

การศึกษาครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารการจัดการโครงการบ้านจัดสรร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า 3) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรและระดับการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรร และหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารจัดการกับระดับการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสถิติ t-test , F-test ค่าไคสแควร์ และค่าความสัมพันธ์ Correlation ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารการจัดการโครงการบ้านจัดสรร ในด้านการวางแผนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ในด้านพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรร พบว่า ลูกค้าซื้อบ้านจัดสรรเพราะไม่มีบ้านเป็นของตนเอง จำนวนเงินที่ผ่อนส่งต่อเดือน 12,001 บาทขึ้นไป รับรู้ข่าวสารโครงการจากแผ่นป้ายโฆษณา การมีความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรร ลูกค้าส่วนใหญ่ทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี ส่วนบ้านจัดสรรที่ซื้อ คือ ทาวน์เฮาส์
3. ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน
4. ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุมแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน
5. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า ส่วนระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้านมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า

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.