

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา คอนโดมิเนียม โครงการเดอะพาร์คแลนด์ (Online Social Media on the Decisions to Purchase Condominiums)
หน่วยกิต	3
ผู้เขียน	นายธนพนธ์ อุปะกันทะ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
ปีการศึกษา	2556

### บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ เป็นการศึกษาถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของโครงการ เดอะพาร์คแลนด์ เป็นจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงและดำเนินการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงแบบตารางไขว้ ซึ่งกล่าวถึงระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม และ สื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของโครงการเดอะพาร์คแลนด์ ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุ 30-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยที่ 20,000 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน จะมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ส่วนมากคนที่ซื้อคอนโดมิเนียม จะซื้อที่พักอาศัยใหม่ที่ราคา 1,000,000 บาท ถึง 2,000,000 บาท แล้วจะเลือกพื้นที่ใช้สอยที่ 31 ตารางเมตร ถึง 40 ตารางเมตร มีรูปแบบห้อง ที่แบ่งสัดส่วน ให้มี 1 ห้องนอนกับ 1 ห้องน้ำ แล้วต้องการเข้าอยู่นับจากการทำสัญญาซื้อขายไปอีก 2 ปี มีวัตถุประสงค์ของการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่เพื่ออยู่อาศัยทุกวัน โดยจะมีทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ และจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนและญาติแนะนำในซื้อคอนโดมิเนียม คนที่ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เดอะพาร์คแลนด์ จะตัดสินใจซื้อเพราะมีการเดินทางที่สะดวก โดยจะมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2 ประเภทคือ เฟสบุ๊ก(Facebook) และไลน์(Line) ในส่วนนี้ เฟสบุ๊ก(Facebook) ยังเป็นช่องทางที่ผู้อยู่อาศัยต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการมากที่สุด โดยส่วนมากแล้วผู้ที่ได้เข้าอยู่อาศัย จะมีการใช้งานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 3 ชม.แต่ไม่เกิน 6 ชม.แล้วจะใช้ สมาร์ท โฟน(Smart Phone) เป็นอุปกรณ์หลักที่ใช้งาน ส่วนด้านการประเมินทางเลือกส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจะใช้ ทำเลที่ตั้ง เข้ามาประเมินการตัดสินใจซื้อเป็นหลัก ผู้อยู่อาศัย จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการแจ้งปัญหาเรื่องส่วนกลางและปัญหาห้องพัก