

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ซื้อบ้านในโครงการ  
บ้านจัดสรรในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อบ้านเดี่ยว  
ระดับกลาง

ผู้เขียน

นางสาวปวีณา วันอุดมฤกษ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับกลาง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในอำเภอเมืองลำปางในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับกลาง จำนวน 130 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานในการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยของครอบครัวและลักษณะของบ้านที่ซื้อด้วยการทดสอบแบบที่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สถานะภาพแต่งงานแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ครอบครัวต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป จำนวนสมาชิกที่ร่วมอาศัยในบ้าน 3-4 คน อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลักษณะของบ้านที่ซื้อและอยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ราคาของบ้านที่ซื้อและอยู่อาศัย 1.5 ล้านบาท-2.5 ล้านบาท ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเงินจองที่เหมาะสมมากที่สุดคือ 5,000 -10,000 บาท และสัดส่วนเงินดาวน์ที่เหมาะสมมากที่สุดคือ ร้อยละ 10 โดยใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด

ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านกระบวนการก่อสร้าง ด้านราคา ด้านบุคคล พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ ด้านการทำเลที่ตั้งโครงการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด 10 ลำดับแรกมีดังนี้ ราคาโดยรวมของบ้านและที่ดิน โกลีที่ทำงาน ระบบรักษาความปลอดภัย และ ส่วนลดเงินสด โกลีแหล่งชุมชน การลดราคา ราคาที่ดินต่อตารางวา และโกลีสถานศึกษาของบุตร ระบบสาธารณูปโภค คุณภาพวัสดุที่ใช้ รูปแบบแปลนบ้าน สีและรูปทรงของอาคาร และโครงการถมดินสูงพอเพื่อป้องกันน้ำท่วมถึง และราคาบ้าน และจำนวนแปลงที่ดินในโครงการ

<b>Independent Study Title</b>	Marketing Mix Affecting Housing Estate Buyers in Mueang Lampang District Towards Purchasing Medium Segment, Detached Houses
<b>Author</b>	Ms.Paveena Wan-udomrerk
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Orachorn Maneesong

### ABSTRACT

This independent study aimed to study marketing mix factors affecting housing estate buyers in Mueang Lampang district towards purchasing medium segment detached houses. Questionnaires were used as a tool to collect data from 130 housing estate buyers who purchased medium segment detached houses in the studied area. Data was analyzed by using the descriptive statistics, of which frequency, percentage and mean were included and the T-Test to find differences of mean value of family income and types of house that they purchased.

The findings presented that most respondents were 31-40 year old married female with Bachelor's degree and the monthly family income was found at the minimum amount of 25,001 Baht. They had 3-4 family members staying together and worked as government official/state enterprise officer. Type of house that they purchased and had been lived at was the detached house, of which the value was 1.5 – 2.5 million Baht. Most of them agreed that the most appropriate amount of deposit was 5,000-10,000 Baht and the most appropriate proportion of down payment was 10%. They mostly used financial service with Kasikorn Bank.

The results of the study on service marketing mix showed that the respondents respectively ranked the following factors at high level of influence to purchasing decision: product: product, construction process, price, people, place or house estate location, physical evidence and presentation and promotion.

Hereafter were shown top 10 elements of service marketing mix factors that the respondents ranked them at the highest level of influence to purchasing decision: overall price of land and house, location where was located near work place, security system, cash discount, location where was located near community area, discount, land price per square Wa, location where was located near child's school, public utility system, quality of selected materials, patterns of house plan, color and shape of building, soil accretion for flood prevention, price of house and total number of land pieces of the housing project.