

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนระดับ คุณภาพสูง	19
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ที่นอนระดับคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่	38
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการซื้อที่นอนของลูกค้า	48
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนระดับ คุณภาพสูง จำแนกตามเพศ และรายได้	57
ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอน ระดับคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้	111
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	131
สรุปผลการศึกษา	131
อภิปรายผล	150
ข้อค้นพบ	152
ข้อเสนอแนะ	153
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	158
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	160
ประวัติผู้เขียน	174

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	16
4	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด	16
5	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
6	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	18
7	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอน คุณภาพสูงที่เคยซื้อ	19
8	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของที่นอน คุณภาพสูงที่เคยซื้อ	19
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงราคาที่นอน คุณภาพสูงที่เคยซื้อ	20
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของที่นอน คุณภาพสูงที่เคยใช้ยี่ห้อสแลมเบอร์แลนด์	20
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของที่นอน คุณภาพสูงยี่ห้อดันลอปฟิโล่ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ	21
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของที่นอน คุณภาพสูงยี่ห้อเซอร์ตราที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ	22
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของที่นอนคุณภาพ สูงที่เลือกซื้อมากที่สุด	23
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อที่ นอนคุณภาพสูง	24
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่สะดวกในการ เลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด	26
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ต้องการเปลี่ยนที่นอนคุณภาพสูงในครั้งต่อไป	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูงนอกจากบ้านสวอยเฟอร์นิเจอร์	28
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจไปซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูง	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง	31
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง	32
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้งสุดท้าย	33
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูงที่ชอบ	34
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุด	35
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง	36
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
29	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
32	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
33	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
34	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการค้ำปดิกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
35	สรุปลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการค้ำปดิก 10 ลำดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด	46
36	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	48
37	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของผู้ตอบ	50

แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	51
39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	52
40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	53
41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า	54
42 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาที่พบในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
43 สรุปลำดับค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยย่อยของส่วนประสมการค้าปลีก 10 ลำดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่สูงสุด	56
44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามเพศ	57
45 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามเพศ	58
46 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงราคาของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามเพศ	59
47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของที่นอนคุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	60
48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามเพศ	61
49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่สะดวกในการเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	62
50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาี่สะดวกที่จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้ที่นอนคุณภาพสูงครั้งต่อไป และจำแนกตามเพศ	64
52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอนคุณภาพสูงนอกจากบ้านสวายเฟอร์นิเจอร์ และจำแนกตามเพศ	65
53 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ และจำแนกตามเพศ	66
54 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามเพศ	67
55 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง และจำแนกตามเพศ	68
56 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามเพศ	69
57 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้งสุดท้าย และจำแนกตามเพศ	70
58 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูงที่ชอบ และจำแนกตามเพศ	71
59 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุดและจำแนกตามเพศ	72
60 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามเพศ	73
61 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อ และจำแนกตามเพศ	74
62 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
63 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของที่นอนคุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงราคาที่นอน คุณภาพสูงที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
65 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของที่นอน คุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
66 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อที่นอน คุณภาพสูง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
67 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่สะดวกในการ เลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
68 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
69 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้ที่ นอนคุณภาพสูงครั้งต่อไป และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
70 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอน คุณภาพสูงนอกจากบ้านสวอยเฟอ์ริเจอร์ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
71 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการ ตัดสินใจซื้อ ที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	84
72 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
73 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
74 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินซื้อที่ นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
75 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อที่นอน คุณภาพสูงครั้งสุดท้าย และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
76 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่ นอนคุณภาพสูงที่ชอบ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
77 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของแถมที่ชอบ มากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
78 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องซื้อที่ นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
79 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูง หลังใหม่ที่ต้องการซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92
80 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูง ที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	93
81 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของที่นอน คุณภาพสูงที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	94
82 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงราคาของที่นอน คุณภาพสูงที่ซื้อ และจำแนกตามอายุ	95
83 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของที่นอน คุณภาพสูงที่เลือกซื้อมากที่สุด และจำแนกตามอายุ	96
84 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อที่นอน คุณภาพสูง และจำแนกตามอายุ	97
85 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่สะดวกในการ เลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามอายุ	98
86 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาี่สะดวกที่ จะไปเลือกซื้อที่นอนคุณภาพสูงมากที่สุด และจำแนกตามอายุ	99
87 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้ที่ นอนคุณภาพสูงครั้งต่อไป และจำแนกตามอายุ	100
88 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งอื่นที่ซื้อที่นอน คุณภาพสูงนอกจากบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์ และจำแนกตามอายุ	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
89 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ที่นอนคุณภาพสูงจากแหล่งซื้อ และจำแนกตามอายุ	102
90 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามอายุ	103
91 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงในแต่ละครั้ง และจำแนกตามอายุ	104
92 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามอายุ	105
93 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อที่นอนคุณภาพสูงครั้งสุดท้าย และจำแนกตามอายุ	106
94 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่นอนคุณภาพสูงที่ชอบ และจำแนกตามอายุ	107
95 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของแถมที่ชอบมากที่สุด และจำแนกตามอายุ	108
96 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ต้องซื้อที่นอนคุณภาพสูง และจำแนกตามอายุ	109
97 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่นอนคุณภาพสูงหลังใหม่ที่ต้องการซื้อ และจำแนกตามอายุ	110
98 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	111
99 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	112
100 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	113
101 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
102 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านบุคลิกกร จำแนกตามเพศ	115
103 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านการ นำเสนอสินค้า จำแนกตามเพศ	116
104 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	117
105 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	118
106 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	119
107 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	120
108 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลิกกร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	122
109 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ นำเสนอสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	123
110 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	124
111 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	125
112 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	126
113 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	127
114 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน บุคลิกกร จำแนกตามอายุ	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
115 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้า จำแนกตามอายุ	129
116 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามเพศ	135
117 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	137
118 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อที่นอนคุณภาพสูง จำแนกตามอายุ	139
119 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	143
120 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	146
121 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	149
122 แสดงสรุปการเปรียบเทียบความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก และปัญหาของปัจจัยย่อยที่พบลำดับแรก ของส่วนประสมการค้าปลีกในการตัดสินใจซื้อที่นอนคุณภาพสูงจากร้านบ้านสวยเฟอร์นิเจอร์เซ็นเตอร์	153

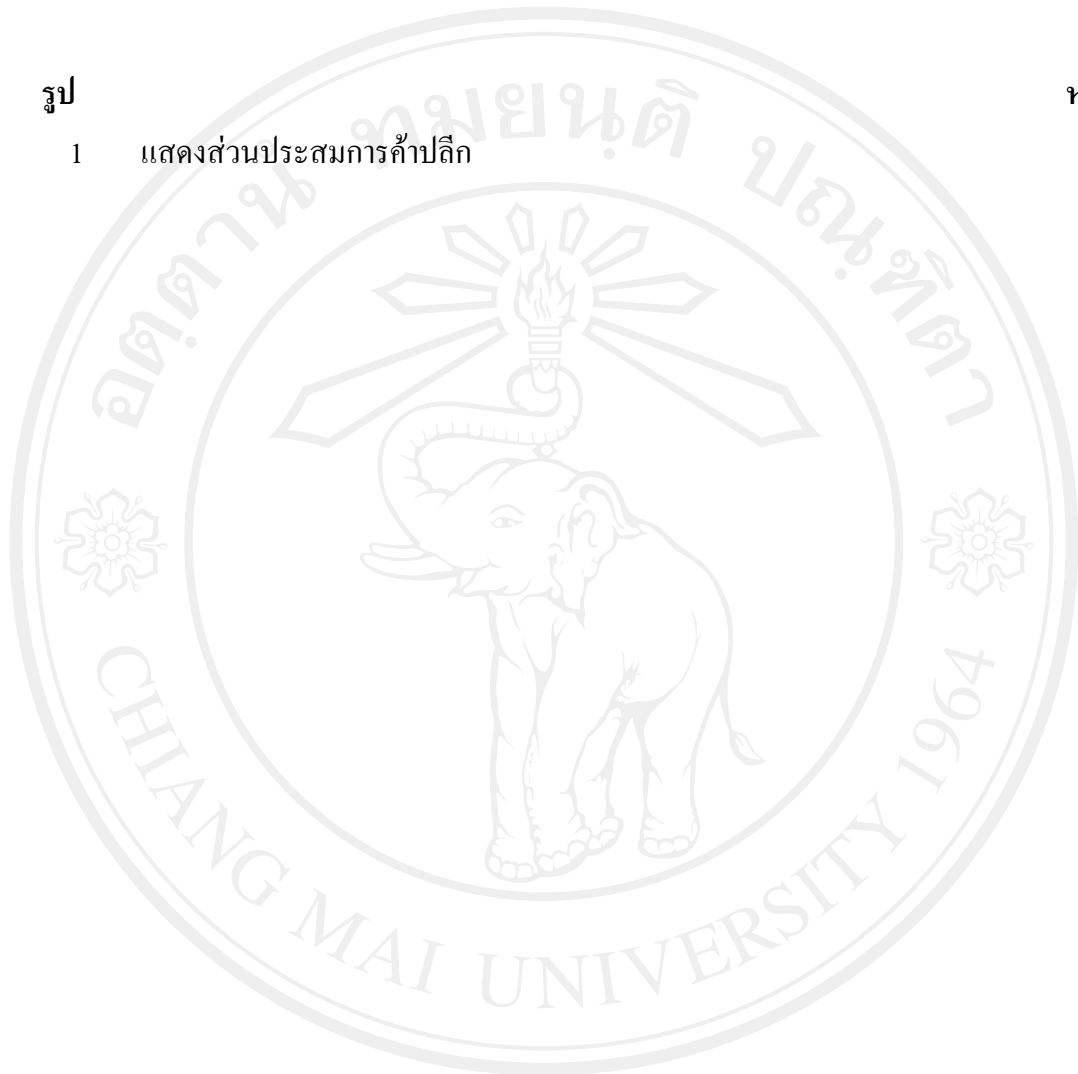
สารบัญภาพ

รูป

1 แสดงส่วนประสมการค้ำปติก

หน้า

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved