

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
การรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือ สองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผลกระทบต่อ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการขาย	30
ส่วนที่ 4 ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านมือ สองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผลกระทบต่อ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการขาย	35
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านมือสองของ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรูปแบบบ้าน มือสองที่สนใจ	40
ส่วนที่ 6 ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านมือ สองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรูปแบบ บ้านมือสองที่สนใจ	73
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	106
สรุปผลการศึกษา	106
อภิปรายผลการศึกษา	120
ข้อค้นพบ	123
ข้อเสนอแนะ	128
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	132
แบบสอบถาม	133
ประวัติผู้เขียน	140

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัย	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มผู้เข้าร่วมงานมหกรรมบ้านมือสอง	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สนใจซื้อบ้านมือสอง	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะสภาพบ้านที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	26

ลิขสิทธิ์สงวนโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อบ้านมือสอง	27
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์ที่สนใจ	28
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	29
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	30
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	31
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	32
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	33
23 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	34
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	35
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	36
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านทำเลที่ตั้งในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	37
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านมือสอง	39
29 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
30 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	42
31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	43
32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
33 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	46
34 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	48
35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
38 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54
39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	58
41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	59
42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	61
43 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	62
44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	64
45 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	66
46 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	68
47 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	69
48 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	71
49 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	95
64 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	97
65 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	99
66 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาด้านทำเลที่ตั้งในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	100
67 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	102
68 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	104
69 แสดงลำดับและปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง	107
70 แสดงลำดับและปัจจัยย่อยของปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสองเป็นรายด้าน	108
71 แสดงการเปรียบเทียบความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสอง จำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	109
72 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	111
73 แสดงปัญหาย่อยในการเลือกซื้อบ้านมือสองที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรูปแบบบ้านมือสองที่สนใจ	116
74 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านมือสอง 10 ลำดับแรก	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
75 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสอง 10 ลำดับแรก	125
76 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก (รูปแบบบ้านเดี่ยว)	126
77 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก (รูปแบบทาวน์เฮาส์)	126
78 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก (รูปแบบคอนโดมิเนียม)	127
79 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก (รูปแบบอาคารพาณิชย์)	127