

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	10
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	11
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อดีกแถวใน อำเภอ เมืองเชียงใหม่	21
ตอนที่ 3 ปัญหาที่พบในการซื้อดีกแถว	28
ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อดีกแถวใน อำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามประเภทธุรกิจและจำแนกตาม ระยะเวลาในการซื้อดีกแถว	32
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	52
สรุปผลการศึกษา	52
อภิปรายผล	57
ข้อค้นพบ	58
ข้อเสนอแนะ	67
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	70
แบบสอบถาม	71
ประวัติผู้เขียน	79

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้อาศัยในตึกแถวที่ซื้อ	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของตึกแถวที่ซื้อหนึ่งคูหา	15
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของตึกแถวที่ซื้อ	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนตึกแถวที่ซื้อในปัจจุบัน	16
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของตึกแถวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ซื้อ	17
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจ่ายเงินซื้อตึกแถว	17
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อตึกแถวที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	18
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลในการซื้อตึกแถวในอำเภอเมือง เชียงใหม่	19
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อตึกแถวในอำเภอเมือง เชียงใหม่มากที่สุด	20

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อตึกแถวที่อาศัยอยู่	20
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
20	สรุปค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อตึกแถวในอำเภอเมืองเชียงใหม่	27
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	28
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	29
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	30
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	31
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	32
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	35
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	37
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อตึกแถวที่อาศัยอยู่	41
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อตึกแถวที่อาศัยอยู่	44
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตึกแถวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อตึกแถวที่อาศัยอยู่	46
33	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดและปัญหาที่พบในการซื้อ 3 ลำดับแรก	61
34	สรุประดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อตึกแถวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ	62
35	สรุประดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกซื้อตึกแถวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อตึกแถวที่อาศัยอยู่	63
36	สรุประดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในการเลือกซื้อตึกแถวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากมากไปหาน้อย	64
37	สรุปปัญหาที่พบจากมากไปหาน้อย	66