



บรรณานุกรม

- ตริณ โจ้วศิริมณี. "อุตสาหกรรมเชรามิค." ส่วนวิจัยและวางแผน. บริษัทเงินทุน-
อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2523. (ฮัดสำเนา)
- ธีระชัย อ่อนเอี่ยม. "เชรามิค." กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์,
2520. (ฮัดสำเนา)
- กอบกิตต์ สุตวัฒนกุล. "อุตสาหกรรมเฉพาะประเภทเชรามิค." กองเศรษฐกิจ-
อุตสาหกรรม สำนักปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม, 2524. (ฮัดสำเนา)
- มานพ พรหมทัต. สยามรัฐ. "สภาวิชาการก่อสร้างปี 2524." สรุปภาวะเศรษฐกิจ
ปี 2524, หน้า 35-41.
- กองบรรณาธิการ. สยามรัฐ. "รายงานการตลาดปี 2525." ประจำเดือนธันวาคม
2525, หน้า 18-29.
- จรัญ ฉันทสังขณา.ดร. "วิธีวิเคราะห์และวางแผนงานวิจัย." กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2519.
- วรรณดิษฐ์ เอี่ยมพงษ์. "อุตสาหกรรมเชรามิค." วารสารไทยแลนด์ธุรกิจ. ฉบับที่ 33
ปีที่ 3 พฤศจิกายน 2524, หน้า 50-54.
- Philip Kotler, Marketing Management, Analysis, planning and control,
4th Edition, New Jersey ; Prentice-Hall 1980.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามสำหรับสถาปนิกและผู้รับเหมา

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์และประมวลผลในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การตลาดและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อกระเบื้องเซรามิกที่ผลิตในประเทศ" ซึ่งใคร่ขอความร่วมมือ และความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามนี้ และขอขอบพระคุณทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างสูง

- ** หมายเหตุ กระเบื้องเซรามิก ในที่นี้หมายถึง กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องบุผนัง และกระเบื้องโมเสค
- * ข้อเสนอแนะ ให้ขีดเครื่องหมาย ✓ ลงบนคำตอบที่เห็นว่าถูกต้อง และสำหรับคำถามที่ระบุให้ตอบไม่เกิน 3 ข้อ ให้ใช้หมายเลข 1 แทนคำตอบที่เห็นว่าสำคัญที่สุด หมายเลข 2 แทนคำตอบที่เห็นว่าสำคัญรองลงมา หมายเลข 3 แทนคำตอบที่เห็นว่าสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ข้อมูลส่วนที่ 1

- 1) ท่านคิดว่าแบบของกระเบื้องเซรามิกที่ให้เลือกมีพอกับความต้องการของท่านหรือไม่
 พอ (ตอบพอ กรุณาข้ามไปตอบข้อ 3) ไม่พอ
- 2) ถ้าแบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ ท่านคิดว่าควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 กระเบื้องสำหรับปูพื้น กระเบื้องบุผนัง
 กระเบื้องโมเสค
- 3) ท่านคิดว่าสีของกระเบื้องเซรามิกที่ให้เลือก มีพอกับความต้องการของท่านหรือไม่
 พอ (ตอบพอ กรุณาข้ามไปตอบข้อ 5) ไม่พอ
- 4) ถ้าสีที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ ท่านคิดว่าควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 กระเบื้องสำหรับปูพื้น ควรเพิ่มสี
 กระเบื้องบุผนัง ควรเพิ่มสี
 กระเบื้องโมเสค ควรเพิ่มสี

5) ตามความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้อง เซรามิกในอนาคต เป็นอย่างไร

- คาดว่า เพิ่มขึ้น คาดว่าลดลง (ตอบลดลงข้ามไปข้อ 7)
 คาดว่าใกล้เคียงปัจจุบัน เพราะ
 (ตอบใกล้เคียงปัจจุบัน ข้ามไปตอบข้อ 8)

6) ท่านคิดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้อง เซรามิกที่เพิ่มขึ้นในอนาคต เกิดจากสาเหตุใด (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- สามารถใช้ทดแทนวัสดุอื่นได้ดี ราคาต่อตาราง เมตรถูกกว่า วัสดุอื่น
 เป็นวัสดุที่สวยงาม มีความคงทน
 เป็นที่นิยมของผู้ใช้มากขึ้น ทำความสะอาดง่าย
 อื่น ๆ โปรดระบุ

7) ท่านคิดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้อง เซรามิกที่ลดลงในอนาคต เกิดจากสาเหตุใด (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- การก่อสร้างอาคารลดลง ราคาต่อตาราง เมตรแพงกว่า วัสดุอื่น
 เป็นที่นิยมของผู้ใช้น้อยลง คุณภาพไม่ดี
 วัสดุอื่นใช้งานได้ดีกว่า ไม่ปลอดภัย (สิ้น)
 อื่น ๆ โปรดระบุ

8) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นห้องนอน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- กระเบื้องยาง ปาร์เก้
 ดินอ่อนเทียม ดินอ่อน
 พรม ดินขัด
 กระเบื้องสำหรับปูพื้น กระเบื้องโมเสค
 อื่น ๆ โปรดระบุ

9) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดควรใช้ปูพื้นห้องรับแขก (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องยาง | <input type="checkbox"/> ปาร์เก้ |
| <input type="checkbox"/> หินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> หินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> พรม | <input type="checkbox"/> หินขัด |
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องสำหรับปูพื้น | <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

10) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นสำนักงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องยาง | <input type="checkbox"/> ปาร์เก้ |
| <input type="checkbox"/> หินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> หินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> พรม | <input type="checkbox"/> หินขัด |
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องสำหรับปูพื้น | <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

11) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูผนังห้องน้ามากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค | <input type="checkbox"/> กระเบื้องบุผนัง |
| <input type="checkbox"/> สีทาบ้าน | <input type="checkbox"/> หินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> หินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

12) ในการตัดสินใจซื้อกระเบื้องเซรามิค ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้าง (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ราคา | <input type="checkbox"/> ความคงทน |
| <input type="checkbox"/> แบบ | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงผู้ผลิต |
| <input type="checkbox"/> สี | <input type="checkbox"/> ประโยชน์ใช้สอย |
| <input type="checkbox"/> บริการหลังการขาย | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

13) ในขณะที่ท่านต้องการใช้กระเบื้องเซรามิค การส่งเสริมการขายวิธีใดที่มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> แจกแบบแคตาล็อก |
| <input type="checkbox"/> แจกตัวอย่างสินค้า | <input type="checkbox"/> การให้ส่วนลด |
| <input type="checkbox"/> การรับรองคุณภาพ | <input type="checkbox"/> การมีผู้ชมในท้องถิ่นเข้าสู่กับกระเบื้อง-
เซรามิค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

14) ที่ผ่านมามีท่านซื้อกระเบื้องปูพื้นของยี่ห้อใดมากที่สุด

- | | |
|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> TGCI | <input type="checkbox"/> TCC |
| <input type="checkbox"/> IS | <input type="checkbox"/> TT |
| <input type="checkbox"/> TM | <input type="checkbox"/> MP |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

15) ที่ผ่านมามีท่านซื้อกระเบื้องบุผนังยี่ห้อใดมากที่สุด

- | | |
|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> RCI | <input type="checkbox"/> TGCI |
| <input type="checkbox"/> TCI | <input type="checkbox"/> IS |
| <input type="checkbox"/> TM | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

16) ที่ผ่านมามีท่านซื้อกระเบื้องโมเสคยี่ห้อใดมากที่สุด

- | | |
|--|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> UMI | <input type="checkbox"/> TM |
| <input type="checkbox"/> TCC | <input type="checkbox"/> TT |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

17) ในการซื้อกระเบื้องเซรามิค ท่านซื้อจาก

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ผู้ผลิตโดยตรง | <input type="checkbox"/> ตัวแทนจำหน่าย (Agent) |
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าปลีก (sub-Agent) | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

18) ท่านมีความพอใจในบริการของผู้จำหน่ายกระเบื้องเซรามิคให้ท่าน หรือไม่

พอใจ (ตอบพอ จบแบบสอบถาม) ไม่พอ

19) ท่านไม่พอใจการบริการของผู้จำหน่ายกระเบื้องเซรามิค ในด้านใดมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> การให้ระยะเวลาสั้นเชื้อ | <input type="checkbox"/> การบริการหลังขายน้อยไป |
| <input type="checkbox"/> การส่งของไม่ทันกำหนด | <input type="checkbox"/> การให้เปลี่ยนสินค้าคุณภาพไม่ตรงที่ตกลงกันไว้ |
| <input type="checkbox"/> การคืนสินค้าที่ใช้ไม่หมด | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

ข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว

1) อาชีพ

สถาปนิก ผู้รับเหมา

2) ประสบการณ์

1-5 ปี 6-10 ปี
 11-15 ปี มากกว่า 15 ปี

3) การศึกษาขั้นสุดท้าย

ต่ำกว่ามัธยม ปวช.
 ปวส. ปริญญาในประเทศ
 ปริญญาจากต่างประเทศ

ศูนย์วิทยพักรพยากกร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามสำหรับร้านค้าจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค

ข้อมูลส่วนที่ 1

1) ท่านคิดว่าแบบของกระเบื้องเซรามิคที่ให้เลือกรวมกับความต้องการของท่านหรือไม่

พอ (ตอบพอ ข้ามไปตอบข้อ 3) ไม่พอ

2) ถ้าแบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ ท่านคิดว่าควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น กระเบื้องบุผนัง

กระเบื้องโมเสค

3) ท่านคิดว่าสีของกระเบื้องเซรามิคที่ให้เลือก มีพอกับความต้องการของท่านหรือไม่

พอ (ตอบพอ ข้ามไปตอบข้อ 5) ไม่พอ

4) ถ้าสีที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ ท่านคิดว่าควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น ควรเพิ่มสี

กระเบื้องบุผนัง ควรเพิ่มสี

กระเบื้องโมเสค ควรเพิ่มสี

5) ตามความคิดเห็นของท่าน ท่านคาดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้องเซรามิคในอนาคต

เป็นอย่างไร

คาดว่าเพิ่มขึ้น คาดว่าลดลง (ตอบว่าลดลงข้ามไปข้อ 7)

คาดว่าใกล้เคียงกับปัจจุบัน เพราะ

(ตอบใกล้เคียงปัจจุบัน ข้ามไปตอบข้อ 8)

6) ท่านคิดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้องเซรามิคที่เพิ่มขึ้นในอนาคต เกิดจากสาเหตุใด

(ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

สามารถใช้ทดแทนวัสดุอื่นได้ดี ราคาต่อตารางเมตรถูกกว่าวัสดุอื่น

เป็นวัสดุที่สวยงาม มีความคงทน

เป็นที่นิยมของผู้ใช้มากขึ้น ทำความสะอาดได้ง่าย

อื่น ๆ โปรดระบุ

7) ท่านคิดว่าแนวโน้มการใช้กระเบื้องเซรามิกที่ลดลงในอนาคตเกิดจากสาเหตุใด

(ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> การก่อสร้างอาคารลดลง | <input type="checkbox"/> ราคาต่อตารางเมตรแพงกว่าวัสดุอื่น |
| <input type="checkbox"/> เป็นที่นิยมของผู้ใช้น้อยลง | <input type="checkbox"/> มีวัสดุอื่นใช้งานได้ดีกว่า |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

8) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นห้องนอน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องยาง | <input type="checkbox"/> ปาร์เก้ |
| <input type="checkbox"/> ดินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> ดินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> พรม | <input type="checkbox"/> หินขัด |
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องสำหรับปูพื้น | <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

9. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นห้องรับแขก (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องยาง | <input type="checkbox"/> ปาร์เก้ |
| <input type="checkbox"/> ดินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> ดินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> พรม | <input type="checkbox"/> หินขัด |
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องสำหรับปูพื้น | <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

10) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นสำนักงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องยาง | <input type="checkbox"/> ปาร์เก้ |
| <input type="checkbox"/> ดินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> ดินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> พรม | <input type="checkbox"/> หินขัด |
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องสำหรับปูพื้น | <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

11) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้บุผนังห้องน้ำมากที่สุด

กระเบื้อง โมเสค

กระเบื้องบุผนัง

สีทาบ้าน

หินอ่อน

หินอ่อนเทียม

อื่น ๆ โปรดระบุ

12) ท่านคิดว่า การส่งเสริมการจำหน่ายเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่

จำเป็น

ไม่จำเป็น (ตอบไม่จำเป็นข้ามไปข้อ 14)

13) ท่านคิดว่า การส่งเสริมการจำหน่ายวิธีใดดีที่สุด

โฆษณาทางโทรทัศน์

สัตย์ชนโยวโนร้านให้สวยงาม

การให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อ

โฆษณาทางนิตยสารเกี่ยวกับบ้าน

สัตย์โฆษณาขนาดใหญ่บนมณน

แจกแบบแคตตาลอก

การให้เงินโบนัสแก่ร้านค้า

อื่น ๆ โปรดระบุ

14) ในการเลือกซื้อกระเบื้อง เซรามิคมาจำหน่าย ท่านคำนึงถึงอะไรบ้าง

(ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

ราคา

บริการหลังการขาย

ความสวยงาม

ชื่อเสียงของผู้ผลิต

คุณภาพ

การส่งเสริมการจำหน่ายของผู้ผลิต

อื่น ๆ โปรดระบุ

15) ที่ผ่านมา ท่านซื้อกระเบื้องสำหรับปูพื้นยี่ห้อใดมากที่สุด

TGCI

TTC

IS

TT

TM

MP

อื่น ๆ โปรดระบุ

16) ที่ผ่านมา ท่านซื้อกระเบื้องบุผนังหรือใดมากที่สุด

RCI

TGCI

TCI

IS

TM

อื่น ๆ โปรดระบุ

17) ที่ผ่านมา ท่านซื้อกระเบื้องโมเสคหรือใดมากที่สุด

UMI

TM

TCC

TT

18) ที่ผ่านมา ท่านจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคให้แก่บุคคลใดมากที่สุด

ผู้ใช้ทั่วไป

สถาปนิก

ผู้รับเหมา

ร้านค้าปลีกในกรุงเทพฯ

ร้านค้าปลีกในต่างจังหวัด

อื่น ๆ โปรดระบุ

19) ท่านมีความพอใจในบริการของผู้จำหน่ายสินค้าให้กับท่านหรือไม่

พอใจ (ตอบพอใจ จบบแบบสอบถาม) ไม่พอใจ

20) ท่านไม่พอใจ การบริการของผู้ขายในร้านใดมากที่สุด

การให้ระยะเวลาสินเชื่อ

บริการหลังการขายน้อยไป

การเปลี่ยนคุณภาพสินค้า ไม่ตรงตามที่ตกลงกัน

การส่งของไม่ทันกำหนด

การคืนสินค้าที่ล่าช้า

การช่วยส่งเสริมการจำหน่ายน้อยไป

การประสานงานไม่ดีพอระหว่าง

อื่น ๆ โปรดระบุ

ร้านค้า และผู้ผลิต

ข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว

1) ร้านค้าท่านเป็นร้านค้าประเภท

ร้านค้าปลีก

ร้านค้าส่ง

ร้านค้าปลีกและส่ง

แบบสอบถามสำหรับผู้เคยใช้และไม่เคยใช้กระเบื้องเซรามิค

1) ทำนใช้กระเบื้องเซรามิคที่บ้านหรือไม่

 ใช่ ไม่ใช่ (ตอบไม่ใช่ข้ามไปข้อ 19)

2) ประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ทำนใช้อยู่มี

 กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องบุผนัง กระเบื้องโมเสค

3) ทำนใช้กระเบื้องเซรามิคบนพื้นที่ใดบ้าง

 ห้องน้ำ ห้องครัว บนพื้นในอาคาร บนพื้นนอกอาคาร ระเบียงบ้าน ผนังหน้าบ้าน อื่น ๆ โปรดระบุ

4) กระเบื้องเซรามิคที่ใช้อยู่ ทำนซื้อเองหรือไม่

 ซื้อเอง (ตอบซื้อเองข้ามไปข้อ 6) ไม่ได้ซื้อเอง

5) ทำนไม่ได้ซื้อกระเบื้องเซรามิคเองเพราะ

 ล้าสมัยเกินไป ผู้รับเหมาซื้อให้ คนในครอบครัวซื้อให้ ซื้อมาพร้อมบ้าน อื่น ๆ โปรดระบุ (ตอบข้อ 5 ข้ามไปตอบข้อ 10)

6) ทำนจ่ายห้กระเบื้องเซรามิคที่ซื้อได้หรือไม่

 จ่ายได้ จ่ายไม่ได้

7) ในการซื้อกระเบื้องเซรามิค ทำนซื้อจาก

 ร้านค้าใกล้บ้าน ร้านค้าที่เพื่อนแนะนำ ร้านค้าย่านมหาพฤฒาราม อื่น ๆ โปรดระบุ

8) แบบกระเบื้องเซรามิคี่ให้เลือกพอกับความต้องการของท่านหรือไม่

พอ (ตอบพอ ข้ามไปตอบข้อ 10) ไม่พอ

9) ถ้าแบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ ท่านคิดว่าควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น กระเบื้องบุผนัง

กระเบื้องโมเสค

10) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นห้องนอน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

กระเบื้องยาง

ปาร์เก้

หินอ่อนเทียม

หินอ่อน

พรม

หินขัด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น

กระเบื้องโมเสค

อื่น ๆ โปรดระบุ

11) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นห้องรับแขก (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

กระเบื้องยาง

ปาร์เก้

หินอ่อนเทียม

หินอ่อน

พรม

หินขัด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น

กระเบื้องโมเสค

อื่น ๆ โปรดระบุ

12) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้ปูพื้นสำนักงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

กระเบื้องยาง

ปาร์เก้

หินอ่อนเทียม

หินอ่อน

พรม

หินขัด

กระเบื้องสำหรับปูพื้น

กระเบื้องโมเสค

อื่น ๆ โปรดระบุ

13) ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใด ควรใช้บุผนังห้องน้ำมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> กระเบื้องโมเสค | <input type="checkbox"/> กระเบื้องบุผนัง |
| <input type="checkbox"/> สีทาบ้าน | <input type="checkbox"/> หินอ่อน |
| <input type="checkbox"/> หินอ่อนเทียม | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

14) ในการตัดสินใจเลือกซื้อกระเบื้องเซรามิค ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้าง

(ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ราคา | <input type="checkbox"/> ความสวยงาม |
| <input type="checkbox"/> ความคงทน | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงผู้ผลิต |
| <input type="checkbox"/> ประโยชน์ใช้สอย | <input type="checkbox"/> การทำความสะอาดง่าย |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ | |

15) ท่านคิดว่าบุคคลที่มีความสำคัญในการเลือกตรายี่ห้อมากที่สุด คือ

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ผู้รับเหมา | <input type="checkbox"/> สถาปนิก |
| <input type="checkbox"/> เจ้าของบ้าน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

16) ท่านคิดว่าการโฆษณาเกี่ยวกับกระเบื้องเซรามิค ช่วยให้เกิดความต้องการซื้อหรือไม่

- | | |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ช่วย | <input type="checkbox"/> ไม่ช่วย เพราะ |
| | (ตอบไม่ช่วย จงระบุข้อจำกัด) |

17) ท่านคิดว่าการโฆษณาเกี่ยวกับกระเบื้องเซรามิคช่วยด้านใดมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ช่วยให้รู้จัก | <input type="checkbox"/> ช่วยให้คุณเคย |
| <input type="checkbox"/> ช่วยให้เกิดความต้องการซื้อ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

18) ท่านคิดว่าการโฆษณาวิธีใด ช่วยให้เกิดความต้องการซื้อมากที่สุด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> โฆษณาทาง โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> โฆษณาทาง วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาในนิตยสารเกี่ยวกับบ้าน | <input type="checkbox"/> ทำป้ายโฆษณา ขนาดใหญ่บนมุมถนน |
| <input type="checkbox"/> แจกแบบแคตาล็อก | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

(จบบแบบสอบถาม)

19) ในอนาคต ท่านจะใช้กระเบื้องเซรามิคหรือไม่

ใช่ (ตอบใช่ ลบแบบล่องตาม) ไม่ใช่

20) สาเหตุที่ท่านไม่ใช้กระเบื้องเซรามิค เพราะ

เป็นของปลอมเพียงเกินความจำเป็น ไม่เหมาะกับรสนิยม
 ไม่ปลอดภัย (สีน) ราคาแพงกว่าวัสดุอื่น
 คุณภาพไม่ดี ลักษณะบ้านไม่เหมาะสมกับการใช้
 อื่น ๆ โปรดระบุ

ข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว

1) อาชีพ

รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานธุรกิจเอกชน
 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

2) รายได้

ไม่เกิน 5,000 5,000-8,999
 9,000-12,999 มากกว่า 13,000

3) ประเภทบ้าน

อาคารพาณิชย์ ทาวน์เฮาส์
 หมู่บ้าน

ศูนย์วิทยพักร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62 แสดงแบบกระเบื้องเซรามิกที่ให้เลือกหรือไม่พอกับความต้องการ
จำแนกตามอาชีพ

รายการ	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	40	20	20
	100_0	50_0	50_0
	100_0	100_0	100_0
พอ	19	7	12
	100_0	36_8	63_2
	47_5	35_0	60_0
ไม่พอ	21	13	8
	100_0	61_9	38_1
	53_5	65_0	40_0

จากตารางที่ 62 แสดงว่ามีผู้ตอบว่าแบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ มากกว่าที่ตอบว่าแบบที่ให้เลือกพอกับความต้องการ กล่าวคือตอบว่าไม่พอร้อยละ 53_5 ตอบว่าพอ ร้อยละ 47_5 และเมื่อจำแนกตามอาชีพแล้ว จะได้ผลสรุปดังนี้คือ

สถาปนิก ตอบว่าแบบที่ให้เลือกพอกับความต้องการร้อยละ 35_0 ไม่พอ ร้อยละ 65_0

ผู้รับเหมา ตอบว่าแบบที่ให้เลือกพอกับความต้องการร้อยละ 60_0 ไม่พอ ร้อยละ 40_0

กล่าวโดยสรุปแล้ว สถาปนิกจะตอบว่า แบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการมากกว่าผู้รับเหมา เนื่องจากปัจจัยในการเลือกซื้อกระเบื้องเซรามิกของสถาปนิกกับผู้รับเหมาต่างกัน

ตารางที่ 63 แสดงแบบของกระเบื้องเซรามิคที่ให้เลือกว่า พอหรือไม่พอกับความต้องการ จำแนกตามประเภทร้าน

รายการ	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีกและส่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	30 100.0 100.0	6 20.0 100.0	17 56.7 100.0	7 23.3 100.0
พอ	20 100.0 67.7	6 30.0 100.0	11 55.0 64.7	3 15.0 42.9
ไม่พอ	10 100.0 33.3	- - -	6 60.0 35.3	4 40.0 57.1

จากตารางที่ 63 แสดงว่า โดยสรุปแล้ว ร้านค้าจะตอบว่า แบบที่ให้เลือกพอกับความต้องการมากกว่าไม่พอ โดยตอบว่า พอร้อยละ 67.7 และไม่พอร้อยละ 33.3 ถ้าจำแนกตามประเภทร้านค้า สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ร้านค้าปลีก ตอบว่าพอร้อยละ 100.0 เนื่องจากขายให้กับผู้ใช้ทั่วไป ซึ่งไม่ค่อยมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ จึงไม่ค่อยมีปัญหา

ร้านค้าปลีกและส่ง ตอบว่า พอร้อยละ 64.7 และไม่พอร้อยละ 35.3

ร้านค้าส่ง ตอบว่า พอร้อยละ 42.9 และไม่พอร้อยละ 57.1

จะเห็นว่า ร้านค้าปลีกและส่ง ร้านค้าส่ง ตอบว่า แบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการค่อนข้างสูง เนื่องจากขายกระเบื้องให้แก่ร้านค้าปลีก ซึ่งมีความรู้เรื่องกระเบื้องเซรามิคดีกว่าผู้ใช้ทั่วไป อีกทั้งในบางครั้งยังต้องขายให้โดยตรงกับงานโครงการ ผ่านทางสถาปนิกซึ่งมีความละเอียดในการเลือกแบบ เพื่อให้เข้ากับวัสดุหรือพื้นที่ที่ใช้ จึงทำให้เกิดปัญหาในบางครั้งว่า หาแบบที่เหมาะสมไม่ได้ จึงทำให้ร้านค้าเหล่านั้นตอบว่า แบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ

ตารางที่ 64 แสดงแบบกระเบื้องเซรามิกที่ให้เลือกพอหรือไม่พอกับความต้องการ จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน

แบบที่ให้เลือก	รวม	อาชีพ					รายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	ไม่ได้ประ กอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000- 8,999	9,000- 12,999	มากกว่า 13,000	อาคาร พาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	117	22	12	30	43	10	18	36	13	50	28	42	47
	100.0	18.8	10.3	25.6	36.8	8.5	15.4	30.8	11.1	42.7	23.9	35.9	40.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
พอ	113	20	12	30	41	10	16	35	12	50	28	39	46
	100.0	17.7	10.6	26.5	36.3	8.8	14.2	31.0	10.6	44.2	24.8	34.5	40.7
	96.6	90.9	100.0	100.0	95.3	100.0	88.9	97.2	92.3	100.0	100.0	92.9	97.9
ไม่พอ	4	2	-	-	2	-	2	1	1	-	-	3	1
	100.0	50.0	-	-	50.0	-	50.0	25.0	25.0	-	-	75.0	25.0
	3.4	9.1	-	-	4.7	-	11.1	2.8	7.7	-	-	7.1	2.1

จากตารางที่ 64 มีผู้ตอบว่าแบบกระเบื้องเซรามิกที่ให้เลือกพอกับความต้องการมากกว่าไม่พอ คิดเป็นร้อยละ 96.6 และ 3.4 ตามลำดับ
เมื่อจำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ปรากฏว่าได้มีผลสรุปเช่นเดียวกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 65 แสดงประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ควรเพิ่มแบบ จำแนกตามประสัการณัและอาชีพ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทกระเบื้อง	รวม	สถาปนิก					รวม	ผู้รับเหมา				
		รวม	1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า15ปี		1-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า15ปี	
รวม	32	24	12	6	4	2	8	3	1	2	2	
	100.0	75.0	50.0	25.0	16.7	8.3	25.0	37.5	12.5	25.0	25.0	
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
กระเบื้องปูพื้น	11	9	4	3	1	1	2	1	-	1	-	
	100.0	81.8	44.4	33.3	11.1	11.1	18.2	50.0	-	50.0	-	
	34.4	37.5	33.3	50.0	25.0	50.0	25.0	33.3	-	50.0	-	
กระเบื้องบุผนัง	14	9	4	2	2	1	5	2	1	-	2	
	100.0	64.3	44.4	22.2	22.2	11.1	35.7	40.0	20.0	-	40.0	
	43.8	37.5	33.3	33.3	50.0	50.0	62.5	66.7	100.0	-	100.0	
กระเบื้องโมเสค	7	6	4	1	1	-	1	-	-	1	-	
	100.0	85.7	66.7	16.7	16.7	-	14.3	-	-	100.0	-	
	21.8	25.0	33.3	16.7	25.0	-	12.5	-	-	50.0	-	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 65 แสดงถึงประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ควรเพิ่มแบบมากที่สุด เมื่อตอบว่าแบบที่เลือกไม่พอกับความต้องการคือ กระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 43.8 รองลงมา กระเบื้องปูพื้น ร้อยละ 34.4 และกระเบื้องโมเสค น้อยที่สุดร้อยละ 21.8

เมื่อจำแนกตามอาชีพแล้ว สรุปผลได้ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า ประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ควรเพิ่มมากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นและกระเบื้องบุผนังเท่า ๆ กัน ร้อยละ 37.5 น้อยที่สุดคือกระเบื้องโมเสค ร้อยละ 25.0

ผู้รับเหมา ตอบว่า ประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ควรเพิ่มมากที่สุดคือ กระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ กระเบื้องปูพื้น ร้อยละ 25.0 และกระเบื้องโมเสค น้อยที่สุด ร้อยละ 12.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 66 แสดงประเภทกระเบื้องเซรามิคที่ควรเพิ่มแบบ จำแนกตามประเภทร้านค้า

ประเภทกระเบื้อง	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และสั่ง	ร้านค้าสั่ง
รวม	19	-	9	10
	100.0	-	47.4	52.6
	100.0	-	100.0	100.0
กระเบื้องปูพื้น	9	-	5	4
	100.0	-	55.6	44.4
	47.4	-	55.6	40.0
กระเบื้องบุผนัง	7	-	3	4
	100.0	-	42.8	57.2
	36.8	-	33.3	40.0
กระเบื้องโมเสค	3	-	1	2
	100.0	-	33.3	66.7
	15.8	-	11.1	20.0

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 66 แสดงว่า ร้านค้าที่ตอบว่า แบบที่ให้เลือกไม่พอกับความต้องการ นั้น ตอบว่า ควรเพิ่มแบบกระเบื้องปูพื้นมากที่สุด ร้อยละ 47.4 รองลงมา กระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 36.8 และกระเบื้องโมเสค ร้อยละ 15.8 ถ้าจำแนกตามประเภทร้านค้าได้ พอสรุป ดังนี้คือ

ร้านค้าปลีกและสั่ง ตอบว่า ควรเพิ่มกระเบื้องปูพื้นมากที่สุดร้อยละ 55.6 รองลงมากระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 33.3

ร้านค้าสั่ง ตอบว่าควรเพิ่มกระเบื้องปูพื้น และกระเบื้องบุผนัง พอ ๆ กัน ร้อยละ 40.0

ตารางที่ 67 แสดงแบบกระเบื้องเซรามิกที่ไม่พอกับความต้องการ จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทกระเบื้องเซรามิก	รวม	อาชีพ					ระดับรายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 13,000	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	3 100.0 100.0	1 33.3 100.0	- - -	- - -	2 66.7 100.0	- - -	2 66.7 100.0	- - -	1 33.3 100.0	- - -	- - -	2 66.7 100.0	1 33.3 100.0
กระเบื้องปูพื้น	3 100.0 100.0	1 33.3 100.0	- - -	- - -	2 66.7 100.0	- - -	2 66.7 100.0	- - -	1 33.3 100.0	- - -	- - -	2 66.7 100.0	1 33.3 100.0
กระเบื้องบุผนัง	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -
กระเบื้องโมเสค	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -

จากตารางที่ 67 แสดงว่าแบบกระเบื้องปูพื้นไม่พอกับความต้องการมากที่สุด ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 68 แสดงวัสดุที่ควรใช้ทั้งหมดที่นอนเป็นอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

วัสดุที่ใช้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	40 100.0 100.0	20 50.0 100.0	20 50.0 100.0
กระเบื้องยาง	2 100.0 5.0	- - -	2 100.0 10.0
หินอ่อนเทียม	- - -	- - -	- - -
พรม	11 100.0 27.5	7 63.6 35.0	4 36.4 20.0
กระเบื้องปูพื้น	1 100.0 2.50	- - -	1 100.0 5.0
พาร์เก้	26 100.0 65.0	13 50.0 65.0	13 50.0 65.0
หินอ่อน	- - -	- - -	- - -
หินขัด	- - -	- - -	- - -
กระเบื้องโมเสค	- - -	- - -	- - -

จากตารางที่ 68 แสดงว่า วัสดุที่ควรใช้ปูพื้นห้องนอนเป็นอันดับแรกมากที่สุดคือ ปาร์เก้ร้อยละ 65.0 รองลงมาเป็นพรมร้อยละ 27.5 เมื่อจำแนกตามอาชีพ สรุปลงได้ ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่าควรใช้ปาร์เก้ปูพื้นห้องนอนเป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 65.0 รองลงมาพรมร้อยละ 35.0

ผู้รับเหมา ตอบว่าควรใช้ปาร์เก้มากที่สุดเช่นกัน ร้อยละ 65.0 รองลงมาพรม ร้อยละ 20.0 กระเบื้องยางร้อยละ 10.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 69 แสดง วัสดุที่ควรใช้พื้นที่ห้องรับแขกเป็นอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

วัสดุที่ใช้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	40	20	20
	100.0	50.0	50.0
	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	1	-	1
	100.0	-	100.0
	2.5	-	5.0
หินอ่อนเทียม	3	-	3
	100.0	-	100.0
	7.5	-	15.0
พรม	11	6	5
	100.0	54.6	45.5
	27.5	30.0	25.0
กระเบื้องปูพื้น	7	4	3
	100.0	57.1	42.9
	17.5	20.0	15.0
พาร์เก้	14	8	6
	100.0	57.1	42.9
	35.0	40.0	30.0
หินอ่อน	3	2	1
	100.0	66.7	33.3
	7.5	10.0	5.0
หินขัด	1	-	1
	100.0	-	100.0
	2.5	-	5.0
กระเบื้องโมเสค	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-

จากตารางที่ 69 แสดงว่า ผู้สวดที่ควรใช้ปูพื้นห้องรับแขกเป็นอันดับแรก มากที่สุด คือปาร์เก้ร้อยละ 35.0 รองลงมาพรม ร้อยละ 27.5 กระเบื้องปูพื้น 17.5 ถ้าจำแนกตามอาชีพ สรุปผลได้คือ

สถาปนิก ตอบว่าควรใช้ปาร์เก้เป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 40.0 รองลงมาพรมร้อยละ 30.0 และกระเบื้องสำหรับปูพื้นร้อยละ 20.0

ผู้รับเหมา ตอบว่าควรใช้ปาร์เก้เป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 30.0 รองลงมาพรมร้อยละ 25.0 และหินอ่อนเทียม กระเบื้องสำหรับปูพื้นร้อยละ 15.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 70 แสดงวัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานเป็นอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

วัสดุที่ใช้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	40	20	20
	100.0	50.0	50.0
	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	17	12	5
	100.0	70.6	29.4
	42.5	60.0	25.0
หินอ่อนเทียม	1	-	1
	100.0	-	100.0
	2.5	-	5.0
พรม	11	4	7
	100.0	36.4	63.6
	27.5	20.0	35.0
กระเบื้องปูพื้น	4	1	3
	100.0	25.0	75.0
	10.0	5.0	15.0
ปาร์เก้	2	1	1
	100.0	50.0	50.0
	5.0	5.0	5.0
หินอ่อน	3	1	2
	100.0	33.3	66.7
	7.5	5.0	10.0
หินขัด	2	1	1
	100.0	50.0	50.0
	5.0	5.0	5.0
กระเบื้องโมเสค	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-

จากตารางที่ 70 แสดงว่า วัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานเป็นอันดับแรก มากที่สุดคือ กระเบื้องยางร้อยละ 42.5 รองลงมา พรมร้อยละ 27.5 และกระเบื้องปูพื้นร้อยละ 10.0 เมื่อคำนวณตามอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้คือ

สถาปนิก ตอบว่า วัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานเป็นอันดับแรก มากที่สุดคือ กระเบื้องยางร้อยละ 60.0 รองลงมา พรมร้อยละ 20.0

ผู้รับเหมา ตอบว่า ควรใช้พรมมากที่สุดร้อยละ 35.0 รองลงมา กระเบื้องยางร้อยละ 25.0 และกระเบื้องปูพื้น ร้อยละ 15.0



ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 71 แสดงวัสดุที่ควรใช้ปูพื้นห้องนอนเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทร้าน

วัสดุที่ใช้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และสั่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	30 100.0 100.0	6 20.0 100.0	17 56.7 100.0	7 23.3 100.0
กระเบื้องยาง	2 100.0 6.7	- - -	2 100.0 11.8	- - -
หินอ่อนเทียม	- - -	- - -	- - -	- - -
พรม	7 100.0 23.3	2 28.6 33.3	3 42.8 17.6	2 28.6 28.6
กระเบื้องปูพื้น	10 100.0 33.3	1 10.0 16.7	7 70.0 41.2	2 20.0 28.6
พาร์เก้	10 100.0 33.3	3 30.0 50.0	4 40.0 23.5	3 30.0 42.8
หินอ่อน	- - -	- - -	- - -	- - -
หินขัด	1 100.0 3.3	- - -	1 100.0 5.9	- - -

จากตารางที่ 71 แสดงว่า ในความคิดของร้านค้า วัสดุที่ควรใช้ปูพื้นห้องนอน เป็นอันดับแรกมากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้น และพาร์เก้ ซึ่งเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา พรหม ร้อยละ 23.3 ถ้าจำแนกตามประเภทร้านค้า ได้ผลสรุปดังนี้

ร้านค้าปลีก ตอบว่าควรใช้ พาร์เก้ มากที่สุดร้อยละ 50.0 รองลงมา พรหม ร้อยละ 33.3 กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 16.7

ร้านค้าปลีกและส่ง ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุด ร้อยละ 41.2 รองลงมา พาร์เก้ ร้อยละ 23.5 พรหมร้อยละ 17.6

ร้านค้าส่ง ตอบว่า ควรใช้ พาร์เก้มากที่สุด ร้อยละ 42.8 รองลงมา พรหมและกระเบื้องปูพื้น ร้อยละ 28.6



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 72 แสดงวัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่ห้องรับแขก เป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทร้านค้า

วัสดุที่ใช้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และสั่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	30 100.0 100.0	6 20.0 100.0	17 56.7 100.0	7 23.3 100.0
กระเบื้องยาง	1 100.0 3.3	- - -	1 100.0 5.9	- - -
หินอ่อนเทียม	- - -	- - -	- - -	- - -
พรม	- - -	- - -	- - -	- - -
กระเบื้องปูพื้น	25 100.0 83.3	4 16.0 66.7	15 60.0 88.2	6 24.0 85.6
ปาร์เก้	3 100.0 10.0	2 66.7 33.3	- - -	1 33.3 14.4
หินอ่อน	- - -	- - -	- - -	- - -
หินขัด	- - -	- - -	- - -	- - -
กระเบื้องโมเสค	1 100.0 3.3	- - -	1 100.0 5.9	- - -

จากตารางที่ 72 แสดงวัสดุที่ควรใช้ปูพื้นห้องรับแขกเป็นอันดับแรก มากที่สุด ในความคิดของร้านค้าจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค คือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 83.3 รองลงมา ปาร์เก้ ร้อยละ 10.0 ถ้าจำแนกตามประเภทร้าน สรุปผลได้ดังนี้

ร้านค้าปลีก ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องปูพื้นเป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 66.7
รองลงมาปาร์เก้ร้อยละ 33.3

ร้านค้าปลีกและส่ง ตอบว่าควรใช้กระเบื้องปูพื้นเป็นอันดับแรกมากที่สุดเช่นกัน
ร้อยละ 88.2 รองลงมากระเบื้องยางและกระเบื้องโมเสคร้อยละ 5.9

ร้านค้าส่ง ตอบว่าควรใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุด รองลงมาปาร์เก้ร้อยละ 85.6
และ 14.4 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 73 แสดง วัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่ห้องสำนักงานเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภท
ร้านค้า

วัสดุที่ใช้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และสั่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	30 100.0 100.0	6 20.0 100.0	17 56.7 100.0	7 23.3 100.0
กระเบื้องยาง	5 100.0 16.7	1 20.0 16.7	4 80.0 23.5	- - -
หินอ่อนเทียม	- - -	- - -	- - -	- - -
พรม	- - -	- - -	- - -	- - -
กระเบื้องปูพื้น	20 100.0 66.7	4 20.0 66.7	10 50.0 58.8	6 30.0 85.7
ปาร์เก้	1 100.0 3.3	- - -	- - -	1 100.0 14.3
หินอ่อน	1 100.0 3.3	1 100.0 16.7	- - -	- - -
หินขัด	2 100.0 6.7	- - -	2 100.0 11.8	- - -
กระเบื้องโมเสค	1 100.0 3.3	- - -	1 100.0 5.9	- - -

จากตารางที่ 73 แสดงว่าวัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานเป็นอันดับแรก มากที่สุด
ในความคิดของร้านค้าจำหน่ายกระเบื้องเซรามิค คือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 66.7 รอง-
ลงมากระเบื้องยางร้อยละ 16.7 เมื่อจำแนกตามประเภทร้านค้า ต่างให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 74 แสดงวัสดุที่ควรมีอยู่ในห้องนอนเป็นอันดับแรกมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน

วัสดุที่ใช้อยู่ในห้องนอน	รวม	อาชีพ					ระดับรายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐ- วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 13,000	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	302 100.0 100.0	59 19.5 100.0	22 7.3 100.0	79 26.2 100.0	92 30.5 100.0	50 16.5 100.0	58 19.2 100.0	90 29.8 100.0	26 8.6 100.0	128 42.4 100.0	65 21.5 100.0	117 38.7 100.0	120 39.7 100.0
กระเบื้องยาง	21 100.0 7.0	3 14.3 5.1	2 9.5 9.1	8 38.1 10.1	5 23.8 5.4	3 14.3 6.0	5 23.8 8.6	5 23.8 5.6	4 19.0 15.4	7 33.3 5.5	8 38.1 12.3	7 33.3 6.0	6 28.6 5.0
พาร์เก้	185 100.0 61.2	40 21.6 67.8	14 7.6 63.6	44 23.8 55.7	55 29.7 59.8	32 17.3 64.0	31 16.7 53.4	59 31.9 65.6	15 8.1 57.7	80 43.2 62.5	33 17.8 50.8	71 38.4 60.7	81 43.8 67.5
หินอ่อนเทียม	1 100.0 0.3	1 100.0 1.7	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	1 100.0 0.8	- - -	- - -	1 100.0 0.8
หินอ่อน	4 100.0 1.3	1 25.0 1.7	- - -	- - -	2 50.0 2.2	1 25.0 2.0	- - -	2 50.0 2.2	- - -	2 50.0 1.6	1 25.0 1.5	- - -	3 75.0 2.5
พรม	77 100.0 25.5	12 15.6 20.3	4 5.2 18.2	25 32.5 31.6	26 33.8 28.3	10 13.0 20.0	19 24.7 32.8	18 23.4 20.0	6 7.8 23.1	34 44.2 26.6	18 23.4 27.7	34 44.2 29.1	25 32.5 20.8
หินขัด	3 100.0 1.0	1 33.3 1.7	1 33.3 4.5	- - -	- - -	1 33.3 2.0	1 33.3 1.7	1 33.3 1.1	- - -	1 33.3 0.8	2 66.7 3.1	- - -	1 23.3 0.8
กระเบื้องปูพื้น	11 100.0 3.6	1 9.1 1.7	1 9.1 4.5	2 18.2 2.5	4 36.4 4.3	3 27.3 6.0	2 18.2 3.4	5 45.5 5.6	1 9.1 3.8	3 27.3 2.3	3 27.3 4.6	5 45.5 4.3	3 27.3 2.5
กระเบื้องโมเสค	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -	- - -

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 74 มีผู้ตอบว่า วัสดุที่ควรใช้พื้นที่ห้องนอนมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือพาร์เก้ รองลงมาพรม ร้อยละ 61.2 และ 25.5 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ปรากฏว่าทุกรายตอบว่าวัสดุที่ควรใช้พื้นที่ห้องนอนเป็นอันดับแรก ยังคงเป็นพาร์เก้ และพรม ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 75 แสดง วัสดุที่ควรใช้พื้นที่ห้องรับแขกเป็นอันดับแรกมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน

ก.ค.ค.

วัสดุที่ควรใช้พื้นที่ห้องรับ แขก	รวม	อาชีพ					ระดับรายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐ- วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	ไม่ได้ประ- กอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000- 8,999	9,000- 12,999	มากกว่า 13,000	อาคาร พาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	302 100.0 100.0	60 19.9 100.0	23 7.6 100.0	77 25.5 100.0	91 30.1 100.0	51 16.9 100.0	59 19.5 100.0	92 30.5 100.0	25 8.3 100.0	126 41.7 100.0	68 22.5 100.0	116 38.4 100.0	118 39.1 100.0
กระเบื้องยาง	16 100.0 5.3	3 18.8 5.0	1 6.2 4.3	6 37.5 7.8	5 31.2 5.5	1 6.2 2.0	2 12.5 3.4	3 18.8 3.3	1 6.2 4.0	10 62.5 7.9	5 31.2 7.4	6 37.5 5.2	5 31.2 4.2
พาร์เก้	137 100.0 45.4	36 26.3 60.0	16 4.4 26.1	32 23.3 41.5	43 31.4 47.2	20 14.6 39.2	26 19.0 44.1	41 29.9 44.6	14 10.2 56.0	56 40.9 44.4	25 18.2 36.8	46 33.6 39.6	66 48.2 55.9
หินอ่อนเทียม	3 100.0 1.0	- - -	- - -	2 66.7 2.6	- - -	1 33.3 2.0	1 33.3 1.7	- - -	1 33.3 4.0	1 33.3 0.8	1 33.3 1.5	1 33.3 0.9	1 33.3 0.8
หินอ่อน	15 100.0 5.0	1 6.7 1.7	2 13.3 8.7	4 26.7 5.2	6 40.0 6.6	2 13.3 3.9	1 6.7 1.7	7 46.7 7.6	- - -	7 46.7 5.6	1 6.7 1.5	7 46.7 6.0	7 46.7 5.9
พรม	95 100.0 31.5	16 16.8 26.7	10 10.5 43.5	24 25.3 31.2	26 27.4 28.6	19 20.0 37.2	25 26.3 42.4	28 29.5 30.4	7 7.4 28.0	35 36.8 27.8	22 23.2 32.3	42 44.2 38.2	31 32.6 26.3
หินขัด	14 100.0 4.6	2 14.3 3.3	1 7.1 4.3	2 14.3 2.6	3 21.4 3.3	6 42.8 11.8	3 21.4 5.1	5 35.7 5.4	2 14.3 8.0	4 28.6 3.2	7 50.0 10.3	5 35.7 4.3	2 14.3 1.7
กระเบื้องปูพื้น	18 100.0 6.0	2 11.1 3.3	1 5.6 4.3	7 38.9 9.1	7 38.9 7.7	1 5.6 2.0	- - -	6 33.3 6.5	- - -	12 66.7 9.5	5 27.8 7.3	8 44.4 6.9	5 27.8 4.2
กระเบื้องโมเสค	4 100.0 1.3	- - -	2 50.0 8.7	- - -	1 25.0 1.1	1 25.0 2.0	1 25.0 1.7	2 50.0 2.2	- - -	1 25.0 0.8	2 50.0 2.9	1 25.0 0.9	1 25.0 0.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 75 แสดงว่า วัสดุที่ควรใช้พิมพ์ห้องรับแขกเป็นอันดับแรกมากที่สุด คือ ปาร์เก้ รองลงมาพรม คิดเป็นร้อยละ 45.4 และ 31.5 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพปรากฏว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจตอบว่าควรใช้พรมมากที่สุด นอกนั้นตอบว่าควรใช้ปาร์เก้ เมื่อวิเคราะห์ตามรายได้และประเภทบ้าน ให้ผลสรุปว่าควรใช้ ปาร์เก้มากที่สุด รองลงมาพรมเช่นกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 76 แสดงวัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานเป็นอันดับแรกมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน

วัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงาน	รวม	อาชีพ					ระดับรายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 12,000	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	301	59	22	79	92	49	60	91	26	124	67	118	116
	100.0	19.6	7.3	26.2	30.6	16.3	19.9	30.2	8.6	41.2	22.3	39.2	38.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	115	21	6	26	45	17	25	31	11	48	26	40	49
	100.0	18.3	5.2	22.6	39.1	14.8	21.7	26.9	9.6	41.7	22.6	34.8	42.6
	38.2	35.6	27.3	32.9	48.9	34.7	41.7	34.1	42.3	38.7	38.8	33.9	42.2
ปาร์เก้	4	1	-	1	2	-	1	1	-	2	1	1	2
	100.0	25.0	-	25.0	50.0	-	25.0	25.0	-	50.0	25.0	25.0	50.0
	1.3	1.7	-	1.3	2.2	-	1.7	1.1	-	1.6	1.5	0.8	1.7
หินอ่อนเทียม	5	2	-	-	2	1	1	3	-	1	1	3	1
	100.0	40.0	-	-	40.0	20.0	20.0	60.0	-	20.0	20.0	60.0	20.0
	1.7	3.4	-	-	2.2	2.0	1.7	3.3	-	0.8	1.5	2.5	0.8
หินอ่อน	30	5	4	8	7	6	6	10	-	14	3	15	12
	100.0	16.7	13.3	26.6	23.3	20.0	20.0	33.3	-	46.7	10.0	50.0	40.0
	10.0	8.5	18.2	10.1	7.6	12.2	10.0	11.0	-	11.3	4.5	12.7	10.3
พรม	43	7	2	12	15	7	10	15	4	14	7	18	18
	100.0	16.3	4.7	27.9	34.9	16.3	23.3	34.9	9.3	32.6	16.3	41.9	41.9
	14.3	11.9	9.1	15.2	16.3	14.3	16.7	16.5	15.4	11.3	10.4	15.3	15.5
หินขัด	52	11	6	16	12	7	6	18	6	22	11	25	16
	100.0	21.1	11.5	30.8	23.1	13.5	11.5	34.6	11.5	42.3	21.1	48.1	30.8
	17.3	18.6	27.3	20.3	13.0	14.3	10.0	19.8	23.1	17.7	16.4	21.2	13.8
กระเบื้องปูพื้น	45	10	2	15	8	10	9	11	5	20	16	14	15
	100.0	22.2	4.4	33.3	17.8	22.2	20.0	24.4	11.1	44.4	35.6	31.1	33.3
	14.9	16.9	9.1	19.0	8.7	20.4	15.0	12.1	19.2	16.1	23.9	11.9	12.9
กระเบื้องโมเสค	7	2	2	1	1	1	2	2	-	3	2	2	3
	100.0	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	28.6	28.6	-	42.9	28.6	28.6	42.9
	2.3	3.4	9.1	1.3	1.1	2.0	3.3	2.2	-	2.4	3.0	1.7	2.6

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 76 แสดงว่าวัสดุที่ควรใช้ในพื้นที่สำนักงานมากที่สุดคือกระเบื้อง-
ยาง รองลงมาหินขัด คิดเป็นร้อยละ 38.2 และ 17.3 กระเบื้องปูพื้น 14.9

เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ปรากฏว่าให้ผลสรุปเช่นเดิม

ตารางที่ 77 แสดงความสามารถใช้หรือไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันในพื้นที่ห้องนอน และ
ห้องรับแขก จำแนกตามอาชีพ

ใช้วัสดุชนิดเดียวกัน	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	110	55	55
	100.0	50.0	50.0
	100.0	100.0	100.0
ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้	67	37	30
	100.0	55.2	44.8
	60.9	67.3	54.5
ใช้วัสดุชนิดเดียวกันไม่ได้	43	18	25
	100.0	41.9	58.1
	39.1	32.7	45.5

จากตารางที่ 77 แสดงว่ามีวัสดุชนิดเดียวกัน สามารถใช้ทั้ง 2 พื้นที่มากกว่า
ไม่สามารถใช้ทั้ง 2 พื้นที่ โดยตอบว่า ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้ร้อยละ 60.9 ตอบว่าใช้วัสดุ
ชนิดเดียวกันไม่ได้ ร้อยละ 39.1



ตารางที่ 78 แสดงวัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ปูพื้นห้องนอนและห้องรับแขก จำแนกตามอาชีพ ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ

วัสดุชนิดเดียวกันได้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	67 100.0 100.0	37 55.2 100.0	30 44.8 100.0
กระเบื้องยาง	7 100.0 10.4	4 57.1 10.8	3 42.9 10.0
พรม	19 100.0 28.4	12 63.2 32.4	7 36.8 23.3
กระเบื้องปูพื้น	8 100.0 11.9	3 37.5 8.1	5 62.5 16.7
ปาร์เก้	27 100.0 40.3	15 55.5 40.5	12 44.5 40.0
หินอ่อน	2 100.0 3.0	2 100.0 5.4	- - -
หินขัด	4 100.0 6.0	1 25.0 2.7	3 75.0 10.0

จากตารางที่ 78 แสดงว่า วัสดุที่สามารถใช้ปูทั้งพื้นห้องนอนและพื้นห้องรับแขกมากที่สุดคือปาร์เก้ร้อยละ 40.3 รองลงมาพรมร้อยละ 28.4 กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 11.9 เมื่อจำแนกตามอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ปูทั้ง 2 พื้นที่มากที่สุดคือ ปาร์เก้ร้อยละ 40.5 รองลงมา พรมร้อยละ 32.4 กระเบื้องยางร้อยละ 10.8

ผู้รับเหมา ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ปูทั้ง 2 พื้นที่มากที่สุดคือ ปาร์เก้ร้อยละ 40.0 รองลงมา พรม ร้อยละ 23.3 กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 79 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้นห้องนอน และ พื้นสำนักงาน จำแนกตามอาชีพ ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ

ใช้วัสดุเดียวกัน	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	105	54	51
	100.0	51.4	48.6
ใช้วัสดุเดียวกันได้	58	31	27
	55.2	53.4	46.6
ใช้วัสดุเดียวกันไม่ได้	47	23	24
	44.8	48.9	51.1

จากตารางที่ 79 แสดงว่ามีวัสดุชนิดเดียวกัน ที่สามารถปูทั้งสองพื้นที่ มากกว่าไม่ สามารถปูทั้งสองพื้นที่ โดยตอบว่า สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูทั้งสองพื้นที่ร้อยละ 55.2 และ ตอบว่า ไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันร้อยละ 44.8 เมื่อจำแนกตามอาชีพ ก็ให้ผลสรุปอย่าง เดียวกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 80 แสดงวัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องนอนและที่สำนักงาน จำแนก
ตามอาชีพ ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ

วัสดุชนิดเดียวกันได้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	58 100.0 100.0	31 53.4 100.0	27 46.6 100.0
กระเบื้องยาง	23 100.0 39.7	10 43.5 32.3	13 56.5 48.2
พรม	20 100.0 34.6	13 65.0 41.9	7 35.0 25.9
กระเบื้องพื้น	6 100.0 10.3	2 33.3 6.4	4 66.7 14.8
พาร์เก้	6 100.0 10.3	4 66.7 12.9	2 33.3 7.4
หินอ่อน	1 100.0 1.7	1 100.0 3.2	- - -
หินขัด	2 100.0 3.4	1 50.0 3.2	1 50.0 3.7

จากตารางที่ 80 แสดงว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องนอนและที่สำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องยางร้อยละ 39.7 รองลงมา พรมร้อยละ 34.6 กระเบื้องปูพื้นและปาร์เก้ร้อยละ 10.3 เมื่อจำแนกตามอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องนอนและที่สำนักงานมากที่สุดคือ พรมร้อยละ 41.9 รองลงมา กระเบื้องยางร้อยละ 32.3 ปาร์เก้ร้อยละ 12.9 และ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 6.4

ผู้รับเหมา ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องนอนและที่สำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องยางร้อยละ 48.2 รองลงมา พรมร้อยละ 25.9 กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 14.8

ตารางที่ 81 แสดงความสามารถและไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันนี้ทั้งที่ห้องรับแขก และที่สำนักงาน จำแนกตามอาชีพ ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ

ใช้วัสดุเดียวกัน	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	108	55	53
	100.0	50.9	49.1
	100.0	100.0	100.0
ใช้วัสดุเดียวกันได้	51	26	25
	100.0	51.0	49.0
	47.2	47.3	47.2
ใช้วัสดุเดียวกันไม่ได้	57	29	28
	100.0	50.9	49.1
	52.8	52.7	52.8

จากตารางที่ 81 แสดงว่า วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องรับแขก และที่สำนักงานไม่ได้มากกว่าได้ คือ ใช้วัสดุชนิดเดียวกันทั้งสองที่ที่ไม่ได้ ร้อยละ 52.8 และ ใช้วัสดุเดียวกันได้ ร้อยละ 47.2 และเมื่อจำแนกตามอาชีพแล้ว ก็ให้ผลสรุปคล้ายคลึงกัน

ตารางที่ 82 แสดง วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ทั้งที่ห้องรับแขกและที่สำนักงานได้
จำแนกตามอาชีพ ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ

ใช้วัสดุเดียวกันได้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	51	26	25
	100.0	51.0	49.0
	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	8	4	4
	100.0	50.0	50.0
	15.7	15.4	16.0
หินอ่อนเทียม	2	-	2
	100.0	-	100.0
	3.9	-	8.0
พรม	15	9	6
	100.0	60.0	40.0
	29.4	34.6	24.0
กระเบื้องปูพื้น	14	7	7
	100.0	50.0	50.0
	27.4	26.9	28.0
พาร์เก้	5	3	2
	100.0	60.0	40.0
	9.8	11.5	8.0
หินอ่อน	1	1	-
	100.0	100.0	-
	2.0	3.8	-
หินขัด	6	2	4
	100.0	33.3	66.7
	11.8	7.7	16.0

จากตารางที่ 82 แสดงว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งพื้นห้องรับแขก และพื้นสำนักงานมากที่สุดคือ พรมร้อยละ 29.4 รองลงมา กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 27.4 กระเบื้องยางร้อยละ 15.7 เมื่อคำนวณตามอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งพื้นห้องรับแขกและพื้นสำนักงานมากที่สุดคือ พรมร้อยละ 34.6 รองลงมา กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 26.9 กระเบื้องยางร้อยละ 15.4

ผู้รับเหมา ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ทั้งพื้นห้องรับแขก และพื้นสำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 28.0 รองลงมา พรมร้อยละ 24.0 กระเบื้องยางและหินขัดร้อยละ 16.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 83 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้ วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้น ทั้งพื้น
ห้องนอน ห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน จำแนกตามอาชีพ ตอบได้ไม่
เกิน 3 ข้อ

ความสามารถใช้วัสดุเดียวกัน	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	104	53	51
	100.0	51.0	49.0
	100.0	100.0	100.0
ใช้วัสดุเดียวกันได้	35	20	15
	100.0	57.1	42.9
	33.7	37.7	29.4
ใช้วัสดุเดียวกันไม่ได้	69	33	36
	100.0	47.8	52.2
	66.3	62.3	70.6

จากตารางที่ 83 แสดงว่า วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถปูทั้งพื้นห้องนอน ห้องรับ
แขก และพื้นสำนักงาน น้อยกว่า สามารถใช้ปูพื้นทั้งสามได้ โดยที่ตอบว่า สามารถปูพื้นทั้ง
สามด้วยวัสดุชนิดเดียวกันร้อยละ 33.7 และไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้นทั้งสาม
ร้อยละ 66.3 และเมื่อจำแนกตามอาชีพ ก็ได้ผลสรุปเช่นเดียวกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 84 แสดงวัสดุที่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้นที่ห้องนอน ห้องรับแขก และ
พื้นสำนักงานได้ จำแนกตามอาชีพ (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	35 100.0 100.0	20 57.1 100.0	15 42.9 100.0
กระเบื้องยาง	7 100.0 20.0	4 57.1 20.0	3 42.9 20.0
พรม	14 100.0 40.0	9 64.3 45.0	5 35.7 33.3
กระเบื้องปูพื้น	6 100.0 17.1	2 33.3 10.0	4 66.7 26.7
พาร์เก้	5 100.0 14.3	3 60.0 15.0	2 40.0 13.3
หินอ่อน	1 100.0 2.9	1 100.0 5.0	- - -
หินขัด	2 100.0 5.7	1 50.0 5.0	1 50.0 6.7

จากตารางที่ 84 แสดงว่า วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ปูพื้นทั้งห้องนอน ห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน มากที่สุดคือ พรมร้อยละ 40.0 รองลงมา กระเบื้องยางร้อยละ 20.0- กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 17.1 เมื่อจำแนกตามอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ได้ทั้งสามพื้นที่ มากที่สุดคือ พรมร้อยละ 45.0 รองลงมา กระเบื้องยางร้อยละ 20.0 ปาร์เก้ร้อยละ 15.0 กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 10.0

ผู้รับเหมา ตอบว่า วัสดุชนิดเดียวกัน ที่สามารถใช้ได้ทั้งสามพื้นที่ มากที่สุดคือ พรมร้อยละ 33.3 รองลงมา กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 26.7 กระเบื้องยางร้อยละ 20.0

ตารางที่ 85 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้นห้องนอน และห้องรับแขก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	73	100.0
ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้	54	74.0
ใช้วัสดุชนิดเดียวกันไม่ได้	19	26.0

จากตารางที่ 85 แสดงว่ามีวัสดุที่สามารถใช้ปูทั้งสองพื้นที่ได้มากกว่าไม่สามารการใช้ปูทั้งสองพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 74.0 และ 26.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 86 แสดงวัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ทั้งห้องนอนและห้องรับแขก จำแนกตามประเภทร้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และส่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	54 100.0 100.0	11 20.4 100.0	34 63.0 100.0	9 16.6 100.0
กระเบื้องยาง	12 100.0 22.2	3 25.0 27.3	9 75.0 26.5	- - -
พรม	6 100.0 11.1	3 50.0 27.3	1 16.7 2.9	2 33.3 22.2
กระเบื้องปูพื้น	19 100.0 35.2	3 15.8 27.3	13 68.4 38.3	3 15.8 33.3
พาร์เก้	14 100.0 25.9	2 14.3 18.1	9 64.3 26.5	3 21.4 33.3
หินขัด	2 100.0 3.7	- - -	1 50.0 2.9	1 50.0 11.1
กระเบื้องโมเสค	1 100.0 1.9	- - -	1 100.0 2.9	- - -

จากตารางที่ 86 แสดงว่าวัสดุที่สามารถใช้ทั้งห้องนอนและห้องรับแขกได้มากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 35.2 รองลงมา พาร์เก้ร้อยละ 25.9 และกระเบื้องยางร้อยละ 22.2 เป็นต้น เมื่อจำแนกตามประเภทร้านค้า สรุปผลได้ดังนี้

ร้านค้าปลีก ตอบว่า กระเบื้องยาง พรม และกระเบื้องปูพื้น สามารถปูพื้นห้องนอน และห้องรับแขกได้มากที่สุด เท่า ๆ กัน ร้อยละ 27.3

ร้านค้าปลีกและสิ่ง ตอบว่า กระเบื้องปูพื้นสามารถปูพื้นห้องนอนและห้องรับแขกได้มากที่สุด ร้อยละ 38.3 รองลงมา กระเบื้องยางและพาร์เก้ ร้อยละ 26.5

ร้านค้าสิ่ง ตอบว่า กระเบื้องปูพื้น และพาร์เก้ สามารถปูพื้นทั้งห้องนอนและห้องรับแขกได้มากที่สุดร้อยละ 33.3 รองลงมาพรมร้อยละ 22.2

ตารางที่ 87 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกัน บนพื้นห้องนอน และสำนักงาน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	79	100.0
สามารถใช้ชนิดเดียวกัน	41	51.9
ไม่สามารถใช้ชนิดเดียวกัน	38	48.1

จากตารางที่ 87 แสดงว่า สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันบนพื้นห้องนอน และสำนักงานได้มากกว่าไม่สามารถใช้ชนิดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และ 48.1 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 88 แสดงวัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้พื้นที่ห้องนอนและพื้นสำนักงาน จำแนกตามประเภทร้านค้า

ใช้วัสดุชนิดเดียวกันได้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีกและส่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	41	6	27	8
	100.0	14.6	65.8	19.6
	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	16	3	10	3
	100.0	18.7	62.5	18.7
	39.0	50.0	37.0	37.5
พรม	1	-	1	-
	100.0	-	100.0	-
	2.4	-	3.7	-
กระเบื้องปูพื้น	20	3	13	4
	100.0	15.0	65.0	20.0
	48.8	50.0	48.2	50.0
หินขัด	3	-	2	1
	100.0	-	66.7	33.3
	7.3	-	7.4	12.5
กระเบื้องโมเสค	1	-	1	-
	100.0	-	100.0	-
	2.4	-	3.7	-

จากตารางที่ 88 แสดงว่าวัสดุที่สามารถใช้พื้นที่ห้องนอน และพื้นสำนักงาน มากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 48.8 รองลงมากระเบื้องยาง 39.0 ถ้าจำแนกตามประเภทร้าน สรุปได้ดังนี้คือ ร้านค้าปลีกตอบว่า สามารถใช้กระเบื้องยางและกระเบื้องปูพื้น พื้นห้องนอนและสำนักงานได้เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50.0 ส่วนร้านค้าปลีกและส่ง ร้านค้าส่ง ตอบว่า

ใช้กระเบื้องปูพื้น ปูพื้นห้องนอนและพื้นสำนักงานมากที่สุด รองลงมา กระเบื้องยาง

ตารางที่ 89 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันบนพื้นห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	81	100.0
สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกัน	46	56.8
ไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกัน	35	43.2

จากตารางที่ 89 แสดงว่าสามารถใช้วัสดุเดียวกันในการปูพื้นห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน มากกว่าไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และ 43.2 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 90 แสดง วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้ปูพื้นทั้งห้องรับแขกและพื้นสำนักงาน จำแนก
ตามประเภทร้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

ใช้วัสดุเดียวกันได้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และห้าง	ร้านค้าส่ง
รวม	46	8	28	10
	100.0	17.4	60.9	21.7
	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	9	1	6	2
	100.0	11.1	66.7	22.2
	19.6	12.5	21.4	20.0
กระเบื้องปูพื้น	28	5	17	6
	100.0	17.8	60.7	21.4
	60.9	62.5	60.7	60.0
หินอ่อน	1	1	-	-
	100.0	100.0	-	-
	2.2	12.5	-	-
หินขัด	6	1	3	2
	100.0	16.7	50.0	33.3
	13.0	12.5	10.7	20.0
กระเบื้องโมเสค	2	-	2	-
	100.0	-	100.0	-
	4.3	-	7.2	-

จากตารางที่ 90 แสดงว่าวัสดุที่สามารถใช้ทั้งพื้นห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน มากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 60.9 รองลงมา กระเบื้องยางร้อยละ 19.6 ดินขัด ร้อยละ 13.0 เมื่อจำแนกตามประเภทร้านสรุปผลได้ดังนี้

ร้านค้าปลีก ตอบว่า ใช้กระเบื้องปูพื้น ปูทั้งห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน มากที่สุดร้อยละ 62.5 รองลงมา ตอบว่า กระเบื้องยาง หินอ่อน และหินขัด เท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5

ร้านค้าปลีกและส่ง ตอบว่า ใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุดเช่นกัน ร้อยละ 60.7 รองลงมากระเบื้องยางร้อยละ 21.4 ดินขัดร้อยละ 10.7

ร้านค้าส่ง ตอบว่า ใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุดเช่นกัน ร้อยละ 60.0 รองลงมา กระเบื้องยาง และหินขัดเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 91 แสดงความสามารถใช้และไม่สามารถใช้วัสดุเดียวกันปูพื้นห้องนอน ห้องรับแขก และพื้นสำนักงาน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	78	100.0
สามารถใช้ชนิดเดียวกัน	29	37.2
ไม่สามารถใช้ชนิดเดียวกัน	49	62.8

จากตารางที่ 91 แสดงว่าสามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกันปูพื้นทั้งห้องนอน ห้องรับ-
แขก และสำนักงาน น้อยกว่าไม่สามารถใช้วัสดุชนิดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 37.2 และ 62.8
ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดง วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้พื้นที่ทั้งห้องนอน ห้องรับแขก และสำนักงาน
จำแนกตามประเภทร้านค้า

ใช้วัสดุเดียวกันได้	รวม	ร้านค้าปลีก	ร้านค้าปลีก และสั่ง	ร้านค้าส่ง
รวม	29	4	20	5
	100.0	13.8	69.0	17.2
	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	8	1	6	1
	100.0	12.5	75.0	12.5
	27.6	25.0	30.0	20.0
กระเบื้องปูพื้น	19	3	13	3
	100.0	15.8	68.4	15.8
	65.5	75.0	65.0	60.0
หินขัด	2	-	1	1
	100.0	-	50.0	50.0
	6.9	-	5.0	20.0

จากตารางที่ 92 แสดงว่า วัสดุชนิดเดียวกันที่สามารถใช้พื้นที่ทั้งห้องนอน ห้องรับแขก
และพื้นสำนักงาน มากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้นร้อยละ 65.5 รองลงมากระเบื้องยางร้อยละ
27.6 เมื่อจำแนกตามประเภทร้านค้าก็ได้ผลสรุปเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 93 แสดงวัสดุที่สามารถใช้ปูพื้นห้องนอนและห้องรับแขก จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

วัสดุที่ใช้	รวม	อาชีพ					รายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	ไม่ได้ประ- กอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000- 8,999	9,000- 12,999	มากกว่า 13,000	อาคาร พาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	473 100.0 100.0	97 20.5 100.0	34 7.2 100.0	125 26.4 100.0	138 29.2 100.0	79 16.7 100.0	106 22.4 100.0	133 28.1 100.0	44 9.3 100.0	190 40.2 100.0	100 21.1 100.0	175 37.0 100.0	198 41.9 100.0
กระเบื้องยาง	49 100.0 10.4	14 28.6 14.4	3 6.1 8.8	10 20.5 8.0	16 32.6 11.6	6 12.2 7.6	12 24.5 11.3	14 28.6 10.5	4 8.2 9.1	19 38.8 10.0	12 24.5 12.0	18 36.7 10.3	19 38.8 9.6
ปาร์เก้	238 100.0 50.3	55 23.1 56.7	16 6.7 47.1	63 26.5 50.4	67 28.2 48.6	37 15.5 46.8	48 20.2 45.3	69 29.0 51.9	22 9.2 50.0	99 41.6 52.1	46 19.3 46.0	89 37.4 50.8	103 43.3 52.0
หินอ่อน เข็ม	4 100.0 0.8	- - -	- - -	1 25.0 0.8	3 75.0 2.2	- - -	- - -	4 100.0 3.0	- - -	- - -	- - -	2 50.0 1.1	2 50.0 1.0
หินอ่อน	9 100.0 1.9	- - -	1 11.1 2.9	2 22.2 1.6	4 44.4 2.9	2 22.2 2.5	3 33.3 2.8	3 33.3 2.2	- - -	3 33.3 1.6	- - -	4 44.4 2.3	5 55.5 2.5
พรม	112 100.0 23.7	24 21.4 24.7	10 8.9 29.4	26 23.2 20.8	32 28.6 23.2	20 17.8 25.3	31 27.7 29.2	26 23.2 19.5	7 6.3 15.9	48 42.8 25.3	15 13.4 15.0	49 43.8 28.0	48 42.8 24.2
หินขัด	24 100.0 5.1	1 4.2 1.0	1 4.2 2.9	9 37.5 7.2	6 25.0 4.3	7 29.2 8.9	7 29.2 6.6	7 29.2 5.3	3 12.5 6.8	7 29.2 3.7	16 66.7 16.0	4 16.7 2.3	4 16.7 2.0
กระเบื้องหิน	37 100.0 7.8	3 8.2 3.1	3 8.2 8.8	14 37.8 11.2	10 27.0 7.2	7 18.9 8.9	5 13.5 4.7	10 27.0 7.5	8 21.6 18.2	14 37.8 7.4	11 29.7 11.0	9 24.3 5.1	17 45.9 8.6

จากตารางที่ 93 นี้พบว่า วัสดุที่สามารถใช้ปูพื้นห้องนอนและห้องรับแขกมากที่สุดคือปาร์เก้ รองลงมาพรม คิดเป็นร้อยละ 50.3 และ 23.7 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ยังให้ผลสรุปเช่นเดิม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 94 แสดง วัสดุที่สามารถใช้ขึ้นห้องนอนและพื้นสำนักงาน จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

วัสดุที่ใช้	รวม	อาชีพ					รายได้				ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 13,000	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน
รวม	249	45	15	70	76	43	60	78	19	92	79	93	77
	100.0	18.1	6.0	28.1	30.5	17.3	24.1	31.3	7.6	36.9	31.7	37.3	30.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องยาง	110	30	4	29	30	17	25	37	9	39	44	32	34
	100.0	27.3	3.6	26.4	27.3	15.4	22.7	33.6	8.2	35.5	40.0	29.1	30.9
	44.2	66.7	26.7	41.4	39.5	39.5	41.7	47.4	47.4	42.4	55.7	34.4	44.1
ปาร์เก้	16	2	3	3	4	4	6	5	2	3	3	7	6
	100.0	12.5	18.8	18.8	25.0	25.0	37.5	31.2	12.5	18.8	18.8	43.7	37.5
	6.4	4.4	20.0	4.3	5.3	9.3	10.0	6.4	10.5	3.3	3.8	7.5	7.8
หินอ่อนเทียม	3	-	-	1	1	1	1	2	-	-	-	3	-
	100.0	-	-	33.3	33.3	33.3	33.3	66.7	-	-	-	100.0	-
	1.2	-	-	1.4	1.3	2.3	1.7	2.6	-	-	-	3.2	-
หินอ่อน	8	1	2	1	3	1	3	1	-	4	-	5	3
	100.0	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5	37.5	12.5	-	50.0	-	62.5	37.5
	3.2	2.2	13.3	1.4	3.9	2.3	5.0	1.3	-	4.3	-	5.4	3.9
พรม	47	7	3	12	17	8	10	13	2	22	6	21	20
	100.0	14.9	6.4	25.5	36.2	17.0	21.3	27.7	4.3	46.8	12.8	44.7	42.5
	18.9	15.6	20.0	17.1	22.4	18.6	16.7	16.7	10.5	23.9	7.6	22.6	26.0
หินขัด	26	2	-	9	9	6	5	9	3	9	13	11	2
	100.0	7.7	-	34.6	34.6	23.1	19.2	34.6	11.5	34.6	50.0	42.3	7.7
	10.4	4.4	-	12.9	11.8	14.0	8.3	11.5	15.8	9.8	16.4	11.8	2.6
กระเบื้องปูพื้น	39	3	3	15	12	6	10	11	3	15	13	14	12
	100.0	7.7	7.7	38.5	30.8	15.4	25.6	28.2	7.7	38.5	33.3	35.9	30.8
	15.7	6.7	20.0	21.4	15.8	14.0	16.7	14.1	15.8	16.3	16.4	15.1	15.6

จากตารางที่ 94 มีผู้ตอบว่า วัสดุที่สามารถใช้ขึ้นห้องและพื้นสำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องยาง รองลงมาพรม คิดเป็นร้อยละ 44.2 และ 18.9 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ให้ผลสรุปเช่นเดิม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 95. แสดงร้อยละที่สามารถใช้พื้นที่ห้องรับแขกและพื้นสำนักงาน จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

ร้อยละที่ใช้	รวม	อาชีพ					รายได้					ประเภทบ้าน		
		รับราชการ ว.ลาหจก	พนักงานรัฐ ว.ลาหจก	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000- 8,999	9,000- 12,999	มากกว่า 13,000	อาคาร พาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน	
รวม	290 100.0 100.0	50 17.2 100.0	21 7.2 100.0	75 25.9 100.0	94 32.4 100.0	50 17.2 100.0	60 20.7 100.0	84 29.0 100.0	29 10.0 100.0	117 40.3 100.0	77 26.6 100.0	100 34.5 100.0	113 38.9 100.0	
กระเบื้องยาง	65 100.0 22.4	15 23.1 30.0	3 4.6 14.3	18 27.7 24.0	22 33.8 23.4	7 10.8 14.0	15 23.1 25.0	17 26.1 20.2	3 4.6 10.3	30 46.2 25.6	13 20.0 16.9	27 41.5 27.0	25 38.5 22.1	
ปาร์เก้	15 100.0 5.2	2 13.3 4.0	3 20.0 14.3	3 20.0 4.0	3 20.0 3.2	4 26.7 8.0	6 40.0 10.0	5 33.3 5.9	2 13.3 6.9	2 13.3 1.7	2 13.3 2.6	7 46.7 7.0	6 40.0 5.3	
หินอ่อนเทียม	4 100.0 1.4	- - -	1 25.0 4.8	1 25.0 1.3	2 50.0 2.1	- - -	- - -	2 50.0 2.4	1 25.0 3.4	1 25.0 0.8	- - -	2 50.0 2.0	2 50.0 1.7	
หินอ่อน	18 100.0 6.2	1 5.6 2.0	2 11.1 9.5	3 16.7 4.0	9 50.0 9.6	3 16.7 6.0	6 33.3 10.0	4 22.2 4.8	- - -	8 44.4 6.8	1 5.6 1.3	8 44.4 8.0	9 50.0 8.0	
พรม	52 100.0 17.9	7 13.5 14.0	4 7.7 19.0	16 30.8 21.3	18 34.6 19.1	7 13.5 14.0	11 21.1 18.3	10 19.2 11.9	7 13.5 24.1	24 46.1 20.5	8 15.4 10.4	22 42.3 22.0	22 42.3 19.5	
หินขัด	52 100.0 17.9	8 15.4 16.0	2 3.8 9.5	13 25.0 17.3	15 28.8 16.0	14 26.9 28.0	8 15.4 13.3	17 32.7 20.2	9 17.3 30.0	18 34.6 15.4	24 46.1 31.2	16 30.8 16.0	12 23.1 10.6	
กระเบื้องปูพื้น	79 100.0 27.2	16 20.3 32.0	5 6.3 23.8	20 25.3 26.7	23 29.1 24.5	15 19.0 30.0	12 15.2 20.0	27 34.2 32.1	6 7.6 20.7	34 43.0 29.1	27 34.2 35.1	15 19.0 15.0	37 46.8 32.7	
กระเบื้องโมเสค	5 100.0 1.7	1 20.0 2.0	1 20.0 4.8	1 20.0 1.3	2 40.0 2.1	- - -	2 40.0 3.3	2 40.0 2.4	1 20.0 3.4	- - -	2 40.0 2.6	3 60.0 3.0	- - -	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 95 มีผู้ตอบว่า วัสดุที่ควรใช้ปูพื้นห้องรับแขกและพื้นสำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องปูพื้น รองลงมากระเบื้องยาง คิดเป็นร้อยละ 27.2 และ 22.4

เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ ผู้ตอบทุกรายยังคงตอบเช่นเดิม เมื่อวิเคราะห์ตามรายได้ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 4,999 ตอบว่าควรใช้กระเบื้องยางมากที่สุด ผู้มีรายได้อื่น ๆ ตอบว่าควรใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุด แต่รายได้ระหว่าง 9,000-12,999 ตอบว่าควรใช้หินขัดมากที่สุด ร้อยละ 30.0 เมื่อวิเคราะห์ตามประเภทบ้าน ผู้อยู่อาศัยอาคารพาณิชย์และหมู่บ้าน ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องปูพื้นมากที่สุด ร้อยละ 35.1 และ 32.7 ตามลำดับ แต่ผู้อยู่ทาวเฮาส์ ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องยางมากที่สุด ร้อยละ 27.0



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 96 แสดงวัสดุที่สามารถใช้ทั้งห้องนอน ห้องรับแขก และพื้นที่สำนักงาน จำแนกตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

วัสดุที่ใช้	รวม	อาชีพ					รายได้					ประเภทบ้าน		
		รับราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 13,000	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน	
รวม	139 100.0 100.0	25 18.0 100.0	11 7.9 100.0	38 27.3 100.0	43 30.9 100.0	22 15.8 100.0	34 24.5 100.0	40 28.8 100.0	10 7.2 100.0	55 39.6 100.0	37 26.6 100.0	51 36.7 100.0	51 36.7 100.0	
กระเบื้องยาง	42 100.0 30.2	13 30.9 52.0	2 4.8 18.2	9 21.4 23.7	13 30.9 30.2	5 11.9 22.7	11 26.2 32.3	13 30.9 32.5	1 2.4 10.0	17 40.5 30.9	14 33.3 37.8	14 33.3 27.4	14 33.3 27.4	
ปาร์เก้	14 100.0 10.1	2 14.3 8.0	3 21.4 27.3	2 14.3 5.3	3 21.4 7.0	4 28.6 18.2	6 42.9 17.6	4 28.6 10.0	2 14.3 20.0	2 14.3 3.6	1 7.1 2.7	7 50.0 13.8	6 42.9 11.7	
หินอ่อน/หินม	1 100.0 0.7	- - -	- - -	- - -	1 100.0 2.3	- - -	- - -	1 100.0 2.5	- - -	- - -	- - -	1 100.0 2.0	- - -	
หินอ่อน	4 100.0 2.9	- - -	1 25.0 9.1	1 25.0 2.6	2 50.0 4.6	- - -	1 25.0 2.9	1 25.0 2.5	- - -	2 50.0 3.6	- - -	2 50.0 3.9	2 50.0 3.9	
พรม	38 100.0 27.3	7 18.4 28.0	3 7.9 27.3	10 26.3 26.3	12 31.6 27.9	6 15.8 27.3	9 23.7 26.5	10 26.3 25.0	1 2.6 10.0	18 47.4 32.7	5 13.1 13.5	17 44.7 33.3	16 42.1 31.4	
หินขัด	14 100.0 10.1	- - -	- - -	5 35.7 13.2	5 35.7 11.6	4 28.6 18.2	3 21.4 8.8	4 28.6 10.0	3 21.4 30.0	4 28.6 7.3	8 57.1 21.6	3 21.4 5.9	3 21.4 5.9	
กระเบื้องหิน	26 100.0 18.7	3 11.5 12.0	2 7.7 18.2	11 42.3 28.9	7 26.9 16.3	3 11.5 13.6	4 15.4 11.8	7 26.9 17.5	3 11.5 30.0	12 46.2 21.8	9 34.6 24.3	7 26.9 13.7	10 38.5 19.6	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 96 แสดงว่าวัสดุที่สามารถใช้ปูทั้งพื้นห้องนอน ห้องรับแขก และ พื้นสำนักงานมากที่สุดคือ กระเบื้องยาง รองลงมาพรม คิดเป็นร้อยละ 30.2 และ 27.3 และกระเบื้องปูพื้น ร้อยละ 18.7

เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ ผู้ตอบที่รับราชการ และพนักงานเอกชน ตอบว่าควรใช้ กระเบื้องยางมากที่สุด ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ไม่ได้ประกอบ พอาชีพ ตอบว่าควรใช้พรมมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ตามรายได้ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 4,999 และ 5,000-8,999 บาท ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องยางมากที่สุด 9,000-12,999 ตอบว่าควร ใช้หินขัดและกระเบื้องปูพื้นมากที่สุด และรายได้มากกว่า 13,000 บาท ตอบว่าควรใช้พรม มากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ตามประเภทบ้าน อาคารพาณิชย์ ตอบว่าควรใช้กระเบื้องยาง ส่วนทาวเฮาส์และหมู่บ้าน ตอบว่าควรใช้พรมมากที่สุด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 97 แสดงวัสดุที่ควรนำมาบุผนังห้องน้ำมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

วัสดุที่ใช้	รวม	สถาปนิก	ผู้รับเหมา
รวม	40	20	20
	100.0	50.0	50.0
	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องโมเสค	5	4	1
	100.0	80.0	20.0
	12.5	20.0	5.0
สีทาบ้าน	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
หินอ่อนเทียม	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
กระเบื้องบุผนัง	34	16	18
	100.0	47.1	52.9
	85.0	80.0	90.0
หินอ่อน	1	-	1
	100.0	-	100.0
	2.5	-	5.0

จากตารางที่ 97 แสดงว่าวัสดุที่ควรใช้บุผนังห้องน้ำมากที่สุดคือ กระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 85.0 รองลงมา กระเบื้องโมเสคร้อยละ 12.5 ถ้าจำแนกตามอาชีพ สรุปผลได้ ดังนี้

สถาปนิก ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องบุผนังมากที่สุดร้อยละ 80.0 รองลงมา กระเบื้องโมเสคร้อยละ 20.0

ผู้รับเหมา ตอบว่า ควรใช้กระเบื้องบุผนังมากที่สุดเช่นกัน ร้อยละ 90.0 รองลงมา กระเบื้องโมเสค และหินอ่อนร้อยละ 5.0

ตารางที่ 98 แสดงวัสดุที่ควรใช้บุผนังห้องน้ำ ในความคิดเห็นของร้านค้า

วัสดุที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
กระเบื้องโมเสค	2	6.7
กระเบื้องบุผนัง	28	93.3
สีทาบ้าน	-	-
หินอ่อน	-	-
หินอ่อนเทียม	-	-
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 98 แสดงว่า วัสดุที่ควรใช้บุผนังห้องน้ำมากที่สุดคือ กระเบื้องบุผนัง ร้อยละ 93.3 รองลงมา กระเบื้องโมเสคร้อยละ 6.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 99 แสดงวัสดุที่ควรใช้ปูนฝังห้องน้ำมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ รายได้ ประเภทบ้าน

ประเภทวัสดุ	รวม	อาชีพ						รายได้					ประเภทบ้าน			
		รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ไม่ตอบ	ไม่เกิน 4,999	5,000-8,999	9,000-12,999	มากกว่า 13,000	ไม่ตอบ	อาคารพาณิชย์	ทาวเฮาส์	หมู่บ้าน	ไม่ตอบ
รวม	300	58	21	77	92	51	1	58	89	25	127	1	64	115	119	2
	100.0	19.3	7.0	25.7	30.7	17.0	0.3	19.3	29.7	8.3	42.3	0.3	21.3	38.3	39.7	0.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กระเบื้องโมเสค	93	22	7	27	26	11	-	18	24	10	41	-	25	43	25	-
	100.0	23.7	7.5	29.0	28.0	11.8	-	19.4	25.8	10.8	44.1	-	26.9	46.2	26.9	-
	31.0	37.9	33.3	35.1	28.3	21.6	-	31.0	27.0	40.0	32.3	-	39.1	37.4	21.0	-
กระเบื้องบุผนัง	192	34	14	46	64	33	1	38	61	13	79	1	32	68	90	2
	100.0	17.7	7.3	24.0	33.3	17.2	0.5	19.8	31.8	6.8	41.1	0.5	16.7	35.4	46.9	1.0
	64.0	58.6	66.7	59.7	69.6	64.7	100.0	65.5	68.5	52.0	62.2	100.0	50.0	59.1	75.6	100.0
สีทาบ้าน	7	1	-	2	-	4	-	-	3	2	2	-	5	1	1	-
	100.0	14.3	-	28.6	-	57.1	-	-	42.9	28.6	28.6	-	71.4	14.3	14.3	-
	2.3	1.7	-	2.6	-	7.8	-	-	3.4	8.0	1.6	-	7.8	0.9	0.8	-
หินอ่อน	4	-	-	-	1	3	-	1	1	-	2	-	1	1	2	-
	100.0	-	-	-	25.0	75.0	-	25.0	25.0	-	50.0	-	25.0	25.0	50.0	-
	1.3	-	-	-	1.1	5.9	-	1.7	1.1	-	1.6	-	1.6	0.9	1.7	-
หินอ่อนเทียม	3	1	-	1	1	-	-	1	-	-	2	-	-	2	1	-
	100.0	33.3	-	33.3	33.3	-	-	33.3	-	-	66.7	-	-	66.7	33.3	-
	1.0	1.7	-	1.3	1.1	-	-	1.7	-	-	1.6	-	-	1.7	0.8	-
อื่น ๆ ระบุ	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-
	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-	100.0	-	-	-
	0.3	-	-	1.3	-	-	-	-	-	-	0.8	-	1.6	-	-	-

จากตารางที่ 99 มีผู้ตอบว่า วัสดุที่ควรใช้ปูนฝังห้องน้ำมากที่สุดคือ กระเบื้องบุผนัง รองลงมากระเบื้องโมเสค คิดเป็นร้อยละ 64.0 และ 31.0 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ตามอาชีพ รายได้ และประเภทบ้าน ก็ได้ผลลัพธ์เช่นเดียวกัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ นายสมัครชัย ลอยฤทธิวิจิตร

เกิด วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2499

จบการศึกษา สติติค่าสตรบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปี 2523

ประสบการณ์ Van Sale บริษัทสี่เฮอร์เบร่าเตอร์ ประเทศไทย จำกัด เป็นระยะเวลา
1 ปี ก่อนเข้าศึกษาต่อชั้นปริญญาโทมหาบัณฑิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย