

ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน)
ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Customer satisfaction of the housing project of Supalai Public Company Limited
in Surat Thani Province

ธณัตย์ตันย์ ตันพุ่ม¹, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์² และ กนกวรรณ มีสุข³

Thanutdon Tonpum¹, Somnuk Aujirapongpan² and Kanokwan Meesook³

หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์^{1,2,3}

Graduate Student of Master of Business Administration Program

Innovation Management and Business Development, Walailak University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: mkanokwan@wu.ac.th³

Received: August 5, 2022

Revised: August 22, 2022

Accepted: August 24, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 200 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 428 ครั้วเรือน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบริการสาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ตามลำดับ และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีเหตุผลที่ทำให้เลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร ที่ตั้งและลักษณะของโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ ตัวบ้านและการก่อสร้างที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ การส่งเสริมการขายที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ และสื่อโฆษณาของโครงการบ้านจัดสรรที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พฤติกรรมผู้บริโภค, โครงการบ้านจัดสรรของบริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน)

Abstract

The purpose of this study was to study 1) the level of customer satisfaction of the housing project of Supalai Public Company Limited in Surat Thani Province and 2) the factors related to the level of customer satisfaction of the housing project of Supalai Public Company Limited in Surat Thani Province. By collecting samples of 200 people from a total population of 428 households. Data were analyzed using statistics, frequency, percentage, mean, and standard deviation. In addition, the hypothesis examines with inferential statistics, including t-test and F-test statistics.

The results showed that 1) The respondents were highly satisfied with the Supalai Public Company Limited housing project in Surat Thani Province. When considering each aspect, we found that the element with the highest average was utility services. Their satisfaction was at the highest level, followed by place product promotion and price, respectively, and 2) factors related to the customer satisfaction of Supalai Public Company Limited housing project in Surat Thani province. And the average monthly income is different. Satisfied with the housing project of Supalai Public Company Limited in the area of Surat Thani Province differed statistically at a level of 0.05 and customers who have reasons to choose a housing project Location and nature of the project considering the purchase The house and the construction that takes into account the purchase Facilities within the project considering the purchase Promotion that takes into account purchases and advertising media of housing projects that make different purchasing decisions Their satisfaction with the housing project of Supalai Public Company Limited was significantly other at the 0.05 level.

Keywords: Satisfaction, Behavior Customer, The Housing Project of Supalai Public Company Limited

บทนำ

ธุรกิจบ้านจัดสรรตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อให้ได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากขึ้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าตลาดคิดเป็นสัดส่วน 8% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเป็นการเกิดกระแสเงินหมุนเวียนในระบบ เกิดการจ้างงานและรายได้เพิ่มขึ้น พร้อมไปกับการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น อาทิ ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจสถาบันการเงิน ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า และธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง เป็นต้น โดยทั่วไปอสังหาริมทรัพย์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนสูงสุดประมาณ 2 ใน 3 ของมูลค่าตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2564) ทั้งนี้ ธุรกิจพัฒนาอสังหาฯ

ประเภทที่อยู่อาศัยจะเน้นทำตลาดลูกค้าคนไทยเป็นหลัก เนื่องจากกฎหมายไทยอนุญาตให้ต่างชาติเข้าซื้อและถือครองกรรมสิทธิ์ได้เฉพาะโครงการอาคารชุด แต่จะต้องไม่เกิน 49% ของพื้นที่ขายทั้งหมดของอาคารชุดนั้น ส่วนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ชาวต่างชาติสามารถถือครองได้ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดที่เข้มงวดมากกว่าที่อยู่อาศัยในพื้นที่ต่างจังหวัดมีสัดส่วนเฉลี่ย 60% ของการขออนุญาตก่อสร้างที่อยู่อาศัยทั้งหมด การพัฒนาโครงการส่วนใหญ่เป็นบ้านแนวราบมากกว่าแนวสูง เนื่องจากยังมีพื้นที่ว่างอยู่มาก ประกอบกับราคาที่ดินยังไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ ราคาเฉลี่ยต่อพื้นที่ของบ้านแนวราบมีความคุ้มค่ามากกว่าคอนโดมิเนียมซึ่งมีต้นทุนการก่อสร้างต่อตารางเมตรสูงกว่า ตลาดภูมิภาคจึงตอบรับบ้านแนวราบมากกว่าคอนโดมิเนียม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเติบโตได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากกำลังซื้อยังมีความไม่แน่นอน จึงส่งผลต่อทิศทางการพัฒนาในแต่ละช่วงเวลา (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2564)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการสำรวจพบว่าในครึ่งหลังปี 2562 อุปทานภาพรวมมีที่อยู่อาศัยเสนอขายจำนวน 89 โครงการ รวม 3,188 หน่วย มีหน่วยขายได้ใหม่จำนวน 237 หน่วย และมีหน่วยเหลือขาย 2,951 หน่วย คิดเป็นมูลค่าหน่วยเหลือขาย 9,334 ล้านบาท ขณะที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าครึ่งหลังปี 2562 อุปทานเสนอขายจำนวน 35 โครงการ รวม 1,627 หน่วย มีหน่วยขายได้ใหม่จำนวน 86 หน่วย และมีหน่วยเหลือขายจำนวน 1,541 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 6,164 ล้านบาท (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2564)

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยและเพื่อการพาณิชย์ โครงการที่อยู่อาศัยของศุภาลัยอยู่ภายใต้แนวความคิดการสร้างสรรค์ที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพเพื่อสังคมคุณภาพของ “ชาวศุภาลัย” ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบบ้านอย่างต่อเนื่องใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพมาตรฐาน พัฒนาการบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังส่งมอบสินค้าและให้ความดูแลพัฒนาสังคมให้มีความปลอดภัยและอบอุ่นเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะเป็นผู้ดำเนินการและเป็นเจ้าของโครงการบ้านอยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝดทาวน์เฮาส์ และอาคารชุดในหลากหลายทำเลทั่วเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวมถึงต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน จะเน้นตลาดกลุ่มลูกค้าผู้รายได้ปานกลางถึงผู้มั่งคั่งระดับสูง โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาโครงการปัจจุบันและก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการให้แล้วเสร็จและส่งมอบให้แก่ลูกค้าตามกำหนดเพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ชื่อ “ศุภาลัย” จะใช้เป็นชื่อนำหน้าโครงการต่าง ๆ ทุกโครงการตามด้วยชื่อลักษณะหรือรูปแบบโครงการที่แตกต่างออกไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้อุปถัมภ์พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารสำนักงานให้เช่า โดยเน้นที่ทำเลที่เป็นแหล่งธุรกิจการค้า อีกทั้งบริษัทย่อยยังดำเนินธุรกิจบริหารโครงการ อสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งบริหารจัดการโรงแรม และสถานพักตากอากาศอีกด้วย ปัจจุบันสถานภาพของบริษัทฯ และบริษัทย่อยเติบโตขึ้นจนอยู่ในระดับแนวหน้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (บริษัท ศุภาลัย จำกัด, 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อเป็นข้อมูลในการ

ปรับปรุงและจัดทำกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนาโครงการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดอันเป็นผลทำให้โครงการบ้านจัดสรรได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ให้สอดคล้องกับการแข่งขันในสภาวะการแข่งขันปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation) เป็นทฤษฎีจิตวิทยาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วโลก โดยหลักการดังกล่าวได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ เรียงลำดับตั้งแต่ลำดับขั้นต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) โดยแนวคิดของมาสโลว์ที่ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (security or safety needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs) ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น
4. ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการที่ได้รับการยกย่อง นับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

สรุปจากคำอธิบายและความหมายดังกล่าว แรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูก กระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยจงใจ ให้กระทำหรือตัดสินใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรม ที่มีใจเป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทาง

จริงจัง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด และ พฤติกรรมที่เกิดขึ้น เป็นผลสืบเนื่องมาจาก แรงผลักดัน หรือ แรงกระตุ้น ที่เรียกว่า แรงจูงใจ ด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกร (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ(Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

กัลป์กร วรกุลลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบัณฑิตด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ราช ศิริวัฒน์ (2560) พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอ ๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ช้าช้าอยากลองของใหม่จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการและคาดหวังของผู้บริโภค”

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายแต่ผู้ให้บริการจะต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบาย และแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ผู้ให้บริการทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าการติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งผู้ให้บริการจะต้องให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาที่ดีกับลูกค้า และต้องแสดงความอ่อนน้อมหวานราบรื่นทุกละเอียดจนคำขอบคณที่ให้แก่ลูกค้าซึ่งพบว่ามีมนต์ขลังในการดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก ยิ่งการทำธุรกิจในการเสนอขายบ้านจัดสรร ในยุคที่มีผลกระทบทางเศรษฐกิจจาก ไวรัส COVID 19 ผู้ประกอบการย่อมได้รับผลกระทบโดยตรง

นวนอนงค์ วิเชียร (2555) องค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการมี 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพราะผู้ใช้บริการจะมีจุดมุ่งหมายในการมารับบริการ และคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน ตลอดจนสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า รวมทั้งความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบ และพอใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ การให้บริการมี ลักษณะและวิธีการที่แตกต่างกันดังนั้นคุณค่าของการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับ และทุกคนอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกันนับเป็นสิ่งที่ สำคัญที่สุด และลูกค้าทุกคนต่างก็ต้องการได้รับการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

6. ความสุภาพในการให้บริการ (Courtesy) การต้อนรับ และการให้บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และทำที่ที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงความมีอัธยาศัย และบรรยากาศของการให้บริการที่เป็นมิตรอบอุ่น และเป็นกันเองซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับความเป็นระบบที่มีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน เนื่องจากการให้บริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างบุคคลกับบุคคล ซึ่งการกำหนดปรัชญาหรือแผน และการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้การบริการที่คุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ

จากแนวคิดข้างต้น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ ความรู้สึกอารมณ์ ที่มีความสุข ความยินดีทางจิตใจที่เกิดขึ้นเป็นผู้รับบริการ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวเกิดจากการที่ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นผู้ตอบสนองเองหรือผู้อื่นตอบสนองให้ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นระดับใดขึ้นอยู่กับปริมาณการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นได้ครบถ้วนเพียงใด เช่นความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้า และบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลสรุป ประจำเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564 บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัทสุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี โครงการบ้านจัดสรรยังไม่เป็นนิติบุคคล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดชั้น

(Stratified Random Sampling) คือ ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูล เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ประชากรศึกษาตามสัดส่วนประชากร ผู้อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ทำการคำนวณจากสูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ลิขिता เณิมพลโยธิน, 2561) ที่กำหนดให้ค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (0.05) เพื่อให้ขนาดที่เหมาะสมและมีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงทำการเก็บตกอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 ตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามแนวทฤษฎีการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สถานที่ในการวิจัย

สถานที่ที่ศึกษา คือ โครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) สถานที่ที่ศึกษา คือ โครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ยังไม่เป็นนิติบุคคล ทั้งหมด 4 โครงการ ดังนี้

- 1) โครงการ ศุภาลย์การ์เดนวิลล์ สุราษฎร์ธานี ตำบลวัดประตู่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
- 2) โครงการ ศุภาลย์วิลล์ สุราษฎร์ธานี ตำบลท่าทองใหม่ อำเภอกาญจนดิษฐ์
- 3) โครงการ ศุภาลย์เบลล่า สุราษฎร์ธานี ตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
- 4) โครงการ ศุภาลย์โนโววิลล์ สุราษฎร์ธานี ตำบลวัดประตู่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาที่ศึกษาและการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น จำนวน 12 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2564 ถึง กุมภาพันธ์ 2565

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยครอบคลุม 2 ด้าน คือ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้อยู่อาศัยบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) และศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร บริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยแบบสอบถาม 2 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว
2. ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปบรรยายซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย เลขคณิต (Mean) ค่าความถี่ (Frequencies) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติ ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ทำการวิเคราะห์โดยการใช้อัตราส่วน (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการสาธารณสุข โดยทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation (S.D.) และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัย

โครงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ส่วนใหญ่ คือ โครงการ ศุภาลัยการ์เด็นวิลล์ สุราษฎร์ธานี ตำบล วัดประดู่ อำเภอเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35 – 44 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท – 45,000 บาท มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3 – 4 คน เลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรรูปแบบบ้านแฝด 2 ชั้น มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร เพื่อยู่อาศัย มีเหตุผลในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร เพราะที่ตั้งและลักษณะของโครงการ คำนึงถึงการเลือกซื้อที่ตั้งและลักษณะของโครงการบ้านจัดสรรใกล้ที่ทำงาน คำนึงถึงการเลือกซื้อตัวบ้านและการก่อสร้างของโครงการบ้านจัดสรร คือ การจัดประโยชน์ใช้สอยของตัวบ้าน คำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการบ้านจัดสรร คือ มีระบบการรักษาความปลอดภัย คำนึงถึงการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร จากการได้รับส่วนลดราคาขาย และได้รับสิทธิประโยชน์ของโครงการบ้านจัดสรร ประกอบการตัดสินใจซื้อจากป้ายโฆษณา

1) ระดับความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม

ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	0.649	มาก
ด้านราคา	3.89	0.692	มาก
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.18	0.625	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.07	0.735	มาก

ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านบริการสาธารณูปโภค	4.23	0.653	มากที่สุด
โดยรวม	4.09	0.593	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบริการสาธารณูปโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทำเลที่ตั้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ถัดมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2) ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	Sig.
เพศ	0.019*
อายุ	0.934
สถานภาพ	0.074
อาชีพ	0.580
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.049*
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	0.200

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า จากการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้า

พฤติกรรมของลูกค้า	Sig.
รูปแบบบ้านที่ซื้อ	0.629
วัตถุประสงค์ที่ทำให้เลือกซื้อ	0.516
เหตุผลที่ทำให้เลือกซื้อ	0.007*
ที่ตั้งและลักษณะของโครงการ	0.000*

พฤติกรรมของลูกค้า	Sig.
ตัวบ้านและการก่อสร้าง	0.001*
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	0.000*
การส่งเสริมการขาย	0.011*
สื่อโฆษณาของโครงการ	0.022*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า จากการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบบ้านที่ซื้อ และวัตถุประสงค์ที่ทำให้เลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลที่ทำให้เลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร ที่ตั้งและลักษณะของโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ ตัวบ้านและการก่อสร้างที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ การส่งเสริมการขายที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ และสื่อโฆษณาของโครงการบ้านจัดสรรที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1) ระดับความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบริการ สาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วิณา ศรีเจริญ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการ และพนักงาน รัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรวมผู้บริโภคมียกระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านการออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวก

2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีเหตุผลที่ทำให้เลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร ที่ตั้งและลักษณะของโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ ตัวบ้านและการก่อสร้างที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ การส่งเสริมการขายที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ และสื่อโฆษณาของโครงการบ้านจัดสรรที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา กองสุข (2561) ได้ศึกษา ศึกษาารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านของ ผู้บริโภค กรณีศึกษา: บริษัท พี ซี คอนเนคชั่นจำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อ

รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านของ ผู้บริโภค กรณีศึกษา: บริษัท บี ซี คอนเนคชั่นจำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย

1) ทางโครงการบ้านจัดสรร ควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนมากขึ้น เพราะปัจจัยทั้งสองด้านนี้เป็นปัจจัยที่จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการเลือกโครงการบ้านจัดสรรได้ในที่สุด การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ให้มีความตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

2) ทางโครงการบ้านจัดสรร ควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งและลักษณะของโครงการ ใกล้ถนนใหญ่ เพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านคมนาคมให้กับกลุ่มผู้บริโภค เตรียมความพร้อมเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าอยู่ได้ทันที พัฒนาปรับปรุงระบบการรักษาความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งการนำเสนอเงื่อนไขส่วนลดพิเศษให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์ในปัจจุบันมีหลากหลายและมีปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าที่ซับซ้อน ดังนั้นในการศึกษาเพื่อจะนำไปพัฒนาควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เพิ่มขึ้น และสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

2) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตของประชากร เพื่อศึกษากลุ่มประชากรที่หลากหลายและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างแต่ละพื้นที่ได้

3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ฉะนั้นในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกและความหลากหลายของข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานันท์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จรรยา กองสุก. (2561). รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านของ ผู้บริโภค กรณีศึกษา: บริษัท บี ซี คอนเนคชั่น จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 7(1), 51-67.

ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566 : ธุรกิจที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด (6 จังหวัดหลัก). ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/housing-in-upcountry/IO/io-Housing-in-Upcountry-21>
- นวลอนงค์ วิเชียร. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อระบบกล้องวงจรปิด. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2564, จาก <https://doctemple.wordpress.com>
- ลิขิตา เฉลิมพลโยธิน. (2561). การวิจัยแบบออกแบบแปลงรูป (The Research transformative design). วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(2), 2610 – 2622.
- วีณา ศรีเจริญ. (2558). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2564). วิเคราะห์ตลาดที่อยู่อาศัยภาคใต้ อุปสงค์ตอบรับที่อยู่อาศัยแนวราบ ชะลอโครงการใหม่ปรับสมดุลตลาด. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/32215>
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd Ed.). New York: Harper and Row Publications.