

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของคนเจนเนอเรชั่นวาย

FACTOR AFFECTING TO HOUSE ESTATE PURCHASING OF GENERATION Y PURCHASER

พลช เพชรปานวงศ์^{1,*}, แผลมทอง เหล่าคงถาวร¹ และ พีรกันต์ แก้ววงศ์วัฒนา¹

¹ ภาควิชาวิศวกรรมโยธา, คณะวิศวกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,
กรุงเทพมหานคร

*Corresponding author address: sia_stormy@hotmail.com

บทคัดย่อ

การเพิ่มขึ้นของประชากรในประเทศไทยทำให้ที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นไปด้วย และแนวโน้มธุรกิจบ้านจัดสรรในปัจจุบันมีการชะลอตัวให้ต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นเพราะบ้านเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานของชีวิตคน งานวิจัยนี้มุ่งเน้นคนยุคเจนเนอเรชั่นวายเพราะเป็นกลุ่มคนยุคใหม่ที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมากเช่น ด้านแนวคิด ค่านิยม และเทคโนโลยี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคของคนเจนเนอเรชั่นวายในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครจำนวน 450 คนซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมSPSS ทาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยกำหนดจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านอื่นๆ จากผลการศึกษาสามารถจัดกลุ่มโดยเรียงตามความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้ดังนี้ ทำเลที่ตั้ง(10.35%) การส่งเสริมการตลาด(10.24%) ลักษณะทางกายภาพ(10.24%) ด้านมุมมองของคนเจนเนอเรชั่นวาย(10.24%) กระบวนการ(10.14%) บุคคล(10.14%) ราคา(9.71%) สาธารณูปโภค(9.71%) ผลิตรัถยนต์(9.61%) และช่องทางการจัดจำหน่าย(9.61%) ซึ่งเรียงตามน้ำหนักความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากไปหาน้อย โดยปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคในภายภาคหน้า

คำสำคัญ: บ้านจัดสรร, คนยุคเจนเนอเรชั่นวาย, ปัจจัยในการเลือกซื้อ