

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>10</b>
ขอบเขตการศึกษา	10
ขอบเขตเนื้อหา	10
ขอบเขตประชากรและการกำหนดขนาดตัวอย่าง	10
วิธีการศึกษา	12
การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินการและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>15</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	27
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด	92

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการศึกษา	103
อภิปรายผลการศึกษา	122
ข้อค้นพบ	126
ข้อเสนอแนะ	134
ข้อจำกัดในการศึกษา	143
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก	146
ประวัติผู้เขียน	158

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่เคยซื้อบ้านก่อนบ้านหลังปัจจุบัน	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของบ้านจัดสรรที่ซื้อ	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายชื่อโครงการบ้านจัดสรร	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านจัดสรร	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดที่ดิน	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาบ้านจัดสรร	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจ่ายเงินซื้อบ้าน	24
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลของบ้านจัดสรร	25
17 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร	25
18 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรร	26
19 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน	27

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	27
21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	30
22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	32
24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	33
25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	34
26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	35
27 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	36
28 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ	39
30 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	41
31 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	43
32 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	45
33 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	46
34 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	48
35 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุ	50
36 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	51
37 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	55
39 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	57
40 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	59
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	60
42 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ	64
44 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	65
45 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนก ตามรายได้รวมต่อเดือน	67
46 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด จำหน่าย จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	69
47 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	71
48 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	73
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน กระบวนการ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	74
50 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	76
51 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายได้ รวมต่อเดือน	78
52 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามราคาบ้าน	79
53 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนก ตามราคาบ้าน	81
54 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด จำหน่าย จำแนกตามราคาบ้าน	82
55 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามราคาบ้าน	84
56 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามราคาบ้าน	86

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
57 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามราคาบ้าน	87
58 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ จำแนกตามราคาบ้าน	89
59 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามราคา บ้าน	91
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	92
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ใน การเลือกซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	92
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	93
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาในการ เลือกซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	93
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	94
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายในการเลือกซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	94
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	95
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด ในการเลือกซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	96
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	97
69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร ใน การเลือกซื้อบ้านจาก โครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	97

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ	98
71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ ในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	98
72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	99
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งนำเสนอ ทางกายภาพให้บริการ ในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวน รอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	100
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะและปัญหา ในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่	101