

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร หรือการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่อการอยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มีบ้านพักอาศัยแล้ว และผู้บริโภคที่กำลังก่อสร้างบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่อการอยู่อาศัย ใช้มาตรวัดของลิ เक्ति์ (Likert's Scale) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร และใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค และใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) เป็นเครื่องมือในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรและใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภค ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 200 ราย พบว่าหัวหน้าครอบครัวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 75 ราย คิดเป็น ร้อยละ 37.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.5 รายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คือ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 หัวหน้าครอบครัวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชน จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 98 ราย คิดเป็น ร้อยละ 49.0 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีบุตรที่อายุ ต่ำกว่า 6 ปี จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.0

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรและใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเพื่อ อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภค โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ จากผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา อันดับสองคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสามคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และอันดับสี่คือ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสรุปได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก โดยในส่วนของผู้ซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากในลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมา ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับความต้องการและงบประมาณ และราคาขายถูกกว่าการจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเองซึ่งมีความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนผู้ให้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างบ้านเหมาะสมกับความต้องการและงบประมาณ รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างบ้านเหมาะสมกับคุณภาพ และค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างบ้านต่ำกว่าการซื้อบ้านในโครงการจัดสรรตามลำดับ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก โดยในส่วนของผู้ซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในลำดับ ต้นๆ ได้แก่ โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง การก่อสร้างมีคุณภาพดี มีการรักษาความปลอดภัย รูปแบบบ้านที่สามารถตอบสนองความต้องการ ส่วนผู้ให้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ แบบบ้านที่ตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย รองลงมา ได้แก่ การก่อสร้างมีคุณภาพดี ความรวดเร็ว และถูกต้องในการออกแบบและก่อสร้าง และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีความสำคัญเฉลี่ยในระดับมาก โดยในส่วนของผู้ซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการบริการและการช่วยเหลือ การรับประกันผลงานของโครงการ การมีบ้านตัวอย่างให้ชม ก่อนการตัดสินใจ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่นการลดราคา การมีของแถม ส่วนผู้ให้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ ในลำดับต้นๆ ได้แก่ การรับประกันผลงาน ผู้ประกอบการและพนักงานมีความเต็มใจในการบริการและการช่วยเหลือ การให้ข้อมูลของพนักงานขายหรือผู้รับเหมาที่ชัดเจน การบริการออกแบบโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายและบริการติดต่อขออนุญาตก่อสร้าง การมีตัวอย่างผลงานการก่อสร้างบ้านที่แล้วเสร็จ

ปัจจัยด้านการ สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง โดยในส่วนของผู้ซื้อบ้านจัดสรรเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญใน ระดับความมาก ได้แก่ สำนักงานขายสะดวกในการติดต่อ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนขายของโครงการนอกสถานที่ และการมีสำนักงานขายบริการหลายแห่ง ส่วนผู้ให้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวก

ในการติดต่อกับผู้รับเหมา และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสำนักงานบริการหลายแห่ง

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรและใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเพื่ออยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภค โดยวิเคราะห์จากการใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ รายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน อาชีพของหัวหน้าครอบครัว และการมีที่ดินอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ผลกระทบหน่วยสุดท้าย (Marginal Effect) พบว่า ผู้บริโภคมีโอกาสความน่าจะเป็นสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะเลือกใช้บริการจากผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ถ้าผู้บริโภคประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือมีอาชีพ อื่นๆ และมีที่ดินอยู่แล้วในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภคมีโอกาสความน่าจะเป็นสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะเลือกซื้อบ้านจัดสรร ถ้าผู้บริโภค มีอาชีพที่มีรายได้ประจำซึ่งได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนสูงขึ้น

ด้าน พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่อการอยู่อาศัย แบ่งตามกลุ่มผู้บริโภคนั้น ผู้ซื้อบ้านจัดสรร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีลักษณะการพักอาศัย คือเป็นบ้านของตนเอง จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.0 ทำเลที่พักอาศัยบริเวณถนนสายเชียงใหม่ – ดอยสะเก็ด จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 ลักษณะการปลูกสร้างบ้านเป็นบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 ขนาดที่ดิน ณ วันที่ซื้อบ้าน 50 – 100 ตารางวา จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.0 พื้นที่ใช้สอยของบ้านมีขนาด 50 – 100 ตารางเมตร จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 ราคาของบ้านพร้อมที่ดิน คือ 1,000,001 – 3,000,000 บาท จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.0 ก่อนการตัดสินใจซื้อบ้านมีลักษณะการอยู่อาศัย คือ เช่า เช่น บ้านเช่า หอพัก จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 สาเหตุที่ต้องซื้อบ้าน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีการคาดคะเนเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างในอนาคตเพียงบางส่วน จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 ซื้อบ้านโดยผ่านสำนักงานขายของโครงการ จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.0 โดยส่วนใหญ่กู้เงินผ่านแหล่งเงินทุนต่างๆ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.0 แหล่งเงินทุนที่กู้คือ ธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อเอง จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้คือ 21 – 30 ปี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 มูลค่าการผ่อนชำระเงินกู้ต่อเดือนคือ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.4 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรที่มากที่สุดคือ ป้ายโฆษณา จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.0 ก่อนการตัดสินใจซื้อบ้านมีการเปรียบเทียบโครงการ

บ้านจัดสรรมากกว่า 4 โครงการ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 ใช้เวลาหาข้อมูลและคัดเลือกโครงการบ้านจัดสรร 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.0 ชมบ้านตัวอย่างสำหรับโครงการจัดสรรที่ซื้อบ้าน 3 – 4 ครั้ง จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 และมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0

ส่วนผู้ใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีลักษณะการพักอาศัย คือเป็นบ้านของตนเอง จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 ทำเลที่พักอาศัยบริเวณถนนสายเชียงใหม่ – หางดง จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ขนาดที่ดินที่สร้างบ้านคือ 50 – 100 ตารางวา จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 พื้นที่ใช้สอยของบ้านมีขนาด 101 - 150 ตารางเมตร จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 ใช้เวลาในการออกแบบบ้าน น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 ใช้เวลาในการก่อสร้างบ้าน 4 – 6 เดือน จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างบ้านซึ่งไม่รวมค่าใช้จ่ายในการตกแต่งภายในและจัดสวนคือ 500,000 – 1,000,000 บาท จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 ก่อนการตัดสินใจ สร้างบ้านมีลักษณะการอยู่อาศัย คือ อาศัยอยู่กับบิดามารดา จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 สาเหตุที่ต้องซื้อบ้าน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีการคาดคะเนเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างในอนาคตเพียงบางส่วน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 สร้างบ้านโดยกู้เงินผ่านแหล่งเงินทุนต่างๆ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.0 แหล่งเงินทุนที่กู้ คือ ธนาคารพาณิชย์ อาคารสงเคราะห์ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.1 และธนาคารออมสิน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.1 ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ คือ 21 – 30 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5 มูลค่าการผ่อนชำระเงินกู้ต่อเดือนคือไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.2 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านที่มากที่สุดคือ เพื่อน ญาติ คนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.0 ก่อนการตัดสินใจสร้างบ้านมีการเปรียบเทียบ ผู้รับเหมามากกว่า 4 ราย จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.0 ใช้เวลาหาข้อมูลและคัดเลือก ผู้รับเหมาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.0 ชมผลงานของผู้รับเหมา 1 – 2 ครั้ง จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 ใช้บริการการก่อสร้างบ้านจากผู้รับเหมาทั่วไป จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 คุณสมบัติของผู้รับเหมาที่ต้องการเป็นลำดับต้นๆ คือ ออกแบบและก่อสร้างได้ 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.0 การได้ติดต่อกับสถาปนิกและหรือวิศวกรโดยตรง จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.0

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย และมีพฤติกรรมแตกต่างกันหลายประการตามกลุ่มที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการหาแนวทางเพื่อการประกอบธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดังนี้

บ้านจัดสรรมีโอกาสที่จะขายได้มากในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นในการทำตลาดกับลูกค้ากลุ่มนี้มาเป็นลำดับแรก โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจะสนใจในการซื้อบ้านจัดสรรเพิ่มมากขึ้น โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงนิยมกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังนั้นโครงการจัดสรรน่าจะร่วมมือกับทั้งธนาคารทั้ง 2 แห่งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ด้านธุรกิจการรับสร้างบ้าน ควรเน้นในการทำตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือประกอบอาชีพอื่นๆ และมีที่ดินเป็นของตนเองอยู่แล้วมาเป็นลำดับแรก เพราะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการจะสร้างบ้านเองมากกว่าการซื้อบ้านจัดสรร รวมถึงเสนอบริการติดต่อกับแหล่งเงินกู้จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารออมสินเพื่อช่วยเหลือด้านการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

การตั้งราคาขายบ้านจัดสรร ควรจะกำหนดให้เหมาะสมกับคุณภาพ ของงานที่ออกมา ไม่ตั้งราคาที่สูงเกินไป ส่วนผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ควรออกแบบและประมาณราคามูลค่าการก่อสร้างบ้านให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ลูกค้ามีอยู่

โครงการบ้านจัดสรรควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโครงการ เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเดินทางเข้าออกที่พักอาศัยสะดวกมาเป็นอันดับต้นๆ จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบันผู้บริโภคจะเลือกทำเลที่พักอาศัยบริเวณถนนสายเชียงใหม่ – ดอยสะเก็ด มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ที่ว่าถนนสายนี้การจราจรยังคงสะดวกกว่าถนนสายอื่นๆ เพราะสามารถเชื่อมต่อไปยังถนนวงแหวนทั้ง 2 วงแหวนได้ ซึ่งทำให้การเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น

โครงการบ้านจัดสรรควรให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของโครงการด้วย เพราะผู้บริโภคคิดว่าการอาศัยอยู่ในโครงการจัดสรรน่าจะปลอดภัยกว่าการอยู่นอกโครงการที่ไม่มีการรักษาความปลอดภัยเลย

สำหรับโครงการบ้านจัดสรรควรเพิ่มรูปแบบบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอย 200 -250 ตารางเมตรเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการบ้านที่มีพื้นที่ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ที่ดินเพิ่มขนาดใหญ่ขึ้นตามไปด้วย

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจรับสร้างบ้านควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบ้านที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยอาจมีรูปแบบบ้านที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ควรเน้นคุณภาพของการก่อสร้างให้มีคุณภาพที่ดี ทั้งด้านฝีมือการก่อสร้าง และวัสดุที่ใช้ควรมีคุณภาพที่ดี เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาก่อนเลือกซื้อบ้านหรือเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ประกอบการควรรีบปิดการขายให้เร็วที่สุด เพื่อผู้บริโภคจะได้รับตัดสินใจซื้อบ้านหรือเลือกสร้างบ้าน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคใช้เวลาไม่เกิน 1 ปี ในการคัดเลือกบ้านจัดสรร และใช้เวลา น้อยกว่า 6 เดือน ในการคัดเลือกผู้รับเหมา และจำนวนคู่แข่งชั้นของบ้านจัดสรร และผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านมีจำนวนมาก ซึ่งสังเกตได้จากการที่ผู้บริโภคมจำนวนโครงการบ้านจัดสรรที่มากกว่า 4 โครงการ และเปรียบเทียบผู้รับเหมาจำนวนที่มากกว่า 4 ราย การปิดการขายที่ล่าช้าอาจทำให้ผู้ประกอบการเสียโอกาสในการขายนั้นๆ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริโภคให้มากที่สุด เช่นการมีสำนักงานบริการที่สะดวกในการติดต่อ หรือการติดต่อทางโทรศัพท์ หรืออีเมล เป็นต้น เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ หรือรับฟังปัญหาจากผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ผู้บริโภคยังคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดี และความเต็มใจในการช่วยเหลือจากผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ในการซื้อบ้านหรือก่อสร้างบ้าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการให้บริการเป็นสำคัญ