

อนันต์ชัย เพชรขุ้ม : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอ  
ปลวกแดง จังหวัดระยอง (FACTORS THAT INFLUENCE THE PURCHASING  
DECISION TOWARDS HOUSING ESTATE OF CONSUMERS IN PLUAK DAENG  
DISTRICT, RAYONG DISTRICT) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.วราภุมิ  
เบญจโอพาร

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง  
จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร  
ของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน  
จัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ  
ข้อมูลจากประชาชนในเขตอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง จำนวน 397 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการ  
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า T-test ,  
F-test และ P-value

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวก  
แดง จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด เป็นเพศชาย มีอายุ 21 – 30 ปี  
สถานภาพส่วนใหญ่โสด มีการศึกษาระดับต่ำปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และรายได้  
ต่อเดือน 10,001 ถึง 20,000 บาท เลือกซื้อบ้านที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว ระดับราคาใน  
การเลือกซื้อบ้านต่ำกว่า 1,500,000 บาท จำนวนผู้พักอาศัย อยู่ระหว่าง 2 ถึง 3 คน และบุคคลที่มี  
อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่พักอาศัย คือ ครอบครัว และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ  
สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จะให้ความสำคัญต่อ  
การตัดสินใจการเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน ยกเว้น เรื่องเพศ พบว่า จะไม่แตกต่างกัน ในด้าน  
ผลิตภัณฑ์และด้านราคา ส่วนเรื่องสถานภาพ จะไม่แตกต่างกันในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพล  
ต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง สูงสุด ได้แก่ ปัจจัย  
ด้านการให้บริการ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้าน  
ราคา ตามลำดับ ประเด็นที่ผู้ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านให้ความสำคัญสูงสุดคือปัจจัยด้านการให้บริการ  
ได้แก่ มีระบบการรับประกันผลงานและบ้านให้ผู้บริโภค การให้บริการหลังการขายที่ดี การบริการ  
ติดต่อกับผู้ให้สินเชื่อในการซื้อบ้าน และ พนักงานขายให้การต้อนรับและให้บริการด้วยความยินดี  
มีธรรมาศัยที่ดีต่อผู้บริโภค ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี  
บ้านมีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และมีท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ  
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีบ้านตัวอย่างให้ลูกค้าพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ และมี

ส่วนลด การแจก แคม มีโปรโมชั่นพิเศษที่น่าสนใจให้ผู้บริโภค และปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน มีราคาบ้านหลากหลายให้เลือกซื้อ และราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้ ตามลำดับ



สาขาวิชา วิศวกรรมโยธา

ปีการศึกษา 2559

ลายมือชื่อนักศึกษา \_\_\_\_\_

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_

ANUSSAREE PETCHCHUM: FACTORS THAT INFLUENCE THE  
PURCHASING DECISION TOWARDS HOUSING ESTATE OF  
CONSUMERS IN PLUAK DAENG DISTRICT, RAYONG DISTRICT.  
ADVISOR: ASSOC. PROF. VACHARAPOOM BENJAORAN, Ph.D.

This research on the factors that influence the purchasing decision towards housing estate of consumers in Pluak Daeng District, Rayong District had the objectives to study personal factors that affect the purchasing decision towards housing estate of consumers in Pluak Daeng District, Rayong District, as well as to identify factors that influence the purchasing decision towards housing estate of consumers in Pluak Daeng District, Rayong District. The questionnaire was used as an instrument for collecting the data from the sample group, which comprises of 397 people who resided in Pluak Daeng District, Rayong District. The statistics employed in the analysis of data include frequency, percentage, mean, and standard deviation. Meanwhile, the statistical tests used in this research consist of T-test, F-test, and P-value.

According to the results, it was evident that the majority of the sample who decided to purchase a housing estate in Pluak Daeng District, Rayong District were male with the age range of 21-30 years old and had a domicile in the rural area. Likewise, the majority of them were single and graduated with a Bachelor's Degree or lower. Most of them were employees with a monthly income of 10,001-20,000 Baht. The price range of a housing estate that they considered in purchasing was below 1,500,000 Baht with the number of residents between 2 and 3 people. The party who had an influence in their purchasing decision of a housing estate is family. Moreover, the differences in the aspect of personal factors, including gender, age, marital status, educational level, average monthly income, and number of households, had a significant difference on the influence in the purchasing decision towards a housing estate—except for gender, which had no significant difference in the aspects of products and pricing. Similarly, marital status had no significant difference in the aspect of pricing. In addition, the factor that had the highest influence on the purchasing decision towards housing estate of consumers in Pluak Daeng District, Rayong District was in the aspect of services, followed by the aspects of products, marketing promotion, and pricing respectively. The factor that consumers placed the highest importance in

purchasing a housing estate was the aspect of services, which includes the provision of warranty services, after-sales services, credit providers, and the hospitality of sales representatives respectively. The aspect of products includes satisfactory social surrounding and environment, 24-hour security, and location that provides convenient transportation respectively. Moreover, the aspect of marketing promotion includes the availability of model home for consumers to decide prior to the purchase and the provision of discounts, free gifts, and special promotions. The aspect of pricing includes the selling price that is appropriate to the quality of the house, the range of prices available for consumers to choose from, and the price that can compete with other competitors in the market, respectively.



School of Civil Engineering

Academic Year 2016

Student's Signature \_\_\_\_\_

Advisor's Signature \_\_\_\_\_