

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากหมู่บ้านจัดสรร จำนวน 5 หมู่บ้าน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ โครงการหมู่บ้านชลดา (สันทราย - แม่โจ้), รีเจนท์ 2 (สันทรายสายเก่า), รีเจนท์ 1 (สันทราย - คอยสะเก็ด), เดอะลาภูนน่าโฮม โครงการ 9, หมู่บ้านสิริพรคันทรียิลด์วิลล่า โครงการ 8, หมู่บ้านพิกัด โครงการ 4 (สันทราย - สันกำแพง) จำนวน 326 ราย ทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยใช้หลักสถิติ ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การกำหนดค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples Test) ด้วยวิธี t - Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) สำหรับตัวแปรอิสระที่มีปัจจัยย่อยมากกว่า 2 ค่าขึ้นไป ด้วยวิธี F - Test และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe') โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 5 ตอน ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ทำการศึกษาจากปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนพบว่า

ผู้บริโภคร้อยละ 52.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 47.5 เป็นเพศชาย ด้านสถานภาพ ร้อยละ 62.6 มีสถานภาพสมรสแล้ว และร้อยละ 37.4 มีสถานภาพโสด ด้านอายุ ร้อยละ 43.2 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 31.9 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ด้านรายได้ต่อเดือน ร้อยละ 45.7 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 27.3 มีรายได้ต่อเดือน 7,000 - 10,000 บาท

ด้านระดับการศึกษา ร้อยละ 53.4 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 19.0 มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ด้านอาชีพ ร้อยละ 33.7 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.2 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และด้านสมาชิกในครัวเรือน พบว่า ร้อยละ 55.2 มีจำนวนสมาชิก 3 - 4 คน ร้อยละ 23.3 มีจำนวนสมาชิก 5 - 6 คน

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด และ ข้อมูลทั่วไป

การศึกษาปัจจัยทางการตลาด และ ข้อมูลทั่วไป ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ ปัจจัยทางการตลาด และข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้แบ่งปัจจัยทางการตลาดออกเป็น 4 ส่วนคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องคุณภาพของบ้านเดี่ยวส่งผลการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.40) วัสดุที่ใช้ทำบ้านมีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ด้านราคา ในภาพรวมปัจจัยด้านราคาส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ราคาเปรียบเทียบในท้องตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องมีการตกแต่งร้านค้าและจัดสินค้าเป็นระเบียบ และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยผู้บริโภครับรู้ถึงความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องการรับประกันตัวบ้านและวัสดุอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และ สามารถเจรจาต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ข้อมูลทั่วไปที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ด้านส่วนสำคัญในการเลือกซื้อบ้าน ร้อยละ 58.6 ให้ความสำคัญของวัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้าน ร้อยละ 51.8 ให้ความสำคัญที่แบบบ้าน ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ร้อยละ 75.2 เลือกซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ร้อยละ 24.8 เลือกซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้น ด้านพื้นที่ ร้อยละ 61.6 เลือกซื้อบ้านพร้อมที่ดินขนาด 50 - 100 ตารางวา ร้อยละ 22.4 เลือกซื้อบ้านพร้อมที่ดินขนาดน้อยกว่า 50 ตารางวา ด้านราคาบ้านพร้อมที่ดินที่เลือกซื้อ ร้อยละ 36.8 เลือกซื้อบ้านพร้อมที่ดินในราคา 7000,000 - 1,000,000 บาท ร้อยละ 30.1 เลือกซื้อในราคา 1,000,001 - 1,500,000 บาท

ด้านการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ร้อยละ 29.7 มีความเห็นว่าการส่งเสริมการขายมีส่วนบ้างในการตัดสินใจเลือกซื้อ ร้อยละ 29.7 มีความเห็นว่าการส่งเสริมการขายมีส่วนมากในการตัดสินใจเลือกซื้อ ด้านการศึกษาโครงการหมู่บ้านอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 88.3 เคยศึกษาโครงการหมู่บ้านอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ร้อยละ 11.7 ไม่เคยศึกษาโครงการหมู่บ้านอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ด้านการมาดูโครงการก่อนวางเงินดาวน์ ร้อยละ 36.5 ใช้เวลามาดูโครงการก่อนวางเงินดาวน์ 1 - 2 ครั้ง ร้อยละ 32.8 ใช้เวลามาดูโครงการก่อนวางเงินดาวน์ 5 - 6 ครั้ง ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 51.8 ตัดสินใจเลือกซื้อในระยะเวลา 3 - 6 เดือน ร้อยละ 28.8 ตัดสินใจเลือกซื้อในระยะเวลา 1 - 2 เดือน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้ศึกษาถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว พบว่า ด้านความต้องการบ้านเดี่ยว ร้อยละ 69.0 ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวเป็นของตนเอง ร้อยละ 50.6 ต้องการซื้อบ้านใหม่ ด้านการค้นหาข้อมูล ร้อยละ 67.8 ค้นหาข้อมูลของบ้านเดี่ยวจากแหล่งซื้อขายบ้าน ร้อยละ 58.6 ค้นหาข้อมูลจากสื่อ โฆษณา ทางทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ ด้านการประเมินและวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ 52.1 ประเมินจากแบบบ้าน มีสไลด์ การดีไซน์บ้าน ร้อยละ

49.4 ประเมินจากการรับประกันตัวบ้าน ด้านปัจจัยที่คำนึงถึงการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ร้อยละ 78.2 คำนึงถึงคุณภาพบ้าน ร้อยละ 60.7 คำนึงถึงราคาบ้านที่ซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อบ้านเดี่ยว ร้อยละ 54.6 มีความพึงพอใจในบริการหลังการขาย ร้อยละ 36.2 มีการแนะนำผู้อื่นให้มาซื้อบ้าน

ตอนที่ 4 ปัญหา และอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัด เชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคประสบปัญหาเรื่อง ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ (ค่าเฉลี่ย 2.05) ขาดการดูแลบ้านหลังจากโอนบ้านไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 1.94) ทำสัญญาขาด ทำเรื่องกู้เงินจากธนาคารไม่ได้ (ค่าเฉลี่ย 1.87)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ทำการทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้ 2 สมมติฐานคือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว พบว่า

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน (ค่าสถิติ 0.002) ระดับการศึกษา (ค่าสถิติ 0.000) และ สมาชิกในครัวเรือน (ค่าสถิติ 0.045) มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

ปัจจัยด้านเพศ (ค่าสถิติ 0.652) อายุ (ค่าสถิติ 0.204) และอาชีพ (ค่าสถิติ 0.051) มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

สำหรับการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว พบว่า

ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่อง คุณภาพบ้าน (ค่าสถิติ 0.017) ราคาบ้าน (ค่าสถิติ 0.014) การรักษาความปลอดภัยที่ดี สาธารณูปโภคต่าง ๆ (ค่าสถิติ 0.000) และ ชื่อเสียงของโครงการบ้าน (ค่าสถิติ 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

ราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่อง คุณภาพบ้าน (ค่าสถิติ 0.038) ราคาบ้าน (ค่าสถิติ 0.000) การรักษาความปลอดภัยที่ดี สาธารณูปโภคต่าง ๆ (ค่าสถิติ 0.000) และ ชื่อเสียงของโครงการบ้าน (ค่าสถิติ 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

การจัดจำหน่ายมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่อง การรักษาความปลอดภัยที่ดี สาธารณูปโภคต่าง ๆ (ค่าสถิติ 0.006) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$) และ ไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพบ้าน (ค่าสถิติ 0.500) ราคาบ้าน (ค่าสถิติ 0.681) และ ชื่อเสียงของโครงการบ้าน (ค่าสถิติ 0.062) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่อง ราคาบ้าน (ค่าสถิติ 0.009) และ ชื่อเสียงของโครงการบ้าน (ค่าสถิติ 0.010) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$) และ ไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยย่อยในเรื่อง คุณภาพบ้าน (ค่าสถิติ 0.495) และ การรักษาความปลอดภัยที่ดี สาธารณูปโภคต่าง ๆ (ค่าสถิติ 0.140) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุดในแต่ละด้านได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง คุณภาพของบ้านเดี่ยว วัสดุที่ใช้มีมาตรฐาน ด้านราคาในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง มีการตกแต่งร้านค้าและจัดสินค้า เป็นระเบียบ และมีความน่าเชื่อถือ และด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การรับประกันตัวบ้านและวัสดุอุปกรณ์ จะเห็นได้ว่าโดยภาพรวม ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของบ้านเดี่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากบ้านเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีพ และราคาของบ้านที่มีราคาสูง ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจึงต้องคำนึงถึงความสำคัญในด้านคุณภาพควบคู่ไปกับราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกาแก้ว จิตรักษ์ (2549) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี พบว่าความต้องการมาตรฐานความปลอดภัย ความมั่นใจในการได้รับความคุ้มครองจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ราคาขายที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีผลมากที่สุด และงานวิจัยของ ปิยะ จรชล (2550) ทำการศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในอำเภอ

บางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชน ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด

ด้านปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิวนั้น ผู้บริโภคประสบปัญหาในระดับน้อย โดยส่วนมากจะประสบปัญหาเกี่ยวกับการทำสัญญาเงินกู้ การผ่อนชำระกับธนาคาร ซึ่งมีส่วนน้อยที่จะชำระเป็นเงินสดเต็มจำนวน ซึ่งต้องใช้เงินสดจำนวนมาก ดังนั้นการผ่อนชำระผ่านทางธนาคาร จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิยด้วยวิธีนี้ เนื่องจากปัจจุบันสถานะทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ความต้องการของผู้บริโภคชะลอตัว ปัญหาทางการเมือง และปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ทำให้ทางธนาคารรัดกุมในการอนุมัติเงินกู้เพิ่มมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดหนี้เสียในระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อวยพร บุญยืน (2543) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตฝั่งเมืองรวมจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้ซื้อบ้านจัดสรรใช้ในการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระบบการชำระเงินที่ใช้เงินคาวนั ระยะเวลากการชำระเงิน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิยพบว่า เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิยมักจะประสบปัญหาในด้านไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ ได้โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้ หากว่ามีการทำสัญญาในการซื้อขายกับผู้ขายแล้ว อาจต้องมีการศึกษาแนวทางแก้ไขในสัญญาดังกล่าว หรืออาจมีการศึกษา หรือ มีการควบคุมดูแลด้วยตนเองในระหว่างการก่อสร้างในกรณีที่ยังก่อสร้างไม่เสร็จ หรือศึกษารายละเอียดของบ้านเดิยว่าสอดคล้องกับตามที่โฆษณาหรือไม่ หากถ้าผู้ขายเองมีการผิดสัญญาจริงอาจต้องมีการพูดคุยถึงความผิดที่ผู้ขายเป็นผู้กระทำตามสัญญาซื้อขาย

สำหรับปัญหาด้านการขอสินเชื่อ หรือ วงเงินกู้ที่ทำกับทางธนาคาร ซึ่งปัญหานี้มีบุคคลที่สามมาเกี่ยวข้องก็คือธนาคาร ผู้ปล่อยสินเชื่อ ซึ่งปัญหาดังกล่าวทางผู้บริโภคเองควรคำนึงถึงรายได้ของตนเอง กับราคาของบ้านที่ผ่อนชำระว่าเหมาะสมกันหรือไม่ เพราะเนื่องจากปัจจุบัน ความไม่แน่นอนของสถานะเศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ส่งผลทำให้ธนาคารต้องพิจารณาการอนุมัติสินเชื่ออย่างรัดกุม ทำให้ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดิยประสบปัญหาในส่วนนี้ นอกจากนี้แล้ว การหาข้อมูลของธนาคารที่ปล่อยสินเชื่อเกี่ยวกับการซื้อ

บ้านก็เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการศึกษาถึงข้อมูลของแหล่งเงินทุน รวมทั้งการรายได้ของผู้บริโภคเองมีความเหมาะสมกับบ้านเดี่ยวที่จะเลือกซื้อหรือไม่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวทั้งที่ตัดสินใจซื้อแล้ว หรือกำลังจะซื้อ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในอนาคต ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาในเรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในลักษณะเดียวกัน แต่เปลี่ยนสถานที่ทำการศึกษ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีการขยายตัวของบ้านเดี่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต เพื่อทราบถึงการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในพื้นที่ดังกล่าว
2. ควรทำการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากจากซื้อบ้านเดี่ยวจากผู้จัดจำหน่าย เพื่อทราบถึงปัญหาในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว และหาวิธีการแก้ไขของทั้งผู้ซื้อและผู้จำหน่าย
3. ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในลักษณะอื่น ๆ เช่นทาวน์เฮาส์ หรือบ้านแฝด เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ และการตัดสินใจเลือกซื้อที่พักในลักษณะดังกล่าว