



ชาอุชัย เจริญกิจรุ่งโรจน์. (2549). การบริหารการจัดการโครงการบ้านจัดสรร ที่มีผลต่อพฤติกรรม และ การตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้ำ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. คณะกรรมการควบคุม :
ดร.ปฐมพงษ์ ศุภเลิศ, ดร.เกษม บำรุงเวช.

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหาร การจัดการโครงการบ้านจัดสรร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ 3) เพื่อศึกษา ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร จัดการพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรและระดับการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้ำ และ 5) เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรร และหาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการบริหารจัดการกับระดับการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสถิติ t-test , F-test ค่าไคสแควร์ และค่า ความสัมพันธ์ Correlation ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ำมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารการจัดการโครงการบ้านจัดสรร ในด้าน การวางแผนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ในด้านพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรร พบว่า ลูกค้ำซื้อบ้านจัดสรรเพราะไม่มีบ้านเป็น ของตนเอง จำนวนเงินที่ผ่อนส่งต่อเดือน 12,001 บาทขึ้นไป รับรู้ข่าวสารโครงการจากแผ่นป้าย โฆษณา การมีความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรร ลูกค้ำส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี ส่วน บ้านจัดสรรที่ซื้อ คือ ทาวน์เฮาส์
3. ลูกค้ำมีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน
4. ลูกค้ำที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับ ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ เลือกซื้อบ้านจัดสรรในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน
5. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ ส่วนระดับ ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของลูกค้ำ



Chanchai Jaroenkijrungruj. (2006). **Housing Project Management that Affects the Behavior and Buying Decision of Customers in Phranakho Si Ayutthaya Province**. Master's Thesis of Business Administration Degree. (General Management). Phranakho Si Ayutthaya : Graduate School, Phranakho Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee : Dr. Patompong Supalert, Dr.Kasem Bamrungej.

ABSTRACT

This research aims to : 1) examine the customers' opinions on the housing project management; 2) study the customers' behavior of purchasing houses from the residential project development; 3) investigate levels of the customers' decision to purchase houses from the residential project development ; 4) compare levels of the customers' opinions on the management, their behavior of purchasing houses and levels of their buying decision, and 5) study the relationship between personal factors and the customers' behavior on purchasing as well as the relationship between the customers' opinion on the management and their decision to purchase the houses.. The sample group consisted of 400 customers using descriptive statistics of frequencies, t-test, one-way ANOVA : F-test, chi-square and correlation. Findings indicated that :

1. The customers' levels of opinions on the housing project management in terms of planning as a whole were averagely high, whereas their opinions on organizing, motivation, and controlling were averagely the highest.

2. For customers' behavior on purchasing the houses, they purchased the houses because of having no own houses, each monthly installment amounting to over Baht 12,001, receiving information about the residential project development through billboards, and being well - informed about the project. Primarily, town houses were purchased.

3. Levels of the customers' decision to purchase houses concerning products, prices, places, and marketing promotion were averagely high.

4. Differences in customers' ages, education levels, occupations, number of family members resulted in differences in their opinions on the management in terms of planning, organization, motivation, and controlling. Differences in the customers' occupations, incomes, and number of family members resulted in differences in their levels of purchasing decision regarding products, prices, place, and marketing promotion.

5. The customers' personal factors related to their behavior on purchasing the houses from the residential project development, while their levels of opinions on the housing project management related to levels of their decision to purchase the houses from the residential project development.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ ประธานที่ปรึกษา และ ดร.เกษม บำรุงเวช กรรมการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นในเนื้อหาสาระ ตลอดจนการตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี กรรมการบริหาร หลักสูตร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ ทับทิมคุณ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะในวิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบคุณ ลูกค้ำทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณ บิดา มารดา ญาติ และเพื่อน ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ชาญชัย เจริญกิจรุ่งโรจน์