

คุณภาพบริการและรูปแบบวิถีชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน
ในโครงการบ้านจัดสรร จังหวัดภูเก็ต

Service quality and lifestyle factors affecting the decision to purchase a house in a housing
project in Phuket Province

แก้วกานต์ เจริญจิตร¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษารูปแบบวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต จากกลุ่มตัวอย่างบุคคลในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองผู้ใช้บริการ (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy) ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต 2) กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

ความสำคัญ : คุณภาพบริการ, รูปแบบวิถีชีวิต, การตัดสินใจเลือกซื้อ

¹ นักศึกษา หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดพังงา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The purpose of this research is to study the quality of services that affect the purchasing decisions of consumers regarding housing projects in Phuket province. Additionally, it aims to investigate the lifestyle patterns that influence the decision-making process for purchasing housing projects among consumers in Phuket. The study also examines the purchasing decisions of consumers in Phuket based on a sample of 400 individuals from the area. The data is analyzed to describe the study results, including frequency distribution, percentages, mean, standard deviation, and relationship testing, using the statistical software SPSS (Statistical Package for Social Science) and performing multiple regression analysis.

The research findings indicate that: 1) Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy significantly affect the purchasing decisions of consumers regarding housing projects in Phuket. 2) Activities, Interests, and Opinions also influence the decision-making process for purchasing housing projects among consumers in Phuket.

KEYWORDS : Service Quality, Lifestyle Patterns, Purchasing Decisions.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจโครงการบ้านจัดสรรจึงเกิดขึ้น เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านทาวน์โฮม บ้านทาวน์เฮาส์ เป็นต้น อีกทั้งมูลค่าของบ้านยังเพิ่มขึ้นด้วยตามกาลเวลาและยังมีการซื้อขายเปลี่ยนมืออยู่ตลอดถึงบ้านที่อยู่ในเขตชุมชนเมืองจะได้ราคาดีเป็นพิเศษ การมีสิทธิ์ครอบครองบ้านจึงเป็นเรื่องที่ใครหลายหลายคนใฝ่ฝันและสามารถแสดงสถานะความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนหรือคนที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยก็ตาม การเลือกที่อยู่อาศัยจำเป็นต้องใช้ความคิดพิจารณาถึงความพึงพอใจในการเลือกอย่างถี่ถ้วนและพิถีพิถันทั้งในเรื่องทำเลที่ตั้ง ราคาบ้าน ขนาดรูปแบบของบ้าน พื้นที่ใช้สอย รวมถึงความสะดวกสบายต่างๆ ที่สำคัญในเรื่องสาธารณูปโภคในโครงการพื้นที่ส่วนกลางต่างๆ ทั้งถนนภายในโครงการ ทางเท้าในหมู่บ้าน ไฟส่องสว่างรั้วทางเข้าออกของหมู่บ้าน สวนหย่อมและบริการสาธารณะระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

โดยภาพรวมจังหวัดภูเก็ตมีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ขายอยู่ในท้องตลาด ในจังหวัดภูเก็ตรวมกันถึง 500 โครงการ รวมหน่วยขายทั้งหมดประมาณ 72,000 หน่วย โดยมีมูลค่าการพัฒนาถึง 460,000 ล้านบาท ขายไปแล้ว 62,000 หน่วยและเหลือขายอีกราว 10,000 หน่วย สำหรับโครงการ

อสังหาริมทรัพย์ราวครึ่งหนึ่งอยู่ในเขตอำเภอกลางโดยมีจำนวนหน่วยรวมกันประมาณ 32,000 หน่วย ขายได้แล้ว 25,000 หน่วย จึงยังเหลือขายอยู่ 7,000 หน่วย ส่วนที่อำเภอเมืองมี 190 โครงการ รวม 28,000 หน่วย ขายไปแล้ว 26,000 หน่วย จึงยังคงเหลือขายประมาณ 1,200 หน่วย อำเภอที่มีจำนวนโครงการน้อยที่สุดคืออำเภอกระทุ้ง ซึ่งมีอยู่เพียง 70 โครงการ มีจำนวน 12,000 หน่วย และยังเหลือขายอยู่เพียง 700 หน่วย (โสภณ พรโชคชัย, 2567)

สินค้าอสังหาริมทรัพย์ที่มีขายอยู่นั้น ประกอบด้วยบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ ตึกแถว ห้องชุดพักอาศัย ที่ดินจัดสรร อาคารชุดตากอากาศและวิลล่าหรือบ้านตากอากาศ ได้แก่ 1) อสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเพื่อการพักผ่อนได้แก่ห้องชุดตากอากาศและวิลล่าหรือบ้านตากอากาศ 320,000 ล้านบาท ค่าการพัฒนาทั้งหมดที่ 470,000 ล้านบาท หรือราวสองในสามของทั้งหมด ส่วนที่อยู่อาศัยอาศัยซึ่งเป็นที่อยู่ของคนในท้องถิ่น หรือคนไทยต่างถิ่นที่มาทำงานในภูเก็ตเป็นเพียงอสังหาริมทรัพย์ส่วนน้อย 2) เฉพาะห้องชุดตากอากาศ มีมูลค่าการพัฒนาสูงสุด 210,000 ล้านบาท ประมาณ 45% ของทั้งหมด ห้องชุดเหล่านี้มีราคาเฉลี่ยหน่วยละ 7.7 ล้านบาท ศูนย์ข้อมูลสำรวจพบ 130 โครงการจำนวน 27,000 และในขณะนี้ยังมีเหลือขายอยู่ 4,500 หน่วย ในแต่ละเดือนขายได้ประมาณ 7.2% ซึ่งถือว่าสูงมากและคาดว่าจะขายหมดในเวลา 14 เดือนข้างหน้า 3) จำนวนโครงการมากที่สุดคือวิลล่าหรือบ้านตากอากาศซึ่งมีอยู่ 149 โครงการแต่ยังมีเหลือเพียง 3,300 หน่วย ในโครงการหนึ่งมีเพียง 22 หลังเฉลี่ยหลังละ 36 ล้านบาท โครงการแบบนี้จะเป็นโครงการขนาดเล็ก ทั้งนี้ยังมีเหลือขายอยู่ 1,200 หลัง แสดงว่าขายได้แล้วประมาณ 60% และเดือนหนึ่งขายได้ประมาณ 7% ของหน่วยขายทั้งนี้ คาดว่าจะขายหมดในเวลา 14 เดือนข้างหน้าเช่นกัน 4) ส่วนห้องชุดพักอาศัยทั่วไปมีอยู่ประมาณ 50 โครงการรวม 17,000 หน่วย เฉลี่ยโครงการหนึ่งมี 340 หน่วย ซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปของห้องชุดที่ขายสำหรับคนในท้องถิ่นหรือคนไทยที่มาทำงานในภูเก็ตเป็นสำคัญ มีราคาเฉลี่ย 2.4 ล้านบาทต่อหน่วย ยังเหลือค้างอยู่ 1,300 หน่วย หากคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการพัฒนาซึ่งอยู่รวมกันจำนวน 40,000 ล้านบาท ก็เป็นสัดส่วนประมาณ 9% ของค่าการพัฒนาทั้งหมด 460,000 ล้านบาท ทั้งนี้ในแต่ละเดือนก็ขายได้ประมาณ 7% จึงคาดว่าจะขายได้หมดไปเวลาประมาณ 15 เดือนข้างหน้า 5) ส่วนบ้านเดี่ยวมีประมาณ 85 โครงการรวม 6,700 หน่วย แสดงว่าในโครงการหนึ่งๆ มีจำนวนประมาณ 80 หน่วย มีมูลค่าการพัฒนา 39,000 ล้านบาท มีราคาเฉลี่ย 5.7 ล้านบาท ขณะนี้ยังเหลือขายอยู่ 1,100 หน่วย แต่อัตราการขายค่อนข้างต่ำคือเดือนละ 2.2% เท่านั้นและคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีกประมาณ 4 ปีจึงจะขายได้หมด 6) บ้านแฝดมีจำนวนเกือบเท่าบ้านเดี่ยวแต่มีมูลค่าการพัฒนาเพียง 23,000 ล้านบาทหรือประมาณ 5% ของการพัฒนาทั้งหมด มีราคาเฉลี่ย 3.5 ล้านบาท แต่มีจำนวนเหลือขายอยู่เพียง 500 หน่วยเท่านั้น และคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีกราวสามปีครึ่งจึงจะหมด บ้านแฝดมีที่ดินน้อยกว่า (ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวาในขณะที่บ้านเดี่ยวไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา) ทำให้ขายในราคาที่ถูกลงกว่าบ้านเดี่ยว จึงมีผู้นิยมซื้อบ้านแฝดซึ่งมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าทาวน์เฮาส์และมีขนาดใกล้เคียงบ้านเดี่ยว 7) ทาวน์เฮาส์ พัฒนาถึง 100 โครงการรวม 10,000 หน่วยแต่เหลือขายเพียง 700 หน่วย มีมูลค่าการพัฒนาโดยรวมประมาณ 27,000

ล้านบาท หรือ 6% ของมูลค่าการพัฒนาทั้งหมด มีราคาเฉลี่ย 2.7 ล้านบาทต่อหน่วย มีอัตราการขายเดือนละ 3.1% และใช้เวลาขายราวสองปีครึ่งจนจะหมด อาจกล่าวได้ว่า อสังหาริมทรัพย์ทั้งหมดมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 6.4 ล้านบาทต่อหน่วย โดยในกรณีที่อาศัย ทั่วไปมีราคา 3.5 ล้านบาทต่อหน่วยในขณะที่อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักผ่อน ประกอบด้วยห้องชุดเพื่อตากอากาศและวิลล่า มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 10.7 ล้านบาทต่อหน่วย ทั้งนี้โครงการที่ราคาถูกที่สุดคือบ้านเอกชัยวิลล่า ถนนเทพกษัตรี ย่านลิพอน เป็นทาวน์เฮาส์ชั้นเดียว ราคา 0.999 ล้าน จำนวน 45 ยูนิต แต่เพิ่งขายหมดแล้ว ส่วนโครงการที่แพงที่สุดคือ The Estates at Mont Azure แกววมลา ราคา 262 ล้านบาทต่อหน่วย (โสภณ พรโชคชัย, 2567)

ดังนั้นทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนดำเนินธุรกิจตลอดเวลาเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ทันต่อสถานการณ์ของตลาดและเพื่อไม่ให้เกิดการสูญเสียโอกาสกับคู่แข่งด้วยเหตุนี้เองทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดภูเก็ตโดยศึกษาปัจจัยเรื่องคุณภาพบริการ รูปแบบวิถีชีวิต เพื่อความเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และตัดสินใจในผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษารูปแบบวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบวิถีชีวิตส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

เครื่องมือวัดคุณภาพตามแนวความคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) ที่ว่า คุณภาพบริการ (SERVICE QUALITY SATISFACTION) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการผู้ใช้บริการจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพ การบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานพยาบาล หรือทางกายภาพ อาทิ เครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมในการรักษา สัตว์ สถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก รวมถึงการสถานพยาบาลสัตว์มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อผู้ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งสำหรับรอ เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่สอดคล้องตามที่สัญญาให้ไว้กับผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด สามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้ให้บริการด้วยความเต็มใจ และระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ช่วยตอบข้อสงสัยกับผู้ให้บริการได้ เพื่อให้ผู้ให้บริการเชื่อถือได้ว่าการบริการที่ได้รับไปตามมาตรฐาน และมีความปลอดภัย

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง การที่สถานพยาบาลสัตว์มีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้ให้บริการ พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น รวมถึงความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ มีการให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์ นานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นเห็นผู้ให้บริการแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย รวดเร็ว เช่น ไม่ต้องรอคิวนาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภค (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาล สถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการ บริการ รู้สึกความปลอดภัย สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง มีการให้บริการที่ตั้งใจ และใส่ใจต่อผู้ให้บริการ เข้าใจถึงปัญหาต่อความต้องการของผู้ให้บริการแต่ละราย การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้ให้บริการเป็นคนพิเศษ

5. การเข้าใจและรู้จักผู้บริโภค (Empathy) หมายถึง การที่พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ ให้บริการผู้ให้บริการ ด้วยความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการทุกระดับด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ รวมถึงการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ สามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์เลี้ยงของผู้ให้บริการได้ รวมถึงการที่พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม ความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบวิถีชีวิต

Antonides and Raaij (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่าพฤติกรรมของรูปแบบการดำเนินชีวิตมีองค์ประกอบสามประการมีความหมายดังนี้

1. กิจกรรม (Activities) หมายถึง ผู้บริโภคใช้เวลาทำอะไร ทำงานอดิเรกอย่างไร ชอบเล่นกีฬา และการพักผ่อนไหน ใช้เวลาไปกับสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด ชอบปิ้งย่างเพียงใด ออกไปนอกบ้านถึง

เพียงใด อยู่บ้านมากน้อยเพียงใด วันหยุดมีกิจกรรมอะไรบ้างอาทิ เช่น การไปชมภาพยนตร์ การทำอาหาร การไปเที่ยวสังสรรค์กับเพื่อนฝูง

2. ความสนใจ (Interests) หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าใจเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ความพอใจและการให้ความสำคัญในสิ่งนั้น เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินชีวิต เพราะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นกิจกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคที่เขาชอบทั้งในแง่การกระทำและในการอ่าน ผู้บริโภคสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เขาทำ อ่าน สนทนาในเรื่องที่เขาสนใจ เช่น เรื่องการท่องเที่ยว การช่วยเหลือองค์กรการกุศล การพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จ การติดตามข่าวกระแสนิยม

3. ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเองและต่อสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ เหตุการณ์ต่าง ๆ บุคคลต่าง ๆ สินค้าต่าง ๆ องค์กรต่าง ๆ รัฐบาล นักการเมือง ประเทศหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ความคิดเห็นจะสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ เช่น ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ การเมือง และปัญหาสังคม

ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Kotler P., Keller K.L., & Chernev A. (2022) กล่าวว่า กระบวนการคิดที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ มีดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ (Need arousal) จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคพบเจอปัญหาและต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาแก้ไขหรือบรรเทาจนพึงพอใจ
2. การค้นหาข้อมูล (Information search) การค้นหาวิธีการว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถแก้ไขและเติมเต็มความต้องการได้มากน้อยเพียงใด
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) นำข้อมูล วิธีการต่างๆ ที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด
4. ตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เมื่อผู้บริโภครับรู้วิธีการที่เหมาะสมก็จะตอบสนองโดยการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นประสบการณ์ภายหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ หากสามารถตอบสนองได้ดีก็จะนำไปสู่การซื้อครั้งถัดไป ตรงกันข้ามหากไม่สามารถตอบสนองได้ ก็จะไม่เกิดการซื้อซ้ำ

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการและรูปแบบวิถีชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร จังหวัดภูเก็ตเป็นงานวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสุ่มโดย

ไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของคอเครน (W.G. Cochran, 2520 อ้างถึงใน วัชรวิศา แซ่มชัย. 2563) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 400 คน

ลักษณะเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และสร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้าง แบบสอบถามเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความสำคัญในส่วนต่าง ๆ โดยแบ่งเนื้อหา แบบสอบถามออกเป็นสัดส่วนมีรายละเอียด 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบวิถีชีวิต ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงคุณภาพบริการและรูปแบบวิถีชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรร จังหวัดภูเก็ต โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้ศึกษาจากการค้นคว้าจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเอาไว้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้นั้นมาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) และต่อมาทำการลงรหัส (Code) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วแล้วมาลงรหัสเพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของการตอบแบบสอบถามส่วนนี้ โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของการตอบแบบสอบถามส่วนนี้ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบวิถีชีวิต ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของการตอบแบบสอบถามส่วนนี้ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของการตอบแบบสอบถามส่วนนี้ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอนุมานสำหรับการอธิบายผลการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปรและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร โดยการวิเคราะห์ระหว่างคุณภาพบริการ รูปแบบวิถีชีวิต กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีสถานภาพ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 มีอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบ้านมีโครงสร้างที่มีความมั่นคงและปลอดภัยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าผลงานการก่อสร้างทำให้ผู้พักอาศัยไว้วางใจได้ในด้านความปลอดภัยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76

การตอบสนองผู้ใช้บริการ (Responsive) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบริษัทก่อสร้างบ้านพร้อมให้บริการเมื่อต้องการปรับเปลี่ยนแปลงแบบหรือเพิ่มเติมแบบบ้านมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68

การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีการแก้ไขงานก่อสร้างเฉพาะจุดได้อย่างรวดเร็ว เช่น น้ำประปาและไฟฟ้า และบ้านที่สร้างเสร็จพร้อมอยู่มีคุณภาพที่แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญของบริษัทรับเหมาก่อสร้างมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65

การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการส่งมอบงานบ้านพักอาศัยเป็นไปด้วยความถูกต้องและเป็นมาตรฐานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบวิถีชีวิต

กิจกรรม (Activities) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อบ้านจัดสรรเพราะความสะดวกสบายในการเดินทางมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

ความสนใจ (Interests) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อบ้านเนื่องจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ในการแสดงถึงการให้บริการที่ดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68

ความคิดเห็น (Opinions) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการซื้อบ้านนั้นเพื่อต้องการลงทุนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

การรับรู้ความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพราะย้ายที่อยู่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

การค้นหาข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

การประเมินผลทางเลือกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าแบบบ้านตรงตามความต้องการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68

ตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พิจารณาถึงความพึงพอใจต่อภาพรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

พฤติกรรมหลังการซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะชักชวนหรือบอกต่อแก่คนรอบข้างไปซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองผู้ใช้บริการ (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy) ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.510	0.176		8.570	0.000
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.205	0.033	0.264	6.143	0.000
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.107	0.026	0.170	4.169	0.000
การตอบสนองผู้ใช้บริการ (Responsive)	0.128	0.024	0.218	5.452	0.000
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance)	0.141	0.027	0.222	5.304	0.000
การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy)	0.091	0.024	0.155	3.862	0.000

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต พบว่า กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) รูปแบบวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2.243	0.182		12.297	0.000
กิจกรรม (Activities)	0.128	0.028	0.191	4.504	0.000
ความสนใจ (Interests)	0.132	0.026	0.225	5.151	0.000
ความคิดเห็น (Opinions)	0.248	0.028	0.383	8.835	0.000

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 : คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองผู้ใช้บริการ (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy) ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกิตติ ศรีปัญญาวิทย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และทักษะของตัวแทนขายคอนโด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพการให้บริการแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในขณะที่มีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดในด้านความเป็นการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งผลการทดสอบนี้มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : รูปแบบวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต พบว่า กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีดิวัฒน์ ก่อภาคจิโรจน์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวสูงตามเส้นทางรถไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความคิดเห็นและกิจกรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวสูงตามเส้นทางรถไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาแบบวิถีชีวิต พบว่า บุคคลในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตสนใจซื้อบ้านจัดสรรเพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง สนใจซื้อบ้านเนื่องจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ในการแสดงถึงการให้บริการที่ดี และการซื้อบ้านนั้นเพื่อต้องการลงทุน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรออกแบบโครงการบ้านจัดสรรที่มีการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะและสถานที่สำคัญ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกสะดวกสบายในการเดินทาง เน้นการสร้างแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพการบริการ โดยการให้บริการหลังการขายที่เป็นเลิศ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จัดกิจกรรมเปิดบ้านหรือโปรโมชั่นพิเศษเพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้า เช่น ส่วนลดพิเศษ หรือของแถมที่เป็นที่ต้องการ

2. จากผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต พบว่า บุคคลในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตได้ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเนื่องจากการย้ายที่อยู่ โดยได้รับข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น วิทยูและนิตยสาร ซึ่งแบบบ้านที่มีให้เลือกนั้นตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ยังได้พิจารณาความพึงพอใจต่อภาพรวมในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรนี้ด้วย และยังมีความตั้งใจที่จะชักชวนหรือบอกต่อให้คนรอบข้างไปซื้อบ้านจัดสรรเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผ่าน

ช่องทางที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูล เช่น วิทยุและนิตยสาร รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังควรมีการปรับปรุงแบบบ้านให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการให้คำปรึกษาและบริการหลังการขายที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้ การสำรวจความคิดเห็นและรับฟังเสียงของลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต จึงควรอาศัยการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และการทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (Focus Group)
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางตลาด พฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค เป็นต้น เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกิตติ ศรีปัญญาวิชญ์. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และทักษะของตัวแทนขายคอนโดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปรีดิวัฒน์ ก่อภักดิ์จิโรจน์. (2563). การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวสูงตามเส้นทางไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โสภณ พรโชคชัย. (2567). สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ภูเก็ตล่าสุด 2567. จาก <https://www.closeupthailand.com/post/>
- Antonides, G., & Raaij, W. (1998). Consumer behaviour: A European perspective. (No Title).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16eth ed.).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 - 50.