

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการศึกษาของการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	7
ระเบียบวิธีการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	8
นิยามศัพท์.....	8
 2. แนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้อง	 9
ความหมายของการตลาด (marketing)	9
กลยุทธ์ทางการตลาด (marketing strategy)	10
การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด	12
การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	13
ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย.....	15

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	21
รูปแบบของการวิจัย.....	21
ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย.....	21
ตัวแปรประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	22
เครื่องมือในการวิจัย.....	22
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
ผลการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมือง กรุงเทพมหานคร.....	24
ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านสินค้าและราคาของผู้ประกอบการ ใช้สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร..	32
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับความสำเร็จของ โครงการ.....	33
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	41
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	41
คุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า.....	41
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมือง กรุงเทพมหานคร.....	41
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	42
ต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเฉพาะด้านสินค้าและราคาของบ้านเดี่ยว ราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร.....	43
กลยุทธ์การตลาดของบ้านเดี่ยวชานเมืองที่ส่งผลให้โครงการได้รับการตอบรับ ในระดับที่ดี.....	47
ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดและความสำเร็จของโครงการ.....	47
การสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์ทางสถิติและผลการวิเคราะห์เนื้อหา.....	48

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	51
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคาสำหรับ โครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร.....	54
ข. แบบสัมภาษณ์ กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคาสำหรับ โครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร.....	59
ประวัติการศึกษา.....	63