



จากการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ผู้ซื้อซื้อบ้านจัดสรร คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือต้องการมีที่อยู่เป็นของตนเอง และความต้องการความปลอดภัยสูงขึ้นตามลำดับมากกว่าเหตุผลเรื่องอื่น

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

โดยปัจจัยสำคัญของส่วนผสมการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรผู้ซื้อให้ความสำคัญกับตัวสินค้ามากเป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วย ทำเลที่ตั้ง , ราคา และการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยอันดับสุดท้าย

ในปัจจัยด้านสินค้า ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากอันดับหนึ่งคือ วิวหรือทัศนียภาพของโครงการดี อันดับรองลงมาคือ คุณภาพงานก่อสร้าง , มียามรักษาความปลอดภัย และอื่นๆ โดยปัจจัยเรื่องจำนวนแปลงที่ดินภายในโครงการมีความสำคัญระดับน้อย

ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากอันดับหนึ่งคือ การเดินทางเข้าออกสะดวก อันดับรองลงมาคือ ใกล้ชุมชน, มีสวนสนุกและสวนสาธารณะ, สถานที่ออกกำลังกาย, ใกล้ที่ทำงาน, เรียงตามลำดับมากกว่าปัจจัยเรื่องอื่น

ในปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญอันดับหนึ่งคือ ราคารวม อันดับรองลงมาคือ ราคาบ้าน , ราคาที่ดินต่อตารางวา เรียงตามลำดับมากกว่าปัจจัยเรื่องอื่น

ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อให้อันดับความสำคัญ กับการโฆษณาเป็นอันดับแรก อันดับที่สองคือ การขายโดยพนักงานขาย อันดับที่สามคือ การส่งเสริมการขาย อันดับที่สุดคือ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์.

Independent Study Title :	Factors Effectd Consumers Purchasing Decision for Housing Project of Land & Houses Public Company Limited in Changwat Chiang Mai	
Author :	Mr. Phaisan Poochareon	
MBA :	Business Administration	
Examining Committee :	Assistant Professor Dararat Boonchaleaw	Chairman
	Lecturer Orachorn Maneesong	Member
	Lecturer Narukmol Kimpakorn	Member

#### ABSTRACT

The objective of this independent study was to find out about the factors that effected consumer's purchasing decisions for housing projects of Land & Houses Public Company Limited in Changwat Chang Mai. This study used as a guide line to develop marketing strategy for sales planning improvement both in existing projects and projects in the future , which suitable for the customers' need.

In this study , questionnaires were used to collect data from a sample group of 113 customers resident in the 5 projects , which consisted of 55 residents of Busarin project , 29 residents of Sewalee 1 project , 6 residents of Sewalee 2 project , 17 residents of Nantana project , and 29 residents of Prukwaree project. The data were computed by using software SPSS/PC<sup>+</sup> and interpreted in terms of frequency , percentage mode , and weighted average. The results of the study were as follows :

The study found that the first reason which made customers to purchase a house in a housing project was that they wanted to live in more pleasant surroundings , the second reason

was that they wanted more safety and the third was that they wanted to be the owner of the house respectively.

The main reason for purchasing a house in the projects of Land & Houses Public Company Limited was the confidence in Land & Houses' goodwill and the facilities available. The next reasons were the attractive environment of the project which was present to live in, the better security and nice home, respectively.

In term of the marketing mix factors, the consumers ordered the factors that influencing the consumers to purchase the housing project were as follows: the product came first, second was location, third was price, and marketing promotion was the last.

In terms of the product factors, the main factor that influence the consumers to purchase the house was the beautiful environment of the project. The second was the good quality material of the house. The third was there were good security guards in the project. The number of housing unit in the project had it mean in term of little affect.

In term of the place factors, the first factor that influencing the consumers' decision to purchase was its accessibility. The second was the location, and next factors were location near by amusement park or near by park, fitness facility and work place respectively.

In term of the price factors, the first factor that influencing the consumers' decision to purchase was the total price of the product. The second was the house's price and the third was the price per square wa of land respectively.

In terms of the marketing promotion factors, the first factor influencing the consumers' decision to purchase the house was the advertising. The second was the salesforce. The third was sales promotion and the fourth was Public relations.