

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า

โดย : นายคมชัย กุพุลทรัพย์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :



(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)

16 / กรกฎาคม / 2557

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน และมีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้าพบว่า โดยรวมมีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัย 3 ข้อที่มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เชื่อมั่นในคุณภาพ

ของคอนโด ความมีชื่อเสียงของผู้ก่อสร้างคอนโด และสามารถเข้าอยู่ได้ และปัจจัยที่มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของวัสดุต่างๆในโครงการ และมีขนาดห้องให้เลือกหลากหลายขนาด

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด เพราะการเดินทางสะดวกและทำเลที่ตั้งดี ฉะนั้นทางคอนโดลุมพินีพาร์คปิ่นเกล้า ควรคำนึงสถานที่ความสะดวกในการเข้าถึง และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการพัฒนาโครงการคอนโดลุมพินีพาร์ค เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพที่มีอยู่ และเป็นเพิ่มยอดขายให้กับทางโครงการ

Abstract

Research Title : Marketing Mix Factors Affecting Buying Decision Lumpini Park
Pinklao Condominium

Researcher : Mr. Komchai Khupulsab

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor : Rungroje Songsraboon
(Dr. Rungroje Songsraboon)
16 July 2016

The objectives of the research aim to study the demographic characteristics of the decision buyer Lumpini Park Pinklao Condominium, to study marketing mix factors affecting the decision buyer Lumpini Park Pinklao Condominium and to study buying decision behavior of Lumpini Park Pinklao Condominium. The samples used for this study were 400. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used One-way ANOVA and Pearson Correlation.

The results of the study showed that most were female, aged between 31-40 years, worked in private company, hold bachelor's degree, single, 1-2 members in the family and earned between 40,001 –50,000 Baht.

In addition, the researcher found that the overall of the buying decision level of marketing mix factors affecting buying decision Lumpini Park Pinklao Condominium was high. When separate in each aspect found that three highest buying decision levels were confidence in the quality of the condominium, the reputation of condominium builder and the ability to move in

and the decision factors were high included the quality of the materials in the project and a variety of rooms' sizes.

Hypothesis testing revealed that demographic characteristic of gender, age, educational level, marital status, the member in the family and income per month affecting buying decision behavior of Lumpini Park Pinklao Condominium. In addition, the researcher found that marketing mix factors of product related to buying decision behavior of Lumpini Park Pinklao Condominium.

Buying decision behavior Lumpini Park Pinklao Condominium was high level of buying decision due to the convenient and good location. So Lumpini Park Pinklao Condominium should consider place, ease of access and environment which is an important factor in the development of Lumpini Park Pinklao Condominium in order to maintain the existing quality and an increase in sales to the project.