

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมุติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด	7
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	24
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ผู้เข้ามาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน	53
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา ตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	147
วิธีดำเนินการวิจัย	147
สรุปผลการวิจัย	148
อภิปรายผล	160
ข้อเสนอแนะ	164
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป	166
บรรณานุกรม	167
ภาคผนวก	169
แบบสอบถาม	171
ประวัติผู้วิจัย	175

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
4.2	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามเพศ	53
4.3	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามอายุ	58
4.4	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามสถานภาพสมรส	66
4.5	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามระดับการศึกษา	73
4.6	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามอาชีพ	81
4.7	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
4.8	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามเพศ	96
4.9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามอายุ	101
4.10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามสถานภาพสมรส	110
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามระดับการศึกษา	119
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามอาชีพ	128
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภคราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	137

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	แสดงการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า	24
2.2	พฤติกรรมการณ์ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	27
2.3	รูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค	28
2.4	ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 6 ขั้นตอน	36

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี