

หัวข้อเรื่อง	พฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดปทุมธานี
นักศึกษา	นางสาวจารุณี ศาสตร์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์นิพัทธ์ จิตรประสงค์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1.) ศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค (2.) ศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคโดยจำแนกตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ และ (3.) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ายอดนิยมในงาน “Home buyer’s Focus @ รังสิต จำนวน 200 คน ที่สนใจซื้อบ้านมือสองในจังหวัดปทุมธานี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง การทดสอบความเป็นอิสระไคสแควร์ (Chi-square) การทดสอบค่าที (t-test)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการหรือสนใจซื้อบ้านมือสองที่เป็นทาวน์เฮาส์มากที่สุด รองลงมา คือ บ้านเดี่ยว และคอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อเป็นที่พักอาศัย รองลงมา คือ การซื้อเพื่อหาประโยชน์จากการเช่า สำหรับระดับราคาของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุด คือ ไม่เกิน 500,000 บาท รองลงมา คือ ราคามากกว่า 3,000,000 บาท

2. เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน แต่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นต่อระดับราคาที่น่าสนใจซื้อแตกต่างกัน อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน แต่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นต่อระดับราคาที่น่าสนใจซื้อ แตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อระดับราคาที่น่าสนใจซื้อแตกต่างกัน สถานภาพครอบครัวแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยและระดับราคาที่น่าสนใจซื้อแตกต่างกัน

สนใจซื้อไม่แตกต่างกัน แต่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่ระดับราคาที่น่าสนใจซื้อไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยที่น่าสนใจแตกต่างกัน รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิก และลักษณะที่อยู่อาศัยในปัจจุบันในครอบครัวแตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองไม่แตกต่างกัน ส่วนลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อลักษณะที่อยู่อาศัยที่น่าสนใจ ไม่แตกต่างกัน แต่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยและระดับราคาที่น่าสนใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ซึ่งด้านที่มีระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านราคา ตามลำดับ