

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
The factors that have an influence in decision making of buying the housing development
in area of Mueang District, Lampang.

ณฤทัย พรหมปิยะ (Naharuethai Prompiya)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และเพื่อทราบทัศนคติของผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท ที่อยู่อาศัยเดิมเป็นบ้านเดี่ยว งบประมาณในการซื้อบ้านโครงการระดับราคา 1,000,000 – 1,500,000 บาท พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านโครงการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า มีที่อยู่อาศัยเดิม คือ ทาวน์เฮาส์ งบประมาณในการซื้อบ้านโครงการ ที่ราคา 1.51-2 ล้านบาท ต้องการพื้นที่ใช้สอย จำนวน 151-200 ตารางเมตร /37.75-50 ตารางวา ค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจจาก Social network มีระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจซื้อ คือ ตัดสินใจซื้อทันที ซึ่งตัดสินใจซื้อบ้านโครงการด้วยตัวเอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ มีขนาดของห้องให้เลือกหลายขนาด ระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน ความปลอดภัยภายในตัวบ้าน ความปลอดภัยของรากฐานของตัวบ้าน การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ของพนักงาน ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เงื่อนไขสัญญาการซื้อและการชำระเงินเหมาะสม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของบ้านโครงการ การเดินทางสัญจรไปมาสะดวก การจัดพื้นที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในพื้นที่ส่วนตัวบริเวณบ้าน มีความเป็นระเบียบ การจัดการความสะอาดและความเป็นระเบียบของพื้นที่ส่วนกลาง เช่น การทิ้งขยะ ท่อระบายน้ำเสีย เป็นต้น จัดการดูแลพื้นที่ส่วนกลางให้ฟรี สำหรับปีแรก สามารถอำนวยความสะดวกด้านการโอนกรรมสิทธิ์แทน โดยการทำหนังสือมอบอำนาจแทนลูกค้าได้ แคมเปญอัครักคิย์สำหรับปีแรก มีการรับประกันการซ่อมแซมฟรีสำหรับปีแรก และรายชื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจกของแถมต่าง ๆ

ABSTRACT

This project aim to study the factors that have an influence in decision making of buying the housing development and the attitude of people who live in Mueang District, Lampang area. The data for this research project is collected by questionnaire method, major target of questionnaire are women, age 31-35 years old. The target of status are marital, bachelor's degree, state enterprise employee, and have the average of revenue around 20,001 - 40,000 baht/month, have last previous residence in term of Courtyard houses which have budget of buying the housing development around 1,000,000-1,500,000 baht. The behavior of major people who do the questionnaire found that they have last previous residence in term of town house which have budget of buying around 1.51-2 millions baht, utility space 151-200 Sq.m / 37.75-50 Sq.wah, channel research of information via "Social Network", time for decision making to buy the house, short-term decision making and decided to buy the house by oneself.

The factors that have an influence in decision making of buying the housing development in area of Mueang District, Lampang ,the overall image of consumer behavior that effect the demand of buying the housing development is placed in highest level when all factors are classified by section.

The project of housing development place in Highest Level means, Variety size of room, Good public utility, Safety of structure.(inside and basis) , Good advice and consumer care service from staffs, Variety of facilities, The proper condition of sale agreement, The price is reasonable to buy when compare with quality of house, Convenient transportation, Convenient car park, House's private zone has orderliness, Regularity and cleanness of public area such as dispose of trash, sanitary sewer etc, Free of charge for the maintenance fee for the first year, Offer convenient transfer of ownership instead by making the power of attorney, Offer free fire insurance for the first year, Free of charge for repair fee in the first year, The section of factor that has most influence of buying house which drive the demand in highest level is variety of premium or give-away method.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัย ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองนับว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงสถานะความเป็นอยู่ทางสังคม ความมั่นคงและความปลอดภัย ที่อยู่อาศัยสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ได้แก่ บ้านโครงการ บ้านเดี่ยว อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว ทาวน์เฮ้าส์ แฟลตหรืออพาร์ทเมนต์ และคอนโดมิเนียม (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2552, อ่างอิงไฉ สรวัธร์ สุธรรมทวี, 2553) ซึ่งที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปในด้านของทำเลที่ตั้งราคาขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

จังหวัดลำปาง ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ เพราะเป็นศูนย์กลางทางการค้า การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และทางธรรมชาติที่สวยงาม นอกจากนี้ จังหวัดลำปางยังเป็นศูนย์กระจายสินค้าและบริการทางบก ซึ่งจะมีการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าของภาคเหนือตอนบน บริเวณอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง อีกทั้งนี้จังหวัดลำปาง ยังเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีประชากรจากจังหวัดอื่น ย้ายเข้ามาอาศัยเพิ่มมากขึ้น และมีผลสุทธิเป็นบวก หมายถึงจำนวนผู้ย้ายเข้ามีมากกว่าจำนวนผู้ย้ายออก (ระบบสถิติทางการทะเบียน, สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง)

ตารางที่ 1 แสดงสถิติจำนวนประชากรจังหวัดลำปาง และสถิติจำนวนประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ปี	ประชากรจังหวัดลำปาง			ประชากรอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง		
	2559	2560	2561	2559	2560	2561
จำนวนประชากร(คน)	748,850	749,547	749,641	93,176	93,181	228,472
จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น(คน)	-	697	94	-	5	135,291
อัตราที่เพิ่มขึ้น(%)	-	0.174%	0.0125%	-	0.005%	14.5%

ที่มา : ระบบสถิติทางการทะเบียน, สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (ข้อมูลประมวลผลล่าสุด ตุลาคม 2560)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรในจังหวัดลำปางตามทะเบียนราษฎรนั้นมีอัตราสูงขึ้นและในเขตพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรสูงขึ้นไปอันดับหนึ่งก็คืออำเภอเมืองลำปาง เนื่องด้วยความสะดวกสบาย การคมนาคม และอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจ ดังจะเห็นจำนวนประชากรที่สูงขึ้นดังตารางที่ 1

บ้านโครงการ เป็นบ้านที่มีลักษณะคล้ายๆกับบ้านจัดสรร แต่เนื่องจากสร้างไม่เกิน 8 หลังในจำนวนพื้นที่ของการสร้าง ดังนั้นจึงเรียกว่า บ้านโครงการ ซึ่งบ้านโครงการถือเป็นที่อยู่อาศัยที่คนนิยมซื้อกันมาก โดยเฉพาะคนที่อาศัยอยู่นอกเมือง หรือต่างถิ่น เนื่องจากปัญหาการเดินทาง และบ้าน

โครงการส่วนใหญ่ มักจะสร้างในที่ชุมชน การเดินทางค่อนข้างสะดวกสบาย ถ้าสังเกตจะเห็นว่าบ้านโครงการ และบ้านเดี่ยวเกิดขึ้นมากมายหลายระดับ ตั้งแต่ถูกสุดจนถึงแพงสุด โดยบ้านโครงการบางแห่งมีราคาแพงกว่าบ้านเดี่ยว ด้วยเพราะรูปแบบของบ้านโครงการที่มีให้เลือกมากมาย และมีความมั่นคงปลอดภัยในระยะยาว เนื่องจากบ้านโครงการบางแห่งมีการตอกเสาเข็มของตัวบ้านมีพื้นที่ใช้สอยพอประมาณและมีความสะดวกสบายมากกว่าและบ้านโครงการเน้นในเรื่องของภูมิทัศน์เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อในทุกกลุ่ม

ปัจจุบันการเลือกซื้อบ้านโครงการค่อนข้างที่จะมีความเสี่ยงเนื่องจากในปัจจุบันมีโครงการบ้านจัดสรรและบ้านโครงการใหม่เกิดขึ้นตลอดจนมีคอนโดมิเนียมสร้างใหม่เกิดขึ้นมากมายจึงทำให้การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นโครงการต่างๆจึงมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์และ โปรโมชั่นต่างๆเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริโภคต้องทำการศึกษารายละเอียดต่างๆด้านเพื่อที่จะเข้ามาช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านโครงการได้อย่างถูกต้อง เช่นการพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกโครงการและราคาที่เหมาะสม การเลือกตำแหน่งที่ดินและแบบบ้านที่มั่นคง การเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ ดีไซน์ที่อยู่อาศัย พื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัย ความสามารถทางการเงินในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการเป็นต้น เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และมีความเสี่ยงน้อยที่สุด ในการตัดสินใจซื้อบ้าน

จากสถานการณ์ และเหตุผลต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นเป็นประเด็นปัญหาที่จะทำให้เกิดการศึกษา ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้อง เช่น ราคาของบ้านโครงการ รายได้ของครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถานภาพการสมรส ประเภทที่อยู่อาศัยเดิม งบประมาณในการซื้อบ้านโครงการ สาธารณูปโภค ความปลอดภัย ความมั่นคงของตัวบ้านในระยะยาว ความสะดวกในการเดินทาง รวมไปถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ พร้อมกันนี้ก็เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของผู้ที่อาศัยอยู่ในบ้านโครงการ ว่ามีทัศนคติอย่างไร ผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านโครงการ ซึ่งจะเป็แนวทางให้ผู้ประกอบการ หน่วยงาน และผู้ที่ จะทำการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

สมมติฐานของการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีขอบเขตของการวิจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านโครงการ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

1.2 ขอบเขตพื้นที่ พื้นที่เป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บ้านโครงการที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.3 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

1.4 ขอบเขตระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ.2561 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.1 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
- 1.2 ทำให้ทราบทัศนคติของผู้อาศัยอยู่ในบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
- 1.3 เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับบ้านโครงการสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.4 เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการทำฐานการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันในการทำตลาดธุรกิจบ้านโครงการ
- 1.5 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าให้แนวทางแก่ผู้สนใจที่จะศึกษาต่อ นำไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป

นิยามศัพท์

ที่อยู่อาศัย หมายถึง บ้านจัดสรร, บ้านที่จัดสร้างขึ้น โดยภาคเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายหรือให้เช่าซื้อ ซึ่งได้จดทะเบียนไว้กับสำนักงานที่ดินจังหวัดลำปาง

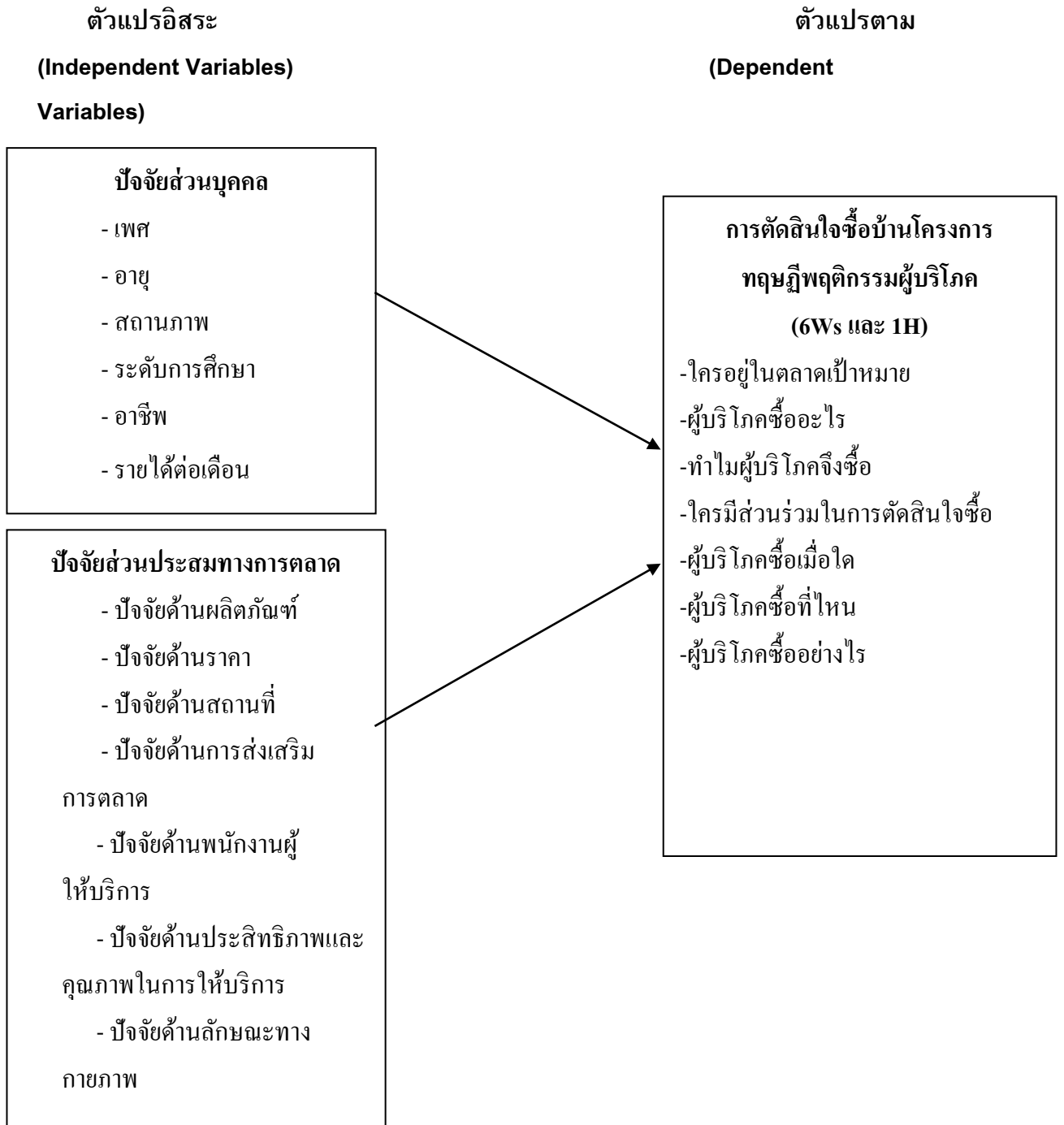
บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านที่ปลูกเพียงหลังเดียวบนเนื้อที่ที่กำหนดไว้ โดยรูปแบบจะแตกต่างกันตามทีแต่ละโครงการจะกำหนด

ทาวน์เฮ้าส์ หมายถึง บ้านที่สร้างติดกันเป็นแถว โดยมีผนังเหลืออยู่เพียงด้านหน้า และด้านหลังเท่านั้น รูปแบบจะดูเหมือนอาคารพาณิชย์ผสมกับบ้านเดี่ยว แต่จะน่าอยู่อาศัยมากกว่าอาคารพาณิชย์เพราะมีการตกแต่งอาคารให้ดูเหมือนกับบ้านพักอาศัย

กรอบแนวคิด

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านการตลาด ซึ่งแสดง

ไว้ตามกรอบแนวคิด โดยตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษารั้งนี้ จำแนกออกเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่อาศัยอยู่ในบ้านโครงการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และทำการสอบถามเป็นรายบุคคล โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง จำนวน 400 ชุด และรอรับคืนทันที

และ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถามแต่ละชุดจนครบ 400 ชุด เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป ได้มีการนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการอธิบายคุณลักษณะรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อบ้านโครงการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ค่า T-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม นำมาใช้ทดสอบลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้สูตร Independent T-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of Variance: ANOVA) ในกรณีพบว่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Corrected Item Total Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของคำถามทุกข้อ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท ที่อยู่อาศัยเดิมเป็นบ้านเดี่ยว งบประมาณในการซื้อบ้านโครงการระดับราคา 1,000,000 – 1,500,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อแยกเป็นราย ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อแยกเป็นราย ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อบ้านโครงการภาพรวมและรายได้ มีผลดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามเพศ ผู้ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในรายข้อ

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยเดิม งบประมาณ ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่ต้องการ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านโครงการ ภาพรวมและรายได้ มีผลดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยเดิม พบว่า ประเภทที่อยู่อาศัยเดิมแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์(Product) แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามงบประมาณพบว่า งบประมาณแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์(Product) แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามขนาดพื้นที่ใช้สอยที่ต้องการ พบว่าผู้ที่ต้องการขนาดพื้นที่ใช้สอยที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์(Product) แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการ จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา(Price) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในภาพรวม พบว่า สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษาสูงสุด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ตัดสินใจซื้อบ้านโครงการจะเป็นผู้ที่สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558 : ออนไลน์) ที่ได้กล่าวถึง ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค มีความแตกต่างกัน ในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น ซึ่งปัจจัยทางสังคม (Social Factors) จะส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานภาพในสังคม และวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีสถานะภาพสมรส ส่งผลมาจากการเริ่มมีครอบครัวที่ใหญ่ขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ต้องเปลี่ยนที่อยู่มาอยู่ในบ้านซึ่งมีความสะดวกสบาย มีพื้นที่ตามต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านโครงการในจังหวัดอื่นๆ ที่มีสภาพทั่วไปแตกต่างจากอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อให้ทราบว่ามีความแตกต่างจากอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง หรือไม่
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังต่อผู้อยู่อาศัยในบ้านโครงการ และวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านโครงการ เพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการบ้านโครงการ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.ปริญญาภรณ์ แสนสุข ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชา BUS 7096 การค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่ต้น ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จออกมาเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ชนกร สิริสุคันธา กรรมการหลักสูตรปริญญาเอกและปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และ ผศ. เนตรดาว โทธรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและอาจารย์ ดร.วินนารัชนี ชัยวิทย์นันท์ รองผู้อำนวยการโรงเรียนชำนาญการพิเศษซึ่งอาจารย์ทั้งสามท่านได้อนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ขอขอบคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเชียงราย และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการทำรายงานวิจัยนี้ในหลายๆขั้นตอน

ขอขอบคุณครอบครัว อันประกอบด้วย บิดา มารดา ที่ได้ให้กำลังใจในการศึกษาและทำงานวิจัย ในครั้งนี้

คุณค่าและคุณประโยชน์ใดๆที่ได้รับจากการศึกษาฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับ ครอบครัวทุกคน ตลอดจนท่านอาจารย์ และมิตรสหายทุกคน ส่งผลให้การศึกษาวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Good (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

Hornby(2000)ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

Kotler (2003) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวัง

Maynard W.Shelly (1975) ได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุขความสนุนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

Oliver (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ความหมายของความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึง ความรู้ ประสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่ แตกต่าง กันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

Quirk (1987) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

Wolman (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้ รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 48) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังต่อการบริการของบุคคลดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นผลของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังต่อการบริการ (Expectations)

ความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆเป็น 3 ระดับด้วยกันและลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวังต่อการบริการลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจหากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังต่อการบริการลูกค้าย่อมพอใจแต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังต่อการ

บริการลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีกคุณค่ารวมสำหรับผู้บริโภค (Total Customer Value) เป็นผลรวมของผลประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าผลิตภัณฑ์คุณค่าด้านบริการคุณค่าด้านบุคลากร และคุณค่าภาพลักษณ์คุณค่า 4 ประการ เรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2552, หน้า 128) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นบริการที่ได้รับจริงของบุคคลต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังต่อการบริการของเขาหรือเป็นความรู้สึกของบุคคล (ลูกค้า) ว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ได้รับจริงในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังต่อการบริการของลูกค้า อุทัยพรรณ สุดใจ (2545 อ้างถึงใน พรพิมล คงฉิม, 2554) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจจะเป็นไปได้ในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปได้ในทางบวกหรือทางลบ

อรรถพร (2546 อ้างถึงใน พรพิมล คงฉิม, 2554) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติ หรือ ระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆโดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้