

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร เจ.ซี. การ์เด็นวิลล์ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวนพภรณ์ นามเทพ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์นิตยา	วัฒนคุณ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ	มณีสงฆ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร เจ.ซี. การ์เด็นวิลล์ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร เจ.ซี. การ์เด็นวิลล์ จำนวน 130 ตัวอย่าง จากนั้นจึงนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้ค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีลักษณะบ้านที่พักอาศัยเป็น บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มีเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร จากสิ่งกระตุ้นภายใน คือ อยากมีบ้านเป็นของตัวเอง จากสิ่งกระตุ้นภายนอก คือ เลือกทำเลและสิ่งแวดล้อมที่ต้องการได้

ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลในเรื่อง สถานที่ตั้งของโครงการมากที่สุด โดยแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อหมู่บ้านจัดสรร ได้แก่ การเข้ามาชมบ้านตัวอย่างที่โครงการ

ด้านการประเมินผลทางเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายๆโครงการ ก่อนที่จะตัดสินใจ โดยใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ 3-6 เดือน

โดยหลักเกณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ในการประเมินทางเลือก 3 อันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ราคาขายของแต่ละโครงการ และสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ ตามลำดับ

ด้านการตัดสินใจซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการแนะนำให้ เลือกซื้อโครงการจะเป็นบุคคลในครอบครัว เช่น บิดามารดา คู่สมรส บุตร ญาติพี่น้อง แต่ผู้ที่มี อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตัวเอง

ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีความ พอใจในโครงการเจ.ซี. การ์์เด็นวิลล์ และส่วนมากจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาซื้อโครงการเจ.ซี. การ์์ เด็นวิลล์ ต่อไป

ด้านปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบ 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาคุณภาพของการก่อสร้าง ปัญหาตัวบ้านชำรุดเร็วเกินไป และการรับประกันหลังการขาย ตามลำดับ

Independent Study Title	Factors Influencing Customers' Buying Decision Towards J.C. Gardenville Housing Project at Doi Saket District, Chiang Mai Province	
Author	Miss Nopporn Namthep	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Lecturer Nitaya Watanakun	Chairperson
	Asst. Prof. Orachorn Maneesong	Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to research factors influencing customers' buying decisions in regards to J.C. Gardenville Housing project at Doi Saket district, Chiang Mai province. Questionnaires were used to collect data from 130 residents of the J.C. Gardenville Housing project. The data was subsequently analyzed using statistics, e.g. frequency, percentage and means. Based on the results, the conclusions were as follows:

The study found that most respondents were 26-35 year-old males. They were self-employed or ran their own businesses with average monthly incomes of THB 10,001-15,000 and THB 20,001-30,000, respectively. Most respondents had a Bachelor's degree, were married and owned one-story detached houses on 50-60 square wah of land.

The study of respondents' buying decision process showed that the most important reasons for buying houses in a housing project were: internal stimulus-they wished to have their own houses; and the external stimulus-they could choose desired locations and environments.

In information search, the respondents most needed information on locations of housing projects. The most important information source for decisions to buy houses in a housing project was to visit demonstration units on-site.

In evaluation of alternatives, respondents would compare information from many housing projects before making a decision, and they took 3-6 months to make decisions.

The top 3 principles that respondents used to evaluate alternatives were housing project location, selling price of each housing project, and housing project's internal & external environments, respectively.

In purchase decision and people influencing decision making, the influencers were family members, e.g. parents, spouse, children, and relatives, but the people who had the most influence on buying decisions were the respondents themselves.

In post-purchase behavior, in general, it was found that most respondents were satisfied with the J.C. Gardenville housing project, and would recommend other people to buy J.C. Gardenville housing projects in the future.

The 3 major problems that respondents experienced were construction quality, premature deterioration, and after-sales guarantee policy, respectively.