

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร

ในจังหวัดฉะเชิงเทรา:กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย

A STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUYING A HOUSING ESTATE IN CHACHOENGSAO RROVINCE:A CASE STUDY OF BAAN MARUEY PROJECT

นางสาวจามรี แก้วยาศรี

บทความ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา:กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้คือ t-test, One-way ANOVA(f-test) ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.67 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.33 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.67 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และมีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย ส่วนใหญ่พบว่า ด้านคุณภาพบ้านและแบรนด์ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือคุณภาพงานก่อสร้าง ได้มาตรฐาน ด้านราคา ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสำนักงานขายตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการติดต่อ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือฟรีค่าธรรมเนียมการโอน ด้านบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือพนักงานมีความเอาใจใส่ที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีด้านกระบวนการและการบริการ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีความรวดเร็วในการให้บริการด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศน่าอยู่อาศัย ด้านทำเลที่ตั้ง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือโครงการใกล้ชุมชน ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร

ABSTRACT

The research had objective to study of Factors affecting the decision to buying a housing estate in chachoengsao province:A case study of baan maruay project.The samples are 300 participants who purchased houses from housing estate companies in chachoengsao province by using questionnaires to collect the data and then analyzed by using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program. Descriptive statistics consist of frequency, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics consist of t-test, One-way ANOVA

The results show that most of respondents are male (52.67%), age between 31-40 years old (39.33%),education in Bachelor degree (58.67%), married status (63.00%),office workers (63.33%), income more than 50,000 baht (32.00%). Factors affecting the decision to buying a housing estate in chachoengsao province, Baan Maruay Project Most found, product and brands The issue with the highest average is the quality of the construction standard. price, the issue with the most average is that maintenance fee is reasonable.place, with the highest average value, is that the sales office is conveniently located to contact. promotion the issue with the most average is free transfer fees. people, the issue that are most average are the employees who are caring and good human relations.process and service,the point which is the most average is the provides fast and convenient.physical evidence,the issue with the highest average value is having a good environment. livable atmosphere.location,the issue with the highest average value is the project near the community. Shopping mall, school, hospital etc.

Keywords:Making a home-purchase decision, housing estate

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ฉะเชิงเทรา” เป็น 1 ใน 3 จังหวัด EEC ได้แก่ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา เป็นพื้นที่ในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) หรือ EEC ที่ได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้เป็น “พื้นที่เมืองใหม่สำหรับการอยู่อาศัย” เนื่องจากใกล้กรุงเทพฯ มากสุดใน 3 จังหวัด EEC ฉะเชิงเทราจะเป็นเมืองเชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพฯ และปริมณฑลกับพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก จึงถือว่าเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ รวมถึง

โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน ดอนเมือง-สุวรรณภูมิ อู่ตะเภา มีแนวทางการพัฒนาให้มีสถานีทั้งหมด 10 สถานี และหนึ่งในนั้นก็คือสถานีละโว้ซึ่งจะทำให้ละโว้อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียงแค่ 20 นาทีเท่านั้น พร้อมทั้งยังเป็นมีแนวโน้มในการพัฒนาที่ดินรอบสถานี (TOD : Transit Orientation District) ด้วย

อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมของอุตสาหกรรม โรงงานผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ ยานยนต์และอาหารแปรรูป โดยมีนิคมอุตสาหกรรมมากถึง 5 แห่งด้วยกัน ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์, นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์, นิคมอุตสาหกรรมที เอฟ ดี, นิคมอุตสาหกรรม 304 ปาร์ค 2 ละโว้ และนิคมอุตสาหกรรมสวนอุตสาหกรรมวิน โคสท์ เพราะมีเส้นทางขนส่งที่สะดวกรวดเร็วทั้งทางบก ทางน้ำ และอากาศ แน่ใจว่าจะทำให้ผู้คนหลั่งไหลเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก ซึ่งผลที่ตามมาคือความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดละโว้ “กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย”
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดละโว้ “กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย”

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้มุ่งศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดละโว้ “กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย” ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่ศึกษาทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษา 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคุณภาพบ้านและแบรนด์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและการบริการ ด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ และด้านทำเลที่ตั้ง โดยการศึกษาผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดละโว้ กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย สำหรับวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้พักอาศัยที่ซื้อและโอนกรรมสิทธิ์บ้านจำนวน 6 โครงการ ประกอบไปด้วย

1. โครงการบ้านมารวย โสธร4 ดำเนินการเปิดขายอยู่ ขายแล้ว 150 หลัง
2. โครงการบ้านมารวย ริเวอร์ไซด์ ดำเนินการเปิดขายอยู่ ขายแล้ว 200 หลัง

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| 3.โครงการบ้านมารวย โสธร2-3 | ปิดโครงการแล้วจำนวน 283 หลัง |
| 4.โครงการบ้านมารวย โสธร1 | ปิดโครงการแล้วจำนวน 115 หลัง |
| 5.โครงการบ้านมารวย ฉะเชิงเทรา | ปิดโครงการแล้วจำนวน 265 หลัง |
| 6.โครงการบ้านมารวย มอเตอร์เวย์ | ปิดโครงการแล้วจำนวน 117 หลัง |

สมมติฐานของงานวิจัย

- 1.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา“กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย”
- 2.ปัจจัย ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและการบริการ ด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา “กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของลูกค้า โครงการบ้านมารวย ช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ในการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น
- 2.เพื่อนำผลจากการวิจัยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านจัดสรรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บ้านจัดสรร หมายถึงสถานที่หรือบริเวณที่มีผู้ประกอบการลงทุนปลูกสร้างบ้านเพื่อขายให้กับผู้ที่สนใจซื้อบ้านรวมถึงมีพื้นที่ต่างๆ รอบบริเวณ โครงการที่ปลูกสร้างให้ผู้เข้ามาอยู่อาศัยได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เช่น ถนนภายในโครงการ สวนสาธารณะภายในโครงการ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น โดยที่ผู้อยู่อาศัยต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่โครงการนั้นๆ ได้ระบุเอาไว้เพื่อที่จะได้ไม่เป็นการรบกวนต่อเพื่อนบ้านหรือผู้อยู่อาศัยท่านอื่นๆ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making)หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่

เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550:46)

ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของบริโกคดังนี้ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:145)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process)แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกันแต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition)
- 2.การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information)
- 3.การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative)
- 4.การตัดสินใจซื้อ (Decision Making)
- 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อมุ่งศึกษาค้นคว้าในเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา:กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย” ผู้วิจัยได้มีการกำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร(Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

จากค่าที่คำนวณ พบว่าจำนวนตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามต้องใช้เท่ากับ 300 ราย โดยการสุ่มแบบกลุ่มมาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ทางผู้วิจัย มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการค้นคว้าอิสระ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิดต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ใช้การศึกษา 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Self administered Questionnaires) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในโครงการบ้านมารวย จำนวน 300 ชุด และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้หลักทางสถิติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ได้แก่ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ตลอดจนข้อมูลบทความจากหนังสือพิมพ์และวารสารต่างๆ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบข้อมูลตรงข้อและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้
2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 - 2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันใช้การทดสอบด้วยค่าที (t-test Independent) เพื่อทดสอบสมมติฐาน
 - 2.2 ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้การทดสอบแบบวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัว (One – Way ANOVA) หรือค่าเอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 52.67 และเพศหญิง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.33 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ระดับอนุปริญญา/ปวส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 และระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 35.33 และสถานภาพหม้าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และพ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67 ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย ทั้ง 8 ด้าน สรุปผลได้ดังนี้

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อมุ่งศึกษาค้นคว้าในเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา:กรณีศึกษาโครงการบ้านมารวย” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมานำเสนอโดยสรุป การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยที่ค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

สรุปผล

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.67 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.33 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.67 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และ รายได้ มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00

สรุปผลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรโครงการบ้านมารวย ด้านคุณภาพบ้านและแบรนด์ ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านคุณภาพบ้านและแบรนด์ ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.33$ การแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือคุณภาพงานก่อสร้างได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือ วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.41$) โครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ($\bar{X} = 4.38$) มีพื้นที่ใช้สอยเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.23$) และมีบ้านให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

ด้านราคา ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.16$ การแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบ้านลักษณะเดียวกันของโครงการอื่น ($\bar{X} = 4.19$) สามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{X} = 4.17$) จำนวนเงินดาวน์เหมาะสม และผ่อนชำระได้ ($\bar{X} = 4.02$) และจำนวนเงินผ่อนต่อเดือนและระยะเวลาในการผ่อน ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.11$ การแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสำนักงานขายตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการติดต่อ ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือสามารถติดต่อสำนักงานขายนอกเวลาได้ ($\bar{X} = 4.17$) และช่องทางให้ข้อมูลสินค้าทาง Internet/สื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.17$) บุคลากรในงานมหรรมบ้าน/ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.08$ การแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือฟรีค่าธรรมเนียมการโอน ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมาคือ มอบส่วนลดพิเศษเงินสด ($\bar{X} = 4.28$) สื่อ Online: Internet, Social Media ($\bar{X} = 4.18$) สื่อ Offline: ป้ายบิลบอร์ด, แผ่นพับ, โบปปลิว ($\bar{X} = 4.01$) และลูนของรางวัล: รถยนต์, ทองคำ, เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.70$ การแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือพนักงานมีความเอาใจใส่ที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.74$) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.73$) พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี ($\bar{X} = 4.66$) และมีการแต่งกายที่สุภาพและมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.65$) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการและการบริการจากราง 4.7 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านกระบวนการและการบริการ ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.27$ การแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือ มีการจัดเตรียมเอกสารในการเสนอขายและจองบ้าน ($\bar{X} = 4.37$) ความสะดวกในการติดต่อขอข้อมูลโครงการ ($\bar{X} = 4.29$) การบริการก่อน/หลังการขาย ($\bar{X} = 4.19$) และมีการให้บริการยื่นขอสินเชื่อจากธนาคารให้แก่ลูกค้า ทราบผลได้โดยเร็ว ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ

ด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.19$ การแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศน่าอยู่อาศัย ($\bar{X} = 4.69$) รองลงมาคือมีการจัดการสัดส่วนพื้นที่และตกแต่งอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.39$) ถนนภายในโครงการมีขนาดกว้างขวาง ($\bar{X} = 4.02$) มีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.00$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สวนสาธารณะ สระว่ายน้ำ คลับเฮาส์ ฯลฯ ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านทำเลที่ตั้ง ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.93$ การแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือโครงการใกล้ชุมชน ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ

($\bar{X}=4.05$) รองลงมาคือที่ตั้งโครงการสามารถเดินทางได้สะดวก ($\bar{X}=3.99$) และทำเลที่ตั้งโครงการใกล้ถนนใหญ่ ($\bar{X}=3.75$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา โครงการบ้านมารวย พบว่า มีปัจจัย ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธี สระบัว (2551) วิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการพนาสนธิ์ปาร์ควิลล์ในเขตอำเภอกลางจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการพนาสนธิ์ปาร์ควิลล์ในเขตอำเภอกลางจังหวัดภูเก็ต ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และสถานภาพการสมรส แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการพนาสนธิ์ปาร์ควิลล์ในเขตอำเภอกลางจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่า โดยภาพรวมความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชญา ทองเมืองหลวง (2554) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน) จากผลการศึกษารูปได้ว่า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ผลวิจัยที่สอดคล้องดังกล่าว อาจเนื่องมาจากเป็นกลุ่มคนที่มีความต้องการจะซื้อบ้านเหมือนกัน ความต้องการหรือความคิดจึงมีลักษณะใกล้เคียงกันและงานวิจัยของ ขวัญใจ ช้างหลา (2559:16) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผลลัพธ์ คือ สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการรู้จักเพื่อการบริโภค โดยที่ต้องสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าบริการหรือความคิดซึ่งลูกค้าต้องจ่ายเงินเป็นการแลกเปลี่ยนงานวิจัยของ วิณา ศรีเจริญ (2558:18) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า เป็นทำเลที่ตั้งของโครงการบ้านจัดสรรมีความดึงดูดใจผู้ซื้อ เช่น ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และอยู่ใกล้ศูนย์การค้า

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจดังกล่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสมดังนี้ ด้านคุณภาพบ้านและแบรนด์ ควรมีคุณภาพงานก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน ใช้วัสดุก่อสร้างที่มีมาตรฐานและมีการรับประกันคุณภาพบ้าน ด้านราคา มีราคาที่เหมาะสมสามารถต่อราคาได้

มีค่าบำรุงรักษาส่วนกลางที่เหมาะสม **ด้านการจัดจำหน่าย** มีสำนักงานขายภายในโครงการที่สะดวกต่อการติดต่อ ลดขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายไม่ยุ่งยาก **ด้านการส่งเสริมทางการตลาด** มีมอบส่วนลดพิเศษเงินสด ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน **ด้านบุคลากร** พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ **ด้านกระบวนการและการบริการ** ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ความสะดวกในการติดต่อขอข้อมูล ติดตามการให้บริการทั้งก่อนการขาย/หลังการขาย **ด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในโครงการ** มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดื่น่าอยู่อาศัย มีการจัดการสัดส่วนพื้นที่อย่างเหมาะสม การรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน **ด้านทำเลที่ตั้ง** ที่ตั้งโครงการควรใกล้ถนนใหญ่ ใกล้แหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย

เอกสารอ้างอิง

- ธวัช เชมธร. (2552). การบริการหลังการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยบ้านจัดสรร กรณีศึกษา บริษัท ลลิต พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน). การศึกษาเฉพาะบุคคล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีณา ศรีเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีณา ถิระโสภณ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร
- Etzel, M.J., Walker, B.J., Stanton, W.J. (2007). **Marketing (14th ed.)**. Boston : McGraw-Hill/Irwin.
- Kotler P. (2003). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.