

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	32
3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา	32
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	34
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	36

บทที่ 4 ผลการศึกษา	44
4.1 การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของการตกแต่งภายในบ้านจัดสรรของผู้ประกอบการธุรกิจ ตกแต่งภายใน โครงสร้างตลาด	44
4.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการตกแต่งภายในบ้านจัดสรรของ ผู้ใช้บริการ	54
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	76
5.1 อภิปรายผลการศึกษา	76
5.2 ข้อเสนอแนะ	78
เอกสารอ้างอิง	80
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก ราคาไม้แปรรูป	83
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการ	85
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	102
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสติก	110
ประวัติผู้เขียน	114

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 อัตราการขยายตัวของGPPและ โครงสร้างการกระจายรายได้จากผลผลิตภาคเหนือ ตอนบน	2
ตารางที่ 1.2 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปี ปี 2551 – 2555	2
ตารางที่ 3.1 ตัวแปรต่างๆ	38
ตารางที่ 4.1 จำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่	45
ตารางที่ 4.2 จำนวนใบอนุญาตก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามประเภท ปี 2547-2552	48
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้บริการของผู้ที่ใช้บริการการตกแต่ง ภายในบ้านจัดสีในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	54
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ใช้บริการ	54
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุของผู้ใช้บริการ	55
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของการศึกษาของผู้ใช้บริการ	55
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ	56
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ใช้บริการ	57
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของผู้ใช้บริการ	57
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ของลูกค้าที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการ	58
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงบันดาลใจในการออกแบบของผู้ใช้บริการตกแต่ง ภายในบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	58
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของสไตล์การตกแต่งบ้านของผู้ใช้บริการตกแต่งภายในบ้าน จัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	59
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตกแต่ง ภายในของผู้ใช้บริการ	60
ตารางที่ 4.14 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการ	62
ตารางที่ 4.15 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านราคาของผู้ใช้บริการ	63
ตารางที่ 4.16 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	64

ตารางที่ 4.17 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ผู้ให้บริการ	65
ตารางที่ 4.18 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ให้บริการ	66
ตารางที่ 4.19 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ให้บริการ	67
ตารางที่ 4.20 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญแต่ละลำดับของปัจจัยด้านบทบาทรัฐบาลของ ผู้ให้บริการ	68
ตารางที่ 4.21 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตกแต่งภายในบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด	69
ตารางที่ 4.22 ผลการประมาณค่าโดยแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)	71
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จากการวิเคราะห์โลจิสติก	73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 3.1 ตัวแบบการตกแต่งภายในรูปเพชร	33
ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดของโครงสร้างตลาดของการตกแต่งภายในบ้านจัดสรร	34



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved