

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ทักษะคตินักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์
ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นายสุรเชษฐ ชูตระกูลทรัพย์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร. วิจิตร สุพินิจ)

..... / /

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน และทักษะคตินักลงทุนต่อการลงทุนใน
อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือนักลงทุน จำนวน 400 คน จากการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และการ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพ
สมรส เป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดใน
เขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด
ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาในการพิจารณาตัดสินใจ
ลงทุน 1-6 เดือน มีจำนวนเงินที่ใช้ในการลงทุนเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 3,000,001 – 6,000,000 บาท/ครั้ง
โดยแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจคือป้ายโฆษณากลางแจ้ง และมีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ

จากครอบครัว และมีทัศนคติของนักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการลงทุน มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านสภาพคล่องของตลาดและความเสี่ยง และด้านผลตอบแทนตามลำดับ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน ได้แก่ ระยะเวลาในการพิจารณาตัดสินใจลงทุน จำนวนเงินที่ใช้ในการลงทุนเฉลี่ยต่อครั้ง แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ และบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติของนักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

แนวทางการตลาดสำหรับผู้พัฒนาโครงการ เพื่อความสำเร็จในธุรกิจที่ยั่งยืนภายใต้การแข่งขันที่สูง ผู้พัฒนาโครงการจึงต้องอาศัยกลยุทธ์การตลาดที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากโครงการอื่นๆและมีความน่าสนใจแก่การลงทุน เช่น ด้านราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ควรพัฒนาโครงการใกล้ระบบขนส่งมวลชน ห่างจากถนนใหญ่ไม่ควรเกิน 500 เมตร คุณภาพของสินค้า บริการการขายที่ดี การส่งเสริมการตลาดที่กระตุ้นการตัดสินใจลงทุน เช่น ผู้พัฒนาโครงการควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และรักษามาตรฐานต่างๆของโครงการไว้ เพราะกลุ่มลูกค้าเก่า สามารถแนะนำให้บุคคลที่รู้จัก ซึ่งกลุ่มลูกค้าเก่าก่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจในการแนะนำบอกต่อ หรือลูกค้าเก่ากลับมาลงทุนซ้ำในโครงการใหม่ อย่างไรก็ดีผู้พัฒนาโครงการไม่ควรเน้นลูกค้าใหม่เพียงอย่างเดียว

Abstract

Research Title : Attitude of Investors to Invest in Real Estate Condominium in Bangkok.

Researcher : Mr.Surached Chootrakoonsup

Degree : Master of Business Administration

Major : Finance and Banking Management

Advisor :
 (Dr. Vijit Supinit)
 / /

The objective of this research is studying demography of investor, the marketing component, investment factor and investor’s attitude that concern to condominium in Bangkok.

This research observes 400 samples with collecting data from questionnaires and statistic analyzing. The statistics are frequency distribution, percentage, average and standard deviation. The assume result uses t-test and One-Way Analysis of Variance.

The research shows that the majority customer will be male who are age 36-40 years old, Bachelor degree, married, private company officer and average income is 60,001-80,000 THB.

The product of property is the first priority of investor, next is price and marketing channel. Decision takes time 1-6 months, average price for investment is 3-6 million THB. The source is billboards ad and most influent will be family. The length of investment is most important for investor attitude, next is location, environment, and liquidity. The last is rewards.

Regarding age, level of education, status, occupation and average income are related with demography characteristic. Decision time, investment price, sources and influent person are related with investor attitude.

Developer should make remarkable marketing strategy to convince investor in high rate competition such as reasonable price, property should be located within 500 meters from transportation system, quality and sale service. Clarify target can be strategy to convince investor. It is important that company standard is effect to loyalty customer who can be the most influential person or reinvestment.