

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ   | ก    |
| บทคัดย่อภาษาไทย   | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ  | ฉ    |
| สารบัญตาราง   | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ  | 1    |
| หลักการและเหตุผล  | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา                                     | 3    |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา                                | 3    |
| นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา                                  | 3    |
| บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง               | 4    |
| ทฤษฎีและแนวคิด  | 4    |
| วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง                                       | 6    |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา                                 | 8    |
| ขอบเขตการศึกษา  | 8    |
| แหล่งข้อมูล   | 8    |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสร้างเครื่องมือ  | 8    |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้                            | 9    |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา                                    | 10   |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา  | 11   |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป                                      | 12   |
| ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ | 28   |
| เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้                                    |      |
| ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ                                | 39   |
| ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้          | 48   |

|   |     |
|---|-----|
| ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญและปัญหาของปัจจัยส่วน | 53  |
| ประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้           |     |
| ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ | 57  |
| เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศและรายได้               |     |
| บทที่ 5   |     |
| สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ                      | 85  |
| สรุปผลการศึกษา  | 85  |
| อภิปรายผลการศึกษา   | 91  |
| ข้อค้นพบ  | 93  |
| ข้อเสนอแนะ  | 95  |
| ข้อจำกัดของการศึกษา   | 99  |
| บรรณานุกรม  | 101 |
| ภาคผนวก   | 103 |
| ประวัติผู้เขียน   | 115 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 1        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ                                      | 12   |
| 2        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ                                     | 12   |
| 3        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ                                    | 13   |
| 4        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ                                  | 14   |
| 5        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน | 14   |
| 6        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน                           | 15   |
| 7        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา                            | 16   |
| 8        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้              | 17   |
| 9        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้      | 18   |
| 10       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้       | 19   |
| 11       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ซื้อ            | 20   |
| 12       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน                          | 21   |

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 13       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของไม้ที่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ที่ชอบซื้อมากที่สุด   | 22   |
| 14       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่คิดว่าทนทานที่สุด   | 23   |
| 15       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่คิดว่าสวยที่สุด   | 24   |
| 16       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดใดแพงที่สุด   | 25   |
| 17       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องต่างๆ  | 26   |
| 18       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเฟอร์นิเจอร์ที่เคยซื้อ  | 27   |
| 19       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม          | 28   |
| 20       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม               | 31   |
| 21       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม      | 33   |
| 22       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35   |

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 23       | แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม      | 38   |
| 24       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์                           | 39   |
| 25       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา                                | 41   |
| 26       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย                       | 43   |
| 27       | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด                  | 45   |
| 28       | แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม          | 47   |
| 29       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก     | 53   |
| 30       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านราคา 3 อันดับแรก          | 54   |
| 31       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก | 55   |

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 32       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก | 56   |
| 33       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จำแนกตามเพศ                | 57   |
| 34       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศ                    | 59   |
| 35       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศ           | 60   |
| 36       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศ      | 62   |
| 37       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามรายได้            | 64   |
| 38       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามรายได้                 | 66   |
| 39       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามรายได้        | 67   |
| 40       | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามรายได้   | 69   |

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศชายและรายได้           | 71   |
| 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศหญิงและรายได้          | 73   |
| 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศชายและรายได้                | 75   |
| 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศหญิงและรายได้               | 76   |
| 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศชายและรายได้       | 77   |
| 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศหญิงและรายได้      | 79   |
| 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศชายและรายได้  | 81   |
| 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศหญิงและรายได้ | 83   |