

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยในจังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน นางวรลักษณ์ ศิริจันทร์พงศ์

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน
จัดสรรหรือใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ
บ้านเพื่อการอยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการตอบแบบสอบถามของ
ผู้บริโภคที่ซื้อที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีบ้านพักอาศัยแล้วและกลุ่มที่
กำลังก่อสร้างบ้าน จำนวน 200 ราย จำแนกเป็นผู้ที่ใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้าง และผู้ที่ซื้อบ้าน
จัดสรรอย่างละ 100 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มาตรการวัดของลิเคิร์ต
(Likert's Scale) เพื่อวัดความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรหรือใช้
บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model)

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่หัวหน้าครอบครัวเป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส มี
ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้โดยเฉลี่ยของ
ครอบครัวต่อเดือนคือ 20,001 – 30,000 บาท

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคทั้งกลุ่มผู้ซื้อบ้านจัดสรรและกลุ่มผู้ใช้บริการจาก
ผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการขาย ในระดับมาก รองลงมาให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่หรือช่อง
ทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ผู้บริโภครู้ซื้อบ้านจัดสรรส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อบ้านครั้งนี้ ซื้อบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ราคาของบ้านพร้อมที่ดิน คือ 1,000,001 – 3,000,000 บาท สาเหตุที่ต้องซื้อบ้าน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ ซื้อบ้านโดยการ กู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อเอง แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรที่มากที่สุดคือ ป้ายโฆษณา และ ใช้เวลาหาข้อมูลและคัดเลือกโครงการบ้านจัดสรร 6 เดือน – 1 ปี

ส่วนผู้บริโภครู้ที่ใช้บริการจากผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการ ปลูกสร้างบ้าน ดังนี้ เลือกสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างบ้านซึ่งไม่รวมค่าใช้จ่ายในการตกแต่งภายในและจัดสวนคือ 500,000 – 1,000,000 บาท สาเหตุที่ต้อง สร้างบ้าน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง สร้างบ้านโดย การ กู้เงิน จาก ธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารออมสิน แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านที่มากที่สุดคือ เพื่อน ญาติ คนรู้จักเป็นผู้แนะนำ ใช้เวลาหาข้อมูลและคัดเลือกผู้รับเหมาน้อยกว่า 6 เดือน และใช้บริการการก่อสร้างบ้านจากผู้รับเหมาทั่วไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิสทพบว่า ผู้บริโภครู้มีแนวโน้มที่จะ เลือกใช้บริการจากผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน มากขึ้น ถ้าผู้บริโภครู้ ไม่ได้ทำงานประจำ และมีที่ดินอยู่แล้วในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภครู้ แนวโน้มที่จะเลือก ใช้บริการจากผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านน้อยลง ถ้าผู้บริโภครู้มีรายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวสูงขึ้น

Independent Study Title	Consumer's Behavior of Home Buying in Chiang Mai Province	
Author	Mrs. Woraluk Sirichantarapong	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Asst. Prof. Dr. Piyaluk Buddhawongsa	Advisor
	Assoc. Prof. Pornthip Thiantheerawit	Co-advisor

ABSTRACT

This objective of this study was to study the factors affecting consumer's decision to purchase a house in a housing project or to purchase servicing from a house contractor in Chiang Mai Province. The study method used was collecting data from questionnaires distributed to 200 samples that have already owned their house in the last five years or are currently constructing their house. The sample can be divided into 2 groups; using services of a house contractor and purchasing a house in a housing project. The data was statistically analyzed for summarization using Likert's scale and Logit model.

The majority of the respondents were male, married with undergraduate degree. Most of them were employed in private companies, with earnings of 20 – 30 thousand baht per month.

Both groups considered the price factor, the production factor and the promotion as highly influent factors determining their decision. The place factor was viewed as fairly influent factor.

Most of consumers who purchased a house in a housing project, preferred to buy 2 storey house, with the price ranged between 1 – 3 million baht. Their major reason of purchasing was to possess of their own living house. Most of them financed their house by bank loans. The most

important information perceived from a billboard. They spent time to collect housing information and making decision about 6 months to 1 year.

The consumer who purchased a servicing from a house contractor, constructed 2 storey houses, the construction cost which excluded the cost of interior decoration and landscape was between 0.5 – 1 million baht. The consumers' major reason to have a new house was to possess of their own living house. Most of them borrowed from Government housing bank and Government saving bank. Their sources of housing information were from friends, relatives and acquaintances. They spent time to retrieve information and making decision less than 6 month. They selected servicing from a private contractor.

The result of Logit model showed that consumers who did not have regular income and already owned lands in Chiang Mai were more likely to purchase servicing from a house contractors. On the other hands, consumers who earned higher income were tended to purchase a house in a housing project instead.