

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 200 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40-49 ปี สถานภาพโสด มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 3-4 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานองค์กรเอกชน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยและปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท โดยให้ความสำคัญทุกปัจจัยในระดับมาก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านสถานที่ และให้ความสำคัญของปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยและปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัย			ปัญหา		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	มาก	1	3.60	มาก	1
ด้านราคา	3.89	มาก	2	3.58	มาก	2
ด้านสถานที่	3.82	มาก	3	3.43	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	มาก	4	3.31	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	มาก		3.48	มาก	

หมายเหตุ : การแปลผล 4.21-5.00 หมายถึงมากที่สุด, 3.41-4.20 หมายถึงมาก, 2.61-3.40 หมายถึงปานกลาง, 1.81-2.60 หมายถึงน้อย และ 1.00-1.80 หมายถึงน้อยที่สุด

ส่วนลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกสรุป ได้ดังนี้

ตารางที่ 48 แสดงลำดับปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน
2	ปัจจัยด้านราคา	ราคาที่เหมาะสม
3	ปัจจัยด้านสถานที่	ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก
4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ลำดับแรกในเรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาที่เหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้าออก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

สำหรับลำดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท และปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกสรุป ได้ดังนี้

ตารางที่ 49 แสดงลำดับปัญหา และปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก ในการตัดสินใจซื้อบ้าน
เดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท

ลำดับ	ปัญหา	ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน
2	ปัญหา ด้านราคา	ราคาไม่เหมาะสม
3	ปัญหา ด้านสถานที่	พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด
4	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรกในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ปัญหาด้านราคาในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ปัญหาด้านสถานที่ในเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัย ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อายุไม่เกิน 29 ปี	ระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเฉลี่ยรวม 3.95	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเฉลี่ยรวม 3.85	ที่ตั้งของโครงการใกล้กับถนนใหญ่และสะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าเฉลี่ยรวม 3.75	มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.03 ค่าเฉลี่ยรวม 3.37
อายุ 30-39 ปี	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.08 ค่าเฉลี่ยรวม 3.84	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.97 ค่าเฉลี่ยรวม 3.81	ความสะดวกภายในหมู่บ้าน ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเฉลี่ยรวม 3.61	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเฉลี่ยรวม 3.43
อายุ 40-49 ปี	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.35 ค่าเฉลี่ยรวม 4.09	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.42 ค่าเฉลี่ยรวม 3.97	สะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเฉลี่ยรวม 4.01	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเฉลี่ยรวม 3.71
อายุ 50 ปีขึ้นไป	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 5.00 ค่าเฉลี่ยรวม 4.51	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.65 ค่าเฉลี่ยรวม 3.91	การตกแต่งสวนส่วนกลางสวยงาม ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเฉลี่ยรวม 3.97	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย และมีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเฉลี่ยรวม 4.16

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัย ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
สถานภาพโสด	ระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเฉลี่ยรวม 3.89	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.26 ค่าเฉลี่ยรวม 3.90	สะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 3.98 ค่าเฉลี่ยรวม 3.77	มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเฉลี่ยรวม 3.45
สถานภาพสมรส	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเฉลี่ยรวม 4.12	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.26 ค่าเฉลี่ยรวม 3.85	สะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าเฉลี่ยรวม 3.81	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเฉลี่ยรวม 3.70
สถานภาพหย่าร้าง	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยรวม 4.09	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.61 ค่าเฉลี่ยรวม 3.95	มีสถานที่ออกกำลังกายภายในหมู่บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.28 ค่าเฉลี่ยรวม 4.06	มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเฉลี่ยรวม 3.71
สถานภาพหม้าย	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน และระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยรวม 4.02	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยรวม 3.95	ความสะอาดภายในหมู่บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.44 ค่าเฉลี่ยรวม 3.94	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.44 ค่าเฉลี่ยรวม 3.78
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 1-2 คน	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.21 ค่าเฉลี่ยรวม 3.95	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเฉลี่ยรวม 3.84	ความสะอาดภายในหมู่บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเฉลี่ยรวม 3.82	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเฉลี่ยรวม 3.62

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัย ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 3-4 คน	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐานและระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.30 ค่าเฉลี่ยรวม 3.98	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.24 ค่าเฉลี่ยรวม 3.93	สะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าเฉลี่ยรวม 3.93	มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเฉลี่ยรวม 3.54
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 5-6 คน	งานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.54 ค่าเฉลี่ยรวม 4.20	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเฉลี่ยรวม 4.00	สะดวกในการเดินทางเข้าออก ค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเฉลี่ยรวม 3.79	มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.28 ค่าเฉลี่ยรวม 3.69
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 6 คนขึ้นไป	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าเฉลี่ยรวม 3.90	ราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.20 ค่าเฉลี่ยรวม 3.37	การตกแต่งสวนส่วนกลางสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเฉลี่ยรวม 2.85	มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ และมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเฉลี่ยรวม 3.56

จากตารางที่ 50 พบว่า
จำแนกตามอายุ

ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 29 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย ลำดับที่สอง ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องราคาที่เหมาะสม ลำดับที่สาม ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องที่ตั้งของโครงการใกล้กับถนนใหญ่ และสะดวกในการเดินทางเข้าออก ลำดับ

ผู้ที่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 6 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องมีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ และมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ลำดับที่สาม ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องราคาที่เหมาะสม ลำดับสุดท้าย ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องการตกแต่งสวนส่วนกลางสวยงาม

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัญหา ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อายุไม่เกิน 29 ปี	ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเฉลี่ยรวม 3.13	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.33 ค่าเฉลี่ยรวม 2.82	สถานที่ตั้งอยู่ห่างจากย่านชุมชน ค่าเฉลี่ย 2.87 ค่าเฉลี่ยรวม 2.68	ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 2.80 ค่าเฉลี่ยรวม 2.69
อายุ 30-39 ปี	งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.86 ค่าเฉลี่ยรวม 3.62	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเฉลี่ยรวม 3.66	พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเฉลี่ยรวม 3.48	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยรวม 3.30
อายุ 40-49 ปี	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าเฉลี่ยรวม 3.69	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.01 ค่าเฉลี่ยรวม 3.70	สถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ ค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเฉลี่ยรวม 3.54	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ และไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยรวม 3.38

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัญหา ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อายุ 50 ปีขึ้นไป	พื้นที่ใช้สอยไม่เหมาะสม / วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน / งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน / ระบบสาธารณูปโภคไม่เรียบร้อย / ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเฉลี่ยรวม 3.90	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเฉลี่ยรวม 4.02	สถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ / การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก / พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด/การตกแต่งสวนส่วนกลางไม่สวยงาม ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเฉลี่ยรวม 4.00	ไม่มีการโฆษณาขายบ้านตามสื่อต่างๆ / ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ / ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย / ไม่มีของขวัญของชำร่วยแจก / ไม่มีการออกบูทตามสถานที่ต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเฉลี่ยรวม 4.06
สถานภาพโสด	ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเฉลี่ยรวม 3.49	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเฉลี่ยรวม 3.49	พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเฉลี่ยรวม 3.46	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเฉลี่ยรวม 3.20
สถานภาพสมรส	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเฉลี่ยรวม 3.51	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.78 ค่าเฉลี่ยรวม 3.55	การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.39 ค่าเฉลี่ยรวม 3.27	ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.39 ค่าเฉลี่ยรวม 3.25

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัญหา ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
สถานภาพหย่าร้าง	งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.61 ค่าเฉลี่ยรวม 4.19	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.48 ค่าเฉลี่ยรวม 4.03	สถานที่ตั้งอยู่ห่างจากย่านชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเฉลี่ยรวม 3.88	ไม่มีของขวัญของชำร่วยแจก ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเฉลี่ยรวม 3.89
สถานภาพหม้าย	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.78 ค่าเฉลี่ยรวม 4.33	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยรวม 3.87	พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเฉลี่ยรวม 3.80	ไม่มีของขวัญของชำร่วยแจก ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเฉลี่ยรวม 3.67
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 1-2 คน	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยรวม 3.46	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.62 ค่าเฉลี่ยรวม 3.35	การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก และพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 3.45 ค่าเฉลี่ยรวม 3.38	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าเฉลี่ยรวม 3.24

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัญหา ค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยที่ทำให้ความสำคัญลำดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท จำแนกตามอายุ สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 3-4 คน	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.89 ค่าเฉลี่ยรวม 3.57	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเฉลี่ยรวม 3.58	การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเฉลี่ยรวม 3.46	ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเฉลี่ยรวม 3.29
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 5-6 คน	วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.38 ค่าเฉลี่ยรวม 4.11	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.38 ค่าเฉลี่ยรวม 4.11	พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 3.90 ค่าเฉลี่ยรวม 3.65	ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.92 ค่าเฉลี่ยรวม 3.58
จำนวนบุคคลในครัวเรือน 6 คนขึ้นไป	แบบบ้านไม่ทันสมัย โดดเด่น / วัสดุที่ใช้สอยไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน / วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน / งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน / ระบบสาธารณูปโภคไม่เรียบร้อย / ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 2.80 ค่าเฉลี่ยรวม 2.74	ราคาไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.20 ค่าเฉลี่ยรวม 2.86	สถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ / การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก / พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ค่าเฉลี่ย 2.70 ค่าเฉลี่ยรวม 2.60	ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ค่าเฉลี่ย 2.90 ค่าเฉลี่ยรวม 2.72

จากตารางที่ 51 พบว่า

จำแนกตามอายุ

ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 29 ปีให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ลำดับที่สอง ปัญหาด้านราคาให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สาม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ห่างจากย่านชุมชน

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปีให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องสถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ และไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยในระดับมากในเรื่องไม่มีการโฆษณาขายบ้านตามสื่อต่างๆ ไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย ไม่มีของขวัญของชำร่วยแจก ไม่มีการออกบู๊ทตามสถานที่ต่าง ๆ ลำดับที่สอง ปัญหาด้านราคาให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องสถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด การตกแต่งสวนส่วนกลางไม่สวยงาม ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องพื้นที่ใช้สอยไม่เหมาะสม

วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ระบบ
สาธารณูปโภคไม่เรียบร้อย ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย

จำแนกตามสถานภาพ

ผู้ที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้
ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย และให้ความสำคัญ
ของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรกเช่นเดียวกัน โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่อง
ราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่อง
พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของ
ปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่

ผู้ที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้
ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้าน
ผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพ
และมาตรฐาน ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางใน
เรื่องการเดินทางเข้าออกไม่สะดวก ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญ
ของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้างให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก
โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน
และไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ลำดับที่สอง ปัญหาด้านราคาให้ความสำคัญของปัญหาย่อย
ระดับมากที่สุดในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สาม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้
ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องไม่มีของขวัญของชำร่วยแจก ลำดับสุดท้าย
ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ห่างจากย่านชุมชน

ผู้ที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดย
ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและ
มาตรฐาน และงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สอง ปัญหาด้านราคาให้ความสำคัญ
ของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้
ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ลำดับสุดท้าย
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องไม่มีของขวัญ
ของชำร่วยแจก

จำแนกตามจำนวนบุคคลในครัวเรือน

ผู้ที่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 1-2 คนให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และงานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สอง ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องการเดินทางเข้าออกไม่สะดวก และพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ลำดับที่สาม ปัญหาด้านราคาให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่

ผู้ที่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 3-4 คนให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ลำดับที่สาม ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องการเดินทางเข้าออกไม่สะดวก ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ผู้ที่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 5-6 คนให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรกเช่นเดียวกัน โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากที่สุดในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับมากในเรื่องไม่มีของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ผู้ที่มีจำนวนบุคคลในครัวเรือน 6 คนขึ้นไปให้ความสำคัญของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องราคาไม่เหมาะสม ลำดับที่สอง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องแบบบ้านไม่ทันสมัย โดดเด่น พื้นที่ใช้สอยไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน งานก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ระบบสาธารณูปโภคไม่เรียบร้อย ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย ลำดับที่สาม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ลำดับสุดท้าย ปัญหาด้านสถานที่ให้ความสำคัญของปัญหาย่อยระดับปานกลางในเรื่องสถานที่ตั้งไกลจากถนนใหญ่ การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก พื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สามารถนำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เลอพงส์ ลดาพงษ์พัฒนา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย กรณีศึกษาเฉพาะผู้ซื้อทรัพย์สินรอการขายจาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย ของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด

จากการศึกษาความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก แต่ให้ความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพ และมาตรฐาน และให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง รูปแบบบ้าน สอดคล้องกับงานศึกษาของ สุรศักดิ์ แพ้วพาณิชย์กุล (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องรูปร่างหน้าตาของตัวอาคาร บ้านที่มีคุณภาพดี แสดงว่าคุณภาพงานก่อสร้างของบ้านและรูปแบบบ้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ไม่มีคุณภาพและมาตรฐานมากที่สุด รองลงมาคือ งานก่อสร้าง ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เลอพงส์ ลดาพงษ์พัฒนา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย กรณีศึกษาเฉพาะผู้ซื้อทรัพย์สินรอการขายจาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ

ของปัญหาในเรื่องระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ มากที่สุด เนื่องจากเห็นว่าระบบสาธารณูปโภคเป็นปัจจัยพื้นฐาน

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องราคาที่เหมาะสมเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ สุรศักดิ์ แพร่พาศกุล (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องบ้านที่มีราคาสูง(คุณภาพดี) และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ วรเดช พรเบญจศักดิ์กุล (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย ของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องราคาต่ำกว่าซื้อบ้านมือหนึ่ง

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาเรื่องราคาไม่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยแพง และจำนวนเงินดาวน์มาก

ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากทุกปัจจัยย่อยโดยให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้าออกเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สุรศักดิ์ แพร่พาศกุล (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องที่ตั้งของโครงการ และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เลอพงศ์ ลดาพงษ์พัฒนา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย กรณีศึกษาเฉพาะผู้ซื้อทรัพย์สินรอกการขายจาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้ง การใกล้แหล่งชุมชน เป็นลำดับแรก

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาดมากที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางเข้าออกไม่สะดวก และสถานที่ตั้งของโครงการไกลจากถนนใหญ่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ วรเดช พรเบญจศักดิ์กุล (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย ของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

และปริณิชนาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากคือเรื่องมีสิ่งจูงใจ เช่น ฟรีค่าโอน แคมป์รถเติมน้ำมัน แคมป์เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือแจกบัตรกำนัลต่างๆ ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ เลอพงค์ ลดาพงษ์พัฒนา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย กรณีศึกษาเฉพาะผู้ซื้อทรัพย์สินหรือการขยายจาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริณิชนาท พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนลดและของรางวัลต่างๆ ในระดับน้อยที่สุด และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สุรศักดิ์ แพ้วพณิชกุล (2547) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริณิชนาทพบว่า ให้ความสำคัญน้อย เรื่องการให้ส่วนลดในช่วงโปร โมชัน การแถมอุปกรณ์ระดับบ้าน การจับฉลากชิงรางวัล มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว

เมื่อพิจารณาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย และไม่มีการโฆษณาขายบ้านตามสื่อต่างๆ และไม่มีของขวัญของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยอันดับแรกในเรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐานและระบบรักษาความปลอดภัย และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรก ในเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยอันดับแรกในเรื่องราคาที่เหมาะสม และปัญหาด้านราคาอันดับแรก ในเรื่องราคาไม่เหมาะสม

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยอันดับแรกในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้าออกและความสะอาดของพื้นที่ภายในหมู่บ้าน และปัญหาด้านสถานที่ ในเรื่องการเดินทางเข้าออกไม่สะดวกและเรื่องพื้นที่ภายในหมู่บ้านไม่สะอาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยอันดับแรก ในเรื่องมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขายและมีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องไม่มีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่และไม่มีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและให้ความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทในด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐานมากที่สุด และให้ความสำคัญของปัญหาเรื่องวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างไม่มีคุณภาพและมาตรฐานมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการก่อสร้างและวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างให้มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการควบคุมคุณภาพของงานก่อสร้าง โดยใช้ระบบ QC (Quality Control) มาใช้ในการควบคุมงานก่อสร้าง เป็นการควบคุมขบวนการผลิตและคุณภาพของวัสดุ มีการตรวจสอบทุกขั้นตอนอย่างชัดเจน ซึ่งทางผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อบ้านที่สร้างเสร็จก่อนขาย ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพงานก่อสร้างจึงมักจะพบหลังจากซื้อขายและเข้าอยู่อาศัยแล้ว

โครงการบ้านจัดสรรต้องมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีให้ผู้อยู่อาศัย เช่น มีการแลกบัตรเข้า-ออก การติดตั้งกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจรอบโครงการทุกชั่วโมง เป็นต้น เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมั่นใจในความปลอดภัย กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญในด้านนี้มากที่สุดคือลูกค้าอายุไม่เกิน 29 ปี และมีสถานภาพโสด

การออกแบบบ้านต้องมีความทันสมัย โดดเด่น มีการจัดวางพื้นที่ใช้สอยให้สะดวกต่อการใช้งานและใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่าที่สุด มีการออกแบบบ้านให้มีรูปแบบหลากหลายให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ดังนั้นควรศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรื่องราคาที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องกำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับรูปแบบ คุณภาพการก่อสร้างของบ้าน และทำเลที่ตั้ง มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกตามรูปแบบบ้านและพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

จัดหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ซื้อบ้านในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ กำหนดจำนวนเงินค่างวด และระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

มีการเก็บค่าบริการรักษาส่วนกลางอย่างเหมาะสม ให้สอดคล้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย การรักษาความสะอาดภายในโครงการ การเก็บขยะ การตกแต่งสวนส่วนกลาง สถานที่ออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาด้านสถานที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้าออกและความสะอาดของพื้นที่ภายในหมู่บ้าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้ง โครงการให้อยู่ในย่านที่มีการคมนาคมสะดวก ถนนทางเข้าออกของโครงการอยู่ในสภาพดี ไม่มีน้ำท่วมขัง มีความปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ

มีการจัดตกแต่งสวนส่วนกลาง สถานที่ออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ให้มีความสะอาด สวยงาม และมีความปลอดภัย ให้เหมาะสมกับค่าบริการรักษาส่วนกลางที่เรียกเก็บจากผู้อยู่อาศัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรื่องมีการให้ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย และมีส่วนลดราคาในช่วงที่เปิดโครงการใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายในงานเปิดจองโครงการ โดยให้ของแถมพิเศษและมีส่วนลดให้กับลูกค้า เช่น การแถมเฟอร์นิเจอร์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการในหลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ การออกบู๊ตตามสถานที่ต่างๆ มีพนักงานแนะนำโครงการที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างละเอียดครบถ้วน และมีการให้ข้อมูลโครงการตลอดจนข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นที่ผู้บริโภครสามารถค้นหาเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ของโครงการต่างๆ ก่อนตัดสินใจซื้อได้สะดวกรวดเร็ว