

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของลูกค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลจากประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้เลือกซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร รวม 18 โครงการ โดยกลุ่มตัวอย่างได้มาแบบโควต้า จำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษสามารถสรุป อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.3 อายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 41.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 56.0 และเป็นโสด ร้อยละ 52.7 โดยทำงานเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 74.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.7 ในด้านการเลือกซื้อบ้านจัดสรรพบว่า ส่วนใหญ่นิยมซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว ร้อยละ 64.0 โดยมีขนาดพื้นที่ที่ดินระหว่าง 51 – 100 ตารางวา ร้อยละ 34.3 ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่เลือกซื้ออยู่ในระดับราคา 2,000,001 – 5,000,000 บาท ร้อยละ 63.7

##### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาสรุปได้ดังนี้ โดยรวมพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.79) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.77) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.75) ปัจจัยด้านราคา (1.73) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.67) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.66) ตามลำดับ ขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.36) พบว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ การใช้วัสดุก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน (1.89) รองลงมาคือ คุณภาพงานก่อสร้างได้มาตรฐาน (1.87) การออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว (1.86) การรับประกันคุณภาพบ้านหลังการส่งมอบ (1.85) มีบริการหลังการขายที่ดี (1.82) ถนนภายในโครงการกว้างขวาง (1.78) มีรูปแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ (1.76) มีรั้วรอบที่มั่นคงแข็งแรง (1.73) มีการออกแบบบ้านที่ทันสมัย (1.69) โครงการมีชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก (1.54) และสามารถต่อเติมบ้านได้ตามต้องการในภายหลัง (1.50) ตามลำดับ

**ด้านราคา** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ ราคาบ้านพร้อมที่ดินเหมาะสม (1.85) รองลงมาคือ สามารถแบ่งจ่ายค่าผ่อนบ้านกับสถาบันการเงินได้ (1.72) สามารถแบ่งจ่ายเงินค่างวดเป็นงวด ๆ ได้ (1.71) ค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีอัตราที่เหมาะสม (1.70) และสามารถต่อรองราคาได้ (1.65) ตามลำดับ

**สถานที่** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ โครงการมีระบบป้องกันน้ำท่วมขังที่มีประสิทธิภาพ (1.89) รองลงมาคือ โครงการมีระบบสาธารณูปโภคไว้อย่างครบครัน (1.88) ที่ตั้งโครงการใกล้กับถนนใหญ่ (1.61) โครงการมีสโมสรสำหรับออกกำลังกาย (1.57) โครงการมีสนามเด็กเล่นสำหรับพักผ่อน (1.54) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง โครงการอยู่ในย่านชุมชน (1.45)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อสถาบันการเงินเพื่อให้ได้เงินกู้มูลค่าสูง (1.56) รองลงมาคือ การมีส่วนลดราคาช่วงเปิดโครงการใหม่ (1.54) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ การให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มในช่วงส่งเสริมการขาย (1.37) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง (1.20) และการโฆษณาขายบ้านพร้อมที่ดินทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (1.14) ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการให้บริการหลังการขาย (1.75) รองลงมาคือ กระบวนการทำสัญญาซื้อขาย (1.69) กระบวนการให้บริการระหว่างการก่อสร้าง กระบวนการส่งมอบบ้าน (1.67 เท่ากัน) และกระบวนการให้บริการด้านการขาย (1.56) ตามลำดับ

**ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ** ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (1.89) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดโครงการได้อย่างครบถ้วน (1.81) เจ้าหน้าที่ให้โอกาสลูกค้าเลือกแบบบ้านที่ต้องการได้โดยอิสระ (1.79) และเจ้าหน้าที่เป็นกันเองกับลูกค้า (1.66) ตามลำดับ

ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การจัดวางภูมิทัศน์ที่สวยงาม (1.82) รองลงมาคือ การขออนุญาตจัดสรรจากหน่วยงานราชการ (1.80) การมีบ้านตัวอย่างแสดงต่อลูกค้า (1.78) บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย (1.75) และอาคารสำนักงานของโครงการเป็นที่เชื่อถือ (1.71) ตามลำดับ

#### จำแนกตามประเภทบ้านจัดสรร

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามประเภทบ้านจัดสรร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.80) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.78) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.75) ปัจจัยด้านราคา รวมทั้งปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.70 เท่ากัน) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.67) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.37)

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรประเภททาวน์เฮาส์ เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา (1.77) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.76 เท่ากัน) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.72) ปัจจัยด้านสถานที่ (1.64) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.62) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.35)

#### จำแนกตามพื้นที่ที่ดิน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามพื้นที่ที่ดิน สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีพื้นที่ที่ดินไม่เกิน 25 ตารางวา เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.82) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.75 เท่ากัน) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.68) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.65) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.45)

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีพื้นที่ที่ดินระหว่าง 26 – 50 ตารางวา เห็นว่าปัจจัย

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.73) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.72) ปัจจัยด้านราคา (1.71) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.68) ปัจจัยด้านสถานที่ (1.62) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.60) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.29)

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีพื้นที่ที่ดินระหว่าง 51 – 100 ตารางวา เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.81) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.79) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.78) ปัจจัยด้านราคา (1.72) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.68) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.66) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.35)

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีพื้นที่ที่ดินมากกว่า 100 ตารางวา เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.91) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.85) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.84) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.80) ปัจจัยด้านสถานที่ (1.74) และปัจจัยด้านราคา (1.71) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.42)

#### จำแนกตามระดับราคาบ้านจัดสรร

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับราคาบ้านจัดสรร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับราคา 300,000 – 2,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.80) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.74) ปัจจัยด้านราคา (1.70) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.69) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.65) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.61) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.35)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับราคา 2,000,001 – 5,000,000 บาท เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รวมทั้งปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.79 เท่ากัน) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (1.74) และปัจจัยด้านสถานที่ รวมทั้งปัจจัยด้าน

กระบวนการให้บริการ (1.68 เท่ากัน) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.37)

#### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.82) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.75) ปัจจัยด้านราคา (1.73) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.72) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.65) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.62) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.35)

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.81) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ 1.79 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.75) ปัจจัยด้านราคา (1.74) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.71) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.65) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.42)

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.75) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.74) ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.73) ปัจจัยด้านราคา (1.68) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.62) และปัจจัยด้านสถานที่ (1.60) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.28)

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.80) รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.79) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.76) ปัจจัยด้านสถานที่ (1.75) ปัจจัยด้านราคา (1.73) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.66) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.37)

## ปัญหาในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาปัญหาในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร สรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ ขาดการดูแลหลังการ โอนบ้าน รองลงมา คือ คุณภาพงานก่อสร้างไม่เหมือนบ้านตัวอย่าง การโฆษณาขายบ้านไม่ตรงตามความจริง บ้านสร้างไม่เสร็จตามสัญญา มีปัญหาส่งมอบบ้านให้ลูกค้าล่าช้า เกิดความคลาดเคลื่อนขนาดที่ดินไม่ตรงตามสัญญา และสถาบันการเงินไม่ให้สินเชื่อตามวงเงินที่กำหนด 1.36 ตามลำดับ

## อภิปรายผล

จากการศึกษา การเลือกซื้อบ้านจัดสรรจาก โครงการบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยว โดยมีขนาดพื้นที่ที่ดิน 51 – 100 ตารางวา และราคาบ้านพร้อมที่ดิน 2,000,001 – 5,000,000 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ พิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ซึ่งได้ศึกษาส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ชอบบ้านเดี่ยวสองชั้น รองลงมาคือ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว ขนาดบ้านพร้อมที่ดิน 51 – 100 ตารางวา และราคาบ้าน 500,000 – 1,000,000 บาท

จากการศึกษาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมากต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบว่า มีผลในระดับน้อย และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (1.79) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ (1.77) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (1.75) ปัจจัยด้านราคา (1.73) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (1.67) ปัจจัยด้านสถานที่ (1.66) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (1.36) ตามลำดับ

จากการศึกษาในส่วนนี้พบว่าแตกต่างไปจากผลการศึกษาของ นवलฉวี คุรุรงเรือง (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร กุลพันธ์วิลล์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของโครงการ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และแตกต่างจากการศึกษาของ พิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ซึ่งได้ศึกษาพบว่าลูกค้าที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก รวมทั้งแตกต่างจากการศึกษาของ อวยพร บุญยีน (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในเขตผังเมืองรวมจังหวัดเชียงราย ซึ่งได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่าง เห็นว่ามีผลในระดับมากต่อเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ การใช้วัสดุก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน คุณภาพงาน ก่อสร้างได้มาตรฐาน รวมทั้งการออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัวตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในการ พิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพของวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง มาตรฐาน ของคุณภาพการก่อสร้าง และการออกแบบพื้นที่ใช้สอยมากกว่าปัจจัยย่อยอื่น ๆ ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ พบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของอวยพร บุญยืน (2543) ที่ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ำ ในจังหวัดเชียงราย เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ การใช้วัสดุและฝีมือในการก่อสร้าง แต่ผลการศึกษาในส่วนนี้แตกต่างจากการศึกษาของนวลฉวี คุ้มเรือง (2546) ซึ่งศึกษาพบว่าลูกค้ำที่ซื้อ บ้านจัดสรร โครงการกุหลาบรั้ววิไล จังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลการเลือกซื้อบ้าน จัดสรรในระดับมาก ได้แก่ โครงการมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดี แบบบ้านสวยงาม รูปแบบห้องนอน และ การมีแบบบ้านหลายแบบให้เลือก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ บ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ ราคาบ้านพร้อมที่ดินเหมาะสม สามารถแบ่งจ่ายค่าผ่อนบ้านกับสถาบัน การเงินได้ และสามารถแบ่งจ่ายเงินค่างวดเป็นงวด ๆ ได้ตามลำดับ ทั้งนี้อธิบายได้ว่า ปัจจุบันโครงการ บ้านจัดสรรมีจำนวนมาก รวมทั้งมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง จึงเห็นว่าโครงการ ที่เสนอขายบ้านพร้อมที่ดิน ในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรมเป็นสิ่งสำคัญ ขณะเดียวกันลูกค้ำที่เลือกซื้อ บ้านจัดสรร ก็มีภาวะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ดังนั้น หากโครงการบ้านจัดสรรใด มีข้อเสนอให้ ลูกค้ำแบ่งจ่ายเงินค่างวดเป็นงวด ๆ อีกทั้งสามารถติดต่อสถาบันการเงินให้กับลูกค้ำเพื่อให้ลูกค้ำแบ่งจ่าย ค่าผ่อนบ้านได้ ก็นับเป็นปัจจัยที่ควรพิจารณาเป็นอย่างยิ่ง จากผลการศึกษาในส่วนนี้พบว่าสอดคล้องกับ การศึกษาของ นวลฉวี คุ้มเรือง (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่าลูกค้ำที่ซื้อบ้านจัดสรร โครงการกุหลาบรั้ววิไล จังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ ราคาบ้าน และ สอดคล้องกับการศึกษาของอวยพร บุญยืน (2543) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ลูกค้ำในจังหวัด เชียงรายเห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ ราคาบ้านและที่ดิน และระบบการชำระเงินที่ใช้ เงินค่างวด

ปัจจัยด้านสถานที่ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก ซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ โครงการมีระบบป้องกันน้ำท่วมขังที่มีประสิทธิภาพ โครงการมี ระบบสาธารณูปโภคไว้อย่างครบครัน และที่ตั้งโครงการใกล้กับถนนใหญ่ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจาก ภาวะการณ์ทรุดตัวของแผ่นดินในพื้นที่ภาคกลางของประเทศ ซึ่งมีผลทำให้แผ่นดินทรุดตัวลงทุกปี

ประกอบกับในแต่ละปี มีมรสุมพัดผ่านประเทศไทย ทำให้เกิดฝนตกหนักและเกิดน้ำหลาก น้ำท่วมขังทุกปี ด้วยเหตุนี้ กลุ่มตัวอย่างจึงพิจารณาถึงระบบป้องกันน้ำท่วมขังที่มีประสิทธิภาพ ของโครงการบ้านจัดสรรเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจได้ว่า บ้านพักอาศัยจะไม่ถูกน้ำท่วม นอกจากนี้โครงการบ้านจัดสรรที่มีระบบสาธารณูปโภคไว้อย่างครบครัน และมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับถนนใหญ่ ก็ช่วยให้ผู้ซื้อบ้านได้รับความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการเดินทางยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้พบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของนวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่าลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรร โครงการกุลพันธ์วิลล์ จังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การเดินทางสะดวก และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบิน รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของอวยพร บุญยืน (2543) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าในจังหวัดเชียงราย เห็นว่า มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ ทำเลที่ตั้งที่สะดวก และอยู่ใกล้ที่ทำงาน/แหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แม้ว่าโดยรวมมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อยก็ตาม แต่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรก็เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อสถาบันการเงินเพื่อให้ได้เงินกู้มูลค่าสูง การมีส่วนลดราคาช่วงเปิดโครงการใหม่ รวมทั้งการให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มในช่วงส่งเสริมการขาย ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของนวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่าลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรร โครงการกุลพันธ์วิลล์ จังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การลดราคาช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่หรือโครงการใหม่ รวมทั้งการมีส่วนลดเงินสด และสอดคล้องกับการศึกษาของอวยพร บุญยืน (2543) ที่ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยที่ลูกค้าในจังหวัดเชียงราย เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ แหล่งเงินทุนในการซื้อบ้าน การลดราคาบ้าน และการลดเงินค่างวด/ไม่มีดอกเบี้ย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการให้บริการหลังการขาย กระบวนการทำสัญญาซื้อขาย กระบวนการให้บริการระหว่างการก่อสร้าง และกระบวนการส่งมอบบ้าน

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง เจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดโครงการ ได้อย่างครบถ้วน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ให้โอกาสลูกค้าเลือกแบบบ้านที่ต้องการได้โดยอิสระ โดยการศึกษาในส่วนนี้พบว่าใกล้เคียงกับการศึกษาของอวยพร บุญยืน (2543) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าในจังหวัดเชียงราย เห็นว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้แก่ การมีพนักงานขายคอยแนะนำ

ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางภูมิทัศน์ที่สวยงาม การขออนุญาต



จัดสรรจากหน่วยงานราชการ การมีบ้านตัวอย่างแสดงต่อลูกค้า บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย และอาคารสำนักงานของโครงการเป็นที่เชื่อถือ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่จะเลือกซื้อบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ มักได้รับทราบข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรรที่สนใจจะเลือกซื้อ มาบ้างแล้วจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ข้อมูลบริษัทเจ้าของโครงการ ทำเลที่ตั้ง ราคาโดยประมาณ รวมทั้งของแจกของแถมต่างๆ ที่จะได้รับในช่วงแนะนำโครงการ เป็นต้น แต่รายละเอียดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากนี้ ลูกค้าที่ต้องการซื้อบ้าน จำเป็นต้องติดต่อกับโครงการบ้านจัดสรรโดยตรง ด้วยเหตุนี้กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่าบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการคนแรก โดยเริ่มจากเจ้าหน้าที่แนะนำโครงการ ซึ่งจะต้องให้รายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ ได้เป็นที่พอใจ และมีความสุภาพ เป็นกันเองกับลูกค้า ตลอดจนเจ้าหน้าที่ส่วนอื่น ๆ เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของโครงการ เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรร นอกจากจะพิจารณารูปแบบและการออกแบบบ้านแล้ว ยังพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่นๆ ด้วยซึ่งได้แก่ การจัดภูมิทัศน์ของโครงการที่สวยงาม มีความเหมาะสมลงตัว ให้ความรู้สึกน่าอยู่อาศัย ตลอดจนถึงการได้รับอนุญาตจัดสรรที่ดินอย่างถูกต้องจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการบ้านจัดสรรนั้น สามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของตนมากที่สุด

จากการศึกษาในครั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ กระบวนการให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการ และการสร้างลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จะมีผลต่อการเลือกซื้อในระดับน้อย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรได้นำกลยุทธ์การตลาดมาปรับใช้ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของภาวะตลาด และกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการพิจารณาและนำมาใช้ก็คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดตามที่ได้อภิปรายแล้วข้างต้น

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

1. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรควรปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบบ้านจัดสรรที่ผู้ซื้อบ้านสามารถต่อเติมบ้านได้เองตามต้องการในภายหลัง รวมทั้งพัฒนาโครงการให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น
2. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรควรปรับปรุงด้านราคา โดยให้ผู้ซื้อบ้านสามารถต่อรองราคาได้
3. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรปรับปรุงด้านสถานที่ โดยออกแบบให้โครงการมีสโมสรสำหรับออกกำลังกาย มีสนามเด็กเล่นสำหรับพักผ่อนมากขึ้น และจัดทำโครงการที่มีทำเลที่ตั้ง

อยู่ในย่านชุมชน

4. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์โครงการและมีการโฆษณาขายบ้านพร้อมที่ดินทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

5. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการ โดยปรับปรุงกระบวนการให้บริการในระหว่างการก่อสร้าง กระบวนการส่งมอบบ้าน และกระบวนการให้บริการด้านการขายให้ดีขึ้น

6. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรปรับปรุงด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยฝึกอบรมเจ้าหน้าที่โครงการให้โอกาสลูกค้าเลือกแบบบ้านที่ต้องการได้โดยอิสระ และมีความเป็นกันเองกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

7. ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ควรปรับปรุงในด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ โดยปรับปรุงอาคารสำนักงานของโครงการ ให้เป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาลูกค้ามากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

การศึกษานี้พบว่า ประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในระดับน้อย ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยอาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในมุมมองของผู้ประกอบการ ในด้านการวางกลยุทธ์ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และนำมาเปรียบเทียบกับความต้องการของลูกค้า การศึกษาดังกล่าวจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้ไปตามความคาดหวังของลูกค้าที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรต่อไป