

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
Factors Affecting Consumers' Decision to Purchase a House
in a Real Estate Development in Mueang District,
Chiang Rai Province

ศศิกานต์ จันแปงเงิน

อีเมล: 6351203271@lamduan.mfu.ac.th

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.เดชนันต์ บังกิโล

อีเมล: dej-anan@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 365 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค และปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, การตัดสินใจซื้อ, โครงการบ้านจัดสรร

ABSTRACT

The objectives of this study were study the relationship between customer demographics factors and house purchase decision. The samples of this study were 365 respondents who bought a house in real estate development project in Mueang District,

Chiang Rai Province. The instrument used in this study was a questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation. Hypotheses testing was performed by Chi-Square. The results of this study showed that the age affected house purchase decision between local brand and national brand in real estate development project, and the factors of age and occupation of customers affect house purchase decision in different types of houses in real estate development project.

Keywords: Customer Demographics Factors, Decision to Purchase, Real Estate Development Project

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ด้วยเหตุผลนี้ ธุรกิจโครงการบ้านจัดสรรจึงเกิดขึ้น ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม เป็นต้น อีกทั้ง มูลค่าของบ้านยังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามกาลเวลา และยังมีการซื้อขายเปลี่ยนมืออยู่ตลอด ยิ่งบ้านที่อยู่ในเขตชุมชนเมืองจะได้ราคาดีเป็นพิเศษ การมีสิทธิครอบครองบ้านจึงเป็นเรื่องที่ใครหลายคนใฝ่ฝัน เพราะสามารถแสดงฐานะความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะป็นนักลงทุนหรือคนที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยก็ตาม อย่างไรก็ตามการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจำเป็นต้องใช้ความคิดพิจารณาถึงความพึงพอใจในการเลือกซื้ออย่างถี่ถ้วนและพิถีพิถัน ทั้งในเรื่องทำเลที่ตั้ง ราคาบ้าน ขนาด รูปแบบของบ้าน พื้นที่ใช้สอย รวมถึงต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายต่าง ๆ ที่สำคัญในเรื่องของสาธารณูปโภคในโครงการ พื้นที่ส่วนกลางต่าง ๆ ทั้งถนนภายในโครงการ ทางเท้าในหมู่บ้าน ไฟส่องสว่าง รั้ว ทางเข้าออกของหมู่บ้าน ส่วนหย่อม และบริการสาธารณะต่าง ๆ เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

จังหวัดเชียงรายถือว่าเป็นเมืองเอกทางภาคเหนือรองจากเชียงใหม่ หลังจากที่กลุ่มทุนใหญ่จากส่วนกลางให้ความสนใจมาลงทุนยังพื้นที่แห่งนี้ ส่งผลให้กลุ่มทุนในพื้นที่ต้นตอและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันมากขึ้น บวกกับแรงขับเคลื่อนจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 แต่ด้วยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งของจังหวัดเชียงรายที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างพม่า ลาว เขื่อนมโหรีไปยังประเทศจีน ซึ่งเอื้อต่อการเข้ามาดำเนินธุรกิจและอยู่อาศัย โดยมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อรองรับการขนส่งในอนาคต ส่งผลให้พื้นที่แห่งนี้กลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักลงทุนและผู้คนเป็นอย่างดี ทำให้ปีที่ผ่านมาการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงรายมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก

เชียงใหม่จึงเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีอัตราการเติบโตของความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ราคาที่ดินบางโซนบางทำเลก็ปรับตัวขึ้นตามแรงพัฒนา ทำให้ในบางโครงการมีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจเหมาะกับการลงทุนระยะยาว โดยเฉพาะที่ดินแปลงสวยติดแม่น้ำรวมทั้งติดถนนสายหลักที่มีอัตราเติบโตเฉลี่ยสูงถึงปีละ 10% โดยเป็นบ้านเดี่ยวได้รับความนิยมมากที่สุด 38% รองมาคือทาวน์เฮาส์ 26% และภาพรวมตลาดอสังหาฯ จ.เชียงใหม่ มีความต้องการและกำลังซื้อดี มีอัตราดูดซับ 3-4% ของจำนวนยูนิตทั้งหมดในตลาด โดยโครงการแนวราบมีอัตราขายเฉลี่ยราว 20 ยูนิต/เดือน และระดับราคาที่มีการตอบรับดีคือไม่เกิน 2 ล้านบาท ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นราคาที่ดินและราคาที่อยู่อาศัยในอนาคตจะมีการปรับขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2562)

ในปี 2563 เริ่มมีการใช้ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ที่ประกาศใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2563 รวมถึงมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ อย่างมาตรการลดค่าโอนและค่าจดจำนอง จะเป็นจุดพลิกที่ทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ชะลอตัวหรือกลับมาฟื้นตัว ยอดการซื้ออสังหาริมทรัพย์มีอัตราการเติบโตขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงต้องเร่งปรับตัวด้วยการหาจุดเด่นของที่ดินในแต่ละทำเล เพื่อจัดโครงการบ้านจัดสรรเจาะลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำการบ้านเชิงลึกเกี่ยวกับพื้นที่และความต้องการลูกค้า ดังนั้นจึงมีหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นหลายโครงการไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาคให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อตามความต้องการ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจแง่ของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงมีหลายปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคให้ผู้ประกอบการได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ เพื่อต้องการตอบสนองความพึงพอใจและตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรให้ได้ศึกษาหาปัจจัยเหล่านั้น

ด้วยเหตุผลนี้ ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการแข่งขันในการทำธุรกิจโครงการบ้านจัดสรร เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ประกอบการอาจไม่ทราบชัดเจนว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ดังนั้นจึงต้องหาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อมาพิจารณาในการขายบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จากเหตุผลที่กล่าวมา จึงทำให้ผู้วิจัยประสงค์จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน จำแนกตามประเภทโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค และจำแนกตามประเภทบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรของกลุ่มคนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

4. ขอบเขตด้านการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเลือกสุ่มตัวอย่าง ประชากร การสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มประชากรในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร

5. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาศึกษาวิจัย ระหว่างเดือน กรกฎาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2564 เป็นระยะเวลา 6 เดือน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎี

Hanna and Wozniak (2001) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไป แล้วข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลเหล่านี้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดนิยมใช้เพื่อพิจารณาแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้อง การความชอบ และอัตราการใช้สินค้าของ อัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจากลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสถิติที่วัดได้ จึงสามารถช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งวัดผลได้ง่ายกว่าตัวแปรอื่น รายละเอียดของตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) ผลลัพธ์ที่แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงต้องนำลักษณะดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และราคาที่สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า

4. อาชีพ (Occupation) ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความจำเป็นหรือความต้องการในสินค้าหรือบริการที่ต่างกัน จึงต้องศึกษาว่าสินค้าหรือบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด

5. รายได้ (Income) โดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีฐานะร่ำรวย แต่ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำก็เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า แม้รายได้จะเป็นตัวแปรที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์อยู่เสมอ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่ก็จะโยกเกณฑ์รายได้รวมเข้ากับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

6. ขนาดครอบครัว และสถานภาพครอบครัว (Family size and Marital Status) ในอดีตถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายสำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญ ยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภค โดยนักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าหนึ่ง และยังพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนนั้น เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

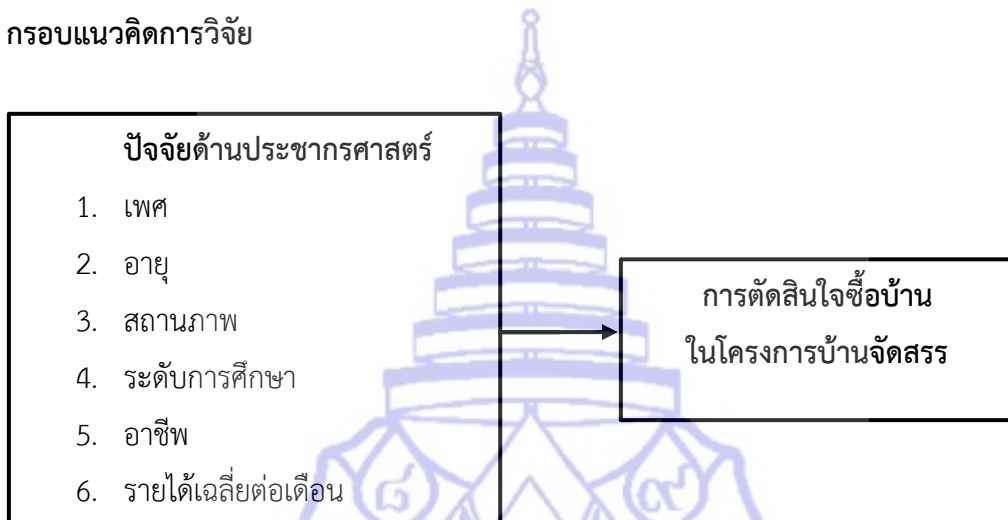
ณัฐวดี อุณยะวงศ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี พบว่า (1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 ถึง 35 ปี มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการหรือทำธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรีสูงสุด สมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท (2) มีพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านราคา

1,000,001 ถึง 2,000,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมากที่สุด คือ ตนเอง ช่องทางในการรับรู้ข้อมูลได้มาจากป้ายโฆษณา และประเภทที่อยู่อาศัยต้องการซื้อมากที่สุด คือ บ้านเดี่ยว

สมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่ซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (Home, 2021) จำนวน 22 โครงการ จำนวน 4,114 ยูนิต และได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาจำนวนตัวอย่างของ Taro Yamane (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 47) ระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

ดังนั้นจึงได้กำหนดสัดส่วนประชากรตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 365 ตัวอย่าง เทียบตามสัดส่วนจำนวนยูนิต ดังนี้ (1) บ้านเดี่ยว 231 ยูนิต (2) บ้านแฝด 25 ยูนิต (3) ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮม 109 ยูนิต

2. เครื่องมือวิจัย

โดยใช้เครื่องมือในการทำการศึกษาคือ การแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) และ การส่งแบบสอบถามทางเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต (Online Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบด้วยแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งข้อมูลการรับรู้ข่าวสารในการตัดสินใจซื้อบ้าน ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้าน และลักษณะการซื้อบ้าน คำถามเป็นลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งเป็นการเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลบ้านที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ชื่อโครงการบ้านจัดสรรที่ท่านเลือกซื้อที่ตั้ง (ตำบล) ของโครงการบ้านจัดสรร ประเภทของบ้านปัจจุบัน ระดับราคาที่อยู่อาศัย ขนาดที่ดิน และรูปแบบบ้าน คำถามเป็นลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งเป็นการเลือกตอบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ก. ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำแบบสอบถามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
ข. ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถาม และได้จัดทำเลขรหัสของแบบสอบถาม

ข. ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะ ๆ โดยใช้เวลาเก็บรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 4 สัปดาห์

ค. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมทั้งหมดมาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล และหลังจากนั้นก็เข้าสู่การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เป็นขั้นตอนต่อไป

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร บทความ เอกสาร วิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สถิติเชิงพรรณนาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การลำดับความคิดเห็นจากคะแนนค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องตัวแปรของด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งข้อมูลการรับรู้ข่าวสารในการตัดสินใจซื้อบ้าน ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้าน และลักษณะการซื้อบ้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และตัวแปรของด้านข้อมูลบ้านที่ท่านตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ชื่อโครงการบ้านจัดสรรที่ท่านเลือกซื้อ ที่ตั้ง (ตำบล) ของโครงการบ้านจัดสรรประเภทของบ้านปัจจุบัน ระดับราคาที่อยู่อาศัย ขนาดที่ดิน และรูปแบบบ้าน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้การวัดมาตราวัดแบบบัญญัติ และผู้วิจัยต้องการบรรยายในส่วนนี้ ดังนั้น สถิติที่เหมาะสมในการอธิบาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความถี่

2) สถิติเชิงอ้างอิงหรืออนุมาน (Inferential Statistic)

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างไปอ้างอิงลักษณะของประชากรทั้งหมด เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาความแตกต่างของตัวแปร สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ด้านประชากรศาสตร์ กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ได้ใช้มาตราวัดอัตราภาค เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ดังนั้น สถิติที่ใช้ คือ ค่า Chi-Square Test

การทดสอบสมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศ กับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ประชากรศาสตร์	Chi-Square Tests	df	Sig.
1. เพศ	0.610	1	0.435
2. อายุ	12.330	4	0.015*
3. สถานภาพ	3.626	2	0.163
4. ระดับการศึกษา	0.029	2	0.986
5. อาชีพ	5.913	7	0.550
6. รายได้ต่อเดือน	1.350	4	0.853

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Chi-Square Tests พบว่า ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

อายุ	ประเภทของโครงการ			Chi-Square Test	Sig.
	แบรนด์ดัง ของบริษัท ใหญ่ระดับ ประเทศ	แบรนด์ดัง ระดับภูมิภาค	รวม		
20 – 29 ปี	90 (24.7)	86 (23.6)	176 (48.2)	12.330	0.015*
30 – 39 ปี	54 (14.8)	35 (9.6)	89 (24.4)		
40 – 49 ปี	27 (7.4)	28 (7.7)	55 (15.1)		
50 – 59 ปี	12 (3.3)	20 (5.5)	32 (8.8)		
60 ปี ขึ้นไป	2 (0.5)	11 (3.0)	13 (3.6)		
รวม	185 (50.7)	180 (49.3)	365 (100.0)		

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้ค่า Chi-Square Tests เท่ากับ 12.330 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุพบว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี และอายุ 30 – 39 ปี ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่เป็นแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศมากกว่าแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ส่วนช่วงอายุ

40 – 49 ปี อายุ 50 – 59 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่เป็นแบรนด์ดังระดับภูมิภาคมากกว่าแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศ

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทบ้าน

ประชากรศาสตร์	Chi-Square	df	Sig.
1. เพศ	0.492	2	0.782
2. อายุ	27.329	8	0.001**
3. สถานภาพ	5.208	4	0.267
4. ระดับการศึกษา	3.518	4	0.475
5. อาชีพ	30.220	14	0.007**
6. รายได้ต่อเดือน	14.657	8	0.066

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทบ้าน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Chi-Square Tests พบว่า ปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทบ้าน

อายุ	ประเภทบ้าน			รวม	Chi-Square Tests	Sig.
	บ้านเดี่ยว	ทาวน์เฮ้าส์/ ทาวน์โฮม	บ้านแฝด			
20 – 29 ปี	123 (33.7)	45 (12.3)	8 (2.2)	176 (48.2)	27.329	0.001**
30 – 39 ปี	45 (12.3)	32 (8.8)	12 (3.3)	89 (24.4)		
40 – 49 ปี	26 (7.1)	25 (6.8)	4 (1.1)	55 (15.1)		
50 – 59 ปี	25 (6.8)	6 (1.6)	1 (0.3)	32 (3.6)		
60 ปี ขึ้นไป	12 (3.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	13 (3.6)		
รวม	231 (63.3)	109 (29.9)	25 (6.8)	365 (100.0)		

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทบ้าน ได้ค่า Chi-Square Tests เท่ากับ 27.329 และค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุพบว่า ทุกช่วงอายุตัดสินใจซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวมากกว่าบ้านประเภทอื่น โดยช่วงอายุระหว่าง 20 – 29 ปี ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 30 – 39 ปี, 40 – 49 ปี, 50 – 59 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของบ้าน

อาชีพ	ประเภทของบ้าน			รวม	Chi-Square Tests	Sig.		
	บ้านเดี่ยว	ทาวน์เฮ้าส์/ ทาวน์โฮม	บ้านแฝด					
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว	46 (12.6)	20 (5.5)	9 (2.5)	75 (20.5)	30.220	0.007**		
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน	98 (26.6)	42 (11.5)	10 (2.7)	150 (41.1)				
ข้าราชการบำนาญ	3 (0.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4 (1.1)				
แม่บ้าน	2 (0.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	3 (0.8)				
ค้าขาย	7 (1.9)	1 (0.3)	0 (0.0)	8 (2.2)				
รับจ้าง	0 (0.0)	4 (1.1)	0 (0.0)	4 (1.1)				
รวม	231 (63.3)	109 (29.9)	25 (6.8)	365 (100.0)				

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของบ้าน ได้ค่า Chi-Square Test เท่ากับ 30.220 และค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพ

มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน และค้าขาย ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวมากกว่าบ้านประเภทอื่น ส่วนผู้ที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับจ้าง ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านประเภททาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮมมากกว่าประเภทอื่น

สรุปผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน จำแนกตามประเภทโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค และจำแนกตามประเภทบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการทดสอบสมมติฐานการศึกษา ข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการทดสอบสมมติฐานการศึกษา ข้อที่ 2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

อภิปรายผล

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน จำแนกตามประเภทโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค และจำแนกตามประเภทบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ

มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านประเภทต่าง ๆ ในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจากลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสถิติที่วัดได้ จึงสามารถช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งวัดผลได้ง่ายกว่าตัวแปรอื่น เช่น อายุ (Age) ผลิตภณซ์แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย และตัวแปรอาชีพ (Occupation) ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความจำเป็นหรือความต้องการในสินค้าหรือบริการที่ต่างกัน จึงต้องศึกษาว่าสินค้าหรือบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด สอดคล้องกับผลการวิจัยของนราธิป แนวคำดี และคณะ (2563) ที่ศึกษา วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ทั้งนี้จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศกับแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุพบว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศมากกว่าแบรนด์ดังระดับภูมิภาค โดยส่วนใหญ่ซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด และซื้อในระดับราคา 2,000,001 – 3,000,000 บาท ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างกับผลการวิจัยของภริษเดชะ มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร (2556) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น พบว่า การวิจัยนี้เป็นการศึกษาสำรวจประชากรลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรและเข้าอยู่อาศัยแล้ว ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 ถึง 40 ปี และแตกต่างกับผลการวิจัยของณัฐวดี อุณยะวงศ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 ถึง 35 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านราคา 1,000,001 ถึง 2,000,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้าน ที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี ตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรแบรนด์ดังของบริษัทใหญ่ระดับประเทศมากกว่าแบรนด์ดังระดับภูมิภาค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ดังนั้น ผู้ประกอบการบริษัทบ้านจัดสรรแบรนด์ดังระดับภูมิภาคควรปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ให้ความสำคัญในเรื่องประเภทบ้านที่สร้าง เพราะกลุ่มผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่นิยมซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด และควรมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อและมีการรับประกันบ้าน เพิ่มช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line, Website และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ใบปลิวโฆษณาและแผ่นพับ, วิทยุท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร อีกทั้งบริษัทเจ้าของโครงการ ควรจัดโปรโมชั่นเพิ่มสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น ส่วนลด ฟรีค่าธรรมเนียม การโอน การแจกแถม และการให้บริการติดต่อนินเชื่อธนาคาร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการซื้อบ้านของลูกค้าให้ตรงกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้าน ที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน และค้าขาย จะตัดสินใจเลือกซื้อบ้านประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรควรให้ความสำคัญในเรื่องประเภทบ้านที่สร้าง เพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อ และวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างต้องมีคุณภาพ โครงสร้างบ้านมีความคงทนแข็งแรงและควรให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตามจุดต่าง ๆ ในโครงการอย่างเพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรกำหนดราคาบ้านโดยการพิจารณาราคาคงคู่ไปกับความเหมาะสมทั้งด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับขนาดที่ดินและด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของบ้าน จะเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการตัดสินใจซื้อ

การอ้างอิง

- ณัฐวดี อุณยวงค์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). *ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. วี.อินเตอร์ พรินท์.
- นราธิป แนวคำดี, ประพัฒน์สอน เปี้ยกสอน, กฤษณ์ ทักพญา และธัญพร เลี้ยงรักษา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 7(1), 121-134.
- ภัฏพเดช มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการวิศวกรรมศาสตร์ ม.อบ.*, 6(2), 22-34.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. Diamond in Business World.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2562). *อสังหาฯ เชียงรายฮอต ราคาที่ดิน-บ้านแนวราบพุ่ง*. <https://www.reic.or.th/News/RealEstate/439517>
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Prentice Hall.
- Home. (2021). *บ้านจัดสรรเชียงราย*. <https://www.home.co.th/area/ภาคเหนือ/เชียงราย>

