

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	11
3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรตามวิธีของ Yamane.....	28
3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรตามวิธีของ Herbert	28
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป.....	40
4.2 จำนวนและร้อยละของทรัพย์สินรอการขายที่ต้องการเลือกซื้อ.....	41
4.3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย.....	43
4.4 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์.....	45
4.5 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา.....	46
4.6 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	47
4.7 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด.....	48
4.8 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง.....	49
4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ต้องการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัย.....	51
4.10 วิธีการซื้อทรัพย์สินรอการขายจำแนกตามอายุของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัย.....	52

ตารางที่	หน้า
4.36 เนื้อที่ของทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย.....	77
4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอายุการปลูกสร้างทรัพย์สินรอกการ ขายที่ต้องการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย ประเภทที่อยู่อาศัย.....	78
4.38 อายุการปลูกสร้างของทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อจำแนกตามอายุ ของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย.....	78
4.39 อายุการปลูกสร้างของทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อจำแนกตาม อาชีพของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย...	79
4.40 อายุการปลูกสร้างของทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่ อาศัย.....	80
4.41 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่ กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย.....	81
4.42 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็น กรรมสิทธิ์.....	82
4.43 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับการสร้างครอบครัวใหม่ แต่งงาน.....	83
4.44 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับความต้องการเป็นอิสระ.....	85
4.45 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุน เก่งกำไร.....	86
4.46 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับที่อยู่อาศัยคับแคบเกินไป.....	87
4.47 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมไม่ดี.....	88

ตารางที่	หน้า
4.48 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับการมีปัญหาในการเดินทางของ ที่อยู่อาศัยเดิม.....	89
4.49 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอายุ.....	91
4.50 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอายุ.....	93
4.51 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอายุ.....	94
4.52 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการส่งเสริมทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลัง ตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอายุ.....	95
4.53 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย ประเภทที่อยู่อาศัยตามอาชีพ.....	97
4.54 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย ประเภทที่อยู่อาศัยตามอาชีพ.....	99
4.55 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอาชีพ.....	100
4.56 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม ทางการตลาดจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตาม อาชีพ.....	101

ตารางที่	หน้า
4.57 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการ ขายประเภทที่อยู่อาศัยตามรายได้เฉลี่ย.....	103
4.58 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการ ขายประเภทที่อยู่อาศัยตามรายได้เฉลี่ย.....	105
4.59 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามรายได้เฉลี่ย.....	106
4.60 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม ทางการตลาด จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยตามรายได้เฉลี่ย.....	107
4.61 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอกการขาย จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการ ขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอายุ.....	109
4.62 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอกการขาย จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการ ขายประเภทที่อยู่อาศัยตามอาชีพ.....	111
4.63 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอกการขาย จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการ ขายประเภทที่อยู่อาศัยตามรายได้เฉลี่ย.....	113
4.64 ตรวจสอบและประเมินกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดจัดการกลยุทธ์ของธนาคาร..	116