

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และ วัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งในการศึกษานั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เจ้าของที่อยู่อาศัย ได้ผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร

4.1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.6 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 46.4

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึง ร้อยละ 69.3 ในส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึง ร้อยละ 88 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามเพศ

| เพศ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ชาย | 46 | 18.4 | 88 | 35.2 | 134 | 53.6 |
| หญิง | 104 | 41.6 | 12 | 4.8 | 116 | 46.4 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี รองลงมาคือ อายุมากกว่า 50 ปี

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป แสดงว่า อายุของผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งเป็นช่วงที่กำลังสร้างความมั่นคงในชีวิต มีความต้องการทรัพย์สินเป็นของตนเอง เช่น บ้าน รถยนต์ ดังนั้น ผู้ซื้อบ้านกลุ่มนี้เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรควรให้ความสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามกลุ่มอายุ

| อายุ (ปี) | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 30 | 6 | 2.4 | 0 | 0 | 6 | 2.4 |
| 30-40 | 76 | 30.4 | 23 | 9.2 | 99 | 39.6 |
| 40-50 | 39 | 15.6 | 26 | 10.4 | 65 | 26.0 |
| มากกว่า 50 | 29 | 11.6 | 51 | 20.4 | 80 | 32.0 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 สถานภาพทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนมากมีสถานภาพสมรส ถึงร้อยละ 86

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสและเป็นการสมรสกับคนไทย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่สมรสกับคนไทย แสดงว่า ผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีการครบครันแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุ คืออายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป และเป็นวัยทำงานจึงมีความต้องการซื้อบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามสถานภาพทางสมรส

| สถานภาพ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|-----------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| โสด | 25 | 10.0 | 10 | 4.0 | 35 | 14.0 |
| สมรสกับคนไทย | 99 | 39.6 | 76 | 30.4 | 175 | 70.0 |
| สมรสกับต่างชาติ | 26 | 10.4 | 14 | 5.6 | 40 | 16.0 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 สัญชาติของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นคนไทย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษ มากที่สุด คือ ร้อยละ 20.4 รองลงมาคือ ชาวอเมริกา ร้อยละ 8.0 และชาวออสเตรเลีย ชาวเยอรมัน ชาวสวิสเซอร์แลนด์ ชาวญี่ปุ่น ชาวแคนาดา และชาวรัสเซีย ตามลำดับ ดังแสดงใน ตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามสัญชาติ

| สัญชาติ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------|------------|--------------|
| ไทย | 150 | 60.0 |
| อังกฤษ | 51 | 20.4 |
| ออสเตรเลีย | 9 | 3.6 |
| อเมริกา | 20 | 8.0 |
| แคนาดา | 2 | 0.8 |
| รัสเซีย | 1 | 0.4 |
| สวีตเซอร์แลนด์ | 4 | 1.6 |
| เยอรมัน | 8 | 3.2 |
| ญี่ปุ่น | 2 | 0.8 |
| ไม่ระบุ | 3 | 1.2 |
| รวม | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.2

ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 33.6 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 11.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรีเช่นกัน ร้อยละ 21.6 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษา และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรืออนุปริญญา ร้อยละ 5.2 แสดงว่า ประชากรทั้งคนไทยและชาวต่างชาติมีระดับการศึกษาคือ เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ซึ่งสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน ได้ในระดับหนึ่ง ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|----------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ประถมศึกษา | 9 | 3.6 | 0 | 0 | 9 | 3.6 |
| มัธยมศึกษา | 17 | 6.8 | 13 | 5.2 | 30 | 12.0 |
| ปวศ./อนุปริญญา | 9 | 3.6 | 13 | 5.2 | 22 | 8.8 |
| ปริญญาตรี | 84 | 33.6 | 54 | 21.6 | 138 | 55.2 |
| ปริญญาโท | 29 | 11.6 | 3 | 1.2 | 32 | 12.8 |
| ปริญญาเอก | 2 | 0.8 | 0 | 0 | 2 | 0.8 |
| ไม่ระบุ | 0 | 0 | 17 | 6.8 | 17 | 6.8 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.6 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีอาชีพเป็นนักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ รองลงมาคือ เกษียณอายุ

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดรองลงมาคือ เกษียณอายุ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ รองลงมาคือ เกษียณอายุ แสดงว่า ประชากรส่วนใหญ่ที่จะซื้อบ้านจัดสรรจะเป็นผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งสอดคล้องกับที่ได้สำรวจถึงระดับการศึกษาของผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษาสูงตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ซึ่งกลุ่มนี้จะมีอาชีพที่มีรายได้สูง มั่นคง จะสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาสูงเพิ่มมากขึ้น เรียกว่าอำนาจการซื้อสูง ดังแสดงในตารางที่ 4.6

All rights reserved

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|----------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 39 | 15.6 | 0 | 0 | 39 | 15.6 |
| พนักงานเอกชน | 26 | 10.4 | 3 | 1.2 | 29 | 11.6 |
| นักธุรกิจ / เจ้าของ กิจการ | 19 | 7.6 | 47 | 18.8 | 66 | 26.4 |
| รับจ้างทั่วไป/ พนักงานอิสระ | 15 | 6.0 | 11 | 4.4 | 26 | 10.4 |
| เกษียณอายุ | 28 | 11.2 | 32 | 12.8 | 60 | 24.0 |
| อื่นๆ | 23 | 9.2 | 7 | 2.8 | 30 | 12.0 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,001 บาท

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ระหว่าง 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด คือมากกว่า 50,001 บาท รองลงมาคือระหว่าง 40,001-50,000 บาท แสดงว่า ระดับรายได้ของประชากรไทยส่วนมากอยู่ในระดับล่าง-ปานกลาง ทำให้สามารถซื้อบ้านอยู่ในช่วงราคาปานกลาง ไม่เกิน 3 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาคือ ส่วนใหญ่คนไทยต้องการที่อยู่อาศัยราคาระหว่าง 2-3 ล้านบาท ส่วนต่างชาติจะมีรายได้ระดับสูงกว่าคนไทย จึงสามารถซื้อบ้านได้ราคาสูงกว่าคือ ระหว่าง 3-4 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามรายได้

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|-------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 10,000 | 10 | 4.0 | 0 | 0 | 10 | 4.0 |
| 10,001 - 20,000 | 50 | 20.0 | 0 | 0 | 50 | 20.0 |
| 20,001 - 30,000 | 20 | 8.0 | 7 | 2.8 | 27 | 10.8 |
| 30,001 - 40,000 | 10 | 4.0 | 1 | 0.4 | 11 | 4.4 |
| 40,001 - 50,000 | 20 | 8.0 | 15 | 6.0 | 35 | 14.0 |
| มากกว่า 50,001 | 14 | 5.6 | 47 | 18.8 | 61 | 24.4 |
| ไม่ระบุ | 26 | 10.4 | 30 | 12.0 | 56 | 22.4 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านของผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรแล้วว่ามีความต้องการอย่างไร จะได้นำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการผลิต ปรับกลยุทธ์การตลาด ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ระยะเวลาที่อยู่อาศัย แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านจัดสรร ลักษณะที่อยู่อาศัย ขนาดที่ดิน วิธีการซื้อ แหล่งเงินทุนที่ใช้ซื้อบ้าน รวมทั้งกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

4.2.1 ระยะเวลาในการอยู่อาศัยบ้าน ในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุด คือระยะเวลา 1-2 ปี และรองลงมาคือ 2-3 ปี

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่ระยะเวลาที่อาศัยอยู่บ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุด คือ 1-2 ปี รองลงมาคือ อาศัยมามากกว่า 4 ปี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วน

ใหญ่ระยะเวลาที่อาศัยอยู่บ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุด คือ 1-2 ปี รองลงมาคือ อาศัยมา 2-3 ปี ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามระยะเวลาในการอยู่อาศัยบ้านในโครงการบ้านจัดสรร

| ระยะเวลาในการอยู่อาศัย | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| 1-6 เดือน | 20 | 8.0 | 12 | 4.8 | 32 | 12.8 |
| 6-12 เดือน | 23 | 9.2 | 10 | 4.0 | 33 | 13.2 |
| 1-2 ปี | 30 | 12.0 | 33 | 13.2 | 63 | 25.2 |
| 2-3 ปี | 23 | 9.2 | 27 | 10.8 | 50 | 20.0 |
| 3-4 ปี | 25 | 10.0 | 14 | 5.6 | 39 | 15.6 |
| มากกว่า 4 ปี | 29 | 11.6 | 4 | 1.6 | 33 | 13.2 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.2 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลของโครงการหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุดมาจากป้ายโฆษณา รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลมาจากป้ายโฆษณา มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลมาจากเพื่อนแนะนำ มากที่สุด รองลงมาคือ จากเว็บไซต์ ดังนั้นจะพบว่า โครงการหมู่บ้านจัดสรรส่วนใหญ่จะลงทุนในการติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ไว้ด้านหน้าโครงการ หรือตามสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกือบทุกโครงการ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน

| สื่อที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกซื้อบ้าน | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|---|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ป้ายโฆษณา | 57 | 22.8 | 19 | 7.6 | 76 | 30.4 |
| นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ | 2 | 0.8 | 0 | 0 | 2 | 0.8 |
| เว็บไซต์ | 16 | 6.4 | 26 | 10.4 | 42 | 16.8 |
| เพื่อนแนะนำ | 40 | 16.0 | 32 | 12.8 | 72 | 28.8 |
| อื่นๆ | 35 | 14.0 | 23 | 9.2 | 58 | 23.2 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.3 ลักษณะที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านสองชั้น ถึงร้อยละ 84.8

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านสองชั้น มากที่สุด เป็นส่วนน้อยที่อาศัยอยู่บ้านชั้นเดียว แสดงว่า ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันที่ผู้ซื้อนิยมมากที่สุดเป็นบ้าน 2 ชั้น เนื่องจากขนาดพื้นที่ใช้สอยมาก และแยกเป็นสัดส่วนกว่าบ้านชั้นเดียว นอกจากนี้ผลการศึกษายังตรงกับลักษณะการสร้างบ้านของโครงการบ้านจัดสรรในปัจจุบันที่มีความนิยมสร้างบ้านเดี่ยวมากที่สุด โดยทั้งนี้อาจมีปัจจัยทางด้านราคาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

| ลักษณะที่อยู่ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|---------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| บ้านชั้นเดียว | 26 | 10.4 | 12 | 4.8 | 38 | 15.2 |
| บ้านสองชั้น | 124 | 49.6 | 88 | 35.2 | 212 | 84.8 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.4 ลักษณะที่อยู่อาศัยในการปลูกสร้าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ส่วนมากที่อยู่อาศัยจะมีลักษณะเป็นบ้านสิ่งสร้างปลูกหลังใหม่ มากที่สุด คือ ร้อยละ 66.8 และบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอนกรรมสิทธิ์เป็นส่วนน้อย ร้อยละ 33.2 แสดงว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้านมีความต้องการบ้านที่ถูกใจมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบ้าน วัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ผู้ซื้อจึงมีความต้องการปลูกบ้านหลังใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตนมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยในการปลูกสร้าง

| ลักษณะที่อยู่ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| สร้างปลูกหลังใหม่ | 88 | 35.2 | 79 | 31.6 | 167 | 66.8 |
| สร้างเสร็จพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ | 62 | 24.8 | 21 | 8.4 | 83 | 33.2 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.5 ขนาดที่ดิน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่มีขนาดที่ดินระหว่าง 100-150 ตารางวา ถึงร้อยละ 42.4

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่มีขนาดที่ดิน มากที่สุดคือ ระหว่าง 50-100 ตารางวา รองลงมาคือ ระหว่าง 100-150 ตารางวา ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติที่ส่วนใหญ่มีขนาดที่ดินมากที่สุดคือ ระหว่าง 100-150 ตารางวา รองลงมาคือ ขนาดที่ดินมากกว่า 150 ตารางวา แสดงว่า ขนาดที่ดินสอดคล้องกับลักษณะการสร้างบ้านจัดสรรในปัจจุบัน คือ เป็นบ้านเดี่ยวทั้งชั้นเดียว และ 2 ชั้น ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามขนาดที่ดิน

| ขนาดที่ดิน (ตารางวา) | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|-------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 50 | 3 | 1.2 | 0 | 0 | 3 | 1.2 |
| 50 - 100 | 71 | 28.4 | 12 | 4.8 | 83 | 33.2 |
| 100 - 150 | 57 | 22.8 | 49 | 19.6 | 106 | 42.4 |
| มากกว่า 150 | 19 | 7.6 | 39 | 15.6 | 58 | 23.2 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.6 ราคาที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ มีราคาที่อยู่อาศัยมากที่สุดคือ ระหว่าง 2-3 ล้านบาท รองลงมาคือ ระหว่าง 3-4 ล้านบาท

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่ ราคาที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ ระหว่าง 2-3 ล้านบาท รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 3-4 ล้านบาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่ราคาที่อยู่อาศัย มากที่สุด คือ ระหว่าง 3-4 ล้านบาท รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 2-3 ล้านบาท แสดงว่า ราคา

บ้านจัดสรรระดับกลางมีความต้องการมากที่สุด ส่วนราคาระดับล่าง และระดับบนนั้นจะเป็นกลุ่มขนาดเล็กหรือตลาดเฉพาะ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามราคาที่อยู่อาศัย

| ราคาที่อยู่อาศัย | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| < 1 ล้านบาท | 1 | 0.4 | 0 | 0 | 1 | 0.4 |
| 1-2 ล้านบาท | 37 | 14.8 | 2 | 0.8 | 39 | 15.6 |
| 2-3 ล้านบาท | 53 | 21.2 | 35 | 14.0 | 88 | 35.2 |
| 3-4 ล้านบาท | 46 | 18.4 | 36 | 14.4 | 82 | 32.8 |
| 4-5 ล้านบาท | 8 | 3.2 | 24 | 9.6 | 32 | 12.8 |
| > 5 ล้านบาท | 5 | 2.0 | 3 | 1.2 | 8 | 3.2 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.7 วิธีการซื้อที่อยู่อาศัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ มีวิธีการซื้อโดยผ่านสำนักงานขายของโครงการ มากที่สุด

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ มีวิธีการซื้อที่อยู่อาศัยโดยผ่านสำนักงานขายของโครงการ มากที่สุด และมีการซื้อผ่านโบรกเกอร์เป็นส่วนน้อย แสดงว่า ผู้ซื้อต้องการซื้อจากเจ้าของโครงการ โดยตรง เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจน และสามารถต่อรองรายละเอียดตามที่ตนต้องการได้มากที่สุด หรือทำให้ผู้ซื้อเกิดความพอใจสูงสุด ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามวิธีการซื้อ

| วิธีที่ซื้อที่อยู่อาศัย | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ผ่านสำนักงานขายของโครงการ | 147 | 58.8 | 94 | 37.6 | 241 | 96.4 |
| ผ่านโบรกเกอร์ | 3 | 1.2 | 6 | 2.4 | 9 | 3.6 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.8 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่จะชำระเป็นเงินสด มากที่สุด ถึงร้อยละ 58.8

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน มากที่สุด คือกู้ยืมผ่านธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือ ชำระเป็นเงินสด ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสดมากที่สุด คือ รองลงมาคือ กู้ยืมผ่านธนาคารพาณิชย์ แสดงว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่เป็นผู้มีฐานะดี ซึ่งสอดคล้องกับระดับการศึกษาและอาชีพที่ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า และมีอาชีพที่มีรายได้สูง มั่นคง ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน

| การชำระเงิน | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| กู้ยืมผ่านธนาคารพาณิชย์ | 89 | 35.6 | 12 | 4.8 | 101 | 40.4 |
| กู้ยืมผ่านสวัสดิการของบริษัท | 2 | 0.8 | 0 | 0 | 2 | 0.8 |
| เงินสด | 59 | 23.6 | 88 | 35.2 | 147 | 58.8 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.9 ระยะเวลากู้

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรรที่มีการกู้ยืมผ่านธนาคารพาณิชย์และกู้ยืมผ่านสวัสดิการบริษัท พบว่า ระยะเวลาที่ยืมมากที่สุดคือ 5-10 ปี รองลงมาคือ 16-20 ปี

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยพบว่า ระยะเวลาที่ยืม มากที่สุด คือระหว่าง 16-20 ปี รองลงมาคือ ระยะเวลาที่ระหว่าง 5-10 ปี ส่วนกลุ่มชาวผู้ซื้อต่างชาติที่ยืม พบว่า ระยะเวลาที่ยืม 5-10 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ ระหว่าง 11-15 ปี ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามระยะเวลาที่

| ระยะเวลาที่ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| 5-10 ปี | 19 | 7.6 | 9 | 3.6 | 28 | 11.2 |
| 11-15 ปี | 15 | 6.0 | 2 | 0.8 | 17 | 6.8 |
| 16-20 ปี | 20 | 8.0 | 0 | 0 | 20 | 8.0 |
| 21-25 ปี | 12 | 4.8 | 0 | 0 | 12 | 4.8 |
| 26-30 ปี | 5 | 2.0 | 0 | 0 | 5 | 2.0 |
| ไม่ระบุ | 20 | 8.0 | 1 | 0.4 | 21 | 8.4 |
| ไม่ได้รู้ | 59 | 31.6 | 88 | 35.2 | 147 | 58.8 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.10 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระรายเดือน

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่กู้ยืมผ่านธนาคารจะชำระต่อเดือน มากที่สุด คือ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่กู้ยืม ส่วนใหญ่จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน มากที่สุดคือ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือ ผ่อนชำระไม่เกิน 10,000 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน

| ผ่อนชำระต่อเดือน (บาท) | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 10,000 | 25 | 10.0 | 1 | 0.4 | 26 | 10.4 |
| 10,001 - 20,000 | 41 | 16.4 | 4 | 1.6 | 45 | 18.0 |
| 20,001 - 30,000 | 20 | 8.0 | 0 | 0 | 20 | 8.0 |
| ไม่ระบุ | 5 | 2.0 | 7 | 2.8 | 12 | 4.8 |
| ไม่ได้กู้ | 59 | 23.6 | 88 | 35.2 | 147 | 58.8 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.11 กรรมสิทธิ์ของที่อยู่อาศัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 250 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่ กรรมสิทธิ์จะเป็นของตนเองมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่ กรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง มากที่สุด และเป็นส่วนน้อยที่ กรรมสิทธิ์นั้นเป็นของบริษัท ส่วนกลุ่มผู้ซื้อชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่กรรมสิทธิ์เป็นของภรรยา มากที่สุดคือ และกรรมสิทธิ์นั้นเป็นของบริษัทเป็นส่วนน้อยเช่นกัน ดังแสดงในตาราง 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามกรรมสิทธิ์

| กรรมสิทธิ์ | คนไทย | | ต่างชาติ | | รวม | |
|--------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| เป็นของตนเอง | 132 | 52.8 | 0 | 0 | 132 | 52.8 |
| เป็นชื่อญาติ / เพื่อน | 1 | 0.4 | 5 | 2.0 | 6 | 2.4 |
| เป็นชื่อภรรยา | 0 | 0 | 75 | 30.0 | 75 | 30.0 |
| เป็นชื่อบริษัท | 3 | 1.2 | 20 | 8.0 | 23 | 9.2 |
| ไม่ระบุ | 14 | 5.6 | 0 | 0 | 14 | 5.6 |
| รวม | 150 | 60.0 | 100 | 40.0 | 250 | 100.0 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

เป็นข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านบริการของโครงการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มปัจจัยเหล่านี้ ได้ผลการศึกษาปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยให้ความสำคัญด้านคุณภาพและวัสดุของบ้านมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมของโครงการ และทำเลที่ตั้งของโครงการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ 2.85 2.84 และ 2.83 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ รูปแบบบ้านที่หลากหลาย คุณภาพและวัสดุของบ้าน โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 2.79 และ 2.69 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 คะแนนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|-----------------------------------|-----------|------|----------|
| คุณภาพและวัสดุของบ้าน | ค่าเฉลี่ย | 2.85 | 2.69 |
| | อันดับที่ | 1 | 3 |
| ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมในโครงการ | ค่าเฉลี่ย | 2.84 | 2.19 |
| | อันดับที่ | 2 | 6 |
| ทำเลที่ตั้งของโครงการ | ค่าเฉลี่ย | 2.83 | 2.81 |
| | อันดับที่ | 3 | 1 |
| ระบบสาธารณูปโภค (ถนน ไฟฟ้า ประปา) | ค่าเฉลี่ย | 2.80 | 2.29 |
| | อันดับที่ | 4 | 4 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสร | ค่าเฉลี่ย | 2.45 | 1.89 |
| | อันดับที่ | 5 | 7 |
| ชื่อเสียงและความมั่นคงของโครงการ | ค่าเฉลี่ย | 2.44 | 1.63 |
| | อันดับที่ | 6 | 8 |
| รูปแบบบ้านที่หลากหลาย | ค่าเฉลี่ย | 2.36 | 2.79 |
| | อันดับที่ | 7 | 2 |
| การคมนาคมสะดวกมีรถประจำทางผ่าน | ค่าเฉลี่ย | 2.33 | 2.23 |
| | อันดับที่ | 8 | 5 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านราคาราคานั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยให้ความสำคัญถึงราคาเหมาะสมกับคุณภาพมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เงื่อนไขการจ่ายเงินที่สะดวกต่อการซื้อ และมีหลายราคาให้เลือก ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.76 2.20 และ 2.18 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ความสำคัญด้านเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวกต่อการซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีหลายราคาให้เลือก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.67 2.20 และ 1.44 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 คะแนนของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|---------------------------------------|-----------|------|----------|
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | ค่าเฉลี่ย | 2.76 | 2.20 |
| | อันดับที่ | 1 | 2 |
| เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวกต่อการซื้อ | ค่าเฉลี่ย | 2.20 | 2.67 |
| | อันดับที่ | 2 | 1 |
| มีหลายราคาให้เลือก | ค่าเฉลี่ย | 2.18 | 1.44 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |
| ราคาถูกกว่าโครงการอื่นๆ | ค่าเฉลี่ย | 2.05 | 1.40 |
| | อันดับที่ | 4 | 4 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญถึงการมีสำนักงานขายให้บริการหลายแห่งมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีบริการรับจองนอกสถานที่และมีบริการรับจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 คะแนนของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|--------------------------------------|-----------|------|----------|
| การมีสำนักงานขายให้บริการหลายแห่ง | ค่าเฉลี่ย | 1.54 | 1.53 |
| | อันดับที่ | 1 | 1 |
| มีบริการรับจองนอกสถานที่ | ค่าเฉลี่ย | 1.28 | 1.01 |
| | อันดับที่ | 2 | 2 |
| การมีบริการรับจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต | ค่าเฉลี่ย | 1.17 | 0.87 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการขายนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยให้ความสำคัญกับการมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการมีบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี การมีโปรโมชั่นการลด โปรโมชั่นการแถม ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.73 2.72 และ 2.18 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการมีบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ การมีโปรโมชั่นการลด โปรโมชั่นการแถม โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 2.83 2.45 และ 1.93 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.22 ดังนี้

ตารางที่ 4.22 คะแนนของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|---------------------------------------|-----------|------|----------|
| มีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ | ค่าเฉลี่ย | 2.73 | 2.45 |
| | อันดับที่ | 1 | 2 |
| การมีบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี | ค่าเฉลี่ย | 2.72 | 2.83 |
| | อันดับที่ | 2 | 1 |
| การมีโปรโมชั่นการลด | ค่าเฉลี่ย | 2.18 | 1.93 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |
| การมีโปรโมชั่นการแถม | ค่าเฉลี่ย | 2.08 | 1.56 |
| | อันดับที่ | 4 | 4 |
| มีโฆษณาที่ดูใจ | ค่าเฉลี่ย | 1.76 | 1.48 |
| | อันดับที่ | 5 | 5 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.5 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความหนาแน่นของจำนวนบ้านในโครงการ ต้องการอยู่กับกลุ่มฐานะใกล้เคียงกัน และลำดับสุดท้ายต้องการอยู่กับกลุ่มญาติหรือเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 คะแนนของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้าน

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|--|-----------|------|----------|
| ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน | ค่าเฉลี่ย | 2.80 | 2.51 |
| | อันดับที่ | 1 | 1 |
| ความหนาแน่นของจำนวนบ้าน | ค่าเฉลี่ย | 2.50 | 2.0 |
| | อันดับที่ | 2 | 2 |
| ต้องการอยู่กับกลุ่มฐานะใกล้เคียงกัน | ค่าเฉลี่ย | 1.76 | 1.54 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |
| ต้องการอยู่กับกลุ่มญาติ/ เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน | ค่าเฉลี่ย | 1.76 | 1.54 |
| | อันดับที่ | 4 | 4 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.6 ปัจจัยด้านบริการของโครงการ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านใน โครงการหมู่บ้านจัดสรร มองในด้านปัจจัยด้านบริการของ โครงการนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและช่วยเหลือมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ 2.57 และ 2.55 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและช่วยเหลือ ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกันเช่นกัน คือ 2.51 และ 2.47 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.24 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 คะแนนของปัจจัยด้านบริการของ โครงการที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|---|-----------|------|----------|
| ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจ ในการให้บริการและการช่วยเหลือ | ค่าเฉลี่ย | 2.57 | 2.47 |
| | อันดับที่ | 1 | 2 |
| พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ | ค่าเฉลี่ย | 2.55 | 2.51 |
| | อันดับที่ | 2 | 1 |
| ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการ | ค่าเฉลี่ย | 2.51 | 2.42 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |
| พนักงานมีจำนวนพอเพียงในการบริการ | ค่าเฉลี่ย | 2.45 | 2.23 |
| | อันดับที่ | 4 | 5 |
| พนักงานมีความสุภาพ อ้อมแอ้ม เป็นมิตร | ค่าเฉลี่ย | 2.40 | 2.40 |
| | อันดับที่ | 5 | 4 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.7 ปัจจัยอื่นๆ ของโครงการ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านใน โครงการหมู่บ้านจัดสรร มองใน
ด้านปัจจัยอื่นๆ ของโครงการนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญถึง
ความพร้อมของสถานะการเงินของครอบครัวมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เงื่อนไขในการกู้ยืม
ของธนาคารหรือสถาบันการเงิน ดังแสดงในตารางที่ 4.25

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 คะแนนของปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|--|-----------|------|----------|
| ความพร้อมของสถานะการเงินของครอบครัว | ค่าเฉลี่ย | 2.47 | 1.83 |
| | อันดับที่ | 1 | 1 |
| เงื่อนไขในการกู้ยืมของธนาคาร/สถาบันการเงิน | ค่าเฉลี่ย | 1.98 | 0.63 |
| | อันดับที่ | 2 | 2 |
| โอกาสในการกู้ยืมจากธนาคาร/สถาบันการเงิน | ค่าเฉลี่ย | 1.92 | 0.61 |
| | อันดับที่ | 3 | 3 |

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.8 สรุปลำดับความสำคัญปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสรุปลำดับความสำคัญในปัจจัยด้านต่างๆ นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและวัสดุของบ้าน ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้งของโครงการ และรูปแบบบ้านที่หลากหลาย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบริการของโครงการ ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและการช่วยเหลือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ และความรวดเร็ว ถูกต้องในการให้บริการ

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการของโครงการมาเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและวัสดุของบ้าน ทำเลที่ตั้ง ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อม และรูปแบบบ้านที่หลากหลาย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและการช่วยเหลือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ และความรวดเร็ว ถูกต้องในการ ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|-----------------------------------|-----------|------|----------|
| 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ค่าเฉลี่ย | 2.61 | 2.32 |
| | อันดับที่ | 1 | 2 |
| 2) ปัจจัยด้านบริการของโครงการ | ค่าเฉลี่ย | 2.49 | 2.41 |
| | อันดับที่ | 2 | 1 |
| 3) ปัจจัยด้านราคา | ค่าเฉลี่ย | 2.30 | 1.68 |
| | อันดับที่ | 3 | 5 |
| 4) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย | ค่าเฉลี่ย | 2.29 | 2.05 |
| | อันดับที่ | 4 | 3 |
| 5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม | ค่าเฉลี่ย | 2.15 | 1.82 |
| | อันดับที่ | 5 | 4 |
| 6) ปัจจัยด้านอื่นๆ | ค่าเฉลี่ย | 2.12 | 1.02 |
| | อันดับที่ | 6 | 7 |
| 7) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ค่าเฉลี่ย | 1.33 | 1.14 |
| | อันดับที่ | 7 | 6 |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4 วิเคราะห์และการทดสอบเปรียบเทียบของปัจจัยด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านคนไทย และชาวต่างชาติ

4.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านชื่อเสียงและความมั่นคงของโครงการ รูปแบบบ้านที่หลากหลาย ภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมในโครงการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสร และระบบสาธารณูปโภค (ถนน

ไฟฟ้า ประปา) ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น คุณภาพและวัสดุของบ้าน ทำเลที่ตั้งของโครงการ และการคมนาคมสะดวก ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มมีค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|-------------------------------------|------------|-------|----------|---------------|
| 1. ชื่อเสียงและความมั่นคงของโครงการ | 5.888 | 2.44* | 1.63* | 0.00* |
| 2. คุณภาพและวัสดุของบ้าน | 1.085 | 2.75 | 2.69 | 0.279 |
| 3. ทำเลที่ตั้งของโครงการ | 1.548 | 3.11 | 2.81 | 0.124 |
| 4. รูปแบบบ้านที่หลากหลาย | -6.450 | 2.37* | 2.79* | 0.00* |
| 5. ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมในโครงการ | 10.474 | 2.85* | 2.19* | 0.00* |
| 6. การคมนาคมสะดวกมีรถประจำทางผ่าน | 1.125 | 2.33 | 2.23 | 0.262 |
| 7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสร | 4.862 | 2.45* | 1.89* | 0.00* |
| 8. ระบบสาธารณูปโภค(ถนน,ไฟฟ้า,ประปา) | 5.678 | 2.80* | 2.29* | 0.00* |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test ของปัจจัยด้านราคา พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกันทุกปัจจัย โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ซึ่งได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูกกว่าโครงการอื่นๆ มีหลายราคาให้เลือก และเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวกต่อการซื้อ ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|--|------------|-------|----------|---------------|
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 6.231 | 2.77* | 2.20* | 0.00* |
| 2. ราคาถูกกว่าโครงการอื่นๆ | 5.635 | 2.05* | 1.40* | 0.00* |
| 3. มีหลายราคาให้เลือก | 6.487 | 2.18* | 1.44* | 0.00* |
| 4. เงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวกต่อการซื้อ | 4.011 | 2.20* | 1.67* | 0.00* |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ซึ่งมี 2 ปัจจัย คือ มีบริการรับจองนอกสถานที่ และการมีบริการรับจองผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยการมีสำนักงานขายให้บริการหลายแห่งนั้นให้ผลทดสอบไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|--------------------------------------|------------|-------|----------|---------------|
| 1. การมีสำนักงานขายให้บริการหลายแห่ง | 0.076 | 1.54 | 1.53 | 0.939 |
| 2. มีบริการรับจองนอกสถานที่ | 2.081 | 1.28* | 1.01* | 0.039* |
| 3. การมีบริการรับจองผ่านอินเทอร์เน็ต | 2.554 | 1.19* | 0.87* | 0.011* |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน มีเพียง 2 ปัจจัย คือ การมีโปรโมชั่นของแถม และการมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนการตัดสินใจ ส่วนที่ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น มีโฆษณาจูงใจ การมีโปรโมชั่นการลด และการมีบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี ทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน คือมีค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|--|------------|-------|----------|---------------|
| 1. มีโฆษณาจูงใจ | 1.899 | 1.76 | 1.48 | 0.060 |
| 2. การมีโปรโมชั่นการลด | 1.937 | 2.18 | 1.93 | 0.055 |
| 3. การมีโปรโมชั่นการแถม | 3.579 | 2.08* | 1.56* | 0.00* |
| 4. มีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ | 2.882 | 2.73* | 2.45* | 0.005* |
| 5. การมีบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี | -1.622 | 2.73 | 2.83 | 0.106 |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.5 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test ของปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน คือกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ซึ่งมี 3 ปัจจัย คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความหนาแน่นของจำนวนบ้าน และต้องการอยู่กับกลุ่มญาติ เพื่อน และเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่ความต้องการอยู่กับกลุ่มฐานะใกล้เคียงกัน ทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน คือทั้ง 2 กลุ่มให้ค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|---|------------|-------|----------|---------------|
| 1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน | 3.379 | 2.80* | 2.51* | 0.00* |
| 2. ความหนาแน่นของจำนวนบ้าน | 4.722 | 2.50* | 2.00* | 0.00* |
| 3. ต้องการอยู่กับกลุ่มญาติ / เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน | 2.535 | 1.55* | 1.21* | 0.012* |
| 4. ต้องการอยู่กับกลุ่มฐานะใกล้เคียงกัน | 1.753 | 1.82 | 1.54 | 0.081 |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.6 ปัจจัยด้านบริการของโครงการ

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test ของปัจจัยทางด้านบุคคลากร พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน คือกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ซึ่งมีเพียงปัจจัยเดียว คือ พนักงานมีจำนวนพอเพียงในการบริการ ส่วนที่ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและการช่วยเหลือ พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นมิตร และความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการ ทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน คือทั้ง 2 กลุ่มให้ค่าคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.32 ดังนี้

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบริการของโครงการ

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|--|------------|-------|----------|---------------|
| 1. ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและการช่วยเหลือ | 0.992 | 2.57 | 2.47 | 0.323 |
| 2. พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นมิตร | 0.389 | 2.69 | 2.66 | 0.698 |
| 3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ | 0.485 | 2.55 | 2.51 | 0.628 |
| 4. พนักงานมีจำนวนพอเพียงในการบริการ | 2.287 | 2.45* | 2.23* | 0.023* |
| 5. ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการ | 0.913 | 2.51 | 2.42 | 0.362 |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.4.7 ปัจจัยด้านอื่นๆ ของผู้ซื้อบ้านจัดสรร

ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-test ของปัจจัยด้านอื่นๆ ของผู้ซื้อบ้านจัดสรร พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันทุกปัจจัย โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ ได้แก่ เงื่อนไขในการกู้ยืมของธนาคาร หรือสถาบันการเงิน โอกาสในการกู้ยืมจากธนาคาร หรือสถาบันการเงิน และความพร้อมของสถานะการเงินของครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านอื่นๆ ของผู้ซื้อบ้านจัดสรร

| ปัจจัยฯ | ค่า t-test | ไทย | ต่างชาติ | Sig(2-tailed) |
|---|------------|-------|----------|---------------|
| 1. เงื่อนไขในการกู้ยืมของธนาคาร / สถาบันการเงิน | 10.083 | 1.98* | 0.63* | 0.00* |
| 2. โอกาสในการกู้ยืมจากธนาคาร / สถาบันการเงิน | 9.728 | 1.92* | 0.61* | 0.00* |
| 3. ความพร้อมของสถานะการเงินของครอบครัว | 4.476 | 2.47* | 1.83* | 0.00* |

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.5 ความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรร

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านใน โครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง ได้แก่ การศึกษาความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของ โครงการ ด้านภาพรวมของโครงการ ด้านคุณภาพ ด้านกำหนดเวลา ด้านการทำงานและทีมงาน ด้านการบริการ และด้านอื่นๆ ดังนี้

4.5.1 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโครงการ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของ โครงการ พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งคนไทยและชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 ปัจจัย โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการหรือองค์กร ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการและการช่วยเหลือ ส่วนกลุ่มชาวต่างชาติสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการและการช่วยเหลือ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการหรือองค์กร ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโครงการ

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | ไทย | ต่างชาติ | |
|-------|--|------------------|----------|------|
| 1 | ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ หรือองค์กร | คะแนนรวม | 576 | 353 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.84 | 3.53 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 2 | ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็ม ใจในการ ให้บริการ และความช่วยเหลือ | คะแนนรวม | 572 | 399 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.81 | 3.99 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5.2 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านภาพรวมของโครงการ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านภาพรวมของโครงการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้ คือค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 4.15 3.73 และ 3.71 อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ซึ่งให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ปัจจัย สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมในโครงการดี มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน การคมนาคมสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสรให้บริการ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ระดับความพึงพอใจที่ได้ คือค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 3.81 และ 3.58 อยู่ในระดับมากเช่นกัน ยกเว้นปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสรให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญปานกลาง คือมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมในโครงการดี มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน การคมนาคมสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสรให้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.35 ดังนี้

ตารางที่ 4.35 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านต่อปัจจัยด้านภาพรวมของโครงการ

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | ไทย | ต่างชาติ | |
|-------|---|------------------|----------|---------|
| 1 | ภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมในโครงการดี | คะแนนรวม | 631 | 395 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 4.21 | 3.95 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 2 | การคมนาคมสะดวก | คะแนนรวม | 559 | 358 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.73 | 3.58 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 3 | มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสโมสรมีให้บริการได้อย่างพอเพียง | คะแนนรวม | 557 | 346 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.71 | 3.46 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 4 | มีระบบสาธารณูปโภค (ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์) ครบครัน | คะแนนรวม | 622 | 381 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 4.15 | 3.81 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |

4.5.3 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพของบ้าน

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้ คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.81 และ 3.68 อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ปัจจัย สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ รูปแบบบ้านและการออกแบบทำได้ดี ถูกใจ คุณภาพวัสดุที่เลือกใช้เหมาะสมกับราคา และระดับฝีมืองานก่อสร้างโดยรวม

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกันคือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.67 ยกเว้นปัจจัยด้านระดับฝีมืองานก่อสร้างโดยรวม กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ รูปแบบบ้าน และการออกแบบทำได้ดี ถูกใจ คุณภาพวัสดุที่เลือกใช้เหมาะสมกับราคา และระดับฝีมืองานก่อสร้างโดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อคุณภาพของบ้าน

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | ไทย | ต่างชาติ |
|-------|---|------------------|----------|
| 1 | ระดับฝีมือการก่อสร้างโดยรวม | คะแนนรวม | 340 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.68 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | ปานกลาง |
| 2 | คุณภาพและวัสดุที่เลือกใช้เหมาะสมกับราคา | คะแนนรวม | 367 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.67 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก |
| 3 | รูปแบบบ้าน และการออกแบบทำได้ดี ถูกใจ | คะแนนรวม | 395 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.95 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5.4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านกำหนดระยะเวลาก่อสร้าง

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านกำหนดระยะเวลาก่อสร้าง พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ทั้งกลุ่มคนไทยและชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ระยะเวลาก่อสร้างจนถึงวันโอนเหมาะสม คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ 3.52 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อด้านกำหนดระยะเวลาก่อสร้างบ้าน

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | | ไทย | ต่างชาติ |
|-------|---------------------------------|------------------|------|----------|
| 1 | ระยะเวลาก่อสร้างจนถึงวันโอนบ้าน | คะแนนรวม | 565 | 352 |
| | เหมาะสม | ค่าเฉลี่ย | 3.77 | 3.52 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5.5 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการทำงานและทีมงาน

ผลการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการทำงานและทีมงาน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้ คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 3.68 3.64 และ 3.61 อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ให้ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการติดตามงานให้เสร็จตามที่แจ้งไว้ให้ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ กรียามารยาท ความสุภาพของพนักงาน พนักงานมีความพยายามแก้ปัญหาให้ลูกค้า ความสามารถของพนักงานในการสื่อสารและชี้แจงทักษะของพนักงานในการทำงานในหน้าที่ และการติดตามงานให้เสร็จตามที่แจ้งไว้

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติให้ระดับความพึงพอใจที่ได้ คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.0 3.76 และ 3.52 อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านทักษะของพนักงานในการทำงานในหน้าที่ และการติดตามงานให้เสร็จตามที่แจ้งไว้ ให้ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ 3.25 ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ กรียามารยาท ความสุภาพของพนักงาน พนักงานมีความพยายามแก้ปัญหาให้ลูกค้า ความสามารถของพนักงานในการสื่อสารและ

ชี้แจง การติดตามงานให้เสร็จตามที่แจ้งไว้ และทักษะของพนักงานในการทำงานในหน้าที่ ดังแสดงในตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อปัจจัยด้านการทำงานและทีมงาน

| ลำดับ | ปัจจัย | | ไทย | ต่างชาติ |
|-------|---|-------------------------|----------------|----------------|
| 1 | ทักษะของพนักงานในการทำงาน ในหน้าที่ | คะแนนรวม | 542 | 325 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.61 | 3.25 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 2 | พนักงานมีความพยายามในการ แก้ปัญหาให้ลูกค้า | คะแนนรวม | 552 | 376 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.68 | 3.76 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 3 | กริยามารยาท – ความสุภาพของ พนักงาน | คะแนนรวม | 589 | 400 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.93 | 4.00 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 4 | ความสามารถของพนักงานในการ สื่อสารและชี้แจง | คะแนนรวม | 546 | 352 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.64 | 3.52 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | มาก |
| 5 | การติดตามงานให้เสร็จ ตามที่ได้ แจ้งไว้ | คะแนนรวม | 507 | 340 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.38 | 3.40 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | ปานกลาง | ปานกลาง |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5.6 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านการบริการ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านบริการพบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้อยู่ในช่วง 2.50-3.49 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้งกลุ่มผู้ซื้อคน

ไทยและชาวต่างชาติให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ บริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และ 3.44 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อปัจจัยด้านการบริการ

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | ไทย | ต่างชาติ | |
|-------|----------------------------------|------------------|----------|---------|
| 1 | บริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี | คะแนนรวม | 523 | 344 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.49 | 3.44 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | ปานกลาง | ปานกลาง |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5.7 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ของโครงการ

จากการคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ของโครงการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคนไทย พบว่า คะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้ คือมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.86 3.81 3.78 3.72 และ 3.62 อยู่ในช่วง 3.50-4.49 ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ความประทับใจโดยภาพรวม และแนะนำบุคคลอื่นๆ การดูแลรักษาต้นไม้ ดอกไม้ของโครงการ คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป ความสะอาดของถนนหลัก ถนนซอย และรอบๆ โครงการ การตรวจตราโดยรอบ โครงการของพนักงานรักษาความปลอดภัย และมีการตรวจแลกบัตรเข้า-ออก โครงการ

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อชาวต่างชาติ พบว่าคะแนนระดับความพึงพอใจที่ได้ คือมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 3.40 3.40 3.36 3.27 และ 3.21 อยู่ในช่วง 2.50-3.49 ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้คือ การตรวจตราโดยรอบ โครงการของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความสะอาดของถนนหลัก ถนนซอย และรอบๆ โครงการ ความประทับใจโดยภาพรวม และแนะนำบุคคลอื่นๆ มีการตรวจแลกบัตรเข้า-ออก โครงการ คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป และการดูแลรักษาต้นไม้ ดอกไม้ของโครงการ ดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ของโครงการ

| ลำดับ | ปัจจัยฯ | ไทย | ต่างชาติ | |
|-------|---|-------------------------|------------|----------------|
| 1 | ความสะอาดของถนนหลัก ถนนซอย และรอบๆ โครงการ | คะแนนรวม | 567 | 340 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.78 | 3.40 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 2 | การดูแลรักษาต้นไม้, ดอกไม้ ของโครงการ | คะแนนรวม | 579 | 321 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.86 | 3.21 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 3 | การตรวจตราโดยรอบโครงการของยามรักษาความปลอดภัย | คะแนนรวม | 558 | 344 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.72 | 3.44 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 4 | มีการตรวจแลกบัตรคนเข้า – ออกโครงการ | คะแนนรวม | 543 | 336 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.62 | 3.36 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 5 | คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป | คะแนนรวม | 571 | 327 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.81 | 3.27 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |
| 6 | ความประทับใจโดยภาพรวม และแนะนำบุคคลอื่นๆ | คะแนนรวม | 591 | 340 |
| | | ค่าเฉลี่ย | 3.94 | 3.40 |
| | | ระดับความพึงพอใจ | มาก | ปานกลาง |

ที่มา : จากการคำนวณ

4.6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสอบถามถึงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีต่อบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยให้ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่บ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรได้ตอบคำถามชนิดปลายเปิดนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านงานก่อสร้าง โครงการหมู่บ้านจัดสรรนั้นควรใช้วัสดุที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน อุตสาหกรรม (มอก.) ควรมีการคัดเลือกช่างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ นอกจากนี้ควรจะมีการจัดโซนงานก่อสร้างเพื่อให้งานก่อสร้างแล้วเสร็จ ไม่ให้มีเสียงดัง ฝุ่น และคนงานในพื้นที่เขตที่อยู่อาศัยของบ้านลูกค้า ให้มีการควบคุมลูกบ้านหรือกฎเกณฑ์ในการขยาย หรือต่อเติมบ้าน

ด้านบริการหลังการขายการรับประกันบ้าน ให้มีการรับประกันบ้านมากกว่า 1 ปี และมีการติดตามถึงการอยู่อาศัยของลูกค้าทุกๆ 6 เดือน เกี่ยวกับระบบน้ำประปา ระบบไฟฟ้า ระบบห้องน้ำ และอื่นๆ นอกจากนี้ในการบริการหลังการขายให้มีความรวดเร็ว ตรงเวลาที่ได้ตกลงไว้ในการนัดซ่อม หรือปรับปรุงบ้าน

ด้านการดูแลภูมิทัศน์และพื้นที่ส่วนกลางของ โครงการให้ปรับปรุงความสะอาด ทั้งถนนหลัก ถนนซอย นอกจากนี้ ควรมีการดูแลรักษาต้นไม้ ดอกไม้ ให้ดูดีเสมอ

ด้านสโมสรรีหรือคลับเฮาส์ ให้มีคนดูแลสระว่ายน้ำ เครื่องออกกำลังกาย

ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ให้เข้มงวดการทำงานของพนักงานรักษาความปลอดภัย เช่น การตรวจตรารอบๆ โครงการ การตรวจแลกบัตรเข้า-ออก โครงการ นอกจากนี้ให้มีการคัดเลือกพนักงานรักษาความปลอดภัยที่มีเข้มแข็ง กระตือรือร้นในการทำงาน ไม่ใช้บริการคนต่างด้าว

ด้านอื่นๆ เช่น ให้มีการจัดงานสังสรรค์ประจำปีของหมู่บ้านเพื่อให้ลูกบ้านได้ทำความรู้จักกัน ให้มีการบริการข้อมูลของลูกค้า ด้านการจัดเก็บขยะให้รถเก็บขยะเก็บขยะทุกชนิด ปัญหาสุนัขควรมีการตั้งกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการเลี้ยงสุนัข เช่น จำกัดจำนวน และในการพาสุนัขออกมาเดินเล่น ให้เจ้าของดูแล การจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านเพื่อเข้าจัดการและดูแลส่วนกลางของโครงการหมู่บ้าน