

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า จำนวน 300 ราย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบโควต้า ข้อมูลที่ได้ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกซื้อในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับน้อย

The purpose of this independent study was to study marketing mix factors affecting the house of real estate customer decision of the people in mueang district, Samut Sakhon Province. The data was collected from questionnaires distributed to 300 samples by using the quota sampling. The data was analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results of this study are as follows:

Marketing mix factors affecting sampling customers decision house of real estate at high level were as follows: product, price, place, process, people and physical evidence. As for the low level, the marketing mix factors that affected the house of real estate customer decision were promotion.