

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร

ของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

Factors affecting the decision to buy a housing estate

of people in Chom Phra District Surin Province

อิสราพร เงามาม

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Itsaraporn Ngaongam

E-mail: [6424104216@rumail.ru.ac.th](mailto:6424104216@rumail.ru.ac.th)

Faculty of Business Administration Program in Management Ramkhamhaeng University

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1)เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์(2)เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในอำเภอจอมพระของประชาชนในอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence ) กระบวนการ(Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ด้านการตลาด เนื่องจากผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อบ้านจัดสรร โดยปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร

**คำสำคัญ** : การตัดสินใจ,การตัดสินใจซื้อ,บ้านจัดสรร

### Abstract

A research on factors affecting people's decision to buy housing estates in Chom Phra District. Surin Province The objectives of this study were (1) to study factors affecting people's decision to purchase housing estates in Chom Phra District; Surin Province (2) to study the decision to buy housing estates in Chom Phra District of the people in Chom Phra District. Surin Province Classified by demographic factors, namely gender, age, status, education level, occupation, income (3) to study the factors of marketing mix (7Ps), including products (Product), price (Price), distribution channel (Place), marketing promotion (Promotion) Person (People) Physical Characteristics (Physical Evidence) Process (Process) that affects the decision to buy a housing estate of people in Chom Phra District. Surin Province The study found that There is a possibility in marketing because consumers are interested in buying housing estates. by price factor has the greatest influence on decision-making. in making the decision to purchase a housing estate

**Keywords:** decision making, purchase decision, housing estate

### บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันที่อยู่อาศัยหรือ “บ้าน” ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานและเป็นปัจจัยสี่ เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต การมีบ้านสักหนึ่งหลังที่เป็นบ้านที่ดี มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย เป็นสัดส่วน เป็นที่พักผ่อนส่วนตัวที่ดีที่สุด ที่เป็นการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทุกคนอยากมีบ้านเพื่อที่จะได้อยู่อาศัย บ้านที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่ดี เป็นสถานที่พักผ่อน และบ้านเป็นที่ให้ความปลอดภัย และยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิต ฐานะทางสังคม รวมไปถึงเศรษฐกิจของประชาชนและยังเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงอีกด้วย เพราะบ้านไม่ใช่สินค้าที่ตัดสินใจซื้อได้ด้วยอารมณ์และความชอบได้เพียงอย่างเดียว ซึ่งต้องใช้เวลาในการเก็บหอมรอมริบเงินเป็นระยะเวลาพอสมควรเพื่อเป็นเจ้าของยังต้องคิดและตัดสินใจด้วยเหตุผลและปัจจัยที่ทำให้ได้บ้านที่ตรงความต้องการมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ผู้บริโภคจึงต้องอาศัยปัจจัยความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกโครงการที่น่าเชื่อถือ โครงการราคาที่เหมาะสม และการ

เลือกแบบบ้านได้ เป็นต้น จึงทำให้เกิดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบหนึ่ง คือ โครงการบ้านจัดสรร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริโภคคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

## 2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

## 3.สมมติฐานการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ แตกต่างกัน

3.2 ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (4) บุคลากร (People) (5) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (6) กระบวนการ (Process) (7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

## 4. ขอบเขตการวิจัย

### 4.1 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ขอบเขตด้านตัวแปร โดยตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การประเมินทางเลือกอื่นๆ กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พฤติกรรมหลังการซื้อบ้านจัดสรร

#### 4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

#### 4.3 ขอบเขตของพื้นที่

โดยพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

#### 4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เป็นระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ.2566 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2566

### 6.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

6.3 จากผลการศึกษามาสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะ ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (4) บุคลากร (People) (5) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (6) กระบวนการ (Process) (7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

#### การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี และ กระบวนการตัดสินใจซื้อ เพื่อศึกษาวิจัย บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายในกรอบแนวคิด ทฤษฎี ที่เป็นพื้นฐานสำคัญ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แยกเป็นประเด็นสำคัญดังนี้

### 1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ สิ่งที่สำคัญในการจัดการธุรกิจ และการดำเนินงานด้านการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถกำหนดทิศทางของธุรกิจ ที่มีความต้องการสร้างส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

### 2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demography) คือ วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้แนวคิดทางด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกล่าวได้ คือ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น ซึ่งเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากร ที่แตกต่างกันนั้นจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย เป็นการศึกษาภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางเลือกที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ และบรรลุเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งที่สำคัญเกี่ยวข้องกับ หน้าที่การบริหารหรือกระบวนการจัดการเกือบทุกขั้นตอน การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

### 4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภรัตน์ คามบุตร (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วง ของผู้บริโภคน ในเขตนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ งบประมาณ ภาระหนี้สิน และ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้โดยรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนว

เส้นทางรถไฟฟ้า สาย สีม่วงของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) ปัจจัย การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้าน ทำเลที่ตั้ง ด้านชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ของบริษัท ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญมากที่สุด กับปัจจัยด้านราคา ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ

บุษกร หวังดี (2564) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมของประชากร ในเขต กรุงเทพมหานคร ปี 2563 ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการซื้อ คอนโดมิเนียมในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัย ด้านส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมมีเพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อ ความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาปัจจัยด้าน การส่งเสริม ทางการตลาด และปัจจัยด้านบุคลากร

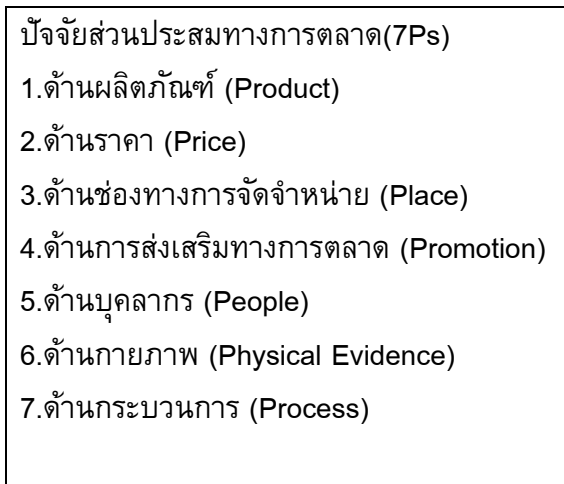
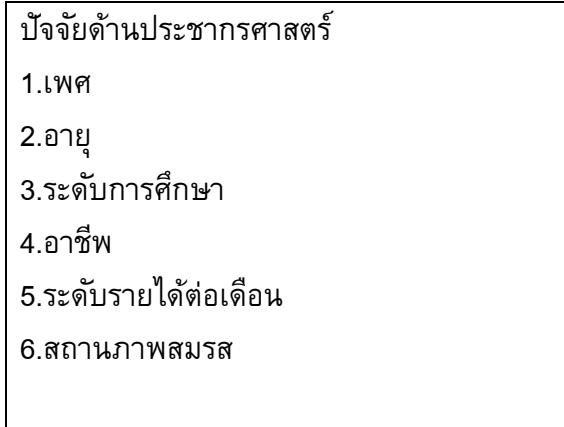
จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส เนื่องจากเป็นตัวแปรใน การแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญซึ่งจะทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของ ประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบ้าน จัดสรร

##### 5.กรอบแนวคิดงานวิจัย

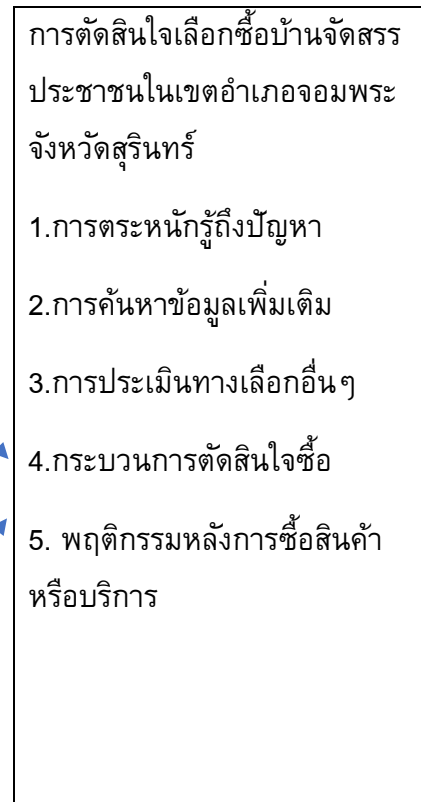
จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของ ประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วยหลากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) มีดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

## ตัวแปรต้น



## ตัวแปรตาม



รูปภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ และประชาชนที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือประชาชนกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

## 1. การกำหนดขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จากประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง สูตรคำนวณจำนวนประชากรตัวอย่าง ในเขตอำเภอจอมพระจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 200 คน ผู้วิจัยทำการ

คำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% (Taro Yamane 1973)

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้ 1. ค่าร้อยละ (Percentage) 2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) 3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) 4. ค่าเฉลี่ย แบบคงที่ (t-test) และความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) 5. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

## 3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทดสอบ

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทและแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of Data) การวิจัยครั้งนี้เป็น การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูล จากแหล่งข้อมูล (Secondary Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) โดยมี รายละเอียดดังนี้ 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้า จากเอกสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสาร ผลงานวิจัย เอกสารอื่น ๆ จากห้องสมุด ฐานข้อมูล แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ จากผู้ที่ได้ศึกษาเรื่องนี้ไว้ก่อนแล้วและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลที่มา เพื่อใช้ประกอบอ้างอิง การวิจัย และ มีกรอบที่วางไว้เบื้องต้น 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษา ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของประชากรแบ่งระดับความต้องการเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลจากการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นของ ในการแปลความหมายของอันตรภาคชั้น วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดย



การหาค่าความถี่และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ของผู้บริโภค วิเคราะห์ โดยการ การหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูล ภายหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยนำ ข้อมูลทั้งหมดไปตรวจสอบความถูกต้อง (Editing) และทำการลงรหัส (Coding) จากนั้น นำข้อมูลที่ได้ไป ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the Social Sciences) for Windows เพื่อคำนวณและ วิเคราะห์ ค่าสถิติ

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คนจากประชากรในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งหลังจากเก็บข้อมูลครบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการ ในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้รับ มาวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาลักษณะการกระจายของข้อมูล ในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อที่จะนำมาอธิบายลักษณะส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเพศ โดยใช้ข้อมูลสถิติ t-test และจำแนกอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยใช้การวิเคราะห์ ด้วยข้อมูลสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยกรณีกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่เป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

## ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และทำให้เกิดประโยชน์ตามที่คาดหวัง ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

4. การทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์

5. การทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ แยกส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

1.เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 เป็นเพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ตามลำดับ

2.อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคืออายุ 30-40 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และช่วงอายุ 51 ขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

3.ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 96 คน คิดเป็น ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.0 รองลงมา คือการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และสูงกว่าระดับปริญญาโทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

4.อาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

5.รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า/เทียบเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ต่อมารายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

6.สถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจดทะเบียน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรสโสด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ

42.0 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 17 คน คิด เป็นร้อยละ 8.5 สถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิด เป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ มี 5 ด้าน เป็นการแจกแจงโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การประเมินทางเลือกอื่น ๆ กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 1. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของกลุ่มตัวอย่าง/จำแนกโดยรวม

การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์	$\bar{x}$	SD	ความสำคัญ	อันดับ
1.การตระหนักถึงปัญหา	4.0900	.75232	มาก	2
2.การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม	3.9512	.80580	มาก	3
3.การประเมินทางเลือกอื่น ๆ	3.6825	.90736	มาก	5
4.กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร	3.9375	.83152	มาก	4
5.พฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าและบริการ	4.1038	.83886	มาก	1

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด มี 7 ด้าน เป็นการแจกแจงโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา (Price) 3.ด้านสถานสถานที่ (Place) 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion 5.ด้านบุคลากร (People) 6.ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) 7.ด้านกระบวนการ (process)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร	$\bar{x}$	SD	ความสำคัญ	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.19	.79265	มาก	2
2. ด้านราคา (Price)	4.4125	.70522	มากที่สุด	1

3. ด้านสถานที่ (Place)	3.8925	.84045	มาก	3
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.63	.87503	มาก	4
5. ด้านบุคลากร (People)	3.39	1.17304	ปานกลาง	5
6. ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence)	3.365	1.30827	ปานกลาง	6
7.ด้านกระบวนการ(process)	3.263	1.33	ปานกลาง	7

การทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์หาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้สถิติสมการถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error			
(Constant)	1.815	.271		6.684	.000
1.ด้านผลิตภัณฑ์	.091	.060	.112	1.504	.134
2.ด้านราคา	.135	.069	.149	1.972	.050
3.ด้านสถานที่	.212	.072	.277	2.948	.004
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	.028	.068	.039	.416	.678
5.ด้านบุคลากร	-.122	.076	-.224	-1.617	.108
6.ด้านกายภาพ	.002	.070	.004	.031	.976
7.ด้านกระบวนการ	.197	.056	.408	3.523	.001
R=.589, R Square= .347, Adjusted R Square = .324, SEE=.52749, Sig = .000					

การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ใช้การวิเคราะห์ t-test และ One-Way ANOVA เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรและความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้สถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านกระบวนการ(process) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอ

จอมพระ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ โดยรวมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 81.86 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า 0.589

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 5 ปัจจัยโดยเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ โดยตัวแบบดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ได้ ใช้การวิเคราะห์พื้นฐานการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 76 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0 ส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ 20,001-30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และสถานภาพส่วนใหญ่คือจดทะเบียนสมรส จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

การศึกษาผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะบ้านจัดสรรที่อยู่ในเขตของอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ทำให้อาจได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจงและเนื่องจากข้อจำกัดในการแจกแบบสอบถามและประชาชนกลุ่มตัวอย่าง อาจกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตอำเภอจอมพระ เท่านั้น ส่งผลให้ผลการศึกษาอาจจะไม่กว้างขวางเท่าที่ควร แต่อาจจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นตัวอย่างในการศึกษากับกรณีบ้านจัดสรรที่อยู่ในเขตอื่นได้ จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ

1.ด้านราคา ซึ่งสามารถอธิบาย ได้ว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย คือ โครงการมีการแจกแจง ด้าน

ราคาที่เหมาะสม ชัดเจน โครงการมีขนาดบ้านให้เลือกหลากหลายราคาตามความเหมาะสม ขนาดพื้นที่ เจ้าของโครงการพาเข้าชมบ้านตัวอย่าง เพื่อการตัดสินใจซื้อ โครงการดำเนินการด้านเอกสารต่าง ๆ ให้ลูกค้าทุกขั้นตอน การที่ราคาบ้านจัดสรรมีความเหมาะสมกับทั้งขนาดที่ดิน ทำเลของโครงการ และคุณภาพของบ้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญลำดับที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์

2.ด้านสถานที่ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย คือ โครงการมีที่ตั้ง ทำเล มีระยะทางไม่ไกล เดินทางสะดวก โครงการมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ที่มาอยู่อาศัย สถานที่โครงการบ้านจัดสรร มีความสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน โครงการมีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน เช่น บ้าน สนาม สวนสาธารณะ เป็นปัจจัยที่สำคัญมาก

3.ด้านกระบวนการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย โครงการมีขั้นตอนที่ถูกต้อง เหมาะสม เช่น ขั้นตอนการยื่นขออนุญาตก่อสร้าง ขั้นตอนการก่อสร้างขั้นตอนการส่งมอบบ้านให้กับลูกค้า โครงการใช้เวลาก่อสร้างที่เหมาะสมในการก่อสร้าง โครงการมีการจัดเตรียมเอกสารและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว โครงการจัดเตรียมสถานที่ก่อสร้างได้อย่างเหมาะสม มีความปลอดภัย โครงการมีการเตรียมการป้องกันในอุบัติเหตุในการทำงานอยู่ตลอดเวลา โครงการมีสถานที่ ออฟฟิศรับรองลูกค้าที่เหมาะสมเป็นปัจจัยเชิงบวกในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1.การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น โดยอาจจะเป็นตัวแปรที่ เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้นและนำผลการวิจัยไปปรับใช้และวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้บริโภคต่อไป

2.การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึก และเพิ่มการขอให้มีการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพิ่มเติมประกอบการตอบแบบสอบถาม เพื่อความครบถ้วนและครบสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อที่จะนำไปพัฒนาต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- เจนจิรา ปราณี (2562) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี  
 หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย  
 หอการค้าไทย ปี การศึกษา 2562 ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ชูศักดิ์ ศรีโสภณ (2564) : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้บริโภคนาย  
 ในกรุงเทพมหานคร มหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลพ.ศ. 2564
- ภวิษุเดช มาเจริญ (2555) : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด  
 ขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ธัญญ์สิตา สิริวิชญ์ปารมี : กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนวัยทำงานในเขต  
 กรุงเทพมหานคร สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นพคุณ เสียงประสิทธิ์ (2559) : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงูจังหวัดสตูล  
 นราธิป แนวคำดี ประพัฒน์สอน เปี้ยกสอน1 กฤษณ์ ทัพจุฑา2 และชญพร เลี้ยงรักษา (2020) : ปัจจัย  
 ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม
- วีณา ศรีเจริญ (2558) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงาน  
 รัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2558
- ศจิกา ศรีนวล สาขาการจัดการการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย : กระบวนการตัดสินใจ  
 เลือกซื้อ บ้านจัดสรรของประชากรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
- สมชาย วันดี\*(2558) : พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการ  
 ขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
- อนันสรีย์ เพชรขุ่ม (2559) : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวก  
 แดงจังหวัดระยอง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

