

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี
ชื่อ	นางสาวชาสุดา บุญทวี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ
วิชาเอก	การตลาด
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี และส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ซึ่งมีโครงการบ้านจัดสรรที่ดำเนินการก่อสร้างและยังเปิดจำหน่ายอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 86 บริษัท โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) ได้แก่ การสุ่มแบบเจาะจง การสุ่มแบบชั้นภูมิ และการสุ่มแบบสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 6 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี คือ อำเภอเมือง อำเภอสามโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอลำลูกกา อำเภอคลองหลวง และอำเภอธัญบุรี วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย สถิติที่ใช้เป็นเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานใช้ t-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม ใช้ ANOVA กับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินโครงการแบบบริษัทจำกัด มีเงินลงทุน 501 ถึง 1,000 ล้านบาท ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำโครงการบ้านจัดสรร โดยประเภทของบ้านจัดสรรส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว ซึ่งผู้ประกอบการให้เหตุผลสำคัญที่ดำเนินการโครงการบ้านจัดสรรเป็นอันดับ 1 คือ เคยประสบความสำเร็จได้กำไรในโครงการบ้านจัดสรรมาก่อนหน้านี้ โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีการศึกษาข้อมูลในการทำโครงการบ้านจัดสรร และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของโครงการบ้านจัดสรร คือ กลุ่มลูกค้าในจังหวัดปทุมธานีที่มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 30,000 บาท ถึง 60,000 บาทต่อเดือน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพในโครงการในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการดำเนินโครงการบ้านจัดสรร เงินลงทุน แหล่งเงินทุน ประสบการณ์ในการทำโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ประเภทของบ้านจัดสรรในโครงการ และการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการ

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แตกต่างกัน มีส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพโครงการแตกต่างกัน

Independent Study Title	Marketing Mix of Housing Estates in Pathumthani Province
Name	Miss Chasuda Buntharik
Advisor	Assistant Professor Pimpa Hirankitti
Major	Marketing
Academic Year	2007

ABSTRACT

The research about “Marketing Mix of Housing Estates in Pathmthani Province had the purpose to study the general information of housing estates entrepreneurs in the Pathumthani and the marketing mix of housing estates. The samples consisted of housing estates entrepreneurs has housing estates project where is managing to build and still open sell 86 companies in Pathmthani. The sampling was carried out through the multi-stage random sampling method, which included : the purposive sampling, the level sampling, and the convenient sampling. The questionnaires were used for data collection. The samples were collected from 6 districts in Pathmthani, which included : Mueang, Sam KhoK, Lat Lum Kaeo, Lam Luk Ka, Khlong Luang and Thanyaburi districts. The outcome was analyzed using packaged program for the research and the descriptive statistic consisted of percentage and standard deviation. The statistics for testing the hypothesis was carried out by using the t-test with the 2 group samples and the ANOVA with more than 2 group samples.

The research is most entrepreneurs have the format for project is the company limited and the capital about 501 to 1000 million baht. Most the source capital came from the loan financial institute so that the entrepreneurs had been experienced for housing development project. Most typing of the housing development is detached house, the entrepreneurs to main reasons proceeding for that the top rank is the previously project have been successful mostly, the firm will be data study to housing development and the customer target groups of the project are the customers group have got income between 30,000 to 60,000 Baht per month/family in Pathumthani. Mostly the entrepreneurs to very importance level with product, price, place, services process, people and the physical evidence. And the promotion to moderately importance level. It was also found that different the format for project, capital, source of capital, experiences of the company’s housing development, types of the housing development project and the data study in order to determine the customer groups have marketing mix side product, price, place, promotion, services process, people and physical evidence to be differently.