

ชื่อการค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นายเอกสิทธิ์ สมศรียานุภาพ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จันทวัลย์ สุนสวัสดิ์ 2) รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ ปีการศึกษา 2552 จำนวน 157 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรม บ้านเอื้ออาทร ที่อยู่อาศัย

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้มาจองสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทร จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างง่าย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไค-สแควร์ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัยพบว่า

ผู้มาจองสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ขนาดของครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-4 คน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้มาจองสิทธิ คือ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มี เพศต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน สถานภาพสมรสแตกต่างกัน ขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1. 2.

Independent study title: Behavior and Factors Affecting to Decisions for Buying
BAAN AUE-AR-THORN Project Housing in BANGKOK

Researcher: Mr.Ekkasit Somsriyanupap. Degree : Master of Business Administration (General Management),
Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors : 1) Dr.Chanthawan Soonsawad
2) Assoc.Prof.Somchit Ruanjumleaan Acadmic year : 2009. pp. 157 Keywords : Behavior,
BAAN AUE-AR-THORN, Housing

Abstract

The study was behavior and factors of decisions for buying baan aue-ar-thorn project housing in bangkok. The objectives in this study were to study behavior and factors of decisions for buying baan aue-ar-thorn project housing in Bangkok and to study comparisons hypothesis testing of behavior and factors of decisions for buying baan aue-ar-thorn project housing of customers distinguish of demographic characteristic. The population in this study was the right reservation entitled people consisted as 200 sampling. The method was simple random sampling. The statistics used in the study were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square and one-way analyses of Variance.

The results of this study found that the most of the right reservation entitled was female, 31 – 40 years of age, Bachelor's degree of educational, marital status, the amount of member in family was 3-4 persons, Company's official occupation, 10,000 – 20,000 baht monthly income. Factors affected to decisions for buying baan aue-ar-thorn project housing in Bangkok in very level was Price factor. Behavior of decisions for buying baan aue-ar-thorn project housing in Bangkok had relevant with general characteristics were age, educational, marital status, the amount of member in family, occupation and monthly income were differential matches statistic significant at the level of 0.05. And found that the different of age had decision for buying baan aue-ar-thorn into product factors were differential matches statistic significant at the level of 0.05. The different of gender, educational, the amount of member in family and monthly income had decision for buying baan aue-ar-thorn into price factors were differential matches statistic significant at the level of 0.05. The different of the amount of member in family and monthly income had decision for buying baan aue-ar-thorn into promotion and other factors were differential matches statistic significant at the level of 0.05.

Student's signature

Independent study advisors'signature 1. 2.