

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูปภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	17
ขอบเขตวิธีการศึกษา	17
ขอบเขตเนื้อหา	17
ขอบเขตประชากร	17
จำนวนตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	17
วิธีการศึกษา	18
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
ระยะเวลาในการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	21
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน	26

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเพื่อ อยู่อาศัยของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	136
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	143
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	147
สรุปผลการศึกษา	148
อภิปรายผลการศึกษา	153
ข้อค้นพบ	160
ข้อเสนอแนะ	162
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	171
บรรณานุกรม	173
ภาคผนวก	176
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	177
ภาคผนวก ข ตัวอย่างรูปแบบบ้าน	187
ประวัติผู้เขียน	201

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนพนักงานในแต่ละประเภทโรงงานอุตสาหกรรม	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	22
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	22
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	23
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุการทำงาน ในนิคมอุตสาหกรรม	23
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน	24
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้รวม ทั้งสิ้นต่อเดือน	24
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	25
9 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยการตลาดบริการที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	26
10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	27
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบ้านที่ ต้องการ	29
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบบ้านที่ ต้องการ	30
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบบ้านที่ ต้องการ	31
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน ห้องนอนที่ต้องการ	32
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน โรงจอดรถ รถยนต์ที่ต้องการ	32
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดที่ดินที่ ต้องการ	33

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทำเลของบ้านที่ต้องการในจังหวัดเชียงใหม่	34
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งที่ต้องการให้มีในบ้านหรือโครงการ	35
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	36
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาบ้านที่ต้องการซื้อ	37
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินคาวนที่เหมาะสม	37
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	38
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	39
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	40
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	41
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน	42
27 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจำแนกตามเพศ	43
28 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะบ้านที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	45
29 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบบ้านที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	46
30 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการตกแต่งภายในของบ้านที่ต้องการจำแนกตามเพศ	47
31 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนห้องนอนที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	49
32 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนโรงจอดรถยนต์ที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	50

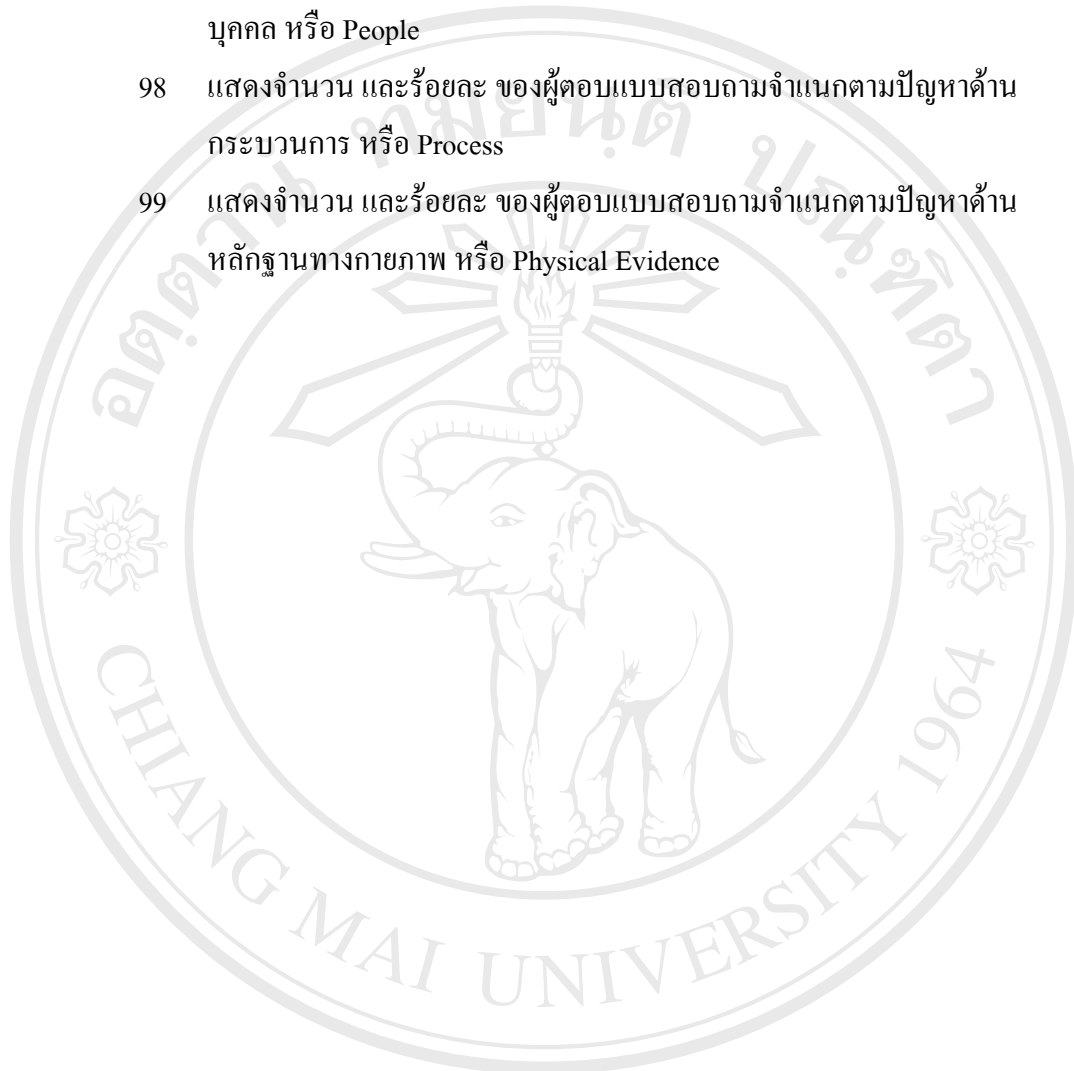
ตาราง	หน้า
33 แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดที่ดินที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	51
34 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลของบ้านที่ต้องการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	52
35 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่ต้องการให้มีในบ้านหรือ โครงการที่ ต้องการ จำแนกตามเพศ	54
36 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนก ตามเพศ	55
37 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาบ้านที่ต้องการ จำแนกตามเพศ	57
38 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนเงินค่างวดที่คิดว่าเหมาะสม จำแนกตาม เพศ	58
39 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	59
40 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	61
41 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านปัจจัยด้านบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	63
42 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	64
43 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	65
44 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	67
45 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะบ้านที่ต้องการ จำแนกตามอายุ	70
46 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบบ้านที่ต้องการ จำแนกตามอายุ	72
47 แสดงจำนวนและร้อยละของการตกแต่งภายในของบ้านที่ต้องการจำแนก ตามอายุ	74
48 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนห้องนอนที่ต้องการจำแนกตามอายุ	76
49 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนโรงจอดรถยนต์ที่ต้องการจำแนกตาม อายุ	77

ตาราง	หน้า
50 แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดที่ดินที่ต้องการจำแนกตามอายุ	78
51 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลของบ้านที่ต้องการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	79
52 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่ต้องการให้มีในบ้านหรือโครงการจำแนก ตามอายุ	81
53 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนก ตามอายุ	83
54 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาบ้านที่ต้องการซื้อ จำแนกตามอายุ	85
55 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนเงินค่างวดที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ	86
56 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	88
57 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	90
58 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนก ตามอายุ	92
59 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	94
60 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	96
61 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามรายได้รวม	98
62 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะบ้านที่ต้องการ จำแนกตามรายได้	101
63 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบบ้านที่ต้องการ จำแนกตามรายได้	103
64 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการตกแต่งภายในของบ้านที่ต้องการ จำแนกตามรายได้	105
65 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนห้องนอนที่ต้องการจำแนกตามรายได้	107
66 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนโรงจอดรถยนต์ที่ต้องการจำแนกตาม รายได้	108
67 แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดที่ดินที่ต้องการจำแนกตามรายได้	109

ตาราง	หน้า
68 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลของบ้านที่ต้องการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	111
69 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่ต้องการให้มีในบ้านหรือโครงการจำแนก ตามรายได้	113
70 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจำแนกตาม รายได้รวม	115
71 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาบ้านที่ต้องการซื้อ จำแนกตามรายได้	117
72 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนเงินค่างวดที่เหมาะสม จำแนกตามรายได้	118
73 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้านจำแนกตามรายได้รวม	120
74 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้านจำแนกตามรายได้รวม	122
75 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจำแนก ตามรายได้รวม	124
76 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามรายได้รวม	126
77 แสดงค่าเฉลี่ยผลของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อบ้านจำแนกตามรายได้รวม	128
78 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความ ต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ บ้าน	130
79 แสดงค่าเฉลี่ยผลของความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามเพศ	131
80 แสดงค่าเฉลี่ยผลของความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามอายุ	132
81 แสดงค่าเฉลี่ยผลของความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน จำแนกตามรายได้	134
82 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่ง กระตุ้นอื่นๆ	136

ตาราง	หน้า
83 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของผู้ซื้อ	137
84 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ริเริ่มเสนอความคิดให้สนใจซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย	138
85 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่ให้คำแนะนำในการซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยมากที่สุด	139
86 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย	139
87 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการหาข้อมูลเพื่อซื้อบ้าน	140
88 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อซื้อบ้าน	140
89 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อบ้าน	141
90 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบอกต่อแก่ผู้อื่น	141
91 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกแบบบ้าน	142
92 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของบ้าน	142
93 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หรือ Product and Services	143
94 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคา หรือ Price	144
95 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ Place	144
96 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด หรือ Promotion	145

ตาราง	หน้า
97 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านบุคคล หรือ People	145
98 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ หรือ Process	146
99 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ หรือ Physical Evidence	147



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved