

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามการศึกษา	4
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 ขอบเขตการศึกษา	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในธุรกิจ	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบ้านจัดสรร	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	18
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาด	22
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.5 การตรวจสอบข้อมูล	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	44
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	54
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	71
5.3 ข้อเสนอแนะ	73
5.4 ข้อจำกัดของการวิจัยนี้	73
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	74
เอกสารอ้างอิง	75
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถามการวิจัย	82
ข ภาพประกอบการวิจัย	93

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ข้อมูลธุรกิจบ้านจัดสรร จังหวัดอุบลราชธานี	3
2.1 คำถาม 7 คำถาม (6W's และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	19
3.1 การสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อบ้านจัดสรรจากหมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี	36
3.2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)	39
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	45
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	46
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	46
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย	47
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโครงการ	48
4.8 ภาพรวมของระดับความคิดเห็นเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค	49
4.9 ระดับความคิดเห็นเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเด็นประเภทของบ้าน	49
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางในการซื้อบ้าน (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน)	50
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	51
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	52
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	53
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านผู้บริโภคหาข้อมูลในการซื้อบ้านอย่างไร (ผู้บริโภคซื้อบ้านอย่างไร)	53
4.15 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	54
4.16 สรุปความคิดเห็นต่อความสำเร็จของโครงการหมู่บ้านจัดสรร	63

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
ข.1 ลูกค้ำ	94
ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ	95

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี