

กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี  
THE PROCESS OF BUYING A TOWNHOME FOR THE  
POPULATION IN NONGTHABURI PROVINCE

ปัทมา มิตรเมือง  
สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Miss Patama Midmaung  
E-mail: 6214154058@rumail.ru.ac.th  
Accounting, Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี (2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือประชากรในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมต่างกันและประชากรในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุ ระดับการศึกษาและจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมไม่ต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจซื้อ; บ้านทาวน์โฮม; ส่วนประสมทางการตลาด; คุณภาพสิ่งแวดล้อม

## ABSTRACT

The aim of this research (1) To study the decision making process to buy a townhome of the population in Nonthaburi Province. (2) To study the decision making process to buy a townhome of the population in Nonthaburi Province Classified by demographic factors. (3) To study the factors of marketing mix environmental factors and psychological factors that affects the decision making process to buy a townhome of the population in Nonthaburi Province.

The sample of used in this research was 400 people in Bangkok by using questionnaires as a tool. The statistics used for the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis was tested by t-test, (One-way ANOVA).If differences are found, they will be compared using LSD methods and multiple regression analysis.

The hypothesis testing results showed that Populations in Nonthaburi Province with different gender, occupation and average monthly income This makes the decision process to buy a townhome differs and the population in Nonthaburi with different age, education level and number of family members This makes the decision-making process to buy a townhome different Marketing mix factors marketing promotion Does not affect the decision making process to buy a townhome of the population in Nonthaburi Province Factors of marketing mix Product, price, distribution channel environmental factors and psychological factors Affects the decision making process to buy a townhome of the population in Nonthaburi Province.

**Keywords:** Buying Decision; Townhome; Marketing mix

## บทนำ

ในปัจจุบันบ้านทาวน์โฮมเป็นที่อยู่อาศัยที่ครอบครัวรุ่นใหม่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยที่สร้างความสะดวกสบายภาคภูมิใจให้กับผู้เป็นเจ้าของ ตัวเลือกแรกๆ การมองหาที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรี เป็นทำเลที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ทำให้ที่อยู่อาศัยในโซนนี้เด่นเป็นพิเศษและเนื่องจากที่ดินแปลงใหญ่ในโซนนี้เริ่มหาได้ยาก ทำให้มีโครงการบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์โฮมเกิดขึ้นมาหลายโครงการ ทำให้ผู้ประกอบการเกิดปัญหาว่าจะดำเนินธุรกิจอย่างไร ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่จะซื้อบ้านทาวน์โฮม อย่างแท้จริง จากนโยบายการกระจายความเจริญสู่จังหวัดรอบนอกกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้มีการลงทุนในระบบสาธารณูปโภคจากภาครัฐหลายโครงการทั้งการขยายและตัดถนนไปเชื่อมต่อจังหวัดใกล้เคียง อีกทั้งผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ต่อธุรกิจผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวในเรื่องของสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องกระบวนการตัดสินใจกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม โดยมีแนวคิดในการวิจัยคือ การศึกษาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัวว่ามีความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของ

ประชากรในจังหวัดนนทบุรี และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านจิตวิทยาว่ามีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม หรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์สร้างจุดแข็งให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

### ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตของประชากร ในการศึกษาวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ ได้ทำการเลือกกลุ่ม ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีความหลากหลายในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านความคิด ด้านความรู้สึกรู้สึก ด้านทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งจากความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน จึงทำให้มีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ รวมถึงเพื่อศึกษาคนคว่าปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยา

ตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

## ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

### **ด้านการรับรู้ปัญหา**

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการรับรู้ปัญหา ถึงความต้องการ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ว่า การที่ผู้บริโภครู้จักปัญหา และความต้องการในสินค้าก็คือการซื้อบ้านทาวนโฮมเพราะอยู่ใกล้ที่ทำงานและการคมนาคมสะดวกเข้าถึงง่ายรวมทั้งการพิจารณาถึงความต้องการของท่าน สิ่งเหล่านี้ อาจจะเป็นสิ่งที่สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

### **ด้านการค้นหาข้อมูล**

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการค้นหาข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้โดยของการค้นหาข้อมูล ได้ว่า เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหานั้นคือเกิดความต้องการแล้วก็จะค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต คนใกล้ชิด เพื่อนและคนในครอบครัวเพื่อนามาใช้ในประกอบการพิจารณาการตัดสินใจของผู้บริโภค

### **ด้านการประเมินผลทางเลือก**

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการประเมินผลทางเลือก ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้โดยของการประเมินผลทางเลือก ได้ว่า การพิจารณาเลือกคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล เช่น ความสะดวกในการเข้า-ออกโครงการและใกล้แหล่งชุมชน มีขนาดเหมาะสมกับจำนวนสมาชิกในครอบครัว และแบบบ้านทาวนโฮมตรงตามความต้องการของท่าน สิ่งเหล่านี้จะช่วยประเมินแต่ละทางเลือกเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

### **ด้านการตัดสินใจซื้อ**

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้โดยของการตัดสินใจซื้อ ได้ว่า เกิดจากการผ่านกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อบ้านทาวนโฮมโดยคำนึงถึงคุณภาพและรูปแบบสถาปัตยกรรมหรือได้รับเงื่อนไขพิเศษทางการค้ารวมถึงความประทับใจในบุคลากรหรือพนักงานขายของโครงการสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อได้ง่ายขึ้น

### **ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ**

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้โดยของพฤติกรรมหลังการซื้อ ได้ว่า เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลัง จากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของบ้านทาวนโฮมได้เป็นไปตามความคาดหวังที่ท่านต้องการความพึงพอใจกับบริการหลังการขายและแนะนำ เพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ ให้มาซื้อบ้านทาวนโฮม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยในการเพิ่มยอดขายของโครงการบ้านทาวนโฮม

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการศึกษาที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์วิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ที่ซื้อบ้านทาวน์โฮมได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ  $\infty$  (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสอบถามปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประชากร ซึ่งจะประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งจะเป็คำถามแบบปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 14 ข้อ และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามที่ถามเกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามที่ถามเกี่ยวกับด้านจิตวิทยา ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ จะใช้เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อตีความหมาย ดังนี้ 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด, 4 = ระดับความสำคัญมาก, 3 = ระดับความสำคัญปานกลาง, 2 = ระดับความสำคัญน้อย, 1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ จะใช้เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อตีความหมาย ดังนี้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

1.4. เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะมีข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

1.5. ช่วงเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ เพื่อใช้ในการตีความหมายดังต่อไปนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 - มีระดับความสำคัญในระดับน้อยที่สุด, 1.81-2.60 - มีระดับความสำคัญในระดับน้อย, 2.61-3.40 - มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง, 3.41-4.20 - มีระดับความสำคัญในระดับมาก, 4.21-5.00 - มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
  - 1.1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว
  - 1.2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านจิตวิทยาและกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี
2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
  - 2.1. กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตาม เพศ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test และในส่วนของ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช้วิธีของ LSD
  - 2.2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี โดยรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ด้านการประเมินผลทางเลือก มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ตามลำดับ
2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยประชากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้
  - 2.1 ประชากรในจังหวัดนนทบุรีที่มีเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมต่างกัน
  - 2.2 ประชากรในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุ ระดับการศึกษาและจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมไม่ต่างกัน
3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้
  - 3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก

1.1. ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ จะพิจารณาถึงการคมนาคมสะดวกเข้าถึงง่ายในการที่จะซื้อบ้านทาวน์โฮม ซึ่งการตอบสนองความต้องการนั้นและรู้ถึงปัญหาของความต้อการมาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ซึ่งเป็นการเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพคุณ เสียงประสิทธิ์ (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล

1.2. ด้านการค้นหาข้อมูลของประชากรในจังหวัดนนทบุรีอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ จะพิจารณาจากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และสอบถามข้อมูลจากคนใกล้ชิด เช่น เพื่อนหรือครอบครัว หรือจากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือนิตยสาร เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อประเมินความคุ้มค่าและประกอบการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เมธัส ธีระจิตมัน (2561) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.3. ด้านการประเมินผลทางเลือกของประชากรในจังหวัดนนทบุรีอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ จะพิจารณาแบบบ้านเหมาะกับขนาดครอบครัวและแบบบ้านที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเข้า-ออกสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปที่ดีที่สุดสำหรับการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัชพล กติกาวงศ์จร (2556) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮมในจังหวัดปทุมธานี

1.4. ด้านการตัดสินใจซื้อ ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเพราะได้รับเงื่อนไขพิเศษทางการค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพและรูปแบบสถาปัตยกรรม และได้พิจารณาเงื่อนไขพิเศษทางการค้าก่อนตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธงชัย ชูสุน (2556) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

1.5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมเพราะลักษณะของบ้านเป็นไปตามที่คาดหวัง และรู้สึกพอใจในการบริการหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรฟ้า โชคสมเกษม (2558) วิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนทำงาน รุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อ บ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันนั้น ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม นั้น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายต่างให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮม ซึ่งสอดคล้องกับ เจริญจิตต์ ผงงวิริยาทร (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร

2.2. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อายุไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดความต้องการซื้อบ้านทาวน์โฮม อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันมีโครงการบ้านที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมในทุกช่วงอายุ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ รมณ์ภู อภิชาติวุฒิขกุล (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตตำบลบางเมือง อำเภอบางเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

2.3. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ระดับการศึกษานั้นไม่ได้มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม เนื่องจากความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นไม่มีผลต่อระดับการศึกษาที่ประชากรส่วนใหญ่ชั้นศึกษาอยู่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อนันสรีย์ เพชรขุ่ม (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอลวกแดง จังหวัดระยอง

2.4. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพ ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม เนื่องจากความต้องการของแต่ละบุคคลมีผลต่ออาชีพที่ประชากรส่วนใหญ่ชั้นประกอบอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิพร บุญชู (2560) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่อำเภอบางเมือง จังหวัดราชบุรี

2.5. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล หรือเนื่องจากสถานภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลหรือครอบครัวนั้น มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ (2558) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในกรุงเทพมหานคร

2.6. ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม อาจเนื่องมาจากเนื่องจากการที่ครอบครัวใดครอบครัวหนึ่ง มีเป้าหมายที่จะซื้อบ้านใหม่นั้น ต้องมีการวางแผนเป็นอย่างดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ธัญญลักษณ์ อัครกรณ์ดน้อย (2561) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ให้



ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา รวมทั้งความเหมาะสมการจัดวางแบบแปลนโครงการบ้าน มีการออกแบบที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงการประหยัดพลังงานรวมถึงรูปแบบตัวบ้านดูทันสมัยสวยงาม พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ สวนและระบบรักษาความปลอดภัย ซึ่งผลที่ไม่สอดคล้องกับเจริญจิตติ ผจงวิริยาทร (2559) วิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร

3.2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง ราคาที่สมเหตุ สมผลเพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติความคุ้มค่าของราคา จำนวนเงิน และระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสมเมื่อเทียบกับโครงการบ้านใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันสรีย์ เพชรขุ้ม (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง

3.3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องการคมนาคมสะดวกต่อการเข้าถึง สามารถเข้า-ออก ได้หลายเส้นทางมีรถสาธารณะผ่าน เช่น รถไฟฟ้า รถประจำทาง มีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตรายและตั้งอยู่ใกล้ชุมชน แหล่งธุรกิจและศูนย์ราชการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศชนก สุนทรพฤษ์ (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในเขต สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ยังไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของโปรโมชั่น ส่วนลด ของแถม ฟรี ค่าธรรมเนียมในการโอนและระยะเวลาในการการรับประกันคุณภาพงานก่อสร้างรวมทั้งประทับใจในบุคลากร หรือพนักงานขายของโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธัส ธิระจิตมัน (2561) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.5. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในเรื่องของโครงการบ้านทาวน์โฮม ที่มีความสวยงามของสภาพแวดล้อมไม่เสี่ยงต่อภัยธรรมชาติและปราศจากมลภาวะด้านต่าง ๆ เช่น ทางน้ำ ทางอากาศ ทางเสียง รวมทั้งบริเวณรอบโครงการอยู่ไกลจากโรงงานอุตสาหกรรม ,แหล่งน้ำเสีย และใช้วัสดุสร้างบ้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ (2558) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.6. ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ในเรื่องของ ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมที่พักอาศัยสงบ ร่มรื่นสามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้ทั้งภายในและภายนอกของโครงการที่สวยงาม รูปลักษณ์การดีไซน์, วัสดุตกแต่งได้มาตรฐาน สวยงามและทันสมัย รวมทั้งความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้สร้างโครงการบ้านและการเลือกใช้วัสดุในการก่อสร้างที่ได้คุณภาพและการมีชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา นีรามัยธาดา (2559) วิจัยเรื่อง ศึกษา

ปัจจัยด้านจิตวิทยาทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตบางกะปิ ตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอกกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### **ข้อเสนอแนะ**

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ประโยชน์เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการซื้อขายบ้านทาวน์โฮมหรือผู้ที่สนใจที่จะประกอบธุรกิจซื้อขายบ้านทาวน์โฮม โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### **ปัจจัยส่วนบุคคล**

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านประชากร โดยแบ่งเป็นด้านเพศ ด้านอายุ และด้านรายได้เฉลี่ย ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ การโฆษณาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนแต่ละกลุ่มได้อย่างง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ส่วนประชากร ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ให้กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีไม่ต่างกัน ผู้ประกอบการอาจไม่ต้องเน้นประเด็นด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว เพราะความต้องการซื้อบ้านทาวน์โฮม นั้นอาจเกิดขึ้นได้กับทุกช่วงอายุ ทุกระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกอยู่แล้ว

### **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นั้นมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรีโดยมีข้อเสนอแนะคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา แบบแปลนของโครงการบ้านทาวน์โฮมที่เหมาะสม มีการออกแบบที่คำนึงการประหยัดพลังงานรวมถึงรูปแบบตัวบ้านดูทันสมัยสวยงาม พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

2. ด้านราคา จากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง ราคาที่สมเหตุ สมผล ความคุ้มค่าและระยะเวลาผ่อนดาวน์เหมาะสมเมื่อเทียบกับโครงการบ้านใกล้เคียงเพื่อสร้างจุดสนใจทำให้ผู้บริโภคเกิดความอยากรู้ที่จะสามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมเพิ่มเติมได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการคมนาคมสะดวกต่อการเข้าถึง สามารถเข้า-ออก ได้หลายเส้นทางมีรถสาธารณะผ่าน เช่น รถไฟฟ้า รถประจำทาง และมีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชน แหล่งธุรกิจและศูนย์ราชการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

### **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม**

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม นั้นมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงโครงการบ้านทาวน์โฮม ที่มีความสวยงามของสภาพแวดล้อมไม่เสี่ยงต่อภัยธรรมชาติในพื้นที่ตั้งของโครงการและต้องปราศจากมลภาวะด้าน

ต่าง ๆ เช่น ทางน้ำ ทางอากาศ ทางเสียง รวมทั้งบริเวณรอบโครงการอยู่ไกลจากโรงงานอุตสาหกรรม ,แหล่งน้ำเสีย และวัสดุสร้างบ้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดเพื่อสร้างความไว้วางใจกับผู้บริโภค

### ปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา นั้นมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮมของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมที่พอกอาศัยสงบร่มรื่นสามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้ทั้งภายในและภายนอกของโครงการที่สวยงาม รูปลักษณ์การดีไซน์, วัสดุตกแต่งได้มาตรฐาน สวยงามและทันสมัย โดยสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้สร้างโครงการบ้านและการเลือกใช้วัสดุในการก่อสร้างที่ได้คุณภาพ และชื่อเสียงของเจ้าของโครงการ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี เช่น ปัจจัยด้านค่านิยม ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังจากตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม แล้ว เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่และสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
2. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในจังหวัดนนทบุรีเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างจากเดิม หรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร จากเดิมที่เป็นเพียงจังหวัดนนทบุรี อาจจะเพิ่มเป็นประชากรในระดับประเทศ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นประกอบซึ่งนอกเหนือไปจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเอง และมีโอกาสในการเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการศึกษารายละเอียดในเชิงลึก

### เอกสารอ้างอิง

- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร* ค้นคว้าอิสระหลักสูตร มหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ฉัตรฟ้า โชคสมเกษม. (2558). *กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร* ค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ณัชพล กติกาวงศ์ขจร. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮมในจังหวัดปทุมธานี* การศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไปคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

- ธัญญลักษณ์ อัครกรณ์ดนัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
- นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงูจังหวัดสตูล. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยลงขลานครินทร์
- นริศรา นิรามัยธาดา. (2559). ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตบางกะปิ. หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์และการจัดการเชิงธุรกิจคณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พิศชนก สุนทรฤกษ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคในเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- ภูวิศ สิงห์สกุลชัยชาญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกินกว่า 8 ชั้น (High Rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เมธัส ธีระจิตมัน. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล
- รณภฏ อภิวาณิชกุล. (2559). ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขต ตำบลบางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิตกลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อนันสรีย์ เพชรขุ้ม. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง. หลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี