หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อบ้านจัดสรร บนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาว รภัทภร ทองเรือง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ธันยานี โพธิสาร

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อบ้านจัดสรร บนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรรในเขตถนนวงแหวนรอบ 3จังหวัดเชียงใหม่ที่มีทั้งหมด 18 โครงการ โดยเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 200 รายและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35 ถึง 39 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ต้องการซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย สำหรับสมาชิก 3 ถึง 4 คน ผู้ซื้อมีรายได้ต่อเดือนในระดับ 30,001 ถึง 40,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ในขนาดที่ดิน 51 ถึง 100 ตารางวา มีขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่เกิน 200 ตารางเมตร โดยอาศัยอยู่โครงการหมู่บ้านโครงการอรสิริน โครงการ 3 มากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดได้ซื้อบ้านจากโครงการ และทำการติดต่อกับสำนักงานขายของโครงการโดยตรง ซึ่งบ้านมีโครงสร้างเป็นปูนทั้งหลัง ในระดับราคา 2,500,001 – 3,000,000 บาท เป็นบ้านพร้อมที่ดิน ขนาด 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ ออกแบบตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ Built-in และเฟอร์นิเจอร์สำเร็จ แต่ไม่มีเครื่องใช้ไฟฟ้า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อบ้านเพื่อ อยู่อาศัย ส่วนใหญ่ คือ รูปแบบ รูปทรง การออกแบบบ้านที่ทันสมัย สวยงาม ผู้มีส่วนร่วมและผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบ้าน คือ คู่รัก / สามี / ภรรยา แต่ผู้ที่ตัดสินใจซื้อบ้าน ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตนเอง ระยะเวลาการในผ่อนชำระบ้าน 21 ถึง 30 ปี ระยะเวลาการในตัดสินใจซื้อบ้าน 1 ถึง 3 สัปดาห์ หาข้อมูลโครงการบ้านจัดสรรก่อนการตัดสินใจ 3 ถึง 4 โครงการ หาข้อมูลสำหรับการซื้อบ้านโดยติดต่อโครงการบ้านโดยตรง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกพึงพอใจมาก ในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังนี้ และส่วนใหญ่จะแนะนำต่อให้กับบุคคลอื่นๆ สำหรับการซื้อบ้านในโครงการนี้ ส่วนเหตุผลที่จะไม่แนะนำ เพราะบริการหลังการขายไม่ดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior Towards Purchasing Houses in Housing Estates on the Third Ring Road, Chiang Mai Province

Author Miss Rapatporn Thongreung

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Lecture Dr. Thunyanee Pothisarn

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study consumer behavior towards purchasing houses in housing estates on the third ring road, Chiang Mai Province. The questionnaire was used to collected data from 200 respondents who purchased houses in housing estates consisting of 18 projects on the third ring road in Chiang Mai Province. Descriptive statistics as frequency percentage and mean were used to analyze the data.

The study revealed that the respondents were married men, age between 35 – 39 years, educated at bachelor degree level or equivalent. The objective for purchasing house was for living for 3 – 4 members. The salary of the respondents was between 30,001 and 40,000 Baht per month, and were employed by private companies.

For the behaviors found that most of the respondents purchased two-story detached house approximately 51 to 100 square wah, and the utility space was not more than 200 square meters. The housing project that the respondents lived the most was the third project of Onsirin Village. All of the respondents purchased the house from this project and contacted with the sale office directly. The structure of the house was made of lime at the price of 2,500,001 – 3,000,000 Baht. The house consisted of 3 bedrooms and 3 bathrooms, and was design by built-in furniture, but had no electric equipment. The objective for purchasing house was for living. The reason affecting the decision to purchase house the most was the modern design of the house. The person affecting the decision to purchase was boyfriend/girlfriend/husband/wife. However, the person who decided

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

to purchase the house was oneself. The duration of payment of instalment was between 21 and 30 years. The duration deciding to purchase the house was between 1 and 3 weeks. The respondents searched for the information regarding housing estates approximately 3 to 4 housing projects by contacting sale offices directly. The respondents received highest satisfaction to purchase the house, and mostly the respondents would suggest this housing project to others in the future. The reason why the respondents would not suggest was that after-sale service was not good.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved