ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาคที่มีผลต่อการตัคสินใจเลือก ซื้อบ้านที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้สูง ในอำเภอเมือง สมุทรสาคร

ผู้เขียน

นายไชยพงศ์ เอกจิตรพันธ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ คร.นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่ อาศัย ของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้มีรายได้ครอบครัวตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ที่พักอาศัยที่มีระดับราคา 2 ล้านบาทขึ้นไป หรือกลุ่มที่มีความตั้งใจในการซื้อ บ้านจัดสรรในอีก 1 – 3 ปีข้างหน้า ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 330 คน พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มี รายได้เฉลี่ย 50,000 – 75,000 บาทต่อเดือน มีงานเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระคับมาก ที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ รองลงมาคือ ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อทำการวิเคราะห์เชิงลึกในแต่ละปัจจัย พบว่าปัจจัยย่อยค้านการบวนการนั้น มี ปัจจัยย่อยค้านกระบวนการสร้างบ้านมีขั้นตอน ชัดเจน มีก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ส่วนปัจจัย ย่อยค้านบุคกลนั้น มีปัจจัยย่อยค้านความเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย เป็นอันคับแรก ส่วน ปัจจัยย่อยค้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยย่อยค้านระบบรักษาความปลอคภัยที่บริเวณทางเข้าโครงการและ สำหรับบ้านแต่ละหลัง มีความน่าเชื่อถือสูงมีก่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อยค้านหลักฐาน ทางกายภาพ มีปัจจัยย่อยค้านความสะอาดภายในโครงการ มีก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อย ด้านราคา มีปัจจัยย่อยค้านอามสะอาดภายในโครงการ มีก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อย ด้านราคา มีปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกกว่าโครงการอื่นมี ก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อยค้านการส่งเสริมการตลาค มีปัจจัยค้านมีส่วนลดรากา มีก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ปัจจัยย่อยค้านห่องทางการจัดจำหน่าย มีปัจจัยย่อยด้านการสามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลัง เวลาทำงาน มีก่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

Independent Study Title

Marketing Mix Factor Affecting Buying Decision Towards House of High-Income Customers in Mueang Samut Sakhon District

Author

Degree

Mr. Chaiyapng Akjitpan

Independent Study Advisor

Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

Master of Business Administration

ABSTRACT

The data of this study were collected from 330 samples in Muang Samut Sakhon Province who were high-income households earned 50,000 baht or more, residences priced two million baht or more, or groups of people who intend to purchase houses in 1 - 3 years ahead. The study found that most respondents were female aged between 31 - 40 years old holding bachelor's degree or higher. They were employees or employees of private companies who earned between 50,000 to 75,000 baht per month in average.

Services marketing mix factors affecting buying decision of the respondents at high level were processes, people and products, respectively.

When doing an in-dept analysis for each factor, the study found that the subfactor of process which received the highest average level was clear housing construction process. The sub-factor of people which received the highest average level was attention of salesperson towards customers. The sub-factor of product which received the highest average level was the security system of the housing project entrance and of each house. The sub-factor of physical evidence which received the highest average level was the cleanness within area of the housing project. The sub-factor of price which received the highest average level was cheaper loan interest rate comparing with others housing project. The sub-factor of promotion which received the highest average level was a discount. The sub-factor of place which received the highest average level was an ability to contact after working hours.