

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	2
นิยามศัพท์ทั่วไป	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
การตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่	6
โครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของสมาชิก กบข.	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตเนื้อหา	13
ขอบเขตประชากร	13
จำนวนตัวอย่างและการคัดเลือกตัวอย่าง	13
วิธีการศึกษา	14
การรวบรวมข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความต้องการที่อยู่อาศัย	21
ส่วนที่ 3 ปัจจัยต่างๆทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	25
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	50
อภิปรายผลการศึกษา	52
ข้อค้นพบ	54
ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก แบบสอบถาม	59
ประวัติผู้เขียน	67

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามต้นสังกัด	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามตำแหน่งงาน	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้พิเศษเฉลี่ยต่อเดือน	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทที่พักอาศัยในปัจจุบัน	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะบ้านพักปัจจุบัน	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะบ้านพักที่ต้องการซื้อ	22
14	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามขนาดพื้นที่ที่ต้องการ	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนห้องนอนที่ต้องการ	23
16	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนห้องน้ำที่ต้องการ	24
17	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามราคาที่ต้องการซื้อ	24
18	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามทำเลที่ตั้งของบ้านที่ต้องการ	25
19	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	26
20	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	28
21	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	29
22	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	30

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน	32
24 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งงาน	34
25 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งงาน	36
26 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งงาน	38
27 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับเงินเดือน	40
28 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับเงินเดือน	42
29 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับเงินเดือน	44
30 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับเงินเดือน	46
31 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	48
32 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา	48
33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	49
34 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	49