

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 ระเบียบวิธีการศึกษา	3
1.6 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีการรับรู้	5
2.1.2 แนวคิดการออกแบบ	11
2.1.3 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	16
2.1.4 แนวคิดการส่งเสริมการตลาด	20
2.1.5 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	22
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	38
3.1 ขอบเขตการศึกษา	38
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	39
3.4 พื้นที่ทำการศึกษา	40
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	41
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4	สถานะธุรกิจหมู่บ้านจัดสรร	43
4.1	ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรในเมืองเชียงใหม่	43
4.2	การขยายตัวของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่	44
4.3	ทำเลที่ตั้งของหมู่บ้านจัดสรรในเชียงใหม่	46
4.4	แนวโน้มของธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรของเมืองเชียงใหม่	50
บทที่ 5	การวิเคราะห์ข้อมูล	53
5.1	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
5.2	การวิเคราะห์ข้อมูลความเข้าใจต่อแบบที่ได้รับรู้	62
5.3	การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลองและสื่อเสมือนสามมิติ	64
5.4	การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ	67
บทที่ 6	บทสรุป	68
6.1	สรุปผลการศึกษา	68
6.2	อภิปรายผลการศึกษา	70
6.3	ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม		74
ภาคผนวก		77
ภาคผนวก ก	แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข	โครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่	86
ภาคผนวก ค	ภาพหุ่นจำลอง และ ภาพแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติ	91
ภาคผนวก ง	ข้อค้นพบจากการเก็บข้อมูล	93
ประวัติผู้เขียน		96

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงทำเลที่ตั้งของหมู่บ้านจัดสรรในเมืองเชียงใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2549	47
5.1 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามเพศ	53
5.2 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามอายุ	54
5.3 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามสถานภาพ	55
5.4 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามระดับการศึกษา	55
5.5 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามอาชีพ	56
5.6 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามรายได้	57
5.7 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามจำนวนเด็ก	58
5.8 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามจำนวนวัยแรงงาน	59
5.9 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบ้านจัดสรรจำแนกตามจำนวนวัยเกษียณ	60
5.10 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบ้านที่ต้องการซื้อ	61
5.11 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจในแบบบ้านที่ได้รับรู้	62
5.12 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลอง	64
5.13 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อเสมือนสามมิติ	55
5.14 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจำแนกตาม สื่อบ้านจัดสรร	67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 แสดงกระบวนการในการรับรู้สื่อเสมือนสามมิติ	13
2.2 แสดงประโยชน์ของสื่อเสมือนสามมิติ	14
2.3 แสดงกระบวนการผลิตสื่อหุ่นจำลอง	15
2.4 แสดงกระบวนการผลิตสื่อแบบจำลองเสมือนสามมิติ	15
2.5 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย S-R Theory	16
2.6 แสดงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	17
2.7 แสดงขั้นตอนในการรับรู้ (Perception process)	19
2.8 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	23
4.1 แสดงที่ตั้งและการกระจายตัวของบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	50