

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความต้องการซื้อและกลยุทธ์การตลาดคอนโตมิเนียม  
ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นาย ไพบ ไกรสรณ์

ภาควิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ศาสตราจารย์ยรรยง สิทธิชัย

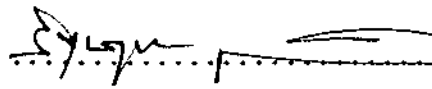
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ดร. วิไลพร ลิ้มสวัสดิ์

ดร. สิ้นธุ์ สโรบล



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
(ดร. รัตนาพร เศรษฐกุล) อธิการบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

1.  ..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ยรรยง สิทธิชัย)
2.  ..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชาญวรรณ แสงสุวรรณ)
3.  ..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สุรินทร์ วิษัประทีป)
4.  ..... กรรมการ  
(ดร. วิไลพร ลิ้มสวัสดิ์)
5.  ..... กรรมการ  
(ดร. สิ้นธุ์ สโรบล)

อนุมัติเมื่อวันที่ 13 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2540

ความต้องการซื้อและกลยุทธ์การตลาดคอนโดมิเนียม  
ในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

ไปรบ ไกรสรณ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ

พฤศจิกายน 2539

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าด้วยตนเองนี้สำเร็จได้ด้วยความรู้จาก ศาสตราจารย์ยรรยง สิทธิชัย ดร.วิไลพร ลิ้มสวัสดิ์ และ ดร.สินธุ์ สโรบล ซึ่งได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษาและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการค้นคว้านี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ คณะอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้และให้การสนับสนุนในการทำเรื่องนี้

ขอขอบคุณผู้ประกอบการคอนกรีตมิเนียม และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณทุก ๆ คนที่เกี่ยวข้อง ที่คอยให้กำลังใจมาตลอด

ไพบร โกรสรักษ์

วันที่ 30 ตุลาคม 2539

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความต้องการซื้อและกลยุทธ์การตลาดคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายไปรบ ไกรสรณ์
ภาควิชา	บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์รณรงค์ สิกขิชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ดร. วิไลพร ลีมะสวัสดิ์ ดร. สิทธิ์ สโรบล
ปีการศึกษา	2539

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการซื้อและกลยุทธ์การตลาดคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงศึกษากลยุทธ์การตลาดและปัญหาของธุรกิจคอนโดมิเนียม โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดและปัญหาของธุรกิจคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการคอนโดมิเนียม ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 64 โครงการ และจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 480 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทหารราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการหรือค้าขาย ระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา และปริญญาตรี ระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท

ผลการศึกษา จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนมากต้องการคอนโดมิเนียมที่ตั้ง ใกล้ที่ทำงาน ขนาดพื้นที่ห้องชุด 30-45 ตรม. จำนวนชั้น 10-15 ชั้น จำนวนยูนิตต่อชั้น 10-20 ยูนิต และห้องชุดที่ประกอบด้วย 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียมที่ต้องการมากที่สุดคือ ลานจอดรถ ยามรักษาความปลอดภัย ระดับราคาคอนโดมิเนียมที่ต้องการคือ ราคาต่ำกว่า 300,000 บาท การชำระเงินเป็นเงินก้อน จำนวนเงินจองระหว่าง 5,000-10,000 บาท ชำระเงินดาวน์ 10-15% จำนวนเงินผ่อนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวนปีที่ผ่อนชำระ 11-15 ปี ค่าใช้จ่ายส่วนกลางประมาณ 301-600 บาทต่อเดือน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการซื้อกับเจ้าของโครงการ ที่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่โครงการ แหล่งข้อมูลข่าวสาร

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคอนโตมิเนียมที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนมากได้รับจากเพื่อน หรือญาติ  
ที่เคยอยู่ การส่งเสริมการขายที่ต้องการคือ การลดราคาห้องชุด

ผลการศึกษาจากโครงการคอนโตมิเนียมพบว่า โครงการส่วนมากเปิดดำเนินการปี  
พ.ศ. 2534 โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ 10,000 บาท มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ  
จุดเด่นของโครงการอยู่ที่รูปแบบของโครงการ มีขนาดห้องชุด 32 ตารางเมตร ราคา 500,000  
บาท มีสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ยามรักษาความปลอดภัย ลานจอดรถ โครงการ จะเลือกสถานที่  
ที่ตั้งคอนโตมิเนียมที่มีการคมนาคมสะดวกที่สุด การชำระเงินค่าห้องชุดส่วนมากให้ชำระเป็น  
เงินเชื่อ ให้ชำระเงินจอง 10,000 บาท ชำระเงินดาวน์ 30% มีค่าใช้จ่ายส่วนกลางเดือนละ  
500 บาท ส่วนมากโครงการคอนโตมิเนียมกำหนดเป็นโครงการราคาปานกลาง มีการจัดจำหน่าย  
โดยเจ้าของโครงการ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ที่โครงการ การส่งเสริมการตลาด ใช้วิธีการโฆษณา  
ประเภทหนังสือพิมพ์ วิธีการส่งเสริมการขายใช้วิธีการลดราคาค่าห้องชุด โครงการกำหนด  
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดตามความสามารถที่จะจ่ายจริง ปัญหาของโครงการคอนโตมิเนียม คือ  
ห้องว่างเนื่องจากลูกค้าไม่เข้ามาอยู่ ไม่สามารถเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้ และการแข่งขันสูง

Thesis Title            The Needs for Buying Condominium and the Marketing  
Strategies for Condominium in Chiang Mai Province  
Name                     Mr. Pairob Kraison  
Department             Business Administration  
Thesis Advisor         Professor Dr.Yanyong Sitichai  
Thesis Co - Advisor     Dr.Wilaiporn Leemasawat  
                               Dr.Sin Sarobol  
Academic Year         1996

#### ABSTRACT

The purposes of the study: " The Needs for Buying Condominium and the Marketing Strategies for Condominium in Chiangmai Province " are as follows.

1. To study about the needs for condominium of the (targeted) (prospective) customers in Chiangmai Province
2. To study about the strategies for condominium business in Chiangmai Province.

Questionnaire was used to collect data from 64 Condominium owners and 480 target customers which are more male than female. Their ages are between 25-30 years old and their marital status is married. Their occupations are private company employees, government officials, state enterprise employees, businessmen or merchants. Their educational levels are diploma and bachelor degree. Their monthly income is lower 10,000 and 10,001-15,000 baht.

The results of the study about prospective customers show that most of them want condominium located near their working places. They want the suites with 30-45 square metres area in 10-15 storeyed (floored) condominium and there should be 10-20 units in each floor. They prefer the suite consisting of 2 bedrooms and 2 bathrooms. The facilities that they need most are parking lot and guardians. The preferable price is lower than 300,000 baht. They need the term

payment with 5,000-10,000 baht for booking and 10-15 % for down payment. The installment should be lower than 5,000 baht per month for 11-15 years. The medium expense is about 301-600 baht per month. They want to buy condominium from the owner of realestate who has the selling office at the site. Most prospective customers get the information of condominium from friends or relatives who used to stay in condominium. The sale promotion they prefer most is the reduction of the suite price. The finding form the study of condominium project show that most project have been opened since 1991. Prospective customers are business owners who earn about 10,000 baht monthly. The highlight of the projects is the project plan with the design of 32 square metre suite at the price of 500,000 baht. Most projects provide the facilities such as guardian and parking lot. Most projects are located in the most convenient area. Most customers use installment plan by paying 10,000 baht for booking and 30% down payment with the medium payment for 500 baht per month. Most project owners sell condominiums at reasonable price and they have sale offices at the sites. They promote their sales by advertising on newspaper. The sales promotion is done by reducing the suite price. They plan to spend for marketing expense as they can pay. The problem of condominium project is room vacancy because the owners do not stay there. Other problems are high competition and unable collection of [sharing medium] expense.

## สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญเรื่อง	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	4
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีและแนวความคิด	7
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.3 ข้อสมมติฐานในการศึกษา	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
3.1 วิธีดำเนินการศึกษาและวิจัย	35
3.2 การทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ	39
3.3 แหล่งข้อมูล	40
3.4 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	40
3.5 สรุปผลการศึกษา	40
3.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	40
3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	41
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิเคราะห์ผลการวิจัย	42
4.1 ข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	43
4.2 ข้อมูลทั่วไปของโครงการคอนโตมิเนียม	156



บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	187
5.1 สรุปผลการศึกษา	187
5.2 อภิปรายผล	211
5.3 ข้อเสนอแนะ	214
บรรณานุกรม	216
ภาคผนวก	218
ประวัติผู้เขียน	230

PAYAP UNIVERSITY

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	43
2	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	44
3	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	45
4	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	46
5	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	47
6	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	48
7	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบ้านพักในปัจจุบัน	49
8	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเป็นเจ้าของ	50
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอนโดมิเนียมและอาชีพ	51
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา	52
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ตั้งคอนโดมิเนียมและรายได้	53
12	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและ อาชีพ	54
13	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและระดับการศึกษา	55
14	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและรายได้	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและอาชีพ	57
16	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและระดับการศึกษา	58
17	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะความต้องการและรายได้	59
18	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของคนโตมิเนียม และอาชีพ	60
19	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของคนโตมิเนียม และระดับการศึกษา	61
20	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชั้นของคนโตมิเนียม และรายได้	62
21	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชนิดในแต่ละชั้นของคนโตมิเนียมและอาชีพ	63
22	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชนิดในแต่ละชั้นของคนโตมิเนียมและระดับการศึกษา	64
23	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนชนิดในแต่ละชั้นของคนโตมิเนียมและรายได้	65
24	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องนอนต่อชนิดของคนโตมิเนียมและอาชีพ	66
25	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องนอนต่อชนิดของคนโตมิเนียมและระดับการศึกษา	67
26	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องนอนต่อชนิดของคนโตมิเนียมและรายได้	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ ต่อยูนิตของคน โดมิเนียมและอาชีน	69
28	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ ต่อยูนิตของคน โดมิเนียมและระดับการศึกษา	70
29	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนห้องน้ำ ต่อยูนิตของคน โดมิเนียมและรายได้	71
30	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียมและอาชีน	72
31	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา	73
32	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ในคอนโดมิเนียมและรายได้	74
33	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการต่อระดับราคาของคน โดมิเนียมและอาชีน	75
34	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการต่อระดับราคาของคน โดมิเนียมและระดับการศึกษา	76
35	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการต่อระดับราคาของคน โดมิเนียมและรายได้	77
36	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการชำระเงินและอาชีน	78
37	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการชำระเงินและระดับการศึกษา	79
38	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการชำระเงินและรายได้	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินของคนโตมึเนียมและอาชีพ	81
40	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินของคนโตมึเนียมและระดับการศึกษา	82
41	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินของคนโตมึเนียมและรายได้	83
42	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินค่างวดของคนโตมึเนียมและอาชีพ	84
43	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินค่างวดของคนโตมึเนียมและระดับการศึกษา	85
44	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินค่างวดและรายได้	86
45	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและอาชีพ	87
46	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและระดับการศึกษา	88
47	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและรายได้	89
48	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระและอาชีพ	90
49	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระและระดับการศึกษา	91
50	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ต้องการผ่อนชำระและรายได้	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
51	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ส่วนกลางที่ต้องการและอาชีพ	93
52	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ส่วนกลางที่ต้องการและระดับการศึกษา	94
53	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ส่วนกลางที่ต้องการและรายได้	95
54	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่าย ที่ต้องการและอาชีพ	96
55	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่าย ที่ต้องการและระดับการศึกษา	97
56	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้จัดจำหน่าย ที่ต้องการและรายได้	98
57	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ ที่ต้องการติดต่อซื้อคอนโอมิ เนียมและอาชีพ	99
58	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ ที่ต้องการติดต่อซื้อคอนโอมิ เนียมและระดับการศึกษา	100
59	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ ที่ต้องการติดต่อซื้อคอนโอมิ เนียมและรายได้	101
60	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ของโครงการและอาชีพ	102
61	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ของโครงการและระดับการศึกษา	103
62	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ของโครงการและรายได้	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
63	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและอาชีพ	105
64	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและระดับการศึกษา	106
65	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการคำแนะนำจากพนักงานและรายได้	107
66	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและอาชีพ	108
67	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและระดับการศึกษา	109
68	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการส่งเสริมการขายและรายได้	110
69	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมและอาชีพ	111
70	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมและระดับการศึกษา	112
71	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมและรายได้	113
72	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัด เชียงใหม่	116
73	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัด เชียงใหม่	117
74	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับความต้องการคอนโดมิเนียม ในจังหวัด เชียงใหม่	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	119
76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	120
77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	121
78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความเป็นเจ้าของ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	122
79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ต้องการซื้อคอนโดมิเนียม กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	123
80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ตั้ง กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	125
81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานที่ตั้ง กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	127
82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	128
83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนชั้นคอนโดมิเนียม กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	129
84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนห้องชุดในแต่ละชั้น กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	130
85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนห้องนอน กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	131
86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนห้องน้ำ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	132



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งอำนวยความสะดวก กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	133
88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับราคาที่ต้องการ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	137
89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การชำระเงิน กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	138
90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนเงินจอง กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	139
91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เงินดาวน์ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	140
92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เงินผ่อนต่อเดือน กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	141
93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนปีที่ผ่อนชำระ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	142
94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	143
95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้จัดจำหน่าย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	144
96 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานที่ติดต่อซื้อ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	145
97 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การหาข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	146
98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการพนักงานเสิร์ฟ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	148

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
99	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การส่งเสริมการขาย กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	149
100	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ กับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่	151
101	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม พ.ศ. ที่เริ่มเปิดดำเนินการขาย	156
102	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการปิดการขาย	157
103	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม และปิดการขายแล้วจำแนกตาม พ.ศ. ที่ปิดการขาย	158
104	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม และยังไม่ปิดการขายจำแนกตาม พ.ศ. ที่คาดว่าจะปิดการขาย	159
105	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสร้างเสร็จ	160
106	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	161
107	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	162
108	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจุดเด่นของโครงการ	163
109	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับขนาดและราคาห้องชุดของคอนโดมิเนียม	164
110	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	167
111	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ตั้งโครงการเพื่อจูงใจลูกค้า	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
112	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจุดเด่นรูปแบบของโครงการ	169
113	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะรูปแบบโครงการกับคู่แข่งชั้น	170
114	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของการชำระเงินในการขายห้องชุด	171
115	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนเงินจองของลูกค้า	172
116	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการชำระเงินดาวน์	173
117	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่อเดือน	174
118	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับราคาของโครงการ	175
119	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับราคาของโครงการมีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นที่มีรูปแบบเหมือนโครงการทำหรือไม่	176
120	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้การกำหนดราคาแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ	177
121	แสดงจำนวน ร้อยละ ของโครงการที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายของโครงการ	178
122	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายของโครงการ	179
123	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายของโครงการมีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นหรือไม่	180
124	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของโครงการ	181

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
125	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การใช้สื่อโฆษณาโครงการ	182
126	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เครื่องมือในการส่งเสริมการขาย	183
127	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น	184
128	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	185
129	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการ	186