

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	9
1.5 นิยามศัพท์	10
<b>บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	12
2.1.1 วัฏจักรธุรกิจ (Business Cycles)	12
2.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	13
2.1.3 เครื่องชี้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค	14
2.1.4 ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	16
2.1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภค	23
2.1.6 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)	25
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย</b>	
3.1 เครื่องมือในการวิจัย	34

3.2	สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล	35
3.3	ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	35
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี	36
4.2	ข้อมูลพฤติกรรมผู้ซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี	38
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	59
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	61
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	61
	เอกสารอ้างอิง	62
	ประวัติผู้เขียน	64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (แสดงจำนวนหน่วย)	2
1.2 จำนวนประชากรในจังหวัดนนทบุรี	7
1.3 จำนวนการเช่าตัวอย่างประชากรในจังหวัดนนทบุรี	9
4.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี	36
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตาม เพศ	38
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตาม อายุ	38
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามระดับการศึกษา	39
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามสถานภาพ	39
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามอาชีพ	40
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	40
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามขนาดครอบครัว	41
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามการพักอาศัย	42
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามการมีบ้านเป็นของตนเอง	42
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	43
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามสถานภาพการอยู่อาศัย	43
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามการซื้อบ้านจัดสรร	44
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามลักษณะบ้านจัดสรรที่ซื้อ	44
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามขนาดพื้นที่บ้านจัดสรร	45
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามราคาบ้านจัดสรร	45
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร	46
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรตามการเปรียบเทียบข้อมูลบ้านจัดสรร	46
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามการชมตัวอย่างบ้านจัดสรร	47
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรตามจำนวนการชมตัวอย่างบ้านจัดสรร	47
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรตามระยะเวลาตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร	48
4.22 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคบ้านจัดสรรจำแนกตามสถานที่ซื้อบ้านจัดสรร	48
4.23 ระดับความสำคัญของปัจจัยในการซื้อบ้านจัดสรร	49

4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อบ้านจัดสรร	50
4.25 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล	53
4.26 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม	53
4.27 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	54
4.28 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านกฎหมาย	55
4.29 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	55
4.30 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	56
4.31 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	56
4.32 ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	57



## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แผนที่จังหวัดนันทบุรี	8
2.1 ช่วงของวัฏจักรธุรกิจ	12
2.2 การเปลี่ยนแปลงของดัชนีชี้ภาวะเศรษฐกิจ	15
2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	17