การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ

A Study on Customers' Opinion towards House Booking through Online System of the National Housing Authority

ธนาชัย สุขวณิช
Thanachai Sukkawanit
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
Assist. professor Dr., Siam Technology College
Corresponding author Email: thanachai.dr@gmail.com
(Received: January 28, 2020; Revised: March 7, 2020; Accepted: May 8, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลความต้องการของลูกค้าและสาเหตุของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการของการเคหะแห่งชาติ เพื่อการเคหะแห่งชาติจะได้นำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เครื่องมือที่ใช้ในการการรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะผ่านระบบออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2561 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2562 จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติผ่านระบบออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีรายได้ที่ 15,001 -20,000 บาท มีสถานภาพสมรสจดทะเบียน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้เรื่องบริการจองโครงการออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติจากสื่อ โซเชียลมีเดีย และทั้งหมดมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติโดยมีความคิดเห็นว่า การใช้บริการการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติออนไลน์ มีขั้นตอนการจองที่เข้าใจง่าย เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ เพราะไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาคือ ไม่พอใจด้านกายภาพเช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.60 ไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 13.10 ไม่มีทำเลที่ต้องการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.70 ไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุด คิดเป็นร้อยละ 11.20 ไม่พอใจเงินในการจอง คิดเป็นร้อยละ 10.60 ไม่พอใจการบริหารจัดการ เช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บ

ขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 10.40 และไม่พอใจระดับราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความคิดเห็นของลูกค้า ระบบออนไลน์ การเคหะแห่งชาติ

Abstract

The objectives of this research were to survey the information of the customers' needs and the causes of the groups of customers who had not yet decided to buy the project of the National Housing Authority so that the National Housing Authority could use the information to improve operations in accordance with the needs of the customer group. The research instrument was a questionnaire. The sample was 400 customers who booked online housing project from January 2018 to April 2019. Data were analized using frequency and percentage.

The results showed that most customers who booked the National Housing Project through online were female aged between 31-40 years old, income between 15,001 -20,000 baht, and married. They had a bachelor's degree and worked as private company employees. Most of them knew online booking service from social media. In the customers' opinion, using the National Housing Authority's online booking service process was easy to understand, but they had not decided to purchase this project yet because they were not satisfied with the building model (17.10%), physical dissatisfaction, such as the old building, atmosphere and environment, etc. (15.60%), promotions (13.10%), places to buy (12.70%), the quality of materials and equipment inside the house/suite (11.20%), the money on the booking (10.60%), the management such as high-priced central fee, parking, garbage collection and security system (10.40%), and selling price (9.20%).

Keywords: Customer opinion, Online system, The National Housing Authority

บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ขยายแนวเขตของระบบสาธารณูปโภคให้ทั่วถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกของการพัฒนาที่อยู่อาศัยในประเทศไทย รัฐบาลได้จัดตั้งกองเคหะสถานสงเคราะห์ สำนักงานอาคารสงเคราะห์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และสำนักงานปรับปรุง

แหล่งเสื่อมโทรมกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 4 หน่วยงาน มีภารกิจในการแก้ไขปัญหา การขาดแคลนที่อยู่อาศัยของประชาชนซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี แต่การดำเนินงานดังกล่าวยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีสังกัดต่างกัน ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาความขาดแคลนที่อยู่อาศัย รัฐบาลจึงได้จัดตั้งการเคหะแห่งชาติขึ้นเพื่อทำหน้าที่ด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยตรงพร้อมทั้งได้โอนงานและบุคลากรบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ที่อยู่อาศัยมาอยู่ในสังกัด ซึ่งการเคหะแห่งชาติเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2516 ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 316 ดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติ การเคหะแห่งชาติ พ.ศ.2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดให้มีเคหะเพื่อให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยพร้อมทั้งจัดให้มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้อยู่อาศัย ทำนุบำรุง ปรับปรุง และพัฒนาผู้อยู่อาศัยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชนที่ประสงค์จะมีที่อยู่อาศัยของตนเองหรือผู้ที่ประสงค์จะร่วมดำเนินกิจกรรมกับการเคหะแห่งชาติในการจัดให้มีที่อยู่อาศัยเพื่อให้ประชาชนเช่า เช่าซื้อ หรือซื้อ และประกอบธุรกิจเกี่ยวกับ การก่อสร้าง อาคารหรือจัดหาที่ดิน การปรับปรุง รื้อ หรือย้ายแหล่งเสื่อมโทรม เพื่อให้มีสภาพการอยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมที่ดีขึ้นตามวัตถุประสงค์การเคหะแห่งชาติ (การเคหะแห่งชาติ, 2562)

นอกเหนือจากการพัฒนาที่อยู่อาศัยแล้วนั้นการเคหะแห่งชาติยังได้ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องจัดตั้งศูนย์ข้อมูลที่อยู่อาศัยแห่งชาติ ตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อบูรณาการฐานข้อมูลที่อยู่อาศัยที่กระจัดกระจายตามหน่วยงานต่างๆ ให้เป็นฐานเดียวกัน รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ที่อยู่อาศัย เพื่อสนับสนุนการจัดทำนโยบายที่อยู่อาศัยของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ ประชาชนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นส่วนสำคัญที่การเคหะแห่งชาติต้องมีการปรับตัวโดยทำการตลาดจัดให้มีการซื้อขายและให้ข้อมูลที่ทันสมัยผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เข้าถึงประชาชนและผู้บริโภคในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มากขึ้น การเคหะแห่งชาติจึงได้พัฒนาระบบการให้บริการเพื่อความสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลโดยมีการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในส่วนการให้ข้อมูลซึ่งประชาชนผู้มีรายได้น้อยสามารถแจ้งความต้องการที่อยู่อาศัย โดยระบุรูปแบบที่อยู่อาศัยที่ต้องการ ระบุทำเลที่ตั้งของโครงการที่สอดคล้องกับรายได้ของตนเอง ซึ่งระบบจะสามารถจับคู่ข้อมูลความต้องการกับโครงการที่การเคหะแห่งชาติมีอยู่ เพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยที่ตรงกับความต้องการ และการมีระบบบ้านว่างพร้อมขายและอาคารเช่าเป็นโปรแกรมประยุกต์ ทางด้าน GIS จัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางให้กับผู้ที่สนใจต้องการจะซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติโดยสามารถที่จะค้นหา ตรวจสอบที่อยู่อาศัยพร้อมขายและอาคารเช่าพร้อมเช่า ที่

ต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว พร้อมกับสามารถหาที่ตั้ง แผนที่ในการเดินทาง ขนาดที่พักอาศัย ตัวอย่างที่พักอาศัย ตลอดจนรายละเอียดเบื้องต้นของแต่ละโครงการ ซึ่งผลจากการเปิดช่องทางบริการออนไลน์มีประชาชนให้ความสนใจและเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในส่วนของการจองบ้านออนไลน์ซึ่งจะส่งผลดีต่อประชาชนให้เข้าถึงข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยได้สะดวกและรวดเร็ว ผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ในเว็บไซต์ http://www.nhic.m-society.go.th รวมถึงการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมด้านที่อยู่อาศัยและบริการงานขาย (NHA INNOVATION CENTER) เพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยเป็นการเคหะแห่งชาติ 4.0 ทั้งยังอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยได้อย่างเท่าเทียมกันแบบครบวงจร

จากสาเหตุดังกล่าวการเคหะแห่งชาติจึงได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ โดยทำการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการเคหะแห่งชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการให้บริการให้มีความสอดคล้องและสามารถตอบสนองความของต้องการของลูกค้าได้สืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจข้อมูลความต้องการของลูกค้าและสาเหตุของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการของ การเคหะแห่งชาติ
2. นำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อโครงการการเคหะแห่งชาติ

วิธีดำเนินการวิธีวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะผ่านระบบออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 256 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562 จำนวน 1,416 ราย คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ช่องทางการรับรู้จากสื่อ และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่าน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์เกี่ยวกับความต้องการและสาเหตุที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการของการเคหะแห่งชาติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วแจกให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางไปรษณีย์ โดยทำการจัดส่งแบบสอบถามและเอกสารชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องศึกษา เก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเต็มใจให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดให้กับกลุ่มตัวอย่างตามรายละเอียดชื่อและที่อยู่ที่ลูกค้าได้ทำการลงทะเบียนไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้จัดการลงรหัสข้อมูล แล้วนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ผลสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้

2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

4. ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ตามข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลพบว่า ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติผ่านระบบออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีรายได้ที่ 15,001-20,000 บาท มีสถานภาพสมรสจดทะเบียน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้เรื่องบริการจองโครงการออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติจากสื่อ Social Media (โซเชียลมีเดีย) และทั้งหมดมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติโดยมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติออนไลน์ มีขั้นตอนการจองที่เข้าใจง่าย

2. ผลการวิเคราะห์เหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้พิจารณาตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ พบว่า อัตราค่าผ่อนถูก/ราคาถูกคือ เหตุผลสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.20 รองลงมาคือ มีการจ่ายดาวน์ต่ำกว่าโครงการอื่น คิดเป็นร้อยละ 20.40 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและบริการและการคมนาคมสะดวก คิดเป็นร้อยละ 16.00 การออกแบบที่สวยงามทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 13.70 และมีการบริการด้านสินเชื่อที่เข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 12.70 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาคือ ไม่พอใจด้านกายภาพเช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.60 ไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 13.10 ไม่มีทำเลที่ต้องการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.70 ไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุด คิดเป็นร้อยละ 11.20 ไม่พอใจเงินใน การจอง คิดเป็นร้อยละ 10.60 ไม่พอใจการบริหารจัดการ เช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และระบบ

รักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 10.40 และไม่พอใจระดับราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติด้านรูปแบบมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และด้านการบริการ ตามลำดับ สามารถพิจารณารายข้อได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ เป็นเพราะไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด และไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุด ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันที่อยู่อาศัยหรือบ้านเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน การเลือกและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย ดังนั้น พฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน ซึ่งการพิจารณารูปแบบลักษณะของที่อยู่อาศัยนั้นก็เป็นปัจจัยหลักที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์จึงมีการเติบโตทั้งบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมผู้บริโภคมีความต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น และมีความต้องการที่จะซื้อที่อยู่อาศัยในรูปแบบที่ถูกใจของตนเองมากที่สุด เป็นสาเหตุให้เมื่อผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบของโครงการและรู้สึกไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุดจึงยังไม่มีการตัดสินใจซื้อโครงการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีบริเวณบ้าน คุณภาพกระเบื้องและสุขภัณฑ์ และการรับประกัน โครงสร้างบ้านมีความคงทนแข็งแรง

2. ด้านราคา พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจเงินในการจอง และไม่พอใจระดับราคาขาย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานประจำมีเงินเดือน จึงไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ มีเงินเดือนเท่าเดิม แต่อาจเกิดความกังวลถึงรายได้ในอนาคตได้ จึงทำให้ผู้บริโภคต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้นรวมถึงแนวโน้มลักษณะครอบครัวที่เล็กลง ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจหันมาสนใจที่อยู่อาศัยในรูปแบบของคอนโดมิเนียมหรือห้องชุดมากขึ้น ซึ่งพบว่า ในปัจจุบันมีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้เลือกและพิจารณาโครงการที่อยู่อาศัยได้มากขึ้นในราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เมื่อผู้บริโภคพิจารณาถึงราคาขายและจำนวนเงินใน

การจองแล้วรู้สึกไม่พึงพอใจจึงไม่ทำการตัดสินใจซื้อ เพราะราคาคือ สิ่งที่ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกันระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อและยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านราคา คือ อัตราเบี้ยเงินกู้ เงินดาวน์ต่ำ ราคาขายต่ำและเงินจองต่ำ ในขณะที่งานวิจัยของกนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านราคาบ้าน อัตราเงินกู้ของธนาคาร และจำนวนเงินจองหรือวางดาวน์ ต่างส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภค เช่นเดียวกับศศิพร บุญชู (2560)

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่มีทำเลที่ต้องการซื้อ ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคมักมีการพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง สามารถเข้า-ออกที่พักได้ง่าย มีการคมนาคมการขนส่งที่สะดวก รวมถึงพิจารณาจากการลักษณะของการดำเนินชีวิตจากการประกอบอาชีพซึ่งคนส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งประกอบอาชีพซึ่งมีความหลากหลาย เช่น สถานที่ทำงาน ออฟฟิส นิคมอุตสาหกรรม โรงเรียน สถานศึกษาหรือสถานที่อำนวยความสะดวกอีกหลายแห่ง ซึ่งเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่มีทำเลที่ต้องการซื้ออาจจะเป็นเพราะทำเลที่ตั้งของโครงการอาจจะอยู่ในพื้นที่ที่ผู้บริโภคต้องการทำให้ไม่ตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย พบว่าให้ความสำคัญกับระบบรักษาความภัย ทำเลที่ตั้งของบ้านอยู่ในตัวเมือง ถนนเข้า-ออก โครงการมีขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของชนิตา เอี่ยมสะอาด (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นใช้เหตุผลปัจจัยที่เลือกซื้อเพราะการคมนาคมสะดวกและรวดเร็ว ร้อยละ 35.83

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการแนวโน้มเติบโตมากขึ้น โดยมีผู้ประกอบการจำนวนมากหันมาให้ความสนใจและจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของรูปแบบที่มีในรูปแบบของบ้าน ห้องชุด คอนโดมิเนียม ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ราคา สถานที่ทำเลที่ตั้งต่างๆ กระจายในทุกๆ พื้นที่ของเมือง ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง โดยแต่ละผู้ประกอบการจะมีการสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคใน

ด้านต่างๆ ทั้งมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีของแถม มีส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้านฟรีค่าธรรมเนียมในการโอน ให้เอยู่ฟรีตามเงื่อนไข หรือโปรโมชั่นต่างๆ อีกมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและจะพิจารณาเลือกสิ่งที่คิดว่าตนได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด ดังนั้นเมื่อลูกค้าการเคหะแห่งชาติได้พิจารณาแล้วเกิดไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม จึงทำให้ไม่ตัดสิใจซื้อโครงการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประกันบ้าน มีของแถม เช่นเดียวกับงานวิจัยของณัฐกฤตา อรรถมานะ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมแล้วมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของการมอบส่วนลดพิเศษเป็นอันดับแรก

5. ด้านการบริการ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจการบริหารจัดการเช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความต้องการซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัยนั้นสิ่งสำคัญจะมีการคำนึงถึงคือ เรื่องของสถานที่จอดรถของโครงการ ซึ่งจะต้องมีพื้นที่รองรับของผู้อยู่อาศัยอย่างเพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ถึงความปลอดภัยของชีวิต และทรัพย์สิน รวมถึงเรื่องของค่าส่วนกลางจะต้องมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป มีระบบการจัดเก็บขยะที่ดี มีค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม เพราะค่าใช้จ่ายเหล่านี้แม้จะมีการจ่ายต่อครั้งไม่มากนัก แต่เมื่อผู้บริโภคนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าและสิ่งที่จะได้รับต้องมีความสอดคล้องกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิตา เอี่ยมสะอาด (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นใช้เหตุผลหลายประการประกอบการตัดสินใจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเลือกที่อยู่อาศัยจากระบบความปลอดภัย ร้อยละ 40.16 ในขณะที่งานวิจัยกมนนัทธ์ มีสัตย์ (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้าน โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณา ได้แก่ ไม่มีประวัติขโมยหรือโจรขึ้นบ้านละแวกนั้น เนื่องจากมีความสำคัญต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย ส่งผลให้มีการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น การสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานราชการหรือสอบถามจากเพื่อนบ้าน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันการเกิดอาชญากรรมหรือโจรกรรม เช่น การมีพนักงานตรวจตราบริเวณโครงการเป็นระยะๆ ตลอดทั้งวัน มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก ภายในโครงการ รวมถึงการควบคุม

บุคคลภายนอกให้มีการแลกบัตรประชาชน การติดตั้งกล้องวงจรปิดติดตาม ณ จุดต่างๆ ภายในโครงการ

6. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจด้านกายภาพเช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ จึงควรมีสภาพแวดล้อมที่ดี เหมาะที่จะเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจของสมาชิก รวมถึงผู้มาเยี่ยมเยือนและชุมชนโดยรอบ ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีการใช้ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อโครงการ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคพบว่าบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยไม่เป็นไปตามการคาดหวัง ซึ่งอาจจะเป็นพื้นที่ที่มีตัวอาคารเก่า ชำรุด มีสภาพแวดล้อมที่ปราศจากความอิสระส่วนตัว มีสิ่งที่อาจจะก่อให้เกิดความรำคาญทั้งในเรื่องของเสียง และกลิ่นรบกวนต่างๆ จึงทำให้ยังไม่มีการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิตา เอี่ยมสะอาด (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจจะใช้เหตุผลด้านการคำนึงถึงคุณภาพมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยของภัฐพเดช มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร (2555) ที่ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า การมีสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี บ้านได้มาตรฐานวิศวกรรม/สถาปัตยกรรม บ้านมีเอกลักษณ์ มีสไตล์ในการออกแบบดี ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. ด้านรูปแบบ พบว่า ลูกค้าไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรให้ความสำคัญกับรูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีความแข็งแรงทนทาน เลือกวัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพ มีขนาดของห้องให้เลือกหลากหลาย และควรมีจุดเด่นในการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะมากยิ่งขึ้น

2. ด้านราคา พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเพราะไม่พอใจระดับราคาขายและไม่พอใจเงินในการจอง ดังนั้นในด้านการกำหนดราคา การเคหะแห่งชาติ ควรมีการพิจารณาราคาควบคู่ไปกับความเหมาะสมทั้งด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับขนาดที่ดิน และด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับ

คุณภาพของโครงการ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติเพราะไม่มีทำเลที่ลูกค้าต้องการซื้อ ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรมีการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการต่างๆ ให้มีความหลากหลายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน สถานที่งาน รวมถึงนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดำเนินโครงการบริเวณใกล้เคียงกับการคมนาคมที่สะดวก เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้นในการเลือกซื้อ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติเพราะไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ดังนั้นการเคหะแห่งชาติควรมีการส่งเสริมในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้นอย่างทั่วถึง ผ่านสื่อหรือช่อทางต่างๆ และมีระบบกระบวนการในการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับขั้นในการปฏิบัติ กำหนดนโยบายจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมีความสนใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ

5. ด้านการบริการ พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติเพราะไม่พอใจการบริหารจัดการ เช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรมีการจัดสรรพื้นที่เพื่อรองรับรถของผู้อยู่อาศัยให้เพียงพอ มีการจัดหาบริษัทรักษาความปลอดภัยในทุกๆ โครงการเพื่อการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานไว้คอยดูแลความเรียบร้อยภายในโครงการเพื่อป้องกันภัยหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้น จัดให้มีระบบสาธารณูปโภคอย่างครบครันให้มีความเพียงพอในการให้บริการอยู่เสมอ มีข้อกำหนดและเงื่อนไขการจ่ายค่าส่วนกลางที่เหมาะ มีการตั้งกลยุทธ์ด้านการบริการที่ดีทั้งการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาอย่างเป็นมิตรและใกล้ชิด เพื่อเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อโครงการแก่ผู้บริโภค

6. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติ เพราะไม่พอใจด้านกายภาพ เช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงตัวอาคารในโครงการเก่าให้มีลักษณะดูดีสวยใหม่ มีการปลูกต้นไม้ใหญ่เพิ่มความร่มรื่นพื้นที่ และควรจัดให้มีสวนสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัย เช่น ร้านค้า ร้านขายยา ร้านฟิตเนส และอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์และตัดสินใจไม่ซื้อโครงการเท่านั้น หากทำการศึกษาครั้งไปควรทำการศึกษาเปรียบกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตัดสินใจซื้อและที่ไม่ตัดสินใจซื้อเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงถึงเหตุผลของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แท้จริง

2. ควรศึกษาถึงเกี่ยวกับความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัย เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการให้ได้ตรงความต้องการของผู้บริโภค

3. ควรศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย อาทิเช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด หรือคอนโดมิเนียม โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษารายละเอียดประเด็น ในเชิงลึกมากขึ้นเพื่อประโยชน์ที่สมบูรณ์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า. (2556). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน).** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กมนนัทธ์ มีสัตย์. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลก**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

การเคหะแห่งชาติ. (2562). **รายงานประจำปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2562, จาก https://www.nha.co.th/view/1/รายงานการดำเนินงานประจำปี.

ชนิตา เอี่ยมสะอาด. (2558). การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน **เอกสารการประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 5 อุตสาหกรรมไทยในยุค Digital Economy** (หน้า A182–A189). นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

ณัฐกฤตา อรรถมานะ. (2555). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.

นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). **ปัจจัยทีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ภัฐพเดช มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการวิศวกรรมศาสตร์ ม.อบ.**, 6(2), 22-34.

วีณา ถิระโสภณ. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศศิพร บุญชู. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis** (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.