

|                          |                                                                                                |                      |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ | กลยุทธ์ของโครงการบ้านจัดสรรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์<br>ลูกค้าในเขต อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ |                      |
| ผู้เขียน                 | นางสาวกาญจนา นันทิมา                                                                           |                      |
| ปริญญา                   | เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต                                                                            |                      |
| คณะกรรมการที่ปรึกษา      | อ.ดร. กัญญ์ชล วัฒนากุล                                                                         | อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก |
|                          | ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร                                                                          | อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม |

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้จะทำการศึกษาถึง 1.) กลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีต่อพฤติกรรมและอุปสงค์ของลูกค้า 2.) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และอุปสงค์ของลูกค้า โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการจากโครงการจัดสรรที่ดินทะเบียนอนุญาตจัดสรรแบบบ้านเดี่ยวตั้งแต่ ปี พ.ศ.2550 – ปี พ.ศ.2556 ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 24 โครงการ และลูกค้าบ้านจัดสรรโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นจำนวน 329 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของลูกค้าในระดับมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านการบริการ การให้บริการ รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของลูกค้าระดับมาก กลยุทธ์ด้านราคามีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของลูกค้าระดับปานกลางและสุดท้ายกลยุทธ์ด้านกายภาพของโครงการมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของลูกค้าระดับน้อย

กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของลูกค้ามีดังนี้ บ้านที่เน้นคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง บ้านที่เน้นราคาขายต่ำ แบบบ้านมาตรฐาน แบบบ้านวินเทจ การผ่อนชำระหนี้โดยมีเงินดาวน์ต่ำ การชำระเงินสดพร้อมส่วนลดพิเศษหรือของแถม อัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับลูกค้าโครงการ การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณา การวางเงินมัดจำหรือเงินจอง ฟรีบริการโอนกรรมสิทธิ์ของแถมประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านอื่นๆ สำนักงานขายภายในโครงการ บริการจากพนักงานฝ่ายก่อสร้าง บริการขอเลขที่บ้าน/น้ำประปา/ไฟฟ้าฟรี การจัดทัศนียภาพด้านหน้าโครงการ

|                                |                                                                                                    |            |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Independent Study Title</b> | The Influence of Housing Project Strategies<br>on Clients in San Sai District, Chiang Mai Province |            |
| <b>Author</b>                  | Miss. Kanjana Nantima                                                                              |            |
| <b>Degree</b>                  | Master of Economics                                                                                |            |
| <b>Advisory Committee</b>      | Lect. Dr. Kunchon Wattanakul                                                                       | Advisor    |
|                                | Asst. Prof. Dr. Nisit Panthamit                                                                    | Co-advisor |

## ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to study the strategies of housing projects entrepreneurs which influence demand and behavior of housing clients, and (2) to study the relationship between entrepreneurs' strategies and housing demand of clients. Data for this study were collected from 24 registered housing projects in Sansai District of Chiang Mai Province. Sample size of this study was 329.

The results of this study showed that main strategies which influenced clients' demand the most was service. Next were distribution, personnel, product, and promotion strategies which influence at high level while price was rated at medium level and the low level was physical strategy.

According to the relationship between strategies of sellers (housing entrepreneur) and demand of buyers (or clients), the results showed the following strategies were related to housing demand i.e. houses which emphasized quality of materials , low-price house , regular house model , modern luxury and vintage house model. In additional, financial and marketing strategies such as long installment period along low down payment , cash payment will get special discount or gift , media advertising through billboards, free the deposit or money transferring service, free furniture or other house decoration, Sales offices within the housing project, service from construction personnel, free service for getting the house number, water supply, electricity , and landscape of the project.