



มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 211-218.

การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

คุณลักษณะของบ้านเดี่ยว ในย่านรังสิตที่ผู้ซื้อต้องการ***

THE CHARACTERISTICS OF THE HOUSE IN RANGSIT AREA
THAT THE BUYERS NEED

ไพศาล แจ่มใส*

อดิ ไทยานันท์**

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในทำเลย่าน
รังสิต ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจ
ซื้อบ้านเดี่ยว ในทำเลย่านรังสิต จำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองมีความสามารถในการพยากรณ์
เท่ากับร้อยละ 92.50 คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ (1) ราคาขายต่อ
หลัง ร้อยละ 31.24 และชอบราคาที่ถูกที่สุด คือ 2.80-3.40 ล้านบาท (2) รูปแบบสไตล์บ้านเดี่ยว ร้อยละ 26.87 และ
รูปแบบสไตล์ที่ชอบมากที่สุด คือ อิงริชคอตเทจ (3) ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน ร้อยละ 21.69 และขนาดพื้นที่
ใช้สอยที่ชอบมากที่สุด คือ ขนาด 121-150 ตารางเมตร และ (4) ฟังก์ชันใช้สอยภายในบ้าน (แบบแปลน) ร้อยละ
20.20 โดยไม่ชอบแบบแปลนบ้านทั้งหมดสามแบบที่กำหนดให้ และไม่ชอบแบบแปลนที่ 1 น้อยที่สุด และ
อรรถประโยชน์รวมสูงสุดเท่ากับ 6.229 ซึ่งเป็นบ้านที่มีคุณลักษณะรูปแบบสไตล์อิงริชคอตเทจ มีขนาดพื้นที่ใช้
สอยภายใน 90-100 ตารางเมตร เป็นแบบแปลนที่ 1 และมีระดับราคา 2.80-3.40 ล้านบาท

ABSTRACT

In this thesis, analyze the preferences in buying a single house in Rangsit Area. Conjoint analysis was
used to analyze data from interviews of 300 respondents by interest a single house in Rangsit Area. The study
indicated that, the model has a predictive ability of 92.50 percent. The most important consumer attributes are
as follows: (1) selling price 31.24 percent the cheapest price is 2.80 - 3.40 million-baht, (2) house style 26.87
percent single house the most favorite style is English Cottage, (3) living area in house 21.69 percent the largest
size is 121-150 square meters, and (4) the function in house (plan) 20.20 percent did not like all three plans but

*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

***คำสำคัญ (keywords): คุณลักษณะของบ้านเดี่ยว (characteristics of the house), ย่านรังสิต (Rangsit area)



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

like most with plan 1. The maximum total utility of 6.229, which is house to the English Cottage style, the size of the building is 90 - 100 square meters, the first plan and the price of 2.80 - 3.40 million baht.

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ หลังวิกฤติปี พ.ศ. 2540 ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น มีการปรับปรุงแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เน้นความมั่นคง และประสิทธิภาพมากขึ้น มีปัจจัยที่สนับสนุนธุรกิจ เช่น ทิศทางการดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายของคณะกรรมการนโยบายการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย (กนง.) โดยใช้อัตราดอกเบี้ยนโยบายทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะเป็ปัจจัยหนุน ประการที่สำคัญต่อภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แต่จากปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ภาคธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องประสบกับความผันผวนตลอดเวลาและยากต่อการควบคุม ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่แข่งขันกันผลิตบ้านพักอาศัย ราคาอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว นับวันก็ยังมีราคาที่สูงขึ้นทุกปี ทั้งนี้ส่วนหนึ่งมาจากราคาที่ดินที่สูงขึ้นทุกปี ยิ่งเขตพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานครที่นับวันราคาที่ดินสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำเลย่านรังสิต เป็นอีกหนึ่งทำเล สำหรับตลาดอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ที่มีราคาเพิ่มมากขึ้น จนราคาเข้าถึงได้ยากสำหรับผู้บริโภค การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมทางด้านคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว เป็นวิธีการหนึ่งที่น่ามาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับบ้านเดี่ยว ให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว ในเขตทำเลย่านรังสิตที่ผู้ซื้อพึงพอใจ

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพ ชัดเจน และสามารถนำไปใช้ได้จริงตรงตามวัตถุประสงค์ จึงมีขอบเขตงานวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ในทำเลย่านรังสิต

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มบุคคลที่มีสถานะหน้าที่การงาน มีศักยภาพในการซื้อหรือมีความสนใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวนทั้งหมด 300 ตัวอย่าง



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี

ขอบเขตด้านระยะเวลาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำมาออกแบบชุดแบบสอบถามเพื่อสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับงานวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่ได้รับ

จากข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคในตลาดอสังหาริมทรัพย์ สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว รวมทั้งการตั้งราคาขายอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ในทำเลย่านรังสิต ให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและความต้องการของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการที่ผู้วิจัยทำการออกแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากแหล่งข้อมูลด้านอสังหาริมทรัพย์ เช่น จำนวนบ้านเดี่ยวในเขตพื้นที่ทำเลย่านรังสิต คำนีราคาบ้านและที่ดิน จากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้ในการหาข้อสรุปของลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง ข้อสรุปหรือผลที่ได้จะใช้อธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลมา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าสถิติร้อยละ (percentage) โดยสถิติเชิงพรรณนาจะใช้สำหรับข้อมูลปฐมภูมิ โดยได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ของผู้วิจัย

2. วิธีการวิเคราะห์เชิงเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (conjoint analysis)

เนื่องจากการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านเดี่ยว สำหรับผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมทางสถิติ (SPSS) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม กับข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 3



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

ตาราง 1

ชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ชุดคุณลักษณะ	รูปแบบสไตล์บ้าน	พื้นที่ใช้สอย ภายใน (ตร.ม.)	ฟังก์ชันใช้สอย (แบบแปลน)	ราคา (ล้านบาทต่อหลัง)
1	สไตล์อิงริชคอทเทจ	90-100	แบบแปลนที่ 1	2.80-3.40
2	สไตล์อิงริชคอทเทจ	101-120	แบบแปลนที่ 2	3.41-4.00
3	สไตล์อิงริชคอทเทจ	121-150	แบบแปลนที่ 3	4.61-5.20
4	สไตล์คอนเทมโพรารี	101-120	แบบแปลนที่ 1	3.41-4.00
5	สไตล์คอนเทมโพรารี	121-150	แบบแปลนที่ 2	4.01-4.60
6	สไตล์คอนเทมโพรารี	121-150	แบบแปลนที่ 3	4.61-5.20
7	สไตล์โมเดิร์น	101-120	แบบแปลนที่ 1	3.41-4.00
8	สไตล์โมเดิร์น	121-150	แบบแปลนที่ 2	4.01-4.60

1. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลอง Ordinary Least Squares ทั้งนี้ได้กำหนดแบบจำลองในรูปแบบการทั่วไป เพื่อการประมาณค่า ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1House_1 + b_2House_2 + b_3House_3 + b_4Area_1 + b_5Area_2 + b_6Area_3 + b_7Plan_1 + b_8Plan_2 + b_9Plan_3 + b_{10}Price_1 + b_{11}Price_2 + b_{12}Price_3 + b_{13}Price_4$$

โดยที่ ความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์รวมที่ผู้บริโภคให้กับชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว (การตัดสินใจ) ในที่นี้คือ การเรียงลำดับ (ranking) ชุดคุณลักษณะบ้านเดี่ยวตามความชอบหรือตามระดับความพึงพอใจ

b_0 = ค่าคงที่

b_i = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (regression coefficient) แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของอรรถประโยชน์ (Y) เมื่อระดับคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวเปลี่ยนไป

House 1, 2, 3 = รูปแบบสไตล์บ้านเดี่ยว

Area 1, 2, 3 = ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายใน (ตร.ม.)

Plan 1, 2, 3 = ฟังก์ชันใช้สอยภายใน (แบบแปลน)

Price 1, 2, 3, 4 = ราคา (ล้านบาทต่อหลัง)

2. แบบจำลองที่ใช้การประมาณค่าความพึงพอใจในแต่ละคุณลักษณะ

ในการประมาณค่าความพึงพอใจของผู้บริโภค b_i นั้น การกำหนดแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของความสัมพันธ์ของแบบจำลองที่อาจเป็น metric หรือ non-metric ก็ได้ ทำให้แบบจำลองความพึงพอใจ (preference or part-worth models) แตกต่างกันไป (Green & Srinivasan, 1978, p. 105) ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถกำหนดความสัมพันธ์ของแบบจำลองได้ แสดงรายละเอียดที่ตาราง 2 ดังนี้



ตาราง 2

คุณลักษณะของบ้านเดี่ยวค่าระดับและความสัมพันธ์ของแบบจำลองความพึงพอใจ

คุณลักษณะบ้านเดี่ยว (Attribute)	ระดับ (Level)	ความสัมพันธ์ของ แบบจำลอง
รูปแบบสโตน์บ้าน	อิงริชคอทเทจ, คอนเทมโพรารี, โมเดิร์น	Discrete
ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายใน	90-100 ตร.ม., 101-120 ตร.ม., 121-150 ตร.ม.	Linear More
ฟังก์ชันใช้สอยภายใน	แบบแปลนที่ 1, 2, 3	Linear More
ราคา (ล้านบาทต่อหลัง)	2.80-3.40 ล้านบาท, 3.41-4.00 ล้านบาท 4.01-4.60 ล้านบาท, 4.61-5.20 ล้านบาท	Linear Less

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง

ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง ที่อาศัยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (conjoint analysis) จะพิจารณาจากค่าสถิติ Pearson's R และ Kendall's tau ซึ่งค่าสถิติทั้ง 2 นี้ จะแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของค่าความพึงพอใจ ที่พยากรณ์ได้จากแบบจำลองกับค่าความพึงพอใจที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม หรือแสดงให้เห็นถึงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างค่าที่ได้จากตัวอย่างกับค่าที่ประมาณได้จากแบบจำลอง

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะและระดับอรรถประโยชน์ที่มีต่อบ้านเดี่ยวโดยรวม มีดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวโดยรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ ในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านเดี่ยว พบว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ราคาขายต่อหลัง ร้อยละ 31.240 รองลงมา คือ รูปแบบสโตน์บ้าน ร้อยละ 26.866 ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน ร้อยละ 21.693 และฟังก์ชันพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน (แบบแปลน) ร้อยละ 20.200 โดยค่า Pearson's R และ ค่า Kendall's tau พบว่า สามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 95.20 และร้อยละ 85.70 ตามลำดับ



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคโดยรวม จำนวน 300 ตัวอย่าง

คุณลักษณะบ้านเดี่ยว (Attribute)	ระดับของคุณลักษณะ (Level of Attribute)	ระดับความพึงพอใจ (Utility)	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)	ความสำคัญ (%)
รูปแบบสไตล์บ้าน	อิงริชคอทเทจ	1.243	0.669	26.866
	คอนเทมโพรารี	-0.783	0.386	
	โมเดิร์น	-0.460	0.546	
ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายใน (ตร.ม.)	90-100 ตร.ม.	0.053	1.159	21.693
	101-120 ตร.ม.	0.107	2.317	
	121-150 ตร.ม.	0.160	3.476	
ฟังก์ชันใช้สอยภายในบ้าน (แบบแปลน)	แบบแปลนที่ 1	-0.141	1.281	31.240
	แบบแปลนที่ 2	-0.282	2.562	
	แบบแปลนที่ 3	-0.423	3.843	
ราคา (ล้านบาทต่อหลัง)	2.80-3.40 ล้านบาท	-0.303	1.159	
	3.41-4.00 ล้านบาท	-0.607	2.317	
	4.01-4.60 ล้านบาท	-0.910	3.476	
	4.61-5.20 ล้านบาท	-1.213	4.634	
Constant		5.377	1.159	100.00
			Pearson's R(sig)	0.952 (0.000)
			Kendall's tau(sig)	0.857 (0.001)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับอรรถประโยชน์ (predicted preference) ที่มีต่อชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวโดยรวม

จากผลการประมาณค่าความพึงพอใจรวมที่มีต่อชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค (ตาราง 3) สามารถนำมาคำนวณค่าความพึงพอใจรวมที่มีต่อชุดของคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวทั้ง 8 ชุด ในรูปสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 5.377 + 1.243House_1 - 0.783House_2 - 0.460House_3 + 0.053Area_1 + 0.107Area_2 + 0.160 Area_3 - 0.141Plan_1 - 0.282Plan_2 - 0.423Plan_3 - 0.303Price_1 - 0.607Price_2 - 0.910Price_3 - 1.213Price_4$$



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

ตาราง 4

ผลการประมาณค่าระดับบรรดประ โยชน์รวมที่มีต่อชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวในภาพรวม

ชุดคุณลักษณะ	รูปแบบสไตล์บ้าน	ขนาดพื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	ฟังก์ชันใช้สอยภายใน	ราคา (ล้านบาท)	ระดับบรรดประ โยชน์รวม	อันดับที่	Predicted preference
1	อิงริชคอทเทจ	90-100	แบบที่ 1	2.80 - 3.40	6.229	1	7.374
2	อิงริชคอทเทจ	101-120	แบบที่ 2	3.41 - 4.00	5.837	2	5.622
3	อิงริชคอทเทจ	121-150	แบบที่ 3	4.61 - 5.20	5.144	3	2.670
4	คอนเทมโพรารี	101-120	แบบที่ 1	3.41 - 4.00	3.953	5	1.995
5	คอนเทมโพรารี	121-150	แบบที่ 2	4.01 - 4.60	3.561	7	-0.858
6	คอนเทมโพรารี	121-150	แบบที่ 3	4.61 - 5.20	3.118	8	-1.382
7	โมเดิร์น	101-120	แบบที่ 1	3.41 - 4.00	4.276	4	2.641
8	โมเดิร์น	121-150	แบบที่ 2	4.01 - 4.60	3.884	6	-0.212

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากผลงานวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อราคาขายของบ้านเดี่ยวมากเป็นอันดับแรก การตั้งราคาขายต่อหลัง สำหรับบ้านเดี่ยวต้องมีความสอดคล้องกับขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายใน และฟังก์ชันพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านที่ผู้บริโภคจะได้รับ พิจารณาได้จากค่าที่ได้จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของบ้านเดี่ยว ในการพัฒนาและออกแบบบ้านเดี่ยวของผู้ประกอบการ ต้องคำนึงเรื่องขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายในและฟังก์ชันพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน เพราะผู้บริโภค จะให้ความสำคัญเป็นประเด็นสำคัญในการพิจารณาร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา (ตาราง 4) ผลการประมาณค่าระดับบรรดประ โยชน์รวมที่มีต่อชุดคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวในภาพรวม ทำให้ทราบแนวทางในพัฒนาและการออกแบบบ้านเดี่ยวสำหรับผู้ประกอบการ ประการแรก รูปแบบสไตล์บ้านเดี่ยว ที่ทางผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ รูปแบบสไตล์อิงริชคอทเทจ ผู้ประกอบการอาจมีการสร้างรูปแบบของโครงการภายใต้แนวคิด หมู่บ้านสไตล์อิงริชคอทเทจ ออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกตัวบ้านด้วยสไตล์อิงริชคอทเทจ เป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่ดึงดูดความน่าสนใจให้กับโครงการอสังหาริมทรัพย์ และเป็นการเพิ่มทางเลือกหรือสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ประการที่สอง ในเรื่องของขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเดี่ยว ผู้บริโภคต้องการขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสม พร้อมพิจารณาจากฟังก์ชันใช้สอยภายในบ้านที่ทางผู้บริโภคได้รับด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบฟังก์ชันใช้สอยภายในบ้านให้มีความหลากหลาย และตอบสนองต่อการใช้งานจริงในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และประเด็นเรื่องสุดท้าย ราคาขายของบ้านเดี่ยว



การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 10

ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด โดยที่ทำเลย่านรังสิต ราคาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ยังถูกกว่าพื้นที่ในทำเลอื่น ๆ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว ในทำเลย่านรังสิตนั้น มีช่วงราคาขาย บ้านเดี่ยว 3-5 ล้านบาท เป็นส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการที่ตั้งราคาขายบ้านเดี่ยวสูงเกินกว่าช่วงราคาดังกล่าวหรือเลือกดำเนินการพัฒนาโครงการภายใต้กลุ่มบ้านระดับราคาที่มีมากกว่า 6 ล้านบาทขึ้นไป จะส่งผลให้ขายบ้านในโครงการได้ยาก

เอกสารอ้างอิง

Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). Conjoint analysis in consumer research: Issues and outlook. *Journal of Consumer Research* 5(2), 103-123. Retrieved March 2, 2017, from <http://www.jstor.org/stable/2489001>