| มีผล                | 162   | 83.1   |
| ไม่มีผล             | 33    | 16.9   |
| รวม                 | 195   | 100    |

จากตารางที่ 42 พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ มีผลต่อการสั่งซื้อ เช่น ซื้อปริมาณลดลง ซื้อราคาที่ต่ำกว่า และซื้อสินค้าอื่นทดแทน คิดเป็นร้อยละ 83.1 และไม่มีผลต่อการสั่งซื้อ คิดเป็นร้อยละ 16.9

ส่วนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้และใช้บริการ จากบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร

ตารางที่ 43 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรู้จักร้านค้า

| วิธีการรู้จักร้านค้า   | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| บุคคลภายในองค์กรรู้จัก | 116   | 59.5   |
| บุคคลรู้จักแนะนำ       | 37    | 19.0   |
| รู้จักผ่านสื่อโฆษณา    | 42    | 21.5   |
| รวม                    | 195   | 100    |

บุคคลรู้จักแนะนำ ได้แก่ เพื่อน ครอบครัวญาติ ผู้รับเหมา

รู้จักผ่านสื่อโฆษณา ได้แก่ วิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์ ตัวแทนขาย หรือโบว์ชัวร์

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จัก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด จากบุคคลภายในองค์กรเอง ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ รู้จักผ่านสื่อโฆษณา ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 44 : แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

| ระยะเวลาการเป็นลูกค้า | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 ปี         | 12    | 6.2    |
| 1-3 ปี                | 32    | 16.4   |
| มากกว่า 3 ปี          | 151   | 77.4   |
| รวม                   | 195   | 100    |

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด เป็นเวลามากกว่า 3 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตารางที่ 45 : แสดงสาขาของของ บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการ นอกจากสาขาใหญ่ (ในเมือง)

| สาขา                 | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| สาขาอ้อมเมือง ป่าแดด | 18    | 9.2    |
| สาขาบวครก สันกำแพง   | 4     | 2.1    |
| สาขาดอยสะเก็ด        | 8     | 4.1    |
| สาขาเชิงดาว          | 3     | 1.5    |

จากตารางที่ 45 พบว่า นอกจากสาขาใหญ่ (ในเมือง) ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการของ สาขาสาขาอ้อมเมือง ป่าแดด ร้อยละ 9.2 และสาขาดอยสะเก็ด ร้อยละ 4.1

ตารางที่ 46 : แสดงยอดซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ เฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ยอดซื้อ เฉลี่ยต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท      | 28    | 14.4   |
| 5,000 – 20,000 บาท     | 94    | 48.2   |
| 20,001 – 50,000 บาท    | 63    | 32.3   |
| มากกว่า 50,000 บาท     | 10    | 5.1    |
| รวม                    | 195   | 100    |

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มียอดเงินในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ โดยเฉลี่ย ต่อครั้ง 5,000 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คือ ยอดซื้อโดยเฉลี่ย ต่อครั้ง 20,001-50,000 บาท ร้อยละ 32.3

ตารางที่ 47 : แสดงความพึงพอใจและไม่พอใจ ภายหลังจากการใช้บริการและเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จาก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด

| ปัจจัยด้าน                            | พอใจ  |        | ไม่พอใจ |        |
|---------------------------------------|-------|--------|---------|--------|
|                                       | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ |
| คุณภาพของสินค้า                       | 188   | 96.41  | 7       | 3.59   |
| การบริการของร้านค้า (การจัดส่งสินค้า) | 170   | 87.18  | 25      | 12.82  |
| ราคาของสินค้า                         | 187   | 95.90  | 8       | 4.10   |
| ร้านค้า (ทำเลที่ตั้ง เดินทางไป-มา)    | 191   | 97.95  | 4       | 2.05   |
| การจัดวางสินค้า การตกแต่งร้านค้า      | 188   | 96.41  | 7       | 3.59   |
| การจัดโปรโมชั่น (ลดราคา แจกของแถม)    | 143   | 73.33  | 52      | 26.67  |
| การบริการของพนักงานขาย                | 189   | 96.92  | 6       | 3.08   |

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกพอใจ ในทุก ๆ ด้าน ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดพอใจ คือ ร้านค้า (ทำเลที่ตั้ง เดินทางไป-มา) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย

ส่วนที่ 4. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จาก บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์การ

ตารางที่ 48 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าและบริการ

| ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ                  | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| สินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า           | 4.34      | สำคัญมาก         |
| สินค้านี้มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน              | 4.08      | สำคัญมาก         |
| รับสั่งงานแบบพิเศษที่ลูกค้าต้องการ         | 3.69      | สำคัญมาก         |
| บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ รวดเร็วทันใจ      | 3.87      | สำคัญมาก         |
| ให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า และวิธีการใช้งาน   | 3.52      | สำคัญมาก         |
| การรับประกันคุณภาพสินค้า และติดตามแก้ไขงาน | 3.49      | สำคัญปานกลาง     |

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าและบริการ เกือบทุกปัจจัยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ สินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า สินค้านี้มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รับสั่งงานแบบพิเศษที่ลูกค้าต้องการ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ รวดเร็วทันใจ ให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า และวิธีการใช้งาน ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการรับประกันคุณภาพสินค้า และติดตามแก้ไขงาน ให้ความสำคัญในระดับสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 49 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของสินค้า

| ปัจจัยด้านราคาของสินค้า                | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| ระดับราคาของสินค้าแต่ละชนิด หรือประเภท | 3.94      | สำคัญมาก         |
| ราคาสินค้าสามารถต่อรองได้              | 3.69      | สำคัญมาก         |
| การให้เครดิตหรือส่วนลดพิเศษ            | 3.85      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาของสินค้า ในทุกปัจจัยย่อย ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 50 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ และร้านค้า

| ปัจจัยด้านสถานที่ และร้านค้า                         | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| มีสาขาหลายแห่ง อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า            | 3.55      | สำคัญมาก         |
| การตกแต่งร้านค้า โฆษณาสินค้าดึงดูดใจให้น่าซื้อ       | 3.41      | สำคัญปานกลาง     |
| ร้านค้ากว้างขวาง สะอาด เรียบร้อย (ที่จอดรถ หน้าร้าน) | 3.53      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ และร้านค้า ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการมีสาขาหลายแห่ง อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และร้านค้ากว้างขวาง สะอาด เรียบร้อย (ที่จอดรถ หน้าร้าน) ส่วนปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งร้านค้า โฆษณาสินค้าดึงดูดใจให้น่าซื้อ ให้ความสำคัญในระดับสำคัญปานกลาง



ตารางที่ 51 : แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                   | ค่าเฉลี่ย | ความหมายตามเกณฑ์ |
|--|-----------|------------------|
| การจัดทำโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า และร้านค้า        | 3.12      | สำคัญปานกลาง     |
| การจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) และให้ของขวัญ | 3.21      | สำคัญปานกลาง     |
| การโฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์        | 3.41      | สำคัญปานกลาง     |
| การบริการของพนักงานขาย                         | 4.24      | สำคัญมาก         |

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดทำโบว์ชัวร์แนะนำสินค้าและร้านค้า การจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) และการโฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณา สมุดโทรศัพท์ ส่วนปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานขาย ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก

## ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร

### ด้านสินค้าและการบริการ (Product)

- ควรมีการตรวจสอบให้รอบคอบมากขึ้นก่อนที่จะส่งของ ในกรณีที่มีข้อผิดพลาดในเรื่องการจัดส่งสินค้าเป็นบางครั้ง อย่างเช่น สินค้าผิดขนาด ผิดประเภท (จำนวน 31 ราย)
- ควรมีการรับฟังความคิดเห็นและหาทางแก้ไข หรือเปลี่ยนสินค้าให้ลูกค้าใหม่ ในกรณีที่จัดส่งสินค้าไปแล้วระยะหนึ่งและเกิดความเสียหายหรือไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ (จำนวน 2 ราย)
- ควรมีบริการแนะนำชนิด และประเภทของสินค้า ให้เหมาะกับการใช้งานจริง (จำนวน 5 ราย)
- ควรรักษาระดับและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง (จำนวน 45 ราย)
- ร้านสาขาทุกสาขา ควรมีสินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า (จำนวน 25 ราย)
- ควรมีการจัดสัมมนา แนะนำสินค้า จากวิทยากรผู้มีความรู้มาแนะนำสินค้าหรือการใช้งาน (จำนวน 2 ราย)

### ด้านราคาสินค้า (Price)

- ควรมีการตรวจสอบราคาของสินค้ากับร้านค้าอื่น เพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการขายสินค้า เพราะราคาของสินค้าบางรายการเมื่อเทียบกับบางร้านมีราคาสูงกว่า (จำนวน 45 ราย)
- ควรพิจารณาเพิ่มระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าเป็นรายๆ ไป (จำนวน 32 ราย)
- การปรับราคาสินค้า ควรมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 15-30 วัน (จำนวน 7 ราย)
- ควรมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ หรือกรณีซื้อจำนวนมาก (จำนวน 15 ราย)

### ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

- ควรมีการจัดโปรโมชั่นช่วง 3 เดือน หรือ 6 เดือน เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่าเดิม (จำนวน 7 ราย)
- ควรจัดอบรมให้ความรู้ของพนักงานขายให้สามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้มากขึ้น (จำนวน 10 ราย)