

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัทรับสร้างบ้านในประเทศไทยถือกำเนิดครั้งแรกราว พ.ศ. 2504 โดยบริษัท ซีคอน จำกัด เป็นผู้บุกเบิก ต่อมาเมื่อผู้ประกอบการเข้ามาในธุรกิจนี้จำนวนมาก เช่น ไฟร์พัฒนา, โรยัลเฮ้าส์, เดอะโมเดิร์น กรุป, ปทุมดีไซน์, WISE CONSULTANT (THAILAND), มีนบุรีรับสร้างบ้าน ฯลฯ เป็นต้น โดยทั่วไปบริษัทรับสร้างบ้านมักเป็นที่รู้จักในนามของ “บริษัท Design - Build” ทั้งนี้ก็เพราะลักษณะการดำเนินงานให้บริการแบบครบวงจรทั้งการออกแบบและการดำเนินการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ รวมทั้งการให้บริการในรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ เช่น การเป็นตัวกลางระหว่างลูกค้ากับสถาบันการเงิน, การดำเนินการขออนุญาตปลูกสร้าง เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลและสถิติของฝ่ายการตลาด บริษัท ปทุมดีไซน์ ดีเวลลอป จำกัด พบว่า ปัจจุบันตลาดรับสร้างบ้านมีมูลค่าต่อปีเฉลี่ยเกือบ 20,000 ล้านบาท โดยบริษัทรับสร้างบ้านมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ประมาณ 5,000 ล้านบาท<sup>1</sup> ที่เหลือเป็นของผู้รับเหมารายย่อยซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก

สำนักงานวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ได้วิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจรับสร้างบ้านในปี 2547 นี้ พบว่าตลาดรับสร้างบ้านยังคงมีการขยายตัว ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เช่น การที่รัฐบาลยกเลิกมาตรการลดหย่อนภาษีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อาจทำให้ราคาบ้านจัดสรรซึ่งเป็นคู่แข่งของธุรกิจรับสร้างบ้านมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีแนวโน้มหันมาสร้างบ้านเองกันมากขึ้น หรือปัจจัยอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ทำให้ประชาชนที่มีที่ดินเป็นของตัวเองสนใจที่จะขอสินเชื่อเพื่อสร้างบ้านกันมากขึ้น ดังข้อมูลต่อไปนี้

เครื่องชี้ที่สำคัญ	2544	2545	2546	2547/1
1. บ้านเดี่ยวสร้างเองและจดทะเบียนเพิ่มขึ้น ในเขตกทม. และปริมณฑล (หน่วย)	18,239	16,369	16,681	18,000
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	9.6	-10.3	1.9	7.9
2. มูลค่าตลาด(ล้านบาท)	6,500	5,900	6,000	7,000
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	n.a.2/	-9.2	1.7	16.7

ที่มา : 1. ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.)

2. รวบรวมโดยสำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

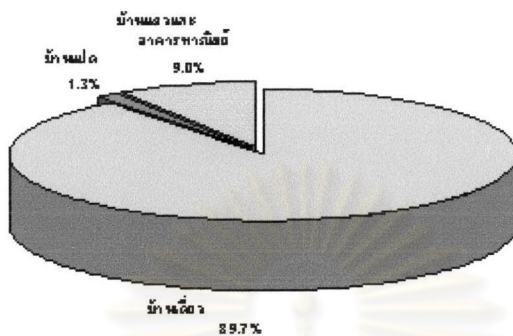
หมายเหตุ : 1/ = ประมาณการโดยสำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

2/ = n.a. ไม่มีข้อมูล

ตารางที่ 1.1 แสดงภาพรวมการสร้างบ้านเองของประชาชน ช่วงปี พ.ศ.2544 – 2547/1

<sup>1</sup> หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2547.

สัดส่วนรูปแบบการสร้างและจดทะเบียนที่อยู่อาศัย  
ประเภทสร้างเอง ปี 2546



ที่มา : ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ภาพที่ 1.1 แสดงสัดส่วนรูปแบบการสร้างและจดทะเบียนที่อยู่อาศัยประเภทสร้างเอง ปี พ.ศ.2546

จากปัจจัยสนับสนุนให้อุปสงค์ต่อการสร้างบ้านเองของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผสมกับส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทรับสร้างบ้านที่ยังสามารถจะขยายได้อีกมาก ทำให้ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการรับสร้างบ้านรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก การทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของสถาปนิก มีสถาปนิกเข้ามาสู่ระบบของธุรกิจประเภทนี้มากขึ้น เพราะสถาปนิกถือเป็นผู้ปฏิบัติวิชาชีพซึ่งมีความจำเป็นต่อองค์กรบริษัทรับสร้างบ้าน มีบทบาทสำคัญและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการออกแบบ การควบคุมงานก่อสร้างให้มีคุณภาพ เสร็จทันเวลา ภายใต้งบประมาณที่กำหนดไว้ รวมทั้งการบริการอื่นๆ

ลักษณะเด่นประการหนึ่งของการดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้าน คือ การให้บริการเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้านแบบครบวงจร ส่งผลให้สถาปนิกมีหน้าที่พิเศษซึ่งนอกเหนือจากบทบาทการให้บริการวิชาชีพสถาปัตยกรรมซึ่งกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติสถาปนิก พ.ศ. 2543 เช่น การเป็นสถาปนิกฝ่ายขาย, สถาปนิกฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่าสถาปนิกที่ทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่ต้องรับผิดชอบงานหลายบทบาทหน้าที่ในคนๆเดียวกัน สถาปนิก โดยเฉพาะสถาปนิกที่เพิ่งจบใหม่จึงมักจะประสบกับปัญหาการปฏิบัติวิชาชีพในองค์กรธุรกิจเช่นบริษัทรับสร้างบ้าน

ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะศึกษาการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกที่อยู่ในบริษัทรับสร้างบ้าน โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการให้บริการรูปแบบบ้านชนิดมาตรฐาน ทั้งนี้เพราะเป็นรูปแบบการให้บริการที่บริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่เลือกใช้ และถือเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของธุรกิจรับสร้างบ้าน โดยจะศึกษาถึงลักษณะการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกตามพระราชบัญญัติสถาปนิก พ.ศ. 2543 รวมทั้งบทบาทการให้บริการด้านอื่นๆ เพื่อสรุปบทบาทหน้าที่ ขอบเขตความรับผิดชอบของสถาปนิก และแนวทางในการประยุกต์การปฏิบัติวิชาชีพเพื่อให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ผลการศึกษาวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อสถาปนิกผู้ปฏิบัติวิชาชีพโดยตรงและสามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่บริษัทรับสร้างบ้านในการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในอนาคตได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการรูปแบบการก่อสร้างบ้านในอดีต อันเป็นพื้นฐานสำคัญนำมาสู่รูปแบบการก่อสร้างบ้านในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรับสร้างบ้านในประเทศไทย ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้าน
3. เพื่อศึกษาหลักการ ข้อบังคับ ข้อกำหนด จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม ซึ่งสถาปนิกต้องคำนึงถึงในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม
4. เพื่อวิเคราะห์สรุปอุปสรรคและปัญหา พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการประยุกต์การปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้าน ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบในการดำเนินกิจการขององค์กร ภายใต้กรอบจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรม

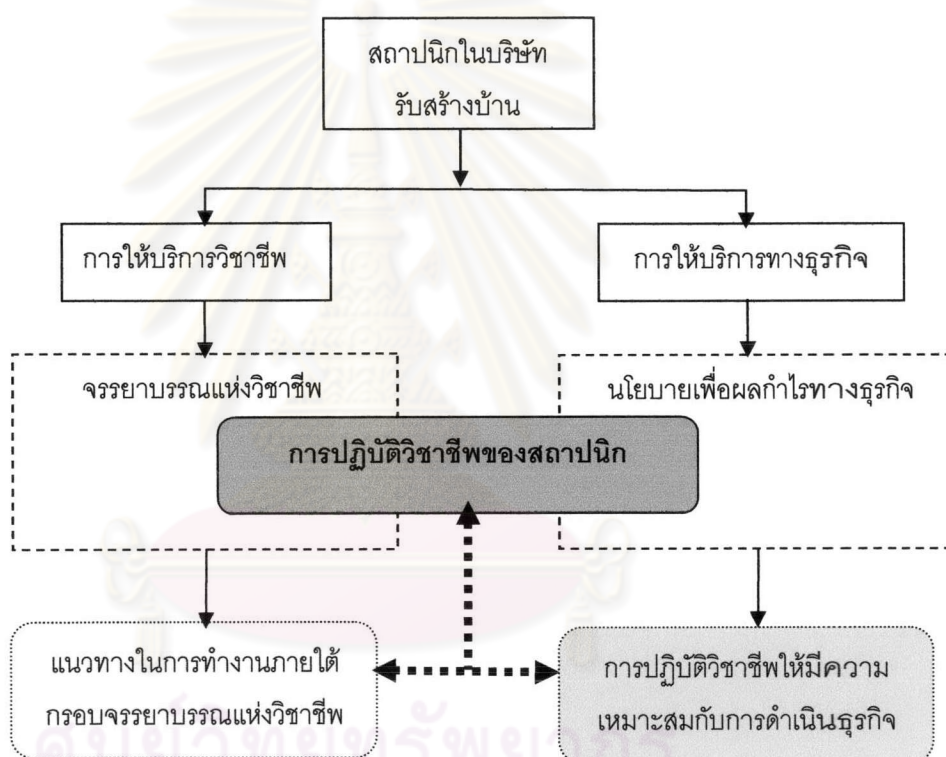
## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย มีดังนี้

1. การศึกษาจะทำการศึกษาเอกสาร และจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นผู้บริหารบริษัท และสถาปนิกที่ทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านที่ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น
2. บริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ต้องเป็นบริษัทรับสร้างบ้านที่มีการจดทะเบียนเพื่อการประกอบการธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีคุณสมบัติเป็นสมาชิกภาพของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านอยู่จนถึงช่วงเวลาที่มีการศึกษาวิจัย
3. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เน้นศึกษาเฉพาะผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมแล้วเท่านั้น บุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติดังกล่าวนี้ จะไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
4. การศึกษาขอบเขตความรับผิดชอบของสถาปนิก จะเน้นศึกษาเฉพาะสถาปนิกที่ปฏิบัติงานเป็นพนักงานประจำของบริษัทเท่านั้น สถาปนิกระดับผู้บริหารไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่ศึกษาวิจัย
5. การศึกษารูปแบบการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน จะเน้นศึกษาเฉพาะการให้บริการรูปแบบบ้านชนิดมาตรฐานเท่านั้น
6. การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกที่ทำงานในบริษัทรับสร้างบ้าน โดยจะศึกษาถึงแนวทางในการประยุกต์การปฏิบัติวิชาชีพเพื่อให้ความเหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจ และขอบเขตหน้าที่อันภายใต้กรอบจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม พ.ศ. 2545 ผลการวิจัยไม่ได้นำไปทดลองใช้จริงและประเมินผลแต่อย่างใด

## 1.4 กรอบความคิดในการวิจัย

การปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรบริษัทรับสร้างบ้าน มีลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานในองค์กรทางวิชาชีพโดยตรง นั่นคือสถาปนิกต้องทำงานภายใต้กรอบนโยบายของบริษัทซึ่งเป็นองค์กรทางธุรกิจ แต่ในการทำงานสถาปนิกก็ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพด้วย แนวทางในการศึกษาจึงมุ่งเน้นเพื่อสรุปหาแนวทางการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกที่เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทรับสร้างบ้าน ภายใต้กรอบจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรม



ภาพที่ 1.2 ไดอะแกรมแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.5 ระเบียบวิธีดำเนินงานวิจัย

### 1.5.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทรับสร้างบ้าน และสถาปนิกที่ทำงานเป็นพนักงานประจำอยู่ในบริษัทรับสร้างบ้าน โดยอาจทำหน้าที่เป็นสถาปนิกออกแบบ, สถาปนิกควบคุมงาน, สถาปนิกฝ่ายขาย, สถาปนิกฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ การวิจัยเน้นเฉพาะสถาปนิกให้บริการเกี่ยวข้องกับงานด้านสถาปัตยกรรมหลักเท่านั้น

### 1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นบริษัทรับสร้างบ้านที่ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งยังคงให้บริการอยู่จนถึงปัจจุบัน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยยึดที่ตัวองค์กรบริษัทรับสร้างบ้านซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ณ ช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ซึ่งมีจำนวนบริษัทรับสร้างบ้านทั้งสิ้น 17 บริษัท ผู้วิจัยเลือกศึกษาทั้ง 17 บริษัท โดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

### 1.5.3 วิธีการดำเนินงานศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ได้นำเสนอระเบียบวิธีดำเนินการศึกษาวิจัยเป็น 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- (1) ศึกษาข้อมูล ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิก จากหนังสือ คู่มือ วิทยานิพนธ์ นิตยสาร และบทความต่างๆ
- (2) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้าน จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น และจากหนังสือ คู่มือ นิตยสาร บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- (3) วิเคราะห์และสรุปข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล (การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง)
- (4) การเลือกกลุ่มตัวอย่างบริษัทรับสร้างบ้านที่จะทำการศึกษา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
- (5) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและสถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
- (6) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อสรุปหาแนวทางในการปฏิบัติวิชาชีพที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจรับสร้างบ้าน ภายใต้กรอบจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรม

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเป็นแนวทางในการประยุกต์การปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกเพื่อให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินงานของบริษัทรับสร้างบ้าน
2. สามารถเป็นแนวทางในการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรทางวิชาชีพและสถาบันการศึกษาสถาปัตยกรรม เพื่อให้บริษัทรับสร้างบ้านเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิก
3. สามารถสร้างความเข้าใจแก่ลูกค้า สถาปนิก บุคคลทั่วไป เกี่ยวกับประเด็นรายละเอียดการดำเนินธุรกิจของบริษัทรับสร้างบ้าน
4. สามารถเป็นแนวทางในการกำหนดบทบาทความรับผิดชอบของสถาปนิกที่ชัดเจนขึ้น อันจะส่งผลดีต่อคุณภาพการให้บริการในอนาคต

5. สามารถเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมแก่นิสิต นักศึกษาสถาปัตยกรรม ในการทำงานในบริษัทรับสร้างบ้าน

## 1.7 ข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ต้องมีการศึกษาข้อมูลจากบริษัทรับสร้างบ้าน ซึ่งสภาพในปัจจุบัน ธุรกิจประเภทนี้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ดังนั้นในขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล มีข้อจำกัดดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แต่ละบริษัทมักจะไม่ให้ความร่วมมือ เพราะไม่แน่ใจว่าเป็นการหาข้อมูลของคู่แข่งทางธุรกิจหรือไม่ จนกว่าจะให้เห็นหนังสือขออนุญาตวิเคราะห์ข้อมูล(ฉบับจริง) ที่ทางคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เป็นผู้ออกให้
- 2) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงน่าที่จะได้ข้อมูลจากทั้งผู้บริหารบริษัทและสถาปนิก แต่ในความเป็นจริงผู้บริหารบริษัทมักจะเข้าถึงได้ยากหรืออาจมีเวลาในการให้ข้อมูลที่ค่อนข้างจำกัด
- 3) ผู้ให้สัมภาษณ์มักให้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงทั้งหมด เช่น การไม่กล้าบอกว่าบริษัทมีการใช้ผู้รับเหมาช่วง เพราะต้องการรักษาภาพพจน์ของบริษัท หรือการให้ข้อมูลเฉพาะด้านบวก ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลอาจไม่ได้ข้อสรุปที่อยู่บนฐานแห่งความจริงที่มีอยู่
- 4) บริษัทกลุ่มตัวอย่างจะมีความระมัดระวังในการให้ข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นตัวเลข สถิติต่างๆ ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลจะได้ข้อสรุปเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ
- 5) บริษัทกลุ่มตัวอย่างจะมีงานที่ต้องเร่งทำค่อนข้างมาก ทำให้ในการเก็บข้อมูลแต่ละบริษัท ต้องใช้เวลานาน ส่งผลให้เวลาที่จะใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลมีน้อยลงไปด้วย

## 1.8 นิยามศัพท์

**วิชาชีพ** หมายถึง การให้วิชาเป็นอาชีพ<sup>2</sup>

**วิชาชีพสถาปัตยกรรม** หมายถึง วิชาชีพที่ใช้ศาสตร์และศิลป์สร้างสรรค์สถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อมในสาขาสถาปัตยกรรมหลัก สาขาสถาปัตยกรรมผังเมือง สาขาภูมิสถาปัตยกรรม สาขาสถาปัตยกรรมภายใน และมัณฑนศิลป์ และสาขาสถาปัตยกรรมอื่นๆ ที่กำหนดในกฎกระทรวง (พระราชบัญญัติสถาปนิก 2543)

<sup>2</sup> ทรงคุณ อัครดากร, "จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรม" ใน เอกสารประกอบการอบรม เรื่องการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม (กรุงเทพมหานคร: สถาปนิก, 2546), หน้า 40.

**จรรยาบรรณวิชาชีพสถาปัตยกรรม** หมายถึง มาตรฐานความประพฤติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม เพื่อรักษาไว้ซึ่งศักดิ์ศรีและส่งเสริมชื่อเสียง เกียรติคุณ เกียรติฐานะ ของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นสมาชิกของสภาสถาปนิก

**บริษัทรับสร้างบ้าน** หมายถึง องค์กรที่ให้บริการด้านการจัดการงานก่อสร้างบ้าน โดยเป็นองค์กรที่รวมเอาผู้ปฏิบัติวิชาชีพด้านต่างๆ เช่น สถาปนิก วิศวกร นักการบัญชี นักกฎหมาย มาทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อให้บริการให้คำปรึกษา การออกแบบ ก่อสร้างรวมทั้งการบริการภายหลังโครงการแล้วเสร็จ โดยอาศัยจินตนาการและความรู้ความสามารถของทีมงาน เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้า<sup>3</sup>

**แบบบ้านชนิดมาตรฐาน** หมายถึง รูปแบบบ้านซึ่งสถาปนิกและทีมงานออกแบบของบริษัทรับสร้างบ้านสร้างสรรคขึ้น และถือเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทรับสร้างบ้านแต่ละแห่งที่จะนำมาให้บริการลูกค้า ในที่นี้หมายถึงรวมถึงแบบงานระบบประกอบอาคาร รายละเอียดประกอบแบบ และราคาเฉพาะของแบบบ้านนั้นๆด้วย

**การตลาด** หมายถึง ผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการพยายามให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้โดยวิธีการคาดหมายถึงความต้องการต่างๆของลูกค้า และรวมถึงการให้สินค้าและบริการผ่านผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความพอใจให้กับลูกค้า<sup>4</sup>

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>3</sup> สัมภาษณ์ ปราโมทย์ ธีรกุล, นายกสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน, 3 มีนาคม 2548.

<sup>4</sup> McCarthy E. Jerome, Basic Marketing: A Managerial Approach, 5<sup>th</sup> Ed. (Homewood, Ill: Irwin, 1978), p 3.