

ชื่อวิทยานิพนธ์: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย: อัษมา ตีโลภวิชัย รหัสนักศึกษา: 013241022

หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เอก ชูณหะวัณชัย

ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ กับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบความสัมพันธ์คือ การทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 25,001 -35,000 บาท/เดือน นักลงทุนเห็นด้วยกับทุกปัจจัย ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ พนักงานและสภาพแวดล้อม รวมถึงผลตอบแทนและโอกาสในการเพิ่มค่าว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน จากผลการศึกษา นักลงทุนเห็นด้วยมากที่สุดด้านสภาพแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ และนักลงทุนเห็นด้วยมากด้านการให้บริการ ผลตอบแทนโอกาสในการเพิ่มค่า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย พนักงานและการส่งเสริมการตลาด นักลงทุนตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากสถานที่ตั้ง ราคา แหล่งข้อมูล อัตราค่าเช่า/เดือน และอัตราผลตอบแทน ผลการศึกษาพบว่า เพศ อาชีพ และรายได้/เดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ในขณะที่อายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด พนักงานและสภาพแวดล้อมรวมถึงโอกาสในการเพิ่มค่าไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ในขณะที่ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การให้บริการและรวมถึงผลตอบแทนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, คอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน