

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงรายละเอียดแบบบ้านขนาดเล็ก 2 อันดับในแต่ละประเภท.....	52
4.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน้ากว้างของที่ดินและความลึกของที่ดิน.....	62
4.3 แสดงโซนที่พักปัจจุบันและโซนสถานที่ทำงาน.....	64
4.4 แสดงระยะเวลาในการเดินทางไปและกลับ.....	65
4.5 ข้อมูลเพศ.....	66
4.6 สถานภาพ.....	66
4.7 ข้อมูลอายุ.....	66
4.8 แสดงจำนวนสมาชิกครอบครัวและอายุบุตร.....	67
4.9 ข้อมูลระดับการศึกษา อาชีพ.....	67
4.10 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยของครอบครัว.....	68
4.11 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน.....	68
4.12 ระดับทัศนคติในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4.13 ทัศนคติด้าน ราคาและระยะห่างจากที่ทำงานของที่พักอาศัยแต่ละประเภท.....	70
4.14 ระดับทัศนคติต่อการซื้อบ้านโครงการจัดสรรของผู้ต้องการซื้อบ้าน.....	71
4.15 ระดับทัศนคติต่อการซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรของผู้ต้องการซื้อบ้าน.....	72
4.16 ระดับทัศนคติต่อการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้ต้องการซื้อบ้าน.....	73
4.17 ระดับความสนใจที่จะซื้อบ้านในแต่ละประเภท.....	74
4.18 แสดงระดับระดับความสนใจที่จะซื้อบ้านในแต่ละประเภทของผู้ต้องการซื้อบ้าน...	74
4.19 แสดงรูปแบบและสไตล์ของบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	75
4.20 พื้นที่ใช้สอยของบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	76
4.21 ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพโดยรอบที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน..	77
4.22 ปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	78
4.23 ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางที่ยอมรับได้สู่ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม.....	79
4.24 ปัจจัยแวดล้อมทางการคมนาคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	79
4.25 ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางที่ยอมรับได้สู่ปัจจัยทางการคมนาคม.....	80

ตารางที่	หน้า
4.26 ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	80
4.27 ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	81
4.28 แสดงปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	82
4.29 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน.....	82
4.30 แสดงข้อมูลการตัดสินใจเลือกรับของแถม.....	83
4.31 สื่อและช่องทางการสื่อสารที่ส่งสามารถสร้างการรับรู้แก่ผู้ต้องการซื้อบ้านในการเปิดตัวโครงการ.....	84
4.32 สื่อและช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ผู้ต้องการซื้อบ้านขอเข้าชมโครงการ.....	85
4.33 ข้อมูลที่สำคัญที่ผู้ต้องการซื้อบ้านต้องการทราบและควรปรากฏในสื่อและช่องทางการสื่อสาร.....	86
4.34 สื่อและช่องทางการสื่อสารที่ผู้ต้องการซื้อบ้านใช้หาข้อมูลเบื้องต้น.....	88
4.35 ประสิทธิภาพการซื้อบ้านในแต่ละช่องทาง.....	89
4.36 ช่องทางที่มีโอกาสซื้อบ้านในอนาคต.....	89
4.37 การวัดระดับความเชื่อมั่นในแต่ละช่องทางและการวัดระดับโอกาส.....	90
4.38 ระดับความเชื่อมั่นในช่องทางการจัดจำหน่าย.....	91
4.39 โอกาสในการใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	91
4.40 แสดงความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ Pearson Correlation.....	92
4.41 แสดงความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้ Spearman's rho.....	95
5.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน้ากว้างของที่ดินและความลึกของที่ดิน.....	115
6.1 แสดงราคาบ้านที่สามารถซื้อได้.....	144
6.2 แสดงราคาคู่แข่งในทำเลที่ทำโครงการ.....	144
6.3 แสดงการเปรียบเทียบทางการตลาด.....	146
6.4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	147
6.5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	147
6.6 แสดงตัวเลขสำคัญในงบกระแสการเงินโครงการ.....	155