



บันทึกข้อความ



ส่วนราชการ สารบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ โทร. 8103

ที่ ทส 1401/ว4750

วันที่ 9 ธันวาคม 2567

เรื่อง รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

- เรียน
1. ผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เพื่อโปรดทราบ
 2. ผู้อำนวยการสำนักนโยบายแผนและยุทธศาสตร์
 3. ผู้อำนวยการสำนักวิจัยพัฒนาและสารสนเทศ
 4. ผู้อำนวยการสำนักธุรกิจการตลาด (พร้อมเรื่องเดิม)

เพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

8,000

(นางชุดิญา ลิ้มวชิรานันต์)

หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ

ปฏิบัติการแทนผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

✓ ฝ่ายยุทธศาสตร์

ฝ่ายส่งเสริม

งาน บก

21/12/67

21/12/67

(นายสุวรรณ พงษ์เจริญ)

หัวหน้าฝ่าย (ระดับ ๔) ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาศูนย์ธุรกิจการตลาด
รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักธุรกิจการตลาด

21/12/67

21/12/67

21/12/67

(นายสุวรรณ พงษ์เจริญ)
หัวหน้าฝ่าย (ระดับ ๔) ฝ่ายยุทธศาสตร์และ
พัฒนาศูนย์ธุรกิจการตลาด สำนักธุรกิจการตลาด



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักธุรกิจการตลาด (ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด) โทร. 8702

ที่ ทส 1407/ 1826

วันที่ 9 ธันวาคม 2567

เรื่อง รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
ของ อ.อ.ป.

เรียน ผู้อำนวยการ

ตามบันทึกสารบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่ ทส 1401/ว1225 ลงวันที่ 29 มีนาคม 2567 เรื่อง ขออนุมัติแผนปฏิบัติการตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง ส.ธต. กับ อ.อ.ป. ประจำปีบัญชี 2567 ส่งบันทึกสั่งการผู้อำนวยการ ลงวันที่ 29 มีนาคม 2567 ท้ายบันทึกสำนักธุรกิจการตลาด ที่ ทส 1407/533 ลงวันที่ 25 มีนาคม 2567 เรื่องเดียวกัน เห็นชอบแผนฯ ตามเสนอ นั้น

สำนักธุรกิจการตลาด ขอเรียนว่า ได้ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ในขั้นตอนการดำเนินงานระดับที่ 5 สรุปผลการสำรวจประเมินความพึงพอใจ ไม่ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. พร้อมระบุปัญหา แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะให้ อ.อ.ป. ทราบ (ตามเอกสารแนบ) และเห็นควร
แจ้งให้ ส.นผ. ทราบ และ ส.วส. ดำเนินการเผยแพร่ในเว็บไซต์ อ.อ.ป. ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

671209

(นายสุวรรณ พงษ์เจริญ)

หัวหน้าฝ่าย (ระดับ ๔) ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาธุรกิจการตลาด
รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักธุรกิจการตลาด

- 1001/ว1225
นางสาวนิชิตา
- 1001/ว1225
ใบดกทว

(นายประสิทธิ์ เกิดโต)

รองผู้อำนวยการ

รักษาการแทนผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

รับที่ 19893

9/12/67

ตารางวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2567 กับ ปี 2566

ลำดับ	ผู้ตอบแบบสำรวจ	ปี 2567 (คน)	ปี 2566 (คน)	อัตราเพิ่ม ลด (-) (คน)	เพิ่ม หรือ (ลด) %
	จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ	111	115	-4	(3.48)
1	เพศชาย	59	46	13	28.26
2	เพศหญิง	52	69	-17	(24.64)
3	อายุต่ำกว่า 25 ปี	3	25	-22	(88.00)
4	อายุ 26 - 45 ปี	50	36	14	38.89
5	อายุ 46 - 65 ปี	50	45	5	11.11
6	65 ปี ขึ้นไป	8	9	-1	11.11
7	อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	44	-22	(50.00)
8	องค์กรเอกชน	2	20	-18	(90.00)
9	ธุรกิจส่วนตัว	81	31	50	161.29
10	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	20	-16	(80.00)
11	นักเรียน/นักศึกษา	0	-	0	-
12	รายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท	11	-	0	-
13	รายได้ 20,001-40,000 บาท	50	-	0	-
14	รายได้ 40,001-60,000 บาท	25	-	0	-
15	รายได้ 60,001-80,000 บาท	12	-	0	-
16	รายได้ 80,001-100,000 บาท	5	-	0	-
17	รายได้ 100,001 บาท ขึ้นไป	5	-	0	-
18	ซื้อเฟอร์นิเจอร์	37	80	-43	(116.22)
19	ซื้อไม้แปรรูป	10	34	-24	(70.59)
20	ซื้อไม้ซุง (ท่อน)	60	0	0	-
21	ซื้อไม้ยางพารา	0	0	0	-
22	บริการสถานที่ท่องเที่ยว	4	-	0	-
23	ซื้อเพราะใกล้ที่พักอาศัย	10	13	-3	(23.07)
24	ซื้อเพราะการบริการ	1	9	-8	(88.89)
25	ซื้อเพราะบรรยากาศ/สถานที่	6	0	0	-
26	ซื้อเพราะคุณภาพไม้	67	44	23	52.27
27	ซื้อเพราะรูปแบบผลิตภัณฑ์	7	8	-1	(12.50)
28	ซื้อเพราะราคา	14	6	8	133.33
29	ซื้อเพราะความน่าเชื่อถือ (แบรนด์)	6	0	0	-
	คุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์, ไม้แปรรูป)	ในระดับมากที่สุด (5)			
30	รูปแบบทันสมัย	26	19	7	36.84
31	ขนาดได้มาตรฐาน	26	37	-11	(29.73)
32	ไม้เรียบเนียน/ประณีต	17	38	-21	(55.26)
33	ไม้ไม่เปียก หรือบิดเอียง	21	40	-19	(47.50)
34	ไม้ประสานกันสนิท	20	39	-19	(48.78)

/ด้านคุณภาพ...

ลำดับ	ผู้ตอบแบบสำรวจ	ปี 2567 (คน)	ปี 2566 (คน)	อัตราเพิ่ม ลด(-) (คน)	เพิ่ม หรือ (ลด) %
	ด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา)				
35	แปลตรง ไม้โค้ง หรืองอ	23	11	12	109.09
36	มีปมตางกิ่งหรือส่วนที่ผุเล็กน้อย	15	7	8	114.28
37	หน้าตัดไม้แตกหรือปริ	20	9	11	122.22
38	ขนาดตรงตามความต้องการ	30	14	16	114.28
	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
39	บรรยากาศ และสถานที่	33	-	0	-
40	สิ่งอำนวยความสะดวก	29	-	0	-
41	ความสะอาดโดยรวม	36	-	0	-
	ด้านราคา/การส่งเสริมการขาย				
42	ความเหมาะสมของราคา	20	47	-27	(57.44)
43	ป้ายบอกราคาชัดเจน	25	46	-21	(45.65)
	ด้านการให้บริการ				
44	พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	50	68	-18	(26.47)
45	ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	48	66	-18	(27.27)
46	ครั้งต่อไปลูกค้าต้องการกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง	110	113	-3	(2.65)



รายงาน

การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และ ความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ของ อ.อ.ป.

สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้
โทรศัพท์ 0 2282 3243 – 7 ต่อ 8702
Email : market1417@hotmail.com

คำนำ

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 เป็นเครื่องมือวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน พร้อมกับค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ดังนั้น องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จึงต้องทำกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาวัตถุดิบ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

การสำรวจประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 นี้ ได้รับความร่วมมือจากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือล่าง, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคกลาง, องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคใต้ ในการให้ลูกค้าตอบข้อมูลที่ตรงตามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สำนักธุรกิจการตลาดวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจให้องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ทราบ โดยเสร็จสมบูรณ์ สำนักธุรกิจการตลาด ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสำรวจทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สำนักธุรกิจการตลาด
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้
ธันวาคม 2567

สารบัญ

	หน้า
1. สถานการณ์ทั่วไป	1
2. วัตถุประสงค์	1
3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1
4. ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ	1
5. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	2
6. วิธีการเก็บข้อมูล	2
7. การวิเคราะห์ข้อมูล	2
8. การนำเสนอข้อมูล	3
สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	
(เพศ / อายุ / อาชีพ)	4
(รายได้ต่อเดือน / ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป.)	5
(ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ / ต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทใดมากที่สุด)	6
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า	
(ด้านคุณภาพสินค้า เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)	7
(ด้านคุณภาพไม้ท่อน ไม้สัก ไม้ยางพารา / ด้านสถานที่ท่องเที่ยว)	8
(ด้านราคา การส่งเสริมการขาย / ด้านการให้บริการ)	9
(ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่)	10
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ	10

รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567

1. สถานการณ์ทั่วไป

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) ดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ทั้งระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ไม้ การปลูก และการนำไม้มาใช้ประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้ปลูกสวนป่าเศรษฐกิจ และผลิตวัตถุดิบไม้ โดยเฉพาะไม้สักสวนป่าที่จำหน่ายเป็นไม้ท่อนองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ยังนำไม้สักส่งเข้าโรงเลื่อยโรงงานแปรรูปไม้ ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้เครื่องเรือน ครุภัณฑ์ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ปี 2567 เป็นเครื่องมือวัดระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน พร้อมกับค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. เพื่อหาวิธีการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการต่าง ๆ รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพบริการหรือผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาที่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จึงต้องทำกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาวัตถุดิบ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นอย่างยิ่ง การสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ จึงเป็นการนำข้อมูลจากแบบสำรวจมาวิเคราะห์กำหนดมาตรฐาน การผลิต การขายสินค้าและบริการ ตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ครั้งต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

แนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการลูกค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ครั้งต่อไป

4. ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. คือ ลูกค้าทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์ และใช้บริการต่าง ๆ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

5. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

แบบสำรวจความต้องการ และประเมินความพึงพอใจมีลักษณะเป็นคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ เช่น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน, ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป., ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ และต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทใดมากที่สุด แบบสำรวจเป็นการเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการเลือกตอบให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของผู้ทำการตอบแบบสำรวจ

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.00 - 1.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.51 - 2.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2.51 - 3.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 3.51 - 4.50	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 4.51 - 5.00	แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

6. วิธีการเก็บข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการขอความร่วมมือลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการต่างๆ ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ช่วยตอบแบบสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่ต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป.

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ โดยนำหลักการคำนวณมาช่วยในการวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ

$$\text{สูตร } P = \frac{n \times 100}{N}$$

$$\text{เมื่อ } P = \text{แทนค่าร้อยละ}$$

$$n = \text{จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ}$$

$$N = \text{จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด}$$

ส่วนที่ 2 การสำรวจความพึงพอใจวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

$$\text{เมื่อ } \bar{X} = \text{ค่าเฉลี่ยของคะแนน}$$

$$fx = \text{ผลคูณระหว่างคะแนนกับความถี่ของคะแนนนั้น}$$

$$N = \text{จำนวนข้อมูลในกลุ่มประชากร}$$

สูตร	S.D.	=	$\sqrt{\frac{\sum f(X - \bar{X}_i)^2}{N}}$
เมื่อ	S.D.	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มประชากร
	x	=	ค่าของข้อมูลแต่ละตัวหรือค่าของจุดกึ่งกลางชั้นแต่ละชั้น
	$\bar{X}_i$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร
	N	=	จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มประชากร
	$\sum f$	=	ผลรวมความถี่ของข้อมูลแต่ละชั้น

ส่วนที่ 3 เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

8. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย

สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

จากการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ อ.อ.ป. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	59	53.15
หญิง	52	46.85
รวม	111	100

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 53.15 และเป็นเพศหญิง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 46.85

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	3	2.70
26 - 45 ปี	50	45.05
46 - 65 ปี	50	45.05
66 ปี ขึ้นไป	8	7.10
รวม	111	100

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26 - 45 ปี และ 46 - 60 ปี มากที่สุด ในจำนวนที่เท่ากันคือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมาอายุ 66 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 คน และต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	20.19
องค์กรเอกชน	2	1.83
ธุรกิจส่วนตัว	81	74.31
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	3.67
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
รวม	109	100

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 74.31 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.19 รองลงมาพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67 และรองลงมาประกอบอาชีพองค์กรเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.83

/ตารางที่ 4...

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	11	9.91
20,001 - 40,000 บาท	50	45.05
40,001 - 60,000 บาท	28	25.23
60,001 - 80,000 บาท	12	10.81
80,001 - 100,000 บาท	5	4.50
100,001 บาท ขึ้นไป	5	4.50
รวม	111	100

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท มากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมารายได้ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.23 รองลงมารายได้ระหว่าง 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81 รองลงมารายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.91 และรายได้ระหว่าง 80,001 - 100,000 บาท กับ 100,001 บาท ขึ้นไป จำนวนละ 5 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการใดของ อ.อ.ป. มากที่สุด

ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์	37	33.33
ไม้แปรรูป	10	9.02
ไม้สักซุง (ท่อน)	60	54.05
ไม้ยางพารา	0	0.00
สถานที่ท่องเที่ยว	4	3.60
รวม	111	100

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างซื้อไม้สักซุง (ท่อน) มากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 54.05 รองลงมาซื้อเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาซื้อไม้แปรรูป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02 และบริการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใกล้ที่พักอาศัย	10	9.01
การบริการ	1	0.90
บรรยากาศ/สถานที่	6	5.41
คุณภาพไม้	67	60.36
รูปแบบผลิตภัณฑ์	7	6.30
ราคา	14	12.61
ความน่าเชื่อถือ (แบรนด์)	6	5.41
รวม	111	100

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ คือ คุณภาพไม้ มากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 60.36 รองลงมาราคา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 รองลงมาใกล้ที่พักอาศัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.01 รองลงมารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รองลงมาบรรยากาศ/สถานที่ และความน่าเชื่อถือ มีจำนวนเท่ากันคืออย่างละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 และการบริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทใดมากที่สุด

ต้องการเฟอร์นิเจอร์ใดมากที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โต๊ะหมู่บูชา	9	8.26
โต๊ะอาหาร	18	16.51
โต๊ะทำงาน	4	3.67
โต๊ะคอมพิวเตอร์	0	0.00
เก้าอี้	9	8.26
ม้านั่ง	3	2.75
ตู้เสื้อผ้า	21	19.27
ตู้หนังสือ	1	0.92
ตู้หัวเตียง	1	0.92
ตู้เก็บของ	3	2.75
ตู้รองเท้า	0	0.00
เตียงนอน	21	19.27
ลิ้นชักอเนกประสงค์	2	1.83
ชั้นวางของ	7	6.42
ราวผ้า	10	9.17
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	109	100

/จากตารางที่ 7...

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก 5 ลำดับแรก เป็นประเภท ตู้เสื้อผ้า และเตียงนอน มากที่สุด จำนวน 21 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.27 รองลงมาโต๊ะอาหาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.51 รองลงมาราวผ้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 รองลงมาโต๊ะหมู่ และเก้าอี้ จำนวน 9 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.26 และชั้นวางของ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.42

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า

ตารางที่ 8 ด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)

ด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์ และไม้แปรรูป)	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. รูปแบบทันสมัย	0	3	26	53	26	108	3.84	0.76	มาก
2. ขนาดได้มาตรฐาน	0	0	18	64	26	108	3.96	0.63	มาก
3. ไม้เรียบเนียน/ประณีต	0	0	23	69	17	109	3.87	0.60	มาก
4. ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง	0	9	33	47	21	110	3.69	0.74	มาก
5. ไม้ประสานกันสนิท	0	2	23	65	20	110	3.90	0.61	มาก
รวม							3.85	0.55	มาก

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า (เฟอร์นิเจอร์, ไม้แปรรูป) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$, S.D.=0.77) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. รูปแบบทันสมัย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$, S.D.=0.76)
2. ขนาดได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.63)
3. ไม้เรียบเนียน/ประณีต มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D.=0.60)
4. ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.74)
5. ไม้ประสานกันสนิท มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.61)

ตารางที่ 9 ด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา)

ด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา)	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เปลาตรง ไม่โค้ง หรืองอ	0	1	31	53	23	108	3.80	0.72	มาก
2. มีปุ่มตากิ่งหรือส่วนที่ผุเล็กน้อย	0	3	39	49	15	106	3.55	0.74	มาก
3. หน้าตัดไม้ไม่แตกหรือปริ	0	4	36	48	20	108	3.68	0.78	มาก
4. ขนาดไม้ตรงตามความต้องการ	0	1	13	62	30	106	3.95	0.54	มาก
รวม							3.75	0.70	มาก

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพไม้ท่อน (ไม้สัก, ไม้ยางพารา) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$, S.D.=0.70) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. เปลาตรง ไม่โค้ง หรืองอ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.72)
2. มีปุ่มตากิ่งหรือส่วนที่ผุเล็กน้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, S.D.=0.74)
3. หน้าตัดไม้ไม่แตกหรือปริ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.78)
4. ขนาดไม้ตรงตามความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, S.D.=0.54)

ตารางที่ 10 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึง พอใจ (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. บรรยากาศ และสถานที่	0	0	17	54	33	104	3.89	0.70	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	0	0	17	58	29	104	3.86	0.68	มาก
3. ความสะอาดโดยรวม	0	0	12	56	36	104	3.96	0.67	มาก
รวม							3.90	0.68	มาก

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพน้ำยางพารา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.68) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. บรรยากาศ และสถานที่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$, S.D.=0.70)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$, S.D.=0.68)
3. ความสะอาดโดยรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.67)

ตารางที่ 11 ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย

ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึงพอใจ	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)					
1. ความเหมาะสมของราคา	0	1	21	68	20	110	3.94	0.64	มาก
2. ป้ายบอกราคาชัดเจน	0	2	14	69	25	110	4.03	0.65	มาก
รวม							3.98	0.64	มาก

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, $S.D.=0.64$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. ความเหมาะสมของราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $S.D.=0.64$)
2. ป้ายบอกราคาชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, $S.D.=0.65$)

ตารางที่ 12 ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ								
	ไม่พึงพอใจ	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)					
1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	0	0	4	55	50	109	4.34	0.48	มาก
2. ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	0	0	5	57	48	110	4.35	0.50	มาก
รวม							4.35	0.49	มาก

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$, $S.D.=0.49$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, $S.D.=0.48$)
2. ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$, $S.D.=0.50$)

ตารางที่ 13 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่

ท่านต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	110	99.10
ไม่ต้องการ	1	0.90
รวม	111	100

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างยังคงต้องการกลับมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 99.10 และไม่ต้องการกลับมาซื้อ หรือใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

14. หากท่านต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นนอกจาก อ.อ.ป. แล้ว ท่านคิดถึงที่ได้

- ย่านฉวาง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่
- ร้านทั่วไปที่คุณภาพดี
- บริษัทเอกชน
- แม่แปรรูปลาว
- สวนชาวบ้าน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ราคาไม่แพงมาก ที่ให้เลือกหลากหลาย
2. ควรมีสินค้าให้เลือกมากกว่านี้ และจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง
3. ต้องการให้จำหน่ายไม้เกรด A ด้วย
4. ผลิตตามความต้องการ และไม่ต้องรอรับสินค้านาน
5. รองรับการขาย และส่งของ แบบออนไลน์
6. แบบสำรวจหากมีจำนวนมากเกินไป ทำให้ผู้ตอบไม่ยากตอบ
7. พื้นที่จอดรถแทบจะไม่มี อาคารในการดำเนินการซื้อไกลจากคลังไม้
