

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิตและการตลาดของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสอบถามจากเจ้าของกิจการ โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้แห่งหนึ่งในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 257 คน

โรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้แห่งนี้ใช้ไม้เนื้อแข็ง ประเภท ไม้สัก และไม้ประดู่ เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตและจำหน่ายดีที่สุดมี 3 รายการ คือ ตู้บาร์ 30 นิ้วลูกฟักตลอด ชุดสนาม “โต๊ะกลางกลมพับได้” และชุดอาหารรูปไข่ ขาอีเกิ้ล มีเก้าอี้สำหรับ 8 คน แต่ละรายการมียอดขายคิดเป็นร้อยละ 33 12 และ 20 ของยอดขายทั้งปี ตามลำดับ ด้านต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1 ใน 3 เป็นค่าแรง ส่วนที่เหลือเป็นค่าวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ สำหรับการตั้งราคาขายคิดจากต้นทุนบวกกำไรขั้นต้นร้อยละ 50 ดังนั้นราคาขายของผลิตภัณฑ์หลัก 3 รายการ เท่ากับ 20,460 บาท 17,200 บาท และ 72,900 บาท ตามลำดับ

โรงงานแห่งนี้มีการจ้างแรงงานปีละ 395 คน ลูกจ้างของโรงงานเฟอร์นิเจอร์แห่งนี้เกือบทั้งหมดเป็นชาวต่างประเทศ โดยเป็นชาวยุโรป สหรัฐอเมริกาและแคนาดามากที่สุด

ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของชาวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านรสนิยม คือ ความสวยงามและการผลิตเหมาะสมกับราคาที่กำหนด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สองคือปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ ผู้ผลิตที่ช่วยดำเนินการส่งมอบทุกขั้นตอน และอันดับที่สามคือปัจจัยด้านรายได้ ได้แก่ ผู้ซื้อที่มีรายได้เพียงพอที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ซื้อชาวต่างประเทศแล้ว พบว่า ผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ให้ความสำคัญด้านรสนิยม คือ ความสวยงามและการผลิตที่เหมาะสมกับราคาเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาตั้งแต่อนุปริญญาขึ้นไปมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและข้าราชการ มีรายได้ไม่เกิน 2.4 แสนบาทต่อปี เป็นชาวยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ส่วนผู้ที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบริการ คือ ความสะดวกที่ผู้ผลิตจัดส่งให้ทุกขั้นตอนเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวเพศหญิง ผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษา

ABSTRACT

TE160575

This study aims to examine the production and marketing aspects of a wooden furniture business firm in Chiang Mai Province and to identify the factors influencing the decision of foreign visitors to Chiang Mai to purchase wooden furniture. Information for the study came from a personal interview with the owner of a wooden furniture making factory in San Kamphaeng District of Chiang Mai Province and the interview with 257 foreign tourists who visited Chiang Mai.

This wooden furniture making factory uses hard wood like teak and padauk (*Pterocarpus indicut* Willd.) as raw material. Its most popularly sold product lines are 30-inch bar cabinet with long panel, out-door or garden set with "foldable round center table", and 8-seat oval dinner table set with Ika style footing. These three types normally make up 33, 12, and 20% respectively of the total annual sale income. Of the total production cost, labor cost constitutes about one-third and raw material and other inputs share the rest. Pricing is based on 50% mark-up principle and thus the three main furniture lines are sold at 20,460 baht, 17,200 baht, and 72,900 baht per set respectively.

The factory under study employs 395 workers each year. Practically all its customers are foreigners and predominantly from European countries, United States of America, and Canada.

The factors influencing the decision of foreigners to buy wooden furniture are found to be their taste taking into account the product's looks and the reasonable price for such craftsmanship as the primary determinant. The next important factor is service for all export and shipment procedures, followed by income whether the buyer can afford wooden furniture.

Those buyers who have taste as their primary decisive factor can be characterized as male tourist, age above 31, with education above diploma level, government or private sector employee, earning less than 240,000 baht annual income, being either European, American, or Japanese. Meanwhile, those who have exporting and shipment service as their major decisive factor can be generally described as female tourist, under 30 years old, and with education not above high school level.