

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตชั้นนอกกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF OUTER REGION
RESIDENT CONSUMER IN BANGKOK METROPOLIS



โดย

นางสาวพรนิภา จันทร์สุคนธ์

เสนอ

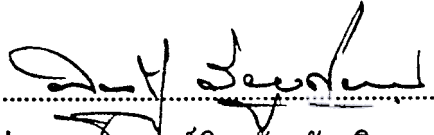
บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

พ.ศ. 2540

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตชั้น
นอกรุงเทพมหานคร
โดย : นางสาวพรนิกา จันทร์สุคนธ์
ชื่อปริญญา
สาขาวิชาเอก


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิบูลรัฐ รักฤทธิธรรม)
.....
..... 4 / ๗.๖ / ๒๕๔๐

งานวิจัยนี้พยายามศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามจำนวน 113 ตัวอย่างในเขตชั้นนอกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค และมีความแตกต่างกันหรือไม่ ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคว่ามีกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างไร

ผลการวิจัยพบว่าความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

1. เหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3. กระบวนการตัดสินใจซื้อ และรายละเอียดของที่อยู่อาศัยที่พิจารณาตัดสินใจซื้อก็มีความแตกต่างกัน

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยพบว่าตัวกำหนดความต้องการที่อยู่อาศัยที่สำคัญเกิดจากความต้องการที่อยากมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ คือ พิจารณาจากความสามารถในการชำระ สำหรับกระบวนการในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ต้องการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าของผู้ผลิตจำนวน 4 ราย และยังมีความต้องการที่จะชมสินค้าตัวอย่าง จำนวน 3 ครั้ง ก่อนที่จะพิจารณาตัดสินใจซื้อ ส่วนระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการพิจารณาตัดสินใจซื้อมากกว่า 3 เดือนขึ้นไป และการเสาะแสวงหาสินค้าของผู้บริโภคนั้นจะอาศัยแหล่งข้อมูลที่ได้จากป้ายโฆษณา

ABSTRACT

Title : Factors Affecting the Decision Making of Outer Region
Resident Consumer in Bangkok Metropolis
By : Pornnipa Chansukhon
Degree : Master of Business Administration (Business Administration)
Major Field : Business Administration



(Assistant Professor Piboonrat Rakyutidharm

4 / 6 / 1997

This research tries to study the decision making behavior of consumers to purchase their residences in Bangkok by using 113 samples covering the outer region of Bangkok. The aim of this research is to investigate factors influential on the decision making for purchasing their residences on their difference and similarity. The research also investigates the process of decision making behavior of consumers in purchasing residence in Bangkok.

The results of this study reveal that consumer's demand has discrepancies as follows: 1) persuasive causes to make the decision, 2) factors which effect on the decision, and 3) decision making processes. In addition, locations, terms of payment, and details of building of the residences are major contributes to the discrepancy as well.

From the study on the behavior of consumer to purchase their residences, it is found that the most important factor affecting the decision making is the need to have their own belongings. The significant factor of purchasing decision making is depending on their affordability. The procedures comprising purchasing decision making process are to compare the information of merchandise from four producers, and are to survey the prototype of merchandise three times before the final decision is made. For duration of the purchasing decision, consumers will spend at least three months to make the purchasing decision, and get information from billboards.