

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
ธุรกิจบริการออกแบบบ้านในจังหวัดเชียงใหม่	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ธุรกิจบริการออกแบบบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ธุรกิจบริการออกแบบบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	39
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลือกธุรกิจบริการออกแบบบ้าน	87
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการศึกษา	94
อภิปรายผลการศึกษา	110
ข้อค้นพบ	113
ข้อเสนอแนะ	122
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	126
แบบสอบถาม	127
ประวัติผู้เขียน	137

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของ ครอบครัวต่อเดือน	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะอาคารที่ ปลูกสร้าง	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาอยู่ อาศัยบ้านหลังนี้	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาปลูกสร้าง อาคาร ไม่รวมราคาที่ดิน	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ ธุรกิจบริการออกแบบบ้าน	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ รู้จักธุรกิจบริการออกแบบบ้าน	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการ เปรียบเทียบข้อมูลธุรกิจบริการออกแบบบ้านก่อนตัดสินใจ	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการจด ทะเบียนของธุรกิจบริการออกแบบบ้านที่ใช้บริการ	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกธุรกิจ บริการออกแบบบ้าน	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทำสัญญาที่เป็นเอกสารกับธุรกิจบริการออกแบบบ้านที่ใช้บริการ	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (จ้าง) ธุรกิจบริการออกแบบบ้านทั้งหมด	23
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	28
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	29
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	31
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	34
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ	36
24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	38
25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	39
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	43
28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	45
29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	47
30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	49
31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ จำแนกตามเพศ	51
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	53
33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	54
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	56
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	58
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	60
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	62
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	65
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	69
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	71
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ของ ครอบครัวต่อเดือน	73
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	75
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	77
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ ของครอบครัวต่อเดือน	79
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตาม รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	82
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	84
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	86
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	87
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	88
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	90
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	91
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ	92
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ	93
56 แสดงสรุปการให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ลำดับแรกและปัญหาที่พบลำดับแรก	116
57 แสดงสรุปการให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ลำดับแรก จำแนกตามเพศ	117
58 แสดงสรุปการให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ	118
59 แสดงสรุปการให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	120