

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษา	13
ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างส่วนประสมการตลาด บริการ	38
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในโครงการจัดซื้อวีลด์และ ข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	47
สรุปผลการศึกษา	47
อภิปรายผลการศึกษา	62
ข้อค้นพบ	66
ข้อเสนอแนะ	69
ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	73
แบบสอบถาม	74
ประวัติผู้เขียน	80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	17
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	17
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของบ้านที่ซื้อและอยู่อาศัย	18
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของบ้านที่ซื้อและอยู่อาศัย	19
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระเงินซื้อบ้าน	19
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการเงินที่ใช้บริการในการซื้อบ้าน	20
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักโครงการจัดซื้ออสังหาริมทรัพย์	21
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามก่อนตัดสินใจซื้อบ้านหลังนี้ เคยไปดูโครงการอื่นมาก่อน	21
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมาดูโครงการจัดซื้ออสังหาริมทรัพย์	22
ตารางที่ 13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการหาข้อมูล	22
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินจอบ้านที่คิดว่าเหมาะสม	23
ตารางที่ 15	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดซื้ออสังหาริมทรัพย์ จังหวัดลำปาง	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 16	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	27
ตารางที่ 17	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	29
ตารางที่ 18	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	30
ตารางที่ 19	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	32
ตารางที่ 20	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	33
ตารางที่ 21	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมที่มองเห็นได้ที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	34
ตารางที่ 22	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง	35
ตารางที่ 23	แสดงการจัดอันดับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามี ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก	36
ตารางที่ 24	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง จำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 25	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคนในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอริวิวัลด์ จังหวัดลำปาง จำแนกตามอายุ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 26	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอารีวิลล์ จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ต่อคนต่อเดือน	41
ตารางที่ 27	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอารีวิลล์ จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	43
ตารางที่ 28	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอารีวิลล์ จังหวัดลำปาง จำแนกตามลักษณะของบ้านที่ซื้อและอยู่อาศัย	45
ตารางที่ 29	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในโครงการบ้านจัดสรรและข้อเสนอแนะอื่นๆ	46
ตารางที่ 30	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้าน โครงการจัดตั้งอารีวิลล์ จังหวัดลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ตารางที่ 31	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
ตารางที่ 32	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ตารางที่ 33	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
ตารางที่ 34	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
ตารางที่ 35	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
ตารางที่ 36	แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 37 แสดงระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในหัวข้อย่อยของส่วนประสมการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมของผู้ตอบ แบบสอบถาม	56



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved