

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร  
ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Marketing mix Factors Influencing the Consumer Buying Behavior of Single Unit  
House in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province

ชญัญชิตา วงศ์รักเกาะ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) พฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาใช้เป็นที่อยู่อาศัยและเพื่อบอกถึงสถานะความน่าเชื่อถือ ดังนั้น ควรมีการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ

คำสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, อิทธิพลต่อบ้านเดี่ยว

<sup>1</sup> มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด, Chananchida.wongrakkoh@gmail.com

## Abstract

Objectives for study this research: 1) To study marketing mix factors influencing the consumer buying behavior of single unit house in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province 2) To compare marketing mix factors influencing the consumer buying behavior of single unit house in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province 3) To study the development of the marketing mix factors influencing the consumer buying behavior of single unit house in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province

The results of this research demonstrated that 1) The marketing mix factors influencing the consumer buying behavior of single unit house in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province the overall in high level. 2) Personal factors such as gender, age, marital status, education, and monthly income affect marketing mix factors statistically significant at the 0.05 level. 3) Behavior of buying the single unit house the majority answerer is safety. Minor uses are residential and represent the reliability of person. Therefore, the development of the marketing mix to meet the needs of the buyer.

**Keywords: The marketing mix, Influencing Single Unit House**

## บทนำ

หัวหินเป็นเมืองการประมงและเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก มีความสำคัญในฐานะเมืองตากอากาศชายทะเลที่เลื่องชื่อแห่งแรกของเมืองไทย มีชายหาดที่มีทัศนียภาพสวยงามตามธรรมชาติอากาศสดชื่นเหมาะกับการพักผ่อนเป็นอย่างยิ่ง ปัจจุบันหัวหินเป็นที่นิยมชมชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาก ถึงกับมาตั้งรกรากถิ่นฐานอยู่อย่างถาวร ไม่แพ้เชียงใหม่ ภูเก็ต ฯลฯ ซึ่งจะเห็นได้จากธุรกิจการค้า บาร์ ผับ ร้านอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว แม้แต่ธุรกิจปลูกสร้างบ้านจัดสรรเพื่อเป็นที่รองรับสำหรับผู้ที่ต้องการมีบ้านพักตากอากาศ ซึ่งมีชาวต่างชาติจำนวนมากจนมีหมู่บ้าน เช่น หมู่บ้านสวีเดน นอร์เวย์ อิตาลี เยอรมัน เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีผู้คนจำนวนมากเข้ามาทำมาหากินในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะอำเภอหัวหิน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนมาก มีสถานประกอบการเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ทำให้คนทำงานส่วนใหญ่มีกำลังทรัพย์ที่จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง จากที่ผ่านมามีคนเข้ามาซื้อบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย จากทำเลที่ตั้ง ภาวะเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของประชากรในอำเภอหัวหินทำให้บ้านเป็นสิ่งสำคัญ ผู้คนจำนวนมากสนใจที่จะซื้อบ้านเป็นของตนเองเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

เมื่อเกิดภาวะอุทกภัยในปี 2553 เป็นเหตุการณ์การเกิดน้ำท่วมในประเทศไทยหนักที่สุดในรอบหลายสิบปี ประชากรในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑลและหลายจังหวัดได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ ไม่มีที่อยู่อาศัย ด้วยเหตุนี้ ทำให้ความต้องการชั่วคราวระยะ 1-2 เดือนหรือการหาที่อยู่เพื่อเช่าระยะสั้น เพิ่มขึ้นจากปกติราว 1-2 เท่าตัว ผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีโครงการอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวในหัวหิน ภูเก็ต เขาใหญ่หรือจังหวัดตากอากาศอื่นๆ มากขึ้น เพื่อรองรับกระแสความต้องการบ้านหลังที่สองของคนกรุงเทพฯ โดย โครงการอสังหาริมทรัพย์ ที่มีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงในด้านการบริหารอาคารที่พักอาศัยอย่างเป็นระบบ แม้ในยามวิกฤตจะได้รับความสนใจอย่างมาก

จากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างไม่จำกัด ทำให้เกิดความคิดของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จัดให้มีการจัดสรรพื้นที่ เพื่อจัดทำหมู่บ้านจัดสรรรองรับความต้องการของตลาดผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าของตน ในการขายอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยซึ่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอหัวหิน จึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการบ้านจัดสรร และผู้สนใจที่จะลงทุนธุรกิจประเภทนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงผู้บริโภคก็สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรได้เช่นเดียวกัน

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 P's ไว้ว่า กระบวนการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการในธุรกิจบริการ มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับธุรกิจอื่น ๆ ของตลาด โดยปกติประกอบด้วย

1. แยกแยะสิ่งที่นำเสนอออกเป็น ส่วน ๆ หรือส่วนประสมย่อย
2. ประสานรวมส่วนย่อยเข้าไปในส่วนประสมตลาด

ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่เฉพาะเจาะจง เมื่อนำไปใช้กับองค์กรธุรกิจหนึ่ง ๆ ก็จะมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ และความจำเป็นของตลาด ที่มีการเปลี่ยนแปลงและเป็นที่ยอมรับว่าองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดงานบริการแต่ละตัว อาจมีการซ้ำซ้อนกันอยู่บ้าง เราจึงไม่สามารถที่จะทำการตัดสินใจใด ๆ โดยอาศัยองค์ประกอบใดก็จะบริหารด้านการตลาดให้สามารถ กำหนดส่วนประสมการตลาดบริการ ที่เหมาะสม กับธุรกิจบริการของตนเองได้

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อนำมาใช้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการขายบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ผู้ประกอบการต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อเป็นหลัก จึงจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และทำการตลาดได้อย่างเหมาะสม

### แนวคิดทฤษฎีความต้องการ (Need Theories)

Maslow (1908-1970) เชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมาย ที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่าการะบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นปรารถนาที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจ และเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ในสังคมปัจจุบันทุกคนต้องการที่จะพักผ่อน มีที่นอนที่ดี มีบ้านที่อยู่อาศัย ด้วยเหตุนี้จึงมองหาที่จะซื้อบ้านเพื่อให้ตนเองได้พักผ่อนได้อย่างเต็มที่ ทำทุกอย่างเพื่อให้ได้ซึ่งที่อยู่อาศัยที่ดีเป็นส่วนตัว การที่จะหาซื้อบ้าน หรือที่อยู่อาศัยที่ได้รับการดูแลที่ดีมีระบบรักษาความปลอดภัย ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่หาบ้านที่อยู่ในโครงการบ้านจัดสรร เนื่องจากโครงการบ้านจัดสรรทั่วไป จะมีระบบรักษาความปลอดภัย ตั้งแต่พนักงานรักษาความปลอดภัย ระบบกล้องวงจรปิด การแลกบัตรเข้า-ออกโครงการ ตลอดถึงการสอดส่องดูแลโครงการให้อยู่อย่างสงบสุข บุคคลจำนวนมากต้องการมีเวลาส่วนตัวกับคนที่เรารัก และต้องการให้คนเหล่านั้นมีความสุขสบายและให้ทุกคนมีส่วนร่วมในชีวิต จึงมองหาบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร เพื่อสร้างโลกส่วนตัวกับคนที่เรารัก ไม่ว่าจะป็นพ่อ แม่ พี่น้อง ภรรยา สามี บุตร ธิดา รวมถึงเพื่อน การที่มีบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ทำให้พบเพื่อนบ้านที่ต้องการความเป็นส่วนตัว แต่ก็ยังนึกถึงสังคมเล็กๆ ในโครงการที่ต้องการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีการจัดกิจกรรมสรรทนาการภายในโครงการ เพื่อยังรักษาสังคมไว้ การที่บุคคลมีบ้านเป็นของตนเอง อยู่ในพื้นที่ที่ปลอดภัย กับคนที่เรารักแล้ว การได้รับการยกย่อง

และการยอมรับจากผู้อื่นในความสามารถของตนเอง ที่สามารถซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรได้ ก็จะทำให้ตนเองรู้สึกภูมิใจ การจะซื้อบ้านสักหลังย่อมต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะบ้านในโครงการบ้านจัดสรร ที่มีความเป็นส่วนตัว มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ใช่เรื่องง่ายในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น เมื่อบุคคลมีบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร จึงได้รับคำชมเชยจากสังคมในความสามารถที่สร้างตนเองได้ ตนเองก็ภูมิใจเช่นกัน และเมื่อมีบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการเพื่อตนเองแล้ว ก็จะย้อนกลับมาดูตัวเองว่าทำไมถึงต้องซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร และทำไมผู้อื่นจึงพึงพอใจในตนเอง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นและจะทำให้ขัดขวางความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

### แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ

นัทธพรชาญ นันทวิวัฒน์กุล (2552) กล่าวว่า การตัดสินใจ (decision) หมายถึง การเลือกกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดจากทางเลือกที่มีอยู่ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างที่ตนเองมุ่งหวังให้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร คือ กระบวนการเลือกที่อยู่อาศัยที่หนึ่ง จากหลายๆที่ ซึ่งมีการพิจารณาอย่างมีแบบแผนจากที่อยู่อาศัยหลายๆที่ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ต้องการ

### แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รักชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ดิเรก ฤกษ์ทราย (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึก หรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงาน และได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ คือ การที่บุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร เมื่อมีบุคคลอื่นยกย่องชมเชยในความสามารถในการเลือกซื้อบ้านที่ดี น่าอยู่ สวย ปลอดภัย ทำเลที่ตั้งเหมาะสม ก็เกิดความพึงพอใจ แต่เมื่อมีบุคคลอื่นติเตียนว่า บ้านเดี่ยวที่ซื้อไม่น่าอยู่ ไม่สวย ทำเลไม่ดีก็จะไม่พึงพอใจในบ้านนั้น

### ข้อมูลทั่วไปของบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร

บ้านเดี่ยวที่อยู่ในโครงการบ้านจัดสรร คือส่วนหนึ่งของหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งปัจจุบันหมู่บ้านจัดสรรส่วนใหญ่จะมีการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร เพื่อดูแลสาธารณูปโภคส่วนกลางให้อยู่ในสภาพที่สวยงามและพร้อมใช้ตลอดเวลา

นับแต่พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ได้บังคับใช้มาเป็นเวลากว่าสิบปีแล้ว แต่เรื่องการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร ก็ยังคงเป็นเรื่องใหม่ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการเจ้าของโครงการ ผู้ซื้อ เจ้าพนักงานที่ดิน ทั้งนี้เนื่องจากตลอดเวลาที่ผ่านมา หมู่บ้านจัดสรรที่ยื่นขออนุญาตจัดสรรมีอยู่ไม่มากนัก และในแต่ละโครงการก็ไม่ได้มีการวางแผนเตรียมการ จัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรเอาไว้ล่วงหน้า จึงยังไม่มีการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรเรื่องนี้ปัจจุบันต้องยอมรับว่า มีความสำคัญที่ทุกฝ่ายต้องทำความเข้าใจและศึกษา หลักสำคัญที่กฎหมายต้องการให้มี การจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร เพื่อเปิดโอกาส ให้ผู้จัดสรรที่ดิน สามารถโอนสาธารณูปโภค ภายในโครงการจัดสรรที่ดิน ให้ผู้ซื้อที่ดินจัดสรร ที่มีจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนแปลงย่อยรวมตัวกัน จัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรขึ้น เพื่อรับโอนสาธารณูปโภค ในโครงการจัดสรรที่ดินมาดูแลบำรุงรักษาจัดการกันเอง ซึ่งผลจากการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรเรียบร้อยแล้ว มีผลเกี่ยวข้องกับผู้จัดการที่ดิน ผู้ซื้อที่ดินจัดสรร และนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร

## วิธีการวิจัย

การศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 1,052 ราย ข้อมูลจากกรมที่ดิน และได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5%

$$n = N / 1 + N(e)^2$$

$$n = 1052 / 1 + (1052 \times 0.0025)$$

$$= 289.80$$

กลุ่มตัวอย่าง 289.80 ราย ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 300 ราย

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกเอง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ของผู้ที่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ที่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร

## ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ อายุ ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 อายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ อายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 มีสถานะภาพโสด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือสมรส จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 อื่นๆ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 155 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รายได้ 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 รายได้ระหว่าง 25,001-35,000 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลักษณะที่อยู่เดิม ส่วนใหญ่มีลักษณะที่อยู่เดิมเป็นบ้านเดี่ยวมากที่สุด มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร เพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุด มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 ที่ตั้งและลักษณะของโครงการ ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ส่วนใหญ่เลือกที่ตั้งและลักษณะของโครงการโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมใกล้เคียงมากที่สุด มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ส่วนใหญ่เพราะที่ตั้งและลักษณะของโครงการมากที่สุด มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ตัวบ้านและการก่อสร้าง ส่วนใหญ่คำนึงถึงพื้นที่และขนาดของตัวบ้านมากที่สุด มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเพราะการมีระบบรักษาความปลอดภัยมากที่สุด มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 การส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเพราะการมีส่วนลดราคาขายมากที่สุด มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 39 แหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโครงการที่เลือกซื้อ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารจากป้ายโฆษณามากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 40 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ส่วนใหญ่คือสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเหมาะสมในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมาคือระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 4.32$ ) และรูปแบบบ้านสวยงาม ( $\bar{X} = 4.30$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การสร้างบ้านถูกหลักฮวงจุ้ย ( $\bar{X} = 3.82$ )

ด้านราคาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพบ้านในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.23$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยเงินดาวน์ ( $\bar{X} = 3.95$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ และค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.90$ )

ด้านช่องทางจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับที่ตั้งสำนักงานโครงการหาง่ายในระดับสูง ( $\bar{X} = 3.98$ ) และให้ความสำคัญในการสามารถหาข้อมูลโครงการจากอินเทอร์เน็ตและจองซื้อได้น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.96$ )

ด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับบ้านเสร็จก่อนขาย พร้อมเช่าอยู่ได้ทันที ในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.08$ ) รองลงมาคือ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกรรมต่างๆ และมีบริการหลังการขายที่ดีเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.06$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การให้ส่วนลดแลกแจกแถม ( $\bar{X} = 3.88$ )

ด้านบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับการให้คำปรึกษาและข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.19$ ) รองลงมาคือ ชื่อสัตย์ พุดคำไหนคำนั้น ( $\bar{X} = 4.17$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ พนักงานมีความเป็นกันเอง ( $\bar{X} = 4.14$ )

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับการมีบ้านตัวอย่างให้ชม ในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.24$ ) รองลงมาคือ การบริการรวดเร็วและการอธิบายเงื่อนไขต่างๆ เข้าใจง่ายเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.23$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ( $\bar{X} = 4.11$ )

ด้านกระบวนการพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ใช้ในการสร้างบ้าน ในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการปรับปรุงแก้ไขงาน ( $\bar{X} = 4.11$ ) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการทำสัญญา และระยะเวลาในการโอนกรรมสิทธิ์ ( $\bar{X} = 4.08$ )

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 จากการวิจัย พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ดังนี้ การรักษาความปลอดภัย เงินดาวน์ มีบริการหลังการขายที่ดี มีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความสุภาพเป็นกันเอง การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การอธิบายเงื่อนไขต่างๆ เข้าใจง่าย อธิบายวัสดุที่ใช้ได้อย่างชัดเจน

4.4.2 จากการวิจัย พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ดังนี้ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม รูปแบบบ้านสวยงาม ชื่อเสียงโครงการ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ ความสะดวกของถนนและทางเข้า การคมนาคมสะดวก การสร้างบ้านถูกหลักฮวงจุ้ย การรักษาความปลอดภัย เงินดาวน์ ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ที่ตั้งสำนักงานโครงการหาง่าย สามารถหาข้อมูลโครงการจากอินเทอร์เน็ตและจองซื้อได้ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกรรมต่างๆ การให้ส่วนลดแลก แจก แถม บริการปรับแบบบ้านและวัสดุตามความต้องการของลูกค้า มีบริการหลังการขายที่ดี มีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ การให้คำปรึกษาและข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ชื่อสัตย์ พุดคำไหนคำนั้น การบริการรวดเร็ว การอธิบายเงื่อนไขต่างๆ เข้าใจง่าย มีบ้านตัวอย่างให้ชม มีวัสดุตัวอย่างให้ชม อธิบายวัสดุที่ใช้ได้อย่างชัดเจน ความรวดเร็วในการทำสัญญา ระยะเวลาที่ใช้ในการสร้างบ้าน ความรวดเร็วในการตรวจสอบบ้าน ระยะเวลาในการปรับปรุงแก้ไขงาน ระยะเวลาในการโอนกรรมสิทธิ์

4.4.3 จากการวิจัย พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีสถานภาพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ดังนี้ ชื่อเสียงโครงการ ความสะดวกของถนนและทางเข้า การสร้างบ้านถูกหลักฮวงจุ้ย อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เงินดาวน์ ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ที่ตั้งสำนักงานโครงการหาง่าย สามารถหาข้อมูลโครงการจากอินเทอร์เน็ตและจองซื้อได้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกรรมต่างๆ การให้ส่วนลดแลก แจก แถม บริการปรับแบบบ้าน

และวัสดุตามความต้องการของลูกค้า บ้านเสร็จก่อนขายพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที มีบริการหลังการขายที่ดี มีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ การบริการรวดเร็ว อธิบายวัสดุที่ใช้ได้อย่างชัดเจน ความรวดเร็วในการตรวจสอบบ้าน และ

4.4.4 จากการวิจัย พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีการศึกษาต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ดังนี้ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม ชื่อเสียงโครงการ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ คุณภาพวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ความสะดวกของถนนและทางเข้า การคมนาคมสะดวก การสร้างบ้านถูกหลักฮวงจุ้ย การรักษาความปลอดภัย เงินดาวน์ ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ที่ตั้งสำนักงานโครงการหาง่าย บริการปรับแบบบ้านและวัสดุตามความต้องการของลูกค้า มีบริการหลังการขายที่ดี มีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ ชื่อสัตย์ พูดคำไหนคำนั้น การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การบริการรวดเร็ว อธิบายวัสดุที่ใช้ได้อย่างชัดเจน ความรวดเร็วในการตรวจสอบบ้าน ระยะเวลาในการปรับปรุงแก้ไขงาน ระยะเวลาในการโอนกรรมสิทธิ์

4.4.5 จากการวิจัย พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ดังนี้ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม รูปแบบบ้านสวยงาม ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ชื่อเสียงโครงการ คุณภาพวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ความสะดวกของถนนและทางเข้า การคมนาคมสะดวก การสร้างบ้านถูกหลักฮวงจุ้ย การรักษาความปลอดภัย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพบ้าน เงินดาวน์ ระยะเวลาในการผ่อนดาวน์ ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสม ที่ตั้งสำนักงานโครงการหาง่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกรรมต่างๆ การให้ส่วนลดแลก แจก แถม บริการปรับแบบบ้าน และวัสดุตามความต้องการของลูกค้า บ้านเสร็จก่อนขายพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที มีบริการหลังการขายที่ดี มีแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีความสุภาพเป็นกันเอง การให้คำปรึกษาและข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ชื่อสัตย์ พูดคำไหนคำนั้น การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การบริการรวดเร็ว การอธิบายเงื่อนไขต่างๆ เข้าใจง่าย มีบ้านตัวอย่างให้ชม ระยะเวลาที่ใช้ในการสร้างบ้าน ความรวดเร็วในการตรวจสอบบ้าน ระยะเวลาในการปรับปรุงแก้ไขงาน ระยะเวลาในการโอนกรรมสิทธิ์

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผลการศึกษา ได้ผลสรุปออกมาโดยผู้วิจัยขอเสนอข้อสรุปเป็นภาพรวม ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ พฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีลักษณะที่อยู่เดิมเป็นบ้านเดี่ยวร้อยละ 50.30 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย และเพื่อบอกถึงสถานะความน่าเชื่อถือในอัตราที่เท่ากันร้อยละ 53.70 การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวตามที่ตั้งและลักษณะของโครงการ โดยคำนึงสภาพแวดล้อมใกล้เคียงร้อยละ 32.70 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อเพราะที่ตั้งและลักษณะของโครงการร้อยละ 34.30 ตัวบ้านและการก่อสร้างคำนึงถึงพื้นที่และขนาดของตัวบ้านร้อยละ 34.00 ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการคำนึงถึงการมีระบบรักษาความปลอดภัยร้อยละ 54.00 การส่งเสริมการขายคำนึงถึงการมีส่วนลดราคาขายร้อยละ 39.00 แหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโครงการที่เลือกซื้อได้รับข้อมูลจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 40.00 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรส่วนใหญ่คือสมาชิกในครอบครัวร้อยละ 44.30

1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร โดยรวมอยู่ในระดับสูง

1.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานจากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และได้สรุปการวิจัยออกมาแล้วนั้น พบว่า

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนมากเป็นหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานะโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ซึ่งอาจเป็นเพราะประชากรหญิงมากกว่าประชากรชาย และได้รับการศึกษาสูงขึ้น ทำให้ออกมาทำงานนอกบ้าน มีสังคมมากขึ้น ต้องการมีรายได้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานตามทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow ในขั้นที่ 1 นั่นคือ ความต้องการที่อยู่อาศัย เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับตน และสร้างความภูมิใจในสังคม ด้วยเหตุนี้ ที่อยู่อาศัยจึงจัดเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคคลที่มีการศึกษาที่ดี และมีอำนาจในการซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง จะเห็นได้ว่าปัจจุบันผู้บริโภคมีสิทธิ์เลือกตัวสินค้าและมีอำนาจในการซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจากนโยบายบ้านหลังแรกของรัฐบาล ทำให้ประชากรในวัยทำงานสามารถซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรมากขึ้น เมื่อมีผู้บริโภคมาก จำนวนผู้ผลิตก็มากตามขึ้นมาด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญทุกด้าน ผู้ผลิตต้องคำนึงถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเป็นสำคัญเท่ากัน ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ ฉัตรชัย คงสุข (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคล ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ลลัททร บุญสาร (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พบว่า “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ซื้อบ้านจัดสรร โครงการบางกอก บูเลอวาร์ด รามอินทรา” โดยรวมอยู่ในระดับน้อย

ลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะพบว่า ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆด้าน โดยขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคล เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคนไม่เหมือนกันจึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรนั้นแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะของการวิจัย ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในระดับสูงทุกด้าน ดังนั้นเจ้าของโครงการควรให้ความสำคัญกับการสร้างบ้านที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา มีการส่งเสริมการขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงาน การสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ และกระบวนการที่ดีทุกด้าน เพื่อให้ผู้ซื้อบ้านมีความต้องการที่จะซื้อบ้านของโครงการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายเขตการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่ใกล้เคียงที่เป็นแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งที่พักอาศัยที่บุคคลทั่วไปต้องการอยู่อาศัย เช่น อำเภอชะอำ อำเภอปราณบุรี
2. การศึกษาควรศึกษาในกลุ่มบุคคลทั่วไปที่กำลังจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นด้วย

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านสรร นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด อาทิเช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม

### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ดร.สิทธิเดช สิริสุขะ ซึ่งท่านได้กรุณาให้ความรู้แนวคิดคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้น จนสำเร็จด้วยความเรียบร้อย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาอย่างหาที่สุดไม่ได้ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ วงษ์เงิน และคณาจารย์ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ดทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ในการศึกษาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาองค์กรให้เจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานต่อไป ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณต่อการดูแลเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือในการวิจัยซึ่งให้ความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขและเสนอแนะการจัดทำเครื่องมือวิจัยได้แก่ นางอติยาภรณ์ จงประสิทธิ์ ตำแหน่ง ที่ปรึกษาฝ่ายบริหารและสื่อสารองค์กร บริษัท แอลเอช เอ็ม เรียวเอสเตท (1992) จำกัด นางสาวนรภัทร ทองเจือ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบริหารอาคารที่พัก บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด และนางสาวภัสสร อภินาไชย ตำแหน่ง ผู้จัดการส่วนปฏิบัติการ บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ดทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกตลอดในการจัดทำวิจัยผู้วิจัยจักได้ตระหนักและซาบซึ้งในพระคุณของท่านตลอดไป

ขอขอบพระคุณนายমন รักเกาะ บิดาที่คอยเลี้ยงดูผู้วิจัยให้เติบโต และคอยให้กำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า ตอบแบบสอบถามอันเป็นข้อมูลที่สำคัญยิ่งในการศึกษารั้งนี้ และขอขอบคุณญาติ เพื่อนๆ ทุกคนทั้งที่ทำงานและเพื่อนนักศึกษาปริญญาโททุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

ท้ายสุดความดีใดๆ ที่มีอยู่ในงานวิจัยนี้ ผู้ศึกษาขออุทิศให้แก่นางเพ็ญศรี รักเกาะ มารดาผู้ล่วงลับที่ได้อบรมเลี้ยงดูผู้วิจัยมาด้วยความรัก

### เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชัย คงสุข. (2553). ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายภัตตาหาร

และโภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน.

บุษบา คำคง. (2542). ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดวิจารณ์ของนักเรียนชั้น

ประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.

ลลิกัทร บุญสาร. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรโครงการบางกอก บูเลอวาร์ด รามอินทรา.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและการศึกษา. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและ  
ไซ

เท็กซ์. หน้า 337

นัทรปราชัญญ์ นันทิววัฒน์กุล. (2552). ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision Theory).

ดิเรก ฤกษ์หรัาย. (2528). ทฤษฎีความพึงพอใจ <http://www.research.doae.go.th/Textbook>