

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นาย ไพศาล ภูเจริญ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ :

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเฉลียว	ประธานกรรมการ
อาจารย์ อรชร มณีสงฆ์	กรรมการ
อาจารย์ นฤมล กิมภากรณ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยการตลาด สำหรับดำเนินการขายโครงการในปัจจุบันและโครงการในอนาคตให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลศึกษา โดยการออกแบบสอบถามจากผู้ซื้อจำนวน 113 ราย โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เข้าอยู่อาศัยแล้วใน 5 โครงการซึ่ง ได้แก่ โครงการบุศรินทร์ 55 ราย, โครงการบ้านสิวลี 29 ราย, โครงการบ้านสิวลี 2 จำนวน 6 ราย, โครงการบ้านนันทนา จำนวน 17 ราย และโครงการพฤษ์วารี จำนวน 6 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลในรูปของความถี่, อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักโดยใช้โปรแกรม SPSS / PC+

ไพศาล ภูเจริญ. 2540. “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการในจังหวัดเชียงใหม่ = Factors Effectted Consumers Purchasing Decision for Housing Project of Land & Houses Public Company Limited in Changwat Chiang Mai.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ผู้ซื้อซื้อบ้านจัดสรร คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือต้องการมีที่อยู่เป็นของตนเอง และความต้องการความปลอดภัยสูงขึ้นตามลำดับมากกว่าเหตุผลเรื่องอื่น

เหตุผลที่สำคัญในการซื้อบ้านในโครงการของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัท และสาธารณูปโภคที่ครบเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนอันดับรองลงมาคือ หมู่บ้านสวยงามน่าอยู่, มีความปลอดภัยสูง, แบบบ้านสวยงาม เรียงตามลำดับมากกว่าเหตุผลเรื่องอื่น

โดยปัจจัยสำคัญของส่วนผสมการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรผู้ซื้อให้ความสำคัญกับตัวสินค้ามากเป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วย ทำเลที่ตั้ง, ราคา และการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยอันดับสุดท้าย

ในปัจจัยด้านสินค้า ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากอันดับหนึ่งคือ วิวหรือทัศนียภาพของโครงการดี อันดับรองลงมา คือ คุณภาพงานก่อสร้าง, มียามรักษาความปลอดภัย และอื่นๆ โดยปัจจัยเรื่องจำนวนแปลงที่ดินภายในโครงการมีความสำคัญระดับน้อย

ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากอันดับหนึ่ง คือ การเดินทางเข้าออกสะดวก อันดับรองลงมา คือ ใกล้ชุมชน, มีสวนสกรูและสวนสาธารณะ, สถานที่ออกกำลังกาย, ใกล้ที่ทำงาน, เรียงตามลำดับมากกว่าปัจจัยเรื่องอื่น

ในปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญอันดับหนึ่งคือ ราคารวม อันดับรองลงมาคือราคาบ้าน, ราคาที่ดินต่อตารางวา เรียงตามลำดับมากกว่าปัจจัยเรื่องอื่น

ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อให้อันดับความสำคัญกับการโฆษณาเป็นอันดับแรก อันดับที่สอง คือ การขายโดยพนักงานขาย อันดับที่สามคือการส่งเสริมการขาย อันดับที่ยี่สี่ คือ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์.

ไพศาล ภูเจริญ. 2540. “ ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการในจังหวัดเชียงใหม่ = Factors Effecting Consumers Purchasing Decision for Housing Project of Land & Houses Public Company Limited in Changwat Chiang Mai.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.