

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การศึกษาความพึงพอใจต่อการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
กรุงเทพมหานคร	105	52.5
ต่างจังหวัด	95	47.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีสัดส่วนของผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดจำนวนใกล้เคียงกัน มีจำนวนผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.5 และผู้ที่มีที่พักอาศัยต่างจังหวัด มีจำนวนร้อยละ 47.5

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ชาย	97	48.5
หญิง	103	51.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีสัดส่วนของเพศหญิง และเพศชายจำนวนใกล้เคียงกันมีจำนวนเพศหญิงร้อยละ 51.5 และเพศชายมีจำนวนร้อยละ 48.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 21 ปี	26	13.0
21 – 30 ปี	95	47.5
31 – 40 ปี	42	21.0
41 – 50 ปี	9	4.5
51 ปีขึ้นไป	28	14.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวนร้อยละ 47.5

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
นิสิต/ นักศึกษา	44	22.0
พนักงานบริษัทเอกชน	95	47.5
ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	25	12.5
ธุรกิจส่วนตัว	35	17.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนร้อยละ 47.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	35	17.5
ปริญญาตรี	161	80.5
สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 80.5

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	2.5
10,000 - 15,000 บาท	40	20.0
15,001 - 20,000 บาท	43	21.5
20,001 - 25,000 บาท	54	27.0
25,001 - 30,000 บาท	36	18.0
30,001 บาทขึ้นไป	22	11.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 27.0

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
โสด	92	46.0
สมรส	96	48.0
หม้าย/หย่าร้าง	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวนร้อยละ 48.0

4.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
เพื่อตอบสนองของการทำงานในชีวิตประจำวัน	40	20.0
ซื้อเพื่อทดแทนของเดิมที่ชำรุด	30	15.0
ย้ายที่อยู่อาศัยใหม่	27	13.5
ตกแต่งบ้านหรือห้องใหม่	103	51.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งบ้านหรือห้องใหม่ มีจำนวนร้อยละ 51.5

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

เหตุผลใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
มีการลดราคา	72	36.0
มีความจำเป็นต้องใช้งาน	83	41.5
มีการออกแบบที่สวยงาม ทันสมัย	45	22.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีเหตุผลใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ คือ มีความจำเป็นต้องใช้งาน มีจำนวนร้อยละ 41.5

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์

ความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
มากกว่าปีละ 1 ครั้ง	81	40.5
ปีละครั้ง	74	37.0
2 – 3 ปีต่อครั้ง	37	18.5
4 – 5 ปีต่อครั้ง	8	4.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์มากกว่าปีละ 1 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 40.5

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งค้นหาข้อมูลเฟอ์นเจอร์

แหล่งค้นหาข้อมูลเฟอ์นเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
โทรทัศน์	6	3.0
หนังสือ หรือนิตยสารเกี่ยวกับตกแต่งบ้าน	50	25.0
ใบปลิว แผ่นพับโฆษณา	15	7.5
เว็บไซต์ หรืออินเทอร์เน็ต	86	43.0
คู่มือร้าน	19	9.5
งานนิทรรศการ	24	12.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเฟอ์นเจอร์จากเว็บไซต์ หรืออินเทอร์เน็ต มีจำนวนร้อยละ 43.0

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอ์นเจอร์

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอ์นเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ตัวเอง	113	56.5
พ่อแม่	26	13.0
สามี หรือภรรยา	39	19.5
ลูก	17	8.5
เพื่อน	0	0.0
พนักงานขาย	5	2.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเฟอ์นเจอร์ด้วยตนเอง มีจำนวนร้อยละ 56.5

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อล่าสุดของ Mobel Thailand

เฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อล่าสุดของ Mobel Thailand	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
Shoe Stand	26	13.0
Book Stand	16	8.0
Place All	105	52.5
Side Drawer	27	13.5
Laptop Table	14	7.0
Photo Frame	4	2.0
Laptop Portable	5	2.5
อื่นๆ	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่ซื้อ Place All เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อล่าสุดจาก Mobel Thailand มีจำนวนร้อยละ 52.5

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางชำระเงินค่าเฟอร์นิเจอร์

ช่องทางชำระเงินค่าเฟอร์นิเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
เงินสด	179	89.5
ชำระผ่านบัตรเครดิต	13	6.5
ผ่อนชำระกับร้านค้า	8	4.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่ชำระเงินค่าเฟอร์นิเจอร์ด้วยเงินสด มีจำนวนร้อยละ 89.5

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการซื้อเฟอร์นิเจอร์

ช่องทางการซื้อเฟอร์นิเจอร์	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ร้านเฟอร์นิเจอร์	112	56.0
ห้างสรรพสินค้า	13	6.5
งานแสดงสินค้า	30	15.0
สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	45	22.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ส่วนใหญ่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากร้านเฟอร์นิเจอร์ มีจำนวนร้อยละ 112

4.3 การรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด

ความพึงพอใจการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
งานแสดงสินค้า			
1. การนำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านทุกปี	4.56	.545	มากที่สุด
2. การจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าที่นำไปแสดงในงานแสดงสินค้า	4.65	.566	มากที่สุด
3. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าเป็นอย่างดี	4.83	.398	มากที่สุด
4. ความสะดวกในการรับข่าวสาร	4.64	.586	มากที่สุด
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่			
5. รูปแบบการนำเสนอมีความทันสมัย	4.61	.547	มากที่สุด
6. ขนาดและสีสันทันของตัวอักษรมีความเหมาะสม อ่านง่าย	4.50	.610	มากที่สุด
7. ขนาดและความเหมาะสมของภาพต่อเนื้อหา	4.79	.487	มากที่สุด
8. ความสะดวกในการรับข่าวสาร	4.42	.823	มากที่สุด
สื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์)			
9. มีการอัปเดตสินค้า และข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา	4.88	.383	มากที่สุด
10. มีความเหมาะสมของเนื้อหา และกิจกรรมที่นำเสนอ	4.92	.272	มากที่สุด
11. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมีความเหมาะสม	4.92	.297	มากที่สุด
12. ความเหมาะสมของรูปแบบการนำเสนอ เข้าใจง่าย	4.93	.247	มากที่สุด

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด (ต่อ)

ความพึงพอใจการรับสื่อของลูกค้า บริษัท ไอดีโมเบล จำกัด	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
สื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์)			
13. รูปภาพของสินค้ามีความน่าสนใจ	4.94	.277	มากที่สุด
14. มีรายละเอียดของสินค้า และแจ้งราคาสินค้า ที่ชัดเจน	4.95	.218	มากที่สุด
15. ความสะดวกในการรับข่าวสาร	4.69	.572	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีความพึงพอใจการรับสื่อของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด

- ด้านช่องทางงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องพนักงานที่ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.83

- ด้านช่องทางป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องขนาดและความเหมาะสมของภาพต่อเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.79

- ด้านช่องทางสื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์) มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องมีรายละเอียดของสินค้า และแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.95