

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	5
1.7 ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 การสร้างเอกลักษณ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์.....	7
2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.3 องค์ประกอบของงานสถาปัตยกรรม.....	22
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
3.1 แหล่งข้อมูลในการวิจัย.....	30
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	32
3.4 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	34
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
4.1 วิเคราะห์ลักษณะการนำเอาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไปใช้ในธุรกิจ บ้านจัดสรรที่มีอยู่ในท้องตลาด.....	38
4.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ที่อยู่อาศัยหรือมีแนวโน้มที่จะอยู่อาศัย ในโครงการบ้านจัดสรรระดับกลาง.....	52
5. การจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม แนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภค.....	62
5.1 วิเคราะห์และจัดอันดับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 10 ประเภท.....	62
5.2 วิเคราะห์การประยุกต์ใช้กับแนวความคิดด้านการรับรู้ของผู้บริโภค เปรียบเทียบกับความชอบของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม.....	64
6. ข้อกำหนดด้านการออกแบบและการทำการตลาดในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับ องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม.....	75
6.1 วิธีการในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับโครงการ.....	75
6.2 ข้อกำหนดทางด้านการออกแบบในการนำเอาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ไปใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับโครงการ.....	78

6.3	ข้อจำกัดทางด้านการทำการตลาดในการนำเอองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไปใช้ในการสร้างเอกลักษณ์โครงการ.....	79
7.	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	84
7.1	ผลสรุป.....	84
7.2	การอภิปรายผล.....	91
7.3	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	92
	บรรณานุกรม.....	94
	ภาคผนวก	
ก.	แบบสอบถามการวิจัยเรื่องการสร้างเอกลักษณ์ผ่านองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในธุรกิจบ้านจัดสรรระดับกลาง.....	99
ข.	แบบสัมภาษณ์สถาปนิกและนักการตลาดการวิจัยเรื่องการสร้างเอกลักษณ์ผ่านองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในธุรกิจบ้านจัดสรรระดับกลาง.....	112
	ประวัติการศึกษา.....	114