

ความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ

STUDY OF THE OPINIONS OF CUSTOMERS WHO HAVE BOOKED A HOUSE ONLINE THROUGH THE NATIONAL HOUSING AUTHORITY

ธนาชัย สุขวณิช

Thanachai Sukkawanit

มหาวิทยาลัยบูรพา

Dhurakij Pundit University

Email: thanachai.dr@gmail.com

Received: 2020-03-12

Revised: 2020-07-16

Accepted: 2020-10-22

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติ โดยทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะผ่านระบบออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2562 จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด เป็นการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ตามข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติผ่านระบบออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีรายได้ที่ 15,001 - 20,000 บาท มีสถานภาพสมรส จดทะเบียน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้เรื่องบริการจองโครงการออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติจากสื่อ (โซเชียลมีเดีย) และทั้งหมด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ โดยมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติออนไลน์ มีขั้นตอนการจอง ที่เข้าใจง่าย

คำสำคัญ : ความคิดเห็นของลูกค้า ระบบออนไลน์ การเคหะแห่งชาติ

ABSTRACT

Study of the opinions of customers who have booked a house online through the National Housing Authority The objectives are to survey the causes of the groups of customers who have not yet decided to buy the National Housing Authority project. By collecting data from the questionnaire (Questionnaire) Sample in research Customers who have booked online housing project from January 2018 to April 2019, 400 people are doing all the data analysis. It is the frequency distribution and shows the percentage (Percentage) according to the sample data.

The results show that customers who book the National Housing Project online Mostly females Age between 31-40 years have an income of 15,001 -20,000 baht have marital status, registered with a bachelor's degree. Most of the employees are private companies. There is a way to learn about the online housing project from National Social Media, and all know. Understanding about using the National Housing Authority's online housing project reservation service, with the opinion that using the online housing project reservation service of the National Housing Authority There is a booking process that is easy to understand.

Keywords: customer feedback, online system, The National Housing Authority

บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ขยาย แนวเขตของระบบสาธารณูปโภคให้ทั่วถึงผู้บริโภค มากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกของการพัฒนาที่อยู่อาศัยในประเทศไทย รัฐบาลได้จัดตั้งกองเคหะ-สถานสงเคราะห์ สำนักงานอาคารสงเคราะห์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และสำนักงานปรับปรุง แหล่งเสื่อมโทรมกรุงเทพมหานครโดยทั้ง 4 หน่วยงาน มีการก่อกำเนิดการแก้ไขปัญหา การขาดแคลนที่อยู่อาศัยของประชาชนซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี แต่การดำเนินงานดังกล่าวยังไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง เนื่องจาก แต่ละหน่วยงานมีสังกัดต่างกัน ดังนั้นเพื่อแก้ไข ปัญหาความขาดแคลนที่อยู่อาศัย รัฐบาลจึงได้

จัดตั้งการเคหะแห่งชาติขึ้นเพื่อทำหน้าที่ด้านการ พัฒนาที่อยู่อาศัยโดยตรงพร้อมทั้งได้โอนงาน และบุคลากรบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ที่อยู่อาศัยมาอยู่ในสังกัด ซึ่งการเคหะแห่งชาติ เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2516 ตามประกาศ คณะปฏิวัติ ฉบับที่ 316 ดำเนินงานภายใต้ พระราชบัญญัติ การเคหะแห่งชาติ พ.ศ. 2537 และฉบับ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดให้มีเคหะเพื่อให้ประชาชน ได้มีที่อยู่อาศัยพร้อมทั้งจัดให้มีระบบ สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้

อยู่อาศัย ทำนุบำรุง ปรับปรุง และพัฒนาผู้อยู่อาศัยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชนที่ประสงค์จะมีที่อยู่อาศัยของตนเอง หรือผู้ที่ประสงค์จะร่วมดำเนินกิจกรรมกับการเคหะแห่งชาติในการจัดให้มีที่อยู่อาศัยเพื่อให้ประชาชนเช่า เช่าซื้อ หรือซื้อ และประกอบธุรกิจเกี่ยวกับ การก่อสร้าง อาคาร หรือจัดหาที่ดิน การปรับปรุง รื้อ หรือย้าย แหล่งเสื่อมโทรม เพื่อให้มีสภาพการอยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมที่ดีขึ้นตามวัตถุประสงค์การเคหะแห่งชาติ (National Housing Authority, 2019)

นอกเหนือจากการพัฒนาที่อยู่อาศัย แล้วนั้นการเคหะแห่งชาติยังได้ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องจัดตั้งศูนย์ข้อมูลที่อยู่อาศัยแห่งชาติ ตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อบูรณาการฐานข้อมูลที่อยู่อาศัยที่กระจัดกระจายตามหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นฐานเดียวกัน รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ที่อยู่อาศัย เพื่อสนับสนุนการจัดทำนโยบายที่อยู่อาศัยของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ ประชาชนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นส่วนสำคัญที่การเคหะแห่งชาติต้องมีการปรับตัวโดยทำการตลาดจัดให้มีการซื้อขายและให้ข้อมูลที่ทันสมัยผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เข้าถึงประชาชนและผู้บริโภคในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มากขึ้น การเคหะแห่งชาติจึงได้พัฒนาระบบการให้บริการเพื่อความสะดวก

และง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลโดยมีการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในส่วนการให้ข้อมูลซึ่งประชาชนผู้มีรายได้น้อยสามารถแจ้งความต้องการที่อยู่อาศัย โดยระบุรูปแบบที่อยู่อาศัยที่ต้องการ ระบุทำเลที่ตั้งของโครงการที่สอดคล้องกับรายได้ของตนเอง ซึ่งระบบจะสามารถจับคู่ข้อมูลความต้องการกับโครงการที่การเคหะแห่งชาติมีอยู่ เพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยที่ตรงกับความต้องการ และการมีระบบบ้านว่างพร้อมขายและอาคารเช่าเป็นโปรแกรมประยุกต์ ทางด้าน GIS จัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางให้กับผู้ที่สนใจต้องการจะซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติโดยสามารถที่จะค้นหา ตรวจสอบที่อยู่อาศัยพร้อมขายและอาคารเช่าพร้อมเช่าที่ต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว พร้อมกับการหาที่ตั้งแผนที่ในการเดินทาง ขนาดที่พักอาศัย ตัวอย่างที่พักอาศัย ตลอดจนรายละเอียดเบื้องต้นของแต่ละโครงการ ซึ่งผลจากการเปิดช่องทางบริการออนไลน์มีประชาชนให้ความสนใจและเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในส่วนของการจองบ้านออนไลน์ซึ่งจะส่งผลดีต่อประชาชนให้เข้าถึงข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยได้สะดวกและรวดเร็ว ผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ในเว็บไซต์ <http://www.nhic.m-society.go.th> รวมถึงการจัดตั้ง ศูนย์นวัตกรรมด้านที่อยู่อาศัยและบริการงานขาย (NHA Innovation Center) เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยเป็นการเคหะแห่งชาติ 4.0 ทั้งยังอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยได้อย่างเท่าเทียมกันแบบครบวงจร

จากสาเหตุดังกล่าวการเคหะแห่งชาติจึงได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่

จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ โดยทำการศึกษาถึงเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อโครงการเคหะแห่งชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการให้บริการให้มีความสอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ มีขอบเขตการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะผ่านระบบออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562 จำนวน 1,416 ราย จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 311 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและง่ายต่อการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 89 คน รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 400 คน

2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีขั้นตอนการวิจัยเริ่มจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบคุณภาพโดยการทดสอบค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยใช้ผลการทดสอบค่า IOC ที่มากกว่า 0.60 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากการ Try out 30 ชุด ซึ่งข้อคำถามจะต้องมีค่ามากกว่า 0.892 ทุกข้อคำถามจึงจะผ่านเกณฑ์การพิจารณาแล้วจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์

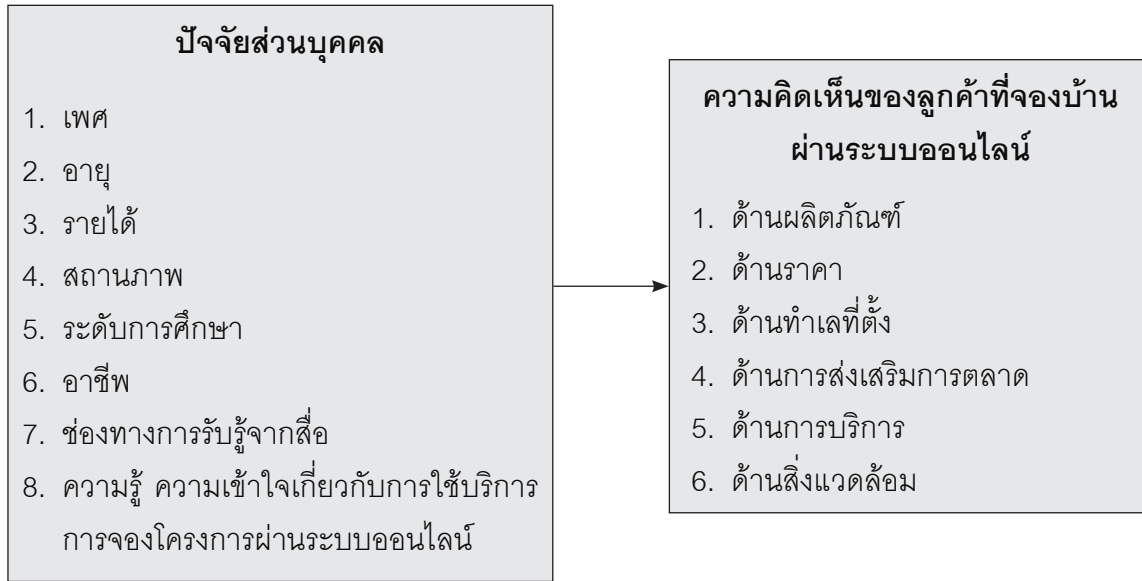
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์เกี่ยวกับเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับข้อมูล แนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตลอดจนได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ และได้ทำเป็นกรอบแนวความคิดสำหรับงานวิจัยนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา



ระเบียบวิธีวิจัย

1. แบบของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ทำการจองโครงการของการเคหะผ่านระบบออนไลน์ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2562 จำนวน 1,416 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 311 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงทำการกำหนด

ขนาดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 89 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ช่องทางการรับรู้จากสื่อ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่าน ลักษณะคำถามแบบปลายปิด เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่จองบ้านผ่านระบบออนไลน์เกี่ยวกับเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ ทั้ง 6 ด้าน

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ และ ด้านสิ่งแวดล้อม มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Check List)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัย ได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว แจกให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางไปรษณีย์ โดยทำการจัดส่งแบบสอบถามและเอกสารชี้แจงถึง เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องศึกษา เก็บข้อมูล ให้กลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเต็มใจให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลที่ได้ มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ตามรายละเอียดชื่อและที่อยู่ที่ถูกค้าได้ทำการ ลงทะเบียนไว้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้จัดการลงรหัสข้อมูล แล้วนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ผลสถิติด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package of Social Science) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจาก ดำเนินการเก็บรวบรวม เพื่อให้ได้แบบสอบถาม ที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้

2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงใน แบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

4. ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมาย ของการศึกษาวิจัยโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งหมด เป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency)

และแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ตามข้อมูล ของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะ ส่วนบุคคลพบว่า ลูกค้ำที่ทำการจองโครงการ ของการเคหะแห่งชาติผ่านระบบออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีรายได้ที่ 15,001 - 20,000 บาท มีสถานภาพ สมรสจดทะเบียน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้เรื่องบริการจองโครงการออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติจากสื่อ Social Midia (โซเชียลมีเดีย) และทั้งหมดมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการการจองโครงการผ่านระบบออนไลน์ของการเคหะแห่งชาติโดยมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการการจองโครงการของการเคหะแห่งชาติออนไลน์ มีขั้นตอนการจองที่เข้าใจง่าย

2. ผลการวิเคราะห์เหตุผลที่ลูกค้า ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะ ไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาคือไม่พอใจด้านกายภาพเช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.60 ไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 13.10 ไม่มีทำเลที่ต้องการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.70 ไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุด คิดเป็นร้อยละ 11.20 ไม่พอใจเงินในการจอง คิดเป็นร้อยละ 10.60 ไม่พอใจการบริหารจัดการ

เช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 10.40 และไม่พอใจระดับราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติด้านรูปแบบมากที่สุดรองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และด้านการบริการ ตามลำดับ สามารถพิจารณารายข้อได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด และไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุด ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันที่อยู่อาศัยหรือบ้านเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน การเลือกและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย ดังนั้นพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน ซึ่งการพิจารณารูปแบบลักษณะของที่อยู่อาศัยนั้นก็เป็ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์จึงมีการเติบโตทั้งบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียม ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัย

มากขึ้น และมีความต้องการที่จะซื้อที่อยู่อาศัยในรูปแบบที่ถูกต้องใจของตนเองมากที่สุด เป็นสาเหตุให้เมื่อผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบของโครงการและรู้สึกไม่พอใจคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ภายในตัวบ้าน/ห้องชุดจึงยังไม่มี การตัดสินใจซื้อโครงการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noppakun Leangprasit.(2016) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีบริเวณบ้าน คุณภาพกระเบื้องและสุขภัณฑ์ และการรับประกันโครงสร้างบ้านมีความคงทนแข็งแรง

2. ด้านราคา พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจเงินในการจอง และไม่พอใจระดับราคาขาย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำมีเงินเดือน จึงไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ มีเงินเดือนเท่าเดิมแต่อาจเกิดความกังวลถึงรายได้ในอนาคตได้ จึงทำให้ผู้บริโภคต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงแนวโน้มลักษณะครอบครัวที่เล็กลง ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจหันมาสนใจที่อยู่อาศัยในรูปแบบของคอนโดมิเนียมหรือห้องชุดมากขึ้น ซึ่งพบว่าในปัจจุบันมีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดขึ้นอย่างมากมายทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้เลือกและพิจารณาโครงการที่อยู่อาศัยได้มากขึ้นในราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เมื่อผู้บริโภคพิจารณาถึงราคาขายและจำนวนเงินในการจองแล้วรู้สึกไม่พึงพอใจจึงไม่ทำการ

ตัดสินใจซื้อ เพราะราคาคือสิ่งที่ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกันระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ และยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noppakun Leangprasit.(2016) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านราคา คือ อัตราเบี้ยเงินกู้ เงินดาวน์ต่ำ ราคาขายต่ำและเงินจองต่ำ ในขณะที่งานวิจัยของ Kanokwan Seajanla (2014) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสตนลิว จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านราคาบ้าน อัตราเงินกู้ของธนาคาร และจำนวนเงินจองหรือวางดาวน์ ต่างส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภค

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่มีทำเลที่ต้องการซื้อ ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคมักมีการพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทางสามารถเข้า-ออกที่พักได้ง่าย มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก รวมถึงพิจารณาจากลักษณะของการดำเนินชีวิตจากการประกอบอาชีพ ซึ่งคนส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งประกอบอาชีพที่มีความหลากหลาย เช่น สถานที่ทำงาน ออฟฟิศ นิคมอุตสาหกรรม โรงเรียน สถานศึกษาหรือสถานที่อำนวยความสะดวกอีกหลายแห่ง ซึ่งเหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจ

ซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่มีทำเลที่ต้องการซื้ออาจจะเป็นเพราะทำเลที่ตั้งของโครงการอาจจะอยู่ในพื้นที่ที่ผู้บริโภคต้องการทำให้ไม่ตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noppakun Leangprasit.(2016) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย พบว่าให้ความสำคัญกับระบบรักษาความภัย ทำเลที่ตั้งของบ้านอยู่ในตัวเมือง ถนนเข้า-ออก โครงการมีขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Chanita Aeamsa-ad.(2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นใช้เหตุผลปัจจัยที่เลือกซื้อเพราะการคมนาคมสะดวกและรวดเร็วร้อยละ 35.83

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันกันมากขึ้นโดยมีผู้ประกอบการจำนวนมากหันมาให้ความสนใจและจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของรูปแบบที่มีในรูปแบบของบ้านห้องชุด คอนโดเนียม ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ราคาสถานที่ทำเลที่ตั้งต่าง ๆ กระจายในทุก ๆ พื้นที่ของเมือง ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง โดยแต่ละผู้ประกอบการจะมีการสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดใจ

ผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ทั้งมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีของแถม มีส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน ฟรีค่าธรรมเนียมในการโอน ให้อยู่ฟรีตามเงื่อนไข หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ อีกมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและจะพิจารณาเลือกสิ่งที่คุณคิดว่าตนได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด ดังนั้นเมื่อลูกค้าการเคหะแห่งชาติได้พิจารณาแล้วเกิดไม่พอใจโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถมจึงทำให้ไม่ตัดสินใจซื้อโครงการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noppakun Leangprasit.(2016) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการรับประกันบ้าน มีของแถม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Natthakrita-Atthana. (2012) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมแล้วมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของการมอบส่วนลดพิเศษเป็นอันดับแรก

5. ด้านการบริการ พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจการบริหารจัดการ เช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความต้องการซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัยนั้นสิ่งสำคัญจะมีการ

คำนึงถึงคือเรื่องของสถานที่จอดรถของโครงการ ซึ่งจะต้องมีพื้นที่รองรับของผู้อยู่อาศัยอย่างเพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจได้ถึงความปลอดภัยของชีวิต และทรัพย์สินรวมถึงเรื่องของค่าส่วนกลาง จะต้องมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป มีระบบการจัดเก็บขยะที่ดี มีค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม เพราะค่าใช้จ่ายเหล่านี้แม้จะมีการจ่ายต่อครั้งไม่มากนัก แต่เมื่อผู้บริโภคนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าและสิ่งที่จะได้รับต้องมีความสอดคล้องกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanita Aeamsa-ad. (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นใช้เหตุผลหลายประการประกอบกันการตัดสินใจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจากระบบความปลอดภัย ร้อยละ 40.16 ในขณะที่งานวิจัย Kamanat Meesat (2010) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้าน โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาได้แก่ไม่มีประวัติขโมยหรือโจรขึ้นบ้านละแวกนั้น เนื่องจากมีความสำคัญต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย ส่งผลให้มีการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานราชการหรือสอบถามจากเพื่อนบ้าน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันการเกิดอาชญากรรม

หรือกิจกรรม เช่น การมีพนักงานตรวจตรา บริเวณโครงการเป็นระยะ ๆ ตลอดทั้งวัน, มีการตรวจสอบบุคคลเข้า-ออก ภายในโครงการ รวมถึงการควบคุมบุคคลภายนอกให้มีการแลกบัตรประชาชน การติดตั้งกล้องวงจรปิด ติดตาม ณ จุดต่าง ๆ ภายในโครงการ

6. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เหตุผลที่ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจด้านกายภาพเช่น ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่จึงควรมีสภาพแวดล้อมที่ดี เหมาะที่จะเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจของสมาชิก รวมถึงผู้มาเยี่ยมเยือนและชุมชนโดยรอบ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมีการใช้ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อโครงการ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคพบว่าบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยไม่เป็นไปตามการคาดหวัง ซึ่งอาจจะเป็นพื้นที่ที่มีตัวอาคารเก่า ชำรุด มีสภาพแวดล้อมที่ปราศจากความอิสระส่วนตัว มีสิ่งที่จะก่อให้เกิดความรำคาญทั้งในเรื่องของเสียง และกลิ่นรบกวนต่าง ๆ จึงทำให้ยังไม่มีการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanita Aeamsa-ad. (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชากรนั้นมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจจะใช้เหตุผลด้านการคำนึงถึงคุณภาพมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ

WeenaThirasophon (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยของ Phattaladech Majaroen and Vacharapoom Banjaoran (2013) ที่ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า การมีสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี บ้านได้มาตรฐานวิศวกรรม/สถาปัตยกรรม บ้านมีเอกลักษณ์ มีสไตล์ในการออกแบบดี ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านรูปแบบ พบว่า ลูกค้าไม่พอใจรูปแบบอาคารมากที่สุด ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรให้ความสำคัญกับรูปแบบและลักษณะที่อยู่อาศัยที่มีความแข็งแรงทนทาน เลือกวัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพ มีขนาดของห้องให้เลือกหลากหลาย และควรมีจุดเด่นในการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะมากยิ่งขึ้น

2. ด้านราคาพบว่า เหตุผลที่ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติเป็นเพราะไม่พอใจระดับราคาขายและไม่พอใจเงินในการจอง ดังนั้นในด้านการกำหนดราคาการเคหะแห่งชาติควรมีการพิจารณาราคาควบคู่ไปกับความเหมาะสมทั้งด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับขนาดที่ดิน และด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของโครงการ ซึ่งจะเป็น

การกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความ
ต้องการในการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า เหตุผลที่ถูกค้า
ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะ
แห่งชาติเพราะไม่มีทำเลที่ถูกค้าต้องการซื้อ
ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรมีการเลือกทำเล
ที่ตั้งของโครงการต่าง ๆ ให้มีความหลากหลาย
อยู่ใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน สถานที่งาน รวมถึง
นิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดำเนินโครงการบริเวณใกล้เคียง
กับการคมนาคมที่สะดวก เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจ
ง่ายขึ้นในการเลือกซื้อ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า
เหตุผลที่ถูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่
อาศัยการเคหะแห่งชาติเพราะไม่พอใจโปรโมชั่น
ลด แลก แจก แถม ดังนั้นการเคหะแห่งชาติควรมี
การส่งเสริมในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ให้มาก
ยิ่งขึ้นอย่างทั่วถึง ผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ และ
มีระบบกระบวนการในการส่งเสริมการตลาด
เป็นลำดับขั้นในการปฏิบัติ กำหนดนโยบาย
จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมีความสนใจ
และเกิดการตัดสินใจซื้อ

5. ด้านการบริการ พบว่า เหตุผล
ที่ถูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย
การเคหะแห่งชาติเพราะไม่พอใจการบริหาร
จัดการเช่น ค่าส่วนกลางราคาสูง ที่จอดรถ

การจัดเก็บขยะ และระบบรักษาความปลอดภัย
ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรมีการจัดสรรพื้นที่
เพื่อรองรับรถของผู้อยู่อาศัยให้เพียงพอ มีการ
จัดหาบริษัทรักษาความปลอดภัยในทุก ๆ โครงการ
เพื่อการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน
ไว้คอยดูแลความเรียบร้อยภายในโครงการเพื่อ
ป้องกันภัยหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้น จัดให้มี
ระบบสาธารณูปโภคอย่างครบครันให้มีความ
เพียงพอในการให้บริการอยู่เสมอ มีข้อกำหนด
และเงื่อนไขการจ่ายค่าส่วนกลางที่เหมาะสม มีการ
ตั้งกลยุทธ์ด้านการบริการที่ดีทั้งการบริการ
ทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี มีเจ้าหน้าที่ให้
คำปรึกษาอย่างเป็นมิตรและใกล้ชิด เพื่อเป็น
ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อโครงการ
แก่ผู้บริโภค

6. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เหตุผลที่ถูกค้า
ยังไม่ตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัยการเคหะ
แห่งชาติเพราะไม่พอใจด้านกายภาพเช่น
ตัวอาคารเก่า บรรยากาศและสภาพแวดล้อม
เป็นต้น ดังนั้น การเคหะแห่งชาติควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงตัวอาคารในโครงการ
เก่าให้มีลักษณะดูดีสวยงาม มีการปลูกต้นไม้
ใหญ่เพิ่มความร่มรื่นพื้นที่ และควรจัดให้มี
สวนสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวก
ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัย เช่น
ร้านค้า ร้านขายยา ร้านฟิตเนส และอื่น ๆ

REFERENCES

- Chanita Aeamsa-ad. (2015). **The decision to buy condominiums by consumers in Bangkok.** In the 1st Panya Bhiwat Academic Conference 5 (page A182 - A189). Nonthaburi: Panyapiwat Institute of Management.
- Kanokwan Seajanla (2014). **Factors Influencing the desire of people in Bangkok to buy Real Estate: A Case Study of Sansiri Public Company Limited.** Graduate School, Bangkok University.
- Kamanat Meesat (2010). **Factors Influencing Trends in Purchasing Home in the municipality Phitsanulok.** (Independent Study, Master's Degree). Naresuan University, Faculty of Business Administration Economics and Communication.
- Malatree Thongouan (2019). **For studying the process in decision making of single house purchasing of citizens of Bangkok.** Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University.
- Natthakrita-Atthana. (2012). **Marketing mix factors affecting consumers' decision to buy condominiums in Kannayao area Bangkok.** Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Krirk University.
- Noppakun Leangprasit.(2016). **Factors affecting buying decision of single house in la-ngu satun.** A Minor Thesis for the Degree of Master of Business Administration. Prince of SongKla University.
- Phattaladech Majaroen and Vacharapoom Banjaoran (2013). **Factors Influencing Consumers Decision on Buying Real Estate in Khon Kaen.** BanjaoranInstitute of Engineering, Suranaree University of Technology
- Piyamaporn Chuaychunoo (2016). **Factors Affecting Consumer Buying Decisions About Goods on Social media.** Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University.
- Weena Sricharoen (2015). **Factors Affecting the Decision to Purchase Homes in Housing Estates of Civil Servants and State Enterprise Employees in Nonthaburi.** Graduate School, Bangkok University.
- WeenaThirasophon (2015). **Factors Affecting Housing Choice in the Bangkok Metropolitan region.** Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University.