

ชาญศักดิ์ ตะโพวิญญู : ความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มประชากรในเขตจังหวัด
นครราชสีมา (DEMAND FOR HOUSING OF THE POPULATION IN NAKHON
RATCHASIMA) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา

การวิจัยเรื่อง ความต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มประชากรในเขตจังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลของผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนครราชสีมา และ 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มประชากรเป้าหมายคือประชากรในเขตจังหวัดนครราชสีมา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 388 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อีกทั้งทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบค่า F – test

ผลการวิจัย สรุปได้ว่า ผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครราชสีมา ให้ความสำคัญในการตัดสินใจที่อยู่อาศัยด้านปัจจัยราคาและค่าใช้จ่ายมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 4.33 และ 4.28 ตามลำดับ อีกทั้งค้นพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

CHANSAK TAPOWINYOO : DEMAND FOR HOUSING OF THE
POPULATION IN NAKHON RATCHASIMA. ADVISOR : ASSOC. PROF.
KWUNKAMOL DONKWA, Ph.D.

The objectives of this research were 1) to study the impact of marketing mix factors on consumer's decision in buying residence in Nakhon Ratchasima Province, 2) to study an individual factor of career that had impact on consumer's decision in buying residence in Nakhon Ratchasima Province. The main focus of this research was population in Nakhon Ratchasima Province, of which 388 samples were selected. A questionnaire was administered to collect data. The descriptive statistics used in data analysis was based on the commutative frequency, mean, and standard deviation; and the inferential statistics used in the data analysis was based on the F-test.

The result showed that in buying residence, the consumer in Nakhon Ratchasima Province gave the most priority to cost and expense factors, with meanvalue of 4.36, and to factors of marketing promotion, location, and product with mean value of 4.36, 4.33, and 4.28 respectively. Differences in consumer's career had no impact on the purchared decision for residence at significant on level of 0.05.