

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Affecting the Decision to Purchase Housing Estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat.

พิพัฒน์ วุฒิชัยธนากร¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1.) เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2.) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (3.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิจัยนี้เป็นวิจัยรูปแบบการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเอง ซึ่งผ่านการประเมินความเที่ยงและความตรงเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 385 ตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์ผลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างด้วยการวิเคราะห์ T-test และ One-Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสดรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 1-3 คน จากการทดสอบการทดสอบความแตกต่างระหว่างด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ บ้านจัดสรร, ประชากรศาสตร์

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The objectives of this research were (1) to study demographic characteristics of consumers who purchased housing estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat. (2) to study marketing mix factors Affecting the purchase of housing estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat. And (3) to compare the relationship between demographic characteristics and marketing mix factors Affecting the purchase of housing estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat. The sample size is 385 consumers who decision buying housing estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat. The method used is Purposive Sampling by using questionnaires to collect the data, analyzed by using SPSS program including Percentage, Mean and Standard Deviation. The test hypothesis is using T-test and One-Way ANOWA at 0.05 level of significance.

The results of the research were found that 1) most consumers were males aged 31 to 40 years old, Single, incomes per month 20,001 to 40,000 baht. With the highest academic degree as bachelor, 1-3 Family members. 2) The relationship between demographic characteristics and marketing mix factors Affecting the purchase of housing estates in Amphor Muang, Nakhonsithammarat was found to associate with Sex, Age, Marital Status, income per month, education that influenced with marketing mix factors Affecting the purchase at 0.05 level of significance

Keywords: Housing estate, Demographic

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่พำนักอาศัย แต่ที่อยู่อาศัยยังจัดเป็นทรัพย์สินที่มีอายุยาวนาน ธุรกิจที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชน และยังมีอิทธิพลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ภาวะการณืจ้างงาน ตลอดจนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2561 ในพื้นที่ต่างจังหวัดอาจไม่ฟื้นตัวดีนัก เนื่องจากกำลังซื้อที่มีจำกัด สืบเนื่องจากราคาพืชผลทางการเกษตรยังคงตกต่ำอยู่ อีกทั้งยังมีปัญหาภัยธรรมชาติที่ทำให้ผลผลิตเสียหายไม่ได้ตามที่ต้องการ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561) แต่ในภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ มีแนวโน้มตลาดในทิศทางบวกจากระดับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และการลงทุนของภาครัฐในโครงสร้างพื้นฐานภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ประกอบด้วยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและแผนพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทยระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560- พ.ศ.2579) วงเงินรวมกว่า 8.95 แสนล้านบาท มีทั้งการพัฒนารถไฟฟ้า รถไฟชานเมืองรถไฟรางคู่ ทางด่วนและมอเตอร์เวย์ รวมถึงโครงการคมนาคมทางน้ำ โครงการพัฒนาศูนย์ขนถ่ายสินค้า และสนามบิน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดทำเลใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ อาทิ โซนนอกเขตศูนย์กลางธุรกิจ (City Fringe) ของกรุงเทพฯ เขตชานเมือง รวมถึงต่างจังหวัดโดยเฉพาะเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งผู้ประกอบการหลายรายสามารถขยายเข้าสู่พื้นที่จังหวัด ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยองเพื่อเปิดโครงการใหม่รองรับความต้องการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ตลาดที่อยู่อาศัยของประเทศไทยจะมีแนวโน้มที่ดี แต่สัญญาณการเติบโตจะเห็นได้ชัดในกลุ่มสินค้าระดับกลางและระดับบน เพราะเป็นกลุ่มที่ยังคงมีกำลังซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการเน้นพัฒนาโครงการรองรับกลุ่มนี้มากขึ้น ส่วนกลุ่มราคาในระดับล่างยังต้องเผชิญปัญหาหนี้ครัวเรือน และการปฏิเสธสินเชื่อจากสถาบันการเงินยังคงอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ ปัจจัย อาทิ ต้นทุนการก่อสร้างและค่าแรงที่สูงขึ้น ราคาที่ดินทำเลในเมืองที่ปรับสูงขึ้น ล้วนส่งผลให้ราคาที่อยู่อาศัยปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน

ทั้งนี้การแข่งขันในตลาดธุรกิจบ้านจัดสรรที่มีข้อจำกัดจากกำลังซื้อของลูกค้า จึงต้องดึงดูดลูกค้า ด้วยการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ผู้ประกอบการ ธุรกิจบ้านจัดสรรแต่ละแห่ง จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อที่จะได้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงพัฒนาโครงการบ้านจัดสรร และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน อันจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อคู่แข่ง รวมถึงผลกำไรในการดำเนินธุรกิจให้เพิ่มขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้านประชากรศาสตร์ที่เป็นผู้ซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ประกอบการบ้านจัดสรรได้แนวทางในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของกิจการ
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรนำผลวิจัยไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแข่งขันได้
3. เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินบ้านจัดสรรนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาปรับปรุงโครงการบ้านจัดสรรรูปแบบใหม่ๆ ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ จะพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่ตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งทางผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอน จากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ และไม่ทราบสัดส่วนของกลุ่มผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แน่ชัด จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran ซึ่งได้กำหนดให้มีขนาดความแปรปรวนสูงสุด คือ $p=0.5$ และ $q = 0.5$ โดยยอมรับความคลาดเคลื่อน 25 ในขอบเขตร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการคำนวณขนาดตัวอย่างสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลลัพธ์เท่ากับ 385 ราย

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ จะเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นที่ตัดสินใจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ในการเก็บข้อมูลผ่านการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่ง ในการทดสอบใช้แบบสอบถามในครั้งนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.912 มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช นั้น มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง โดยในจะให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามโดยตรง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว เช่น วรรณกรรม บทความ ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบรับครบถ้วนแล้ว จะนำมาประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 อธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ของกลุ่มประชากร อธิบายและนำเสนอจากค่าความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือ t-test (การทดสอบที) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ONE WAY ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.5 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 74.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.0 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 1-3 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

2. กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือโครงสร้างบ้านมีความคงทนแข็งแรงมีค่าเฉลี่ย 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของโครงการ มีค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด พื้นที่ใช้สอยในบ้านเพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด มีบริเวณรอบนอก

บ้านมีค่าเฉลี่ย 4.25 อยู่ในระดับมากที่สุด คุณภาพของหลังคา กระเบื้องและสุขภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และแบบบ้านโมเดิร์นทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีส่วนลดพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 4.15 มากที่สุด อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ มีค่าเฉลี่ย 4.03 อยู่ในระดับมาก ราคาขายต่ำ มีค่าเฉลี่ย 4.86 อยู่ในระดับมาก เงินดาวน์ต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.73 อยู่ในระดับมากและเงินจองต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เป็นพื้นที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ย 4.51 มากที่สุด อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีระบบรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด สำนักงานขายสามารถติดต่อได้สะดวกและมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก และทำเลที่ตั้งของบ้านอยู่ในตัวเมือง มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการรับประกันบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.27 มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้และใส่ใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับมาก มีตัวแทนธนาคารให้คำปรึกษาทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก และของแถม มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

3. จากการทดสอบการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านเพศและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านอายุและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านสถานภาพและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน

ทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านระดับการศึกษาและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านสมาชิกในครอบครัวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. ผู้บริโภคเพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกัน 1-3 คน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฐานพันธ์ จันทรสุกรี (2557) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล ที่พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านเดี่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรสระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทหรือต่ำกว่า และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัญวิษณุ ศิริทัพ (2561) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงจำนวน 231 คน อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภัญพเดช มาเจริญ (2556) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านของผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์มีระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎี ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Theory หรือ 4P's) การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดของด้านผลิตภัณฑ์ คือ โครงสร้างบ้านมีความคงทนแข็งแรงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งโครงสร้างบ้านที่แข็งแรงหมายถึงคุณภาพบ้าน (Product Quality) เป็นการวัดการทำงาน

และวัดความคงทนของบ้าน เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ ถ้าสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจซื้อของผู้บริโภค สินค้าก็ขายไม่ได้ รวมทั้งคุณภาพสินค้าต้องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ

ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิณา ธิระโสภณ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ราคาที่มีความเหมาะสมกับทำเลของโครงการ และราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมนนทร์ มีสัตย์ (2555) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ราคา เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งราคาเหมาะสมกับขนาดที่ดิน และราคาเหมาะสมกับพื้นที่ใช้สอย มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สุมาลี ทศพรวิชัย (2554) ที่ได้ศึกษา การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของเจ้าของบ้านในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของบ้าน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของเจ้าของบ้าน

ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นพื้นที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิณา ธิระโสภณ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 4 ซึ่งอธิบาย ได้ว่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในโครงการเหมาะสมและระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำ เป็นต้น ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมนั้นจะส่งผลเชิงบวก ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ของกมนนทร์ มีสัตย์ (2555) ปัจจัยด้านบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพักอาศัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ บ้าน คือ การมีระบบสาธารณูปโภคที่ดี เช่น ระบบการจัดเก็บขยะ และระบบการระบายน้ำ รong มาคือ บรรยากาศเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย และมีสาธารณูปโภคครบครัน ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการรับประกันบ้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษา ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการ ตัดสินซื้อบ้านเดี่ยวในพื้นที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย เลิศโยธารงค์ (2553) วิจัยเรื่อง ปัจจัยใน การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรระดับ ราคา 3 ถึง 5 ล้านบาทของบริษัทมั่นคงเคหะการ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการเลือกซื้อบ้านจัดสรรราคา 3 ถึง 5 ล้านบาท ใน ภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษาพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ย และระดับการศึกษา มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัญชิตา วงศ์รักเกาะ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการ บ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง และปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความแข็งแรงของโครงสร้างบ้าน การเลือกใช้หลังคา กระเบื้องและสุขภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การออกแบบที่เน้นเพิ่มพื้นที่ใช้สอยในบ้านเพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกครอบครัวอีกทั้งการออกแบบให้มีบริเวณรอบนอกบ้าน และออกแบบบ้านให้มีความทันสมัยทันสมัย ซึ่งการออกแบบและการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังต้องความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้าหรือโครงการ

2. **ด้านราคา** ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการควรให้ส่วนลดพิเศษแก่ผู้บริโภคยังคงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปิดการขายหรือช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบ้านได้มากขึ้น รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินของธนาคารที่อัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งผู้ประกอบการควรรวบรวมหรือช่วยผู้บริโภคในการสำรวจดอกเบี้ย เปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยจากหลากหลายธนาคารให้ผู้บริโภคได้ใช้ควรตั้งราคาขายที่สามารถแข่งขันได้เมื่อเทียบกับโครงการอื่น ๆ ที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน การให้จองหรือดาวบ้านในราคาต่ำ เพื่อดึงดูดลูกค้าและพิจารณาตัดสินใจซื้อบ้านได้ง่ายมากขึ้น

3. **ด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย** ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดรองจากด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญของทำเลที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรเลือกใช้ทำเลที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม อีกทั้งการสร้างระบบสาธารณูปโภคให้เอื้อต่อภัยพิบัติธรรมชาติ โดยเฉพาะอุทกภัยที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมักประสบในทุก ๆ ปี รองลงมาคือระดับมาตรฐานความปลอดภัย ถนนทางเข้า-ออกโครงการมีขนาดใหญ่ มีสำนักงานที่สามารถติดต่อได้สะดวก และโครงการตั้งอยู่ในตัวเมือง

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย (after sale service) มีการรับประกันบ้าน เพราะบ้านเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีราคาแพงที่สุด และยังเป็นทรัพย์สินที่มีราคาแพงที่สุดในช่วงชีวิตของผู้บริโภค การซื้อบ้านหนึ่งหลังจึงอาจจะซื้อได้ครั้งเดียวในชีวิต ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในการรับประกันหลังการขาย

พร้อมทั้งการบริการจากพนักงานที่มีความรู้ มีใจให้บริการ และควรมีของแถมที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเลือกและการตัดสินใจซื้อบ้านได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กมนนัทธ์ มีสัตย์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กรุงเทพธุรกิจ, (2561). ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วง 2 เดือนแรกของปี พ.ศ.2561. สืบค้นเมื่อ มกราคม 20, 2562. จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644199>
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิพริ้นท์ (1991).
- ชญชิตา วงศ์รักเกาะ. (2557). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ชนิตา เอี่ยมสะอาด. (2558). การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ฐานพันธ์ จันท์สุกรี. (2557). กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย.
- ธัญวิชญ์ ศิริทัฬห. (2561). การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). ประชากรศึกษา. สืบค้นเมื่อ มกราคม 20, 2562. จาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19>
- นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในเขต อำเภอละงู จังหวัดสตูล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัญพเดช มาเจริญ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- วรภรณ์ เอื้อการณ และ อิศระ อุดมประเสริฐ. (2553). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การซื้อซ้ำของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ. (โครงการปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีณา ธิระโสภณ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีเพ็ญ ทรัพย์มณชัย, มนวิภา ผดุงสิทธิ์, และ นภดล ร่มโพธิ์. (2557). การวิจัยทางธุรกิจ. (กรุงเทพฯ: พิสิก เซ็นเตอร์).

สุทามาศ จันทรถาวร. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

สุนิชา ทิพย์ไกรสร. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพัทธยา กรณีศึกษา ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุมาลี ทศพรวิชัย. (2554). การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของเจ้าของบ้านในจังหวัดนนทบุรี. สารະนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.