

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวความคิดและทบทวนวรรณกรรม	5
ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด	5
ทบทวนวรรณกรรม	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา	11
วิธีการรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ของผู้บริโภคใน โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่	35
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ของผู้บริโภคใน โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	44

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่	
จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	98
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	144
สรุปผลการศึกษา	144
อภิปรายผลการศึกษา	179
ข้อค้นพบ	182
ข้อเสนอแนะ	190
บรรณานุกรม	193
ภาคผนวก	195
ประวัติผู้เขียน	203

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเส้นทาง	11
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนาเดิม	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าน	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาหลังจากที่ซื้อบ้าน	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในบ้าน	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะบ้านเดี่ยวที่ซื้อ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดพื้นที่ของบ้าน	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดที่ดิน	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาบ้านพร้อมที่ดิน	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาก่อนตัดสินใจซื้อ	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อบ้าน	23
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลของโครงการ	23
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนซื้อบ้านหลังใหม่	24
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่วางแผนจะซื้อบ้านหลังใหม่	25

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์	26
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา	29
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภค ในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	33
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์	35
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา	38
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	40
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	42
28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ	44
29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม เพศ	45



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามการศึกษา	67
40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	71
41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	74
42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	76
43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ	78
44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	82
45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	87
46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามรายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	93
48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ	98
49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม เพศ	99
50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตาม เพศ	100
51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตาม เพศ	101
52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	102
53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอายุ	105
54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	107
55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามอายุ	109
56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการศึกษา	111
57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามการศึกษา	115
58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามการศึกษา	115

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตาม การศึกษา	119
60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	122
61 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	126
62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	128
63 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตาม อาชีพ	130
64 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ของ ครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	133
65 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามรายได้ของ ครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	137
66 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	139
67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาที่พบจากการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตาม รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน	141
68 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก	145
69 สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ 3 ลำดับแรก	146



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
70	สรุบบัญญัติส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ 3 ลำดับแรก	146
71	สรุบบัญญัติส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ 3 ลำดับแรก	148
72	สรุบบัญญัติส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา 3 ลำดับแรก	150
73	สรุบบัญญัติส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ 3 ลำดับแรก	154
74	สรุบบัญญัติส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 3 ลำดับแรก	157
75	สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ 3 ลำดับแรก	161
76	สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม จำแนกตามอายุ 3 ลำดับแรก	164
77	สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตามการศึกษา 3 ลำดับแรก	167
78	สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตามอาชีพ 3 ลำดับแรก	171
79	สรุปปัญหาที่พบมากที่สุดจากการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 3 ลำดับแรก	175