

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาพฤติกรรมการซื้อบ้านหลังที่สองในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน นายรณชัย รักวงษ์
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ :

ผู้ช่วยคณบดีอาจารย์วัฒน์ ศิริพล	ประธานที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.สังคม สุวรรณรัตน์	กรรมการ
อาจารย์พรทิพย์ เขียววิทย์	กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่ และ (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุจูงใจที่ทำให้คนซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการของการศึกษามีดังนี้ คือ (1) ส่งแบบสอบถาม แบบสุ่มตัวอย่างไปยังผู้ซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 120 ราย (2) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาได้ โดยใช้ทฤษฎี S - R (stimulus - response theory) เพื่อหาสิ่งกระตุ้นภายนอก ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ และการตอบสนองของผู้ซื้อ

ผลการศึกษามีดังนี้ คือ

1. ผู้ซื้อบ้านหลังที่ 2 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในวัยทำงาน อายุ 21-50 ปีส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.2) มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษาขึ้นไป (ร้อยละ 80.8) เป็นผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 30) ผู้ซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.6) มีรายได้ของครอบครัว 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นหัวหน้าครอบครัว (ร้อยละ 47.1) มีบุคคลที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ 1-3 คน (ร้อยละ 48.7)

2. ผู้ซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.9) มีบ้านอยู่ในความครอบครองทั้งหมด 2 หลัง ประมาณ 2/3 (ร้อยละ 65.2) ซื้อบ้านโดยผ่อนชำระกับธนาคาร ผู้ซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.7) มีความต้องการซื้อบ้านเพิ่มในอนาคต ร้อยละ 40.4 ซื้อเพื่อให้คนในครอบครัวและญาติพี่น้องอยู่อาศัยผู้ซื้อเกือบทั้งหมดร้อยละ

96.6 มีความพอใจในการซื้อ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.9) มีแนวโน้มที่จะไม่ขายบ้านหลังที่ 2

3. จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อพบว่า สิ่งกระตุ้นภายนอกอันประกอบไปด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อและพบว่าลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้ซื้อบ้านหลังที่ 2 ในจังหวัดเชียงใหม่

4. เมื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ซื้อทำให้ได้ข้อเสนอแนะจากผู้ซื้อว่า ควรจะมีการปรับปรุงราคาให้ยุติธรรม ควรจะก่อสร้างให้ได้มาตรฐานสูงและควรมีการบริการหลังการขายที่ดี

Independent Study Title	A Study of Buying Behavior for Second House in Chiang Mai Province	
Author	Mr. Ronnachai Rakwong	
M.Econ.	Economics	
Examining Committee	:	
	Assist. prof. Vasant Siripool	Chairman
	Lecturer Dr. Sangkom Suwannarat	Member
	Lecturer Pomtip Tianteerawit	Member

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the second house buyers behavior, and (2) factors effecting the buyers decision to buy second house in Chiang Mai.

The methods of this study were conducted (1) by sending questionnaires using purposive sampling method to 120 Chiang Mai second house buyers, and (2) analysed collected data to find the behavior of the second house buyers according to stimulus - response theory (S - R theory) in order to find outside stimulus, buyer's attitudes and the responses of buyers in buying the second house in Chiang Mai.

The results of this study were :

(1) The second house buyers were female more than male, they were in working ages (age between 21-50) most of them (59.2%) were married, about 4/5 (80.8%) finished vocational and higher education, about 1/3 (30%) engaged in their own private business, earned monthly family income of more than 25,000 bath. In addition, it was also showed that almost half (47.1%) of the second house buyers were head of the family, and 48.7% of them have less than 4 dependents in the family.

(2) Most of the second house buyers (89.9%) already owned 2 houses. About 2/3 (65.2%) of them bought the second houses by borrowing money from the bank. About 3/4 (76.7%) wanted to buy more house in the future, and 40.4% of them bought the second house for their family members or relatives to reside. Almost all (96.6%) of them were satisfied with the second house and most of them (77.9%) didn't want to sell their second houses.

(3) Marketing stimulus, others stimulus, buyer's attitudes buyers characteristics and buyers decision were to some extent the influential factors determining the buyers responses in buying the second house.

(4) Considering the buyers' opinions on the problems of buying the second house. They recommended that real estate companies should charged lower price, builded good quality houses, and should have good after - sales services.