

53602372 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้าน การเลือกซื้อบ้านจัดสรร/ส่วนประสมทางการตลาด
สิริ อินทสุวรรณ : พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของ
ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : รศ.ประสพชัย พสุนนท์. 97 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท อสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่ง ในเขตจังหวัดนนทบุรีและ (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อจัดสรรของ บริษัท อสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่ง ในเขตจังหวัดนนทบุรี การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจประชากรจำนวน 260 คน จากแบบประเมินที่เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือว่ามีความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ผลการศึกษา พบว่า (1) พฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้าน ส่วนใหญ่ มีแนวโน้มจะซื้อบ้านในช่วงระยะเวลาอื่นๆ มีเหตุผลที่ต้องการซื้อบ้าน เพื่อขยายขยายที่อยู่ใหม่ มีประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจจะซื้อ บ้านแฝด มีขนาดที่ดินที่ต้องการ 41-50 ตรว. ทำเลที่ตั้งที่ต้องการเมื่องนนทบุรี มีงบประมาณในการเลือกซื้อบ้าน 1,000,001 – 2,000,000 บาท มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร เพราะทำเลที่ตั้งของ มีระยะเวลาในการผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน 16-20 ปี มีบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านตนเอง ระยะเวลาในการตัดสินใจหลังจากเริ่มมีข้อมูลถึงการตัดสินใจซื้อ 1 เดือนขึ้นไปและ (2) ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนของครอบครัว แนวโน้มจะซื้อบ้าน เหตุผลที่ต้องการซื้อบ้าน และทำเลที่ตั้งที่ต้องการ ที่ต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อจัดสรร ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย/การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ของ บริษัท อสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่ง ในเขตจังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ประเภทที่อยู่อาศัย ที่ต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อจัดสรร ด้านการส่งเสริมการขาย/การตลาด และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกัน แต่ด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

53602372 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : CONSUMER BEHAVIOR TO PURCHASE THE HOUSE / SELECTION TO
THE HOUSE / MARKETING MIX

SIRI INTARASUWAN : BEHAVIOR AND INFLUENTIAL FACTORS OF CONSUMER
FOR SELECTION TO BUY THE HOUSE IN NONTHABURI PROVINCE. INDEPENDENT
STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PRASOPCHAI PASUNON. 97 pp.

Objectives for study this research : (1). Consumer behavior for selection to buy the house from a Real Estate Company in Nonthaburi Province. (2). Affected factors for selection to buy the house from a Real Estate Company in Nonthaburi Province.

This study is Quantitative Research by survey total population 260 persons, use the Evaluation Form as a tool for data collecting in this study. The researcher has checked the quality of the tool that it is accurate and reliable, for Data Analysis will use Descriptive Analysis and Inferential Analysis.

The result of the study founded that : (1). Behavior for selection to buy the house the majority answer have trend to buy the house in the period of time : other , reason to buy the house : for widening the residence, type of house that interest to buy : Twin House, size of land : 41 -50 square wah, wanted location in Mueang Nonthaburi, have the budget for selection to buy the house 1,000,001 – 2,000,000 baht, have the main reason to decide to buy the house because the location, have period of time to installment with the financial institute 16 – 20 years, Influential person to decide to buy the house : oneself, timing for decide after get the information until decision making : more than 1 month. (2). Personal data composed of Sex, Age, Occupation, Monthly Income of Family, Trend to buy house, Reason that want to buy and Wanted Location. Different in : Affected Factor for selection to buy the house, Factor in Product, Price, Distribution, Sales and Marketing Promotion, Personnel, Service procedure and Physical Characteristic of a Real Estate Company in Nonthaburi Province. Not different, except, Type of house. Different , Affected Factor for selection to buy the house, Sales and Marketing Promotion, and Service procedure, Different, but other not different.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature.....

Independent Study Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำให้ความรู้ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยความห่วงใยและเอาใจใส่ติดตามการวิจัยครั้งนี้ ตลอดเวลาจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ สิริวงศ์ ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภนทร์ หอมสุต กรรมการในการสอบการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ที่ได้ช่วยกรุณาตรวจทานความถูกต้อง และให้คำชี้แนะอันเป็นประโยชน์ เพื่อให้การค้นคว้าอิสระเกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถามเพื่อน ๆ ทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ช่วยเหลือทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือ และเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวอินทสุวรรณ์ ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจและสนับสนุน ส่งเสริมในทุกๆ ด้านมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

