

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาวชุตินัน ศิริสรชัย
รหัสนักศึกษา	55671522
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์อมรศรี ต้นพิพัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่ทัดเทียมกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วความเจริญทางเศรษฐกิจจะรวมอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จึงเป็นเหตุจูงใจทำให้ประชากรจากทุกสารทิศย้ายถิ่นฐานจากเขตชนบทเข้ามาอยู่ในกรุงเทพมหานครมากขึ้น ส่งผลให้กรุงเทพมหานครต้องรองรับการย้ายถิ่นฐานของประชากรต่างพื้นที่ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรนอกพื้นที่นั้นก่อให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่เนื่องจากที่อยู่อาศัยในแนวราบในตัวเมืองมีน้อยและราคาสูงมาก ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เปลี่ยนไปเลือกที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่ คือ ที่อยู่อาศัยในแนวสูง การศึกษาในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 390 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 3 – 4 คนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ด้านพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อคอนโดมิเนียมของโครงการลุมพินี (LPN) แบบ 1 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ 31 - 40 ตารางเมตร มีค่าใช้จ่ายในการซื้อคอนโดมิเนียมอยู่ที่ 1,500,001 – 2,000,000 บาท มีช่องทางชำระเงินเพื่อโอน

กรรมสิทธิ์โดยใช้เงินเชื่อจากสถาบันการเงิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในช่วงดำเนินการก่อสร้าง และใช้ระยะเวลาที่ใช้พิจารณาคอนโดมิเนียมก่อนตัดสินใจซื้อ 1 – 3 เดือน ก่อนตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมจากสำนักงานขาย ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ บิดา / มารดา / ญาติพี่น้อง และมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านนั้น สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญมาก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมนั้นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านคุณภาพและการออกแบบให้มีความทันสมัย ระบบรักษาความปลอดภัยภายในและภายนอกอาคารที่เข้มงวด มีพื้นที่ส่วนกลางที่เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในด้านราคา ควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและทำเลที่ตั้ง มีทางเลือกในการชำระเงินอย่างหลากหลาย ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการนำเสนอห้องตัวอย่าง มีการนำเสนอโมเดลให้ผู้บริโภคเห็นภาพโดยรวม เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจ และด้านส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล จัดกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพิ่มมากยิ่งขึ้น