บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	:	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์ – เพชรเกษม ของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
โดย	:	นางสาวกุลธิดา เหลืองไพรินทร์
ชื่อปริญญา	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเอก	:	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	.....

(ศาสตราจารย์ ดร.นราศรี ไววนิชกุล)

……. / ……..…. / ……..…

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์ – เพชรเกษม ของผู้บริโภค ในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม ภายในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุระหว่าง 36-46 ปี ซึ่งส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-40,000 บาท และส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ การพิจารณาการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์ - เพชรเกษม ของผู้บริโภค ในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่พิจารณาจากราคาและเงื่อนไขการผ่อนชำระ วัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจ คือ มีครอบครัวแล้วและต้องการมีที่พักอาศัยเป็นสัดส่วน ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านโทรทัศน์ มีการเปรียบเทียบกับโครงการคอนโดมิเนียมอื่นๆ จำนวน 1 - 2 โครงการ และส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 2 - 3 เดือน

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยที่การตัดสินใจระดับสูงที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านลักษณะรูปแบบการก่อสร้าง การตัดสินใจน้อยที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาด การทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์- เพชร

เกษม ของผู้บริโภค ในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมศุภาลัย ปาร์ค ราชพฤกษ์ - เพชรเกษม ของผู้บริโภค ในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานครได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดด้วย

ABSTRACT

Research Title	:	Marketing Mix Factors Influencing the Decision Making Condominium Supalai Park of Consumers Ratchaphruek – Phetkasem in Phasi Charoen Bangkok
Researcher	:	Miss Kulthida Luangpirintr
Degree	:	Master of Business Administration
Major	:	Marketing
Advisor	:	..... (Professor Dr. Narasri Vaivanijkul) ……. / ……..… / ……..…

This research aims to study demographic and marketing mix factors affecting the buying decision of condominium Supalai Park Ratchaphruek –Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok. The samples used for this study are 400 samples from people staying in condominium Supalai Park Ratchaphruek – Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as percentage, mean, standard deviation, t-test, one way ANOVA, and Pearson product Moment Correlation Coefficient.

The results of the study showed that most consumers are females, aged between 36 – 46 years, married, 3 members of family, work in private companies, earned between 20,001 – 40,000 baht per month, and hold bachelor's degree. In addition, condominium buying decision of consumers in Supalai Park of Consumers Ratchaphruek – Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok considered from price and terms and conditions. The main objective in buying decision was that they had a family and wanted to have their own residence. Most of them received information through television. They had compared with 1 – 2 other condominium projects and decided to buy about 2 – 3 months.

In addition, the researcher found that overall of factors affecting the buying decision condominium Supalai Park Ratchaphruek –Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok was highest level. The highest decision making was price. Secondly, it was the style of construction.

The lowest decision making was marketing promotion. Hypothesis testing revealed that demographic that related to decision making condominium in Supalai Park Ratchaphruek – Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok are gender, age, marital status, occupation, income, level of education and number of family members. In addition, the researcher found that the marketing mix factors - product, price, location and marketing promotion related to decision making condominium in Supalai Park of Consumers Ratchaphruek – Phetkasem in Phasi Charoen, Bangkok.