

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ พฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงของร้านบ้านสวย
เฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายเจริญ สิริโสภณพนิช

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. รวิพร คุเจริญไพศาล

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนระดับคุณภาพสูงของร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยซื้อที่นอนระดับคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 102 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

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

ผลการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูงพบว่าส่วนใหญ่เคยซื้อที่นอนคุณภาพสูงยี่ห้อ คันท็อปฟิลโล่ ขนาด 6 ฟุต ราคา 10,000-15,000 บาท และเห็นว่าข้อดีของที่นอนคุณภาพสูงยี่ห้อยี่ห้อสแลมเบอร์แลนด์คือ ที่นอนมีโครงสร้างหนาแน่นพิเศษด้วยจำนวนสปริง 1,500-3,600 ตัว ยี่ห้อคันท็อปฟิลโล่ เพราะมีสปริงอิสระรองรับสรีระร่างกาย และ ยี่ห้อเซอร์ตรา เพราะที่นอนอ่อนนุ่มสบายด้วยสปริงรูปทรงดั่งเบียร์ และสีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ สีครีม เหตุผลที่เลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงเพราะ ต้องการที่นอนที่นอนสบาย ไม่ปวดหลัง ปวดเอว วันที่สะดวกเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 11.01 - 14.00 น. และระยะเวลาในการเปลี่ยนที่นอนคุณภาพสูงครั้งต่อไปนานกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่

นอกจากบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์แล้วแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว โรบินสัน แอร์พอร์ต เหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งดังกล่าวคือ เป็นร้านค้าที่อยู่ในแหล่งชุมชน ไปมาสะดวกและมีที่จอดรถสะดวก แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงคือ จากพนักงานขายที่ร้าน และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง คือ คู่สมรส วิธีการจ่ายเงินคือ เงินสด ซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้งสุดท้าย คือ 1 ปีที่แล้ว ส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูง คือ การลดราคา และชนิดของแถมที่ชอบ คือ หมอนสุขภาพ และสาเหตุที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง คือ ที่นอนเก่าเสีย/ยุบตัว ยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อ คือ สลัมเบอร์แลนด์

ผลการศึกษาร่วมประสมการคำปลื้มพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอสินค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ปรากฏผลดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่นอนมีคุณสมบัติป้องกันไรฝุ่น

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ที่นอนมีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ พื้นที่ร้านกว้างขวางไม่อึดอัด อากาศถ่ายเทสะดวก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม

ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับที่นอนคุณภาพสูงได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า ได้แก่ แนวคิดการจัดร้านทันสมัย เช่น มีการจัดแสดงเฟอร์นิเจอร์และที่นอนผสมผสาน กับบรรยากาศภายในร้าน การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับที่นอนที่ร้านค้าเพื่อสร้างความสนใจ

Independent Study Title Customer Behavior Towards Buying High Quality Mattress of
Bansuay Furniture Center, Chiang Mai Province

Author Mr.Charoen Sirisoponpanich

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan Chairperson

Asst. Prof. Piyaphan Klunklin Member

Abstract

This independent study aimed to explore customer behavior towards buying high quality mattress of Bansuay Furniture Center, Chiang Mai province. Data collection was completed by the distribution of questionnaire to 102 customers of Bansuay Furniture Center, Chiang Mai, who used to buy high quality mattress. Then, the collected data were analyzed by the descriptive statistics including frequencies, percentages, means, and standard deviation

The findings were presented that the respondents were female in the ages between 24 – 34 years with Bachelor's degree. Their average monthly income was found in a range of 30,001 – 40,000 baht and their work was specified to business owners/freelances/traders.

According to the study on customer behavior towards buying high quality mattress, it was found that most of them used to buy such a high quality 6-feet mattress under the Dunlop Pillow brand and paid 10,000 – 15,000 baht for it. They mentioned the advantage of slumberland brand of high quality mattress as the mattress which is supported by 1,500 – 3,600 springs, and the most favorite color of the mattress was cream. Furthermore, those respondents mentioned to their need of comfort mattress which would cause neither backache nor waist-ach as the reason in buying the high quality mattress. They also indicated that Saturday and Sunday from 11.01 – 14.00 hours were the most convenient days and times to buy the mattress. By

using the high quality mattress, they could extend the time to buy the new one to more than 10 years. It was found that besides Bansuay Furniture Center, they might buy the high quality mattress from other places like the department stores ie. Central Kad Suan Kaew and Robinson Airport since its location might be convenient for them; located in community area, eased to transport, and had space for parking. Source of information which influenced their buying decision the most was referred to the sale person at the store while the person who participated in making buying decision was their couple. From this study, most of them paid for the mattress in cash. They revealed that the latest time in buying this high quality mattress was last year. The promotion that most respondents liked was the discount promotion and type of premium that they mostly preferred was the healthy pillow. They indicated to reason in buying the new mattress that the old one was dilapidated/subside and the new high quality mattress brand that they wanted to buy was Slumberland.

According to the study on retail marketing mix factors, the specific customers gave high importance towards the following factors in orderly; price, product, people, place, physical evidence and presentation, and promotion.

Hereafter were sub-factors of each key factor which were ranked in the highest importance.

In terms of product, they paid the highest importance on the mattress's qualification – anti dust mites.

In terms of price, they paid the highest importance on the varied rates of price.

In terms of place, they paid the highest importance on the large space of store which caused good air ventilation inside the store.

In terms of promotion, they paid the highest importance on the product discounts with premium.

In terms of people, they paid the highest importance on the accurate information and suggestion on the high quality mattress given by the sale staff.

In terms of physical evidence and presentation, they paid the highest importance on the modern decoration as found through the display of furniture and mattress which very well harmonized with atmosphere of the store and the arrangement of activities about mattress to draw the interest of customers.