

การศึกษาลักษณะความต้องการทัศนคติและความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย
มือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตจังหวัดเชียงใหม่

**A Study of the Characteristics of Needs, Attitude, and Intention to Buy a Second-Hand
Residential Property of Working-Age Buyers in Chiang Mai Province**

วิชาชุดา คล้ายชม ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.) เพื่อศึกษาถึงลักษณะความต้องการ
อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่ 2.) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อ
ส่วนประสมทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขต
เชียงใหม่ 3.) เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงาน
ในเขตเชียงใหม่ 4.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่
อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่ มีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภควัยทำงานที่มีความตั้งใจซื้อ
อสังหาริมทรัพย์มือสองซึ่งมีอายุตั้งแต่ 23-60 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม
ออนไลน์และการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถาม การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้
วัดค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาสถิติเชิงอนุมาน (Inferred statistic) สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product
Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ และ ทัศนคติด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความ
ตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ทัศนคติด้านราคาและ
ความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน และทัศนคติ ด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทาง
สถิติ 0.0

คำสำคัญ : ทัศนคติ , ความตั้งใจซื้อ

Abstract

The purpose of this research aims to study 1.) the characteristics of the second-hand residential property needs of working-age buyers in Chiang Mai area 2.) to study the attitude towards the marketing mix of the second-hand residential property of working-age buyers in Chiang Mai area 3.) to study the intention level to buy a second-hand residential property of working-age buyers in Chiang Mai area 4.) to study the association between attitude and intention to buy a second-hand residential property of working-age buyers in Chiang Mai area. The sample of this research is 400 working-age buyers who have the intention to buy a second-hand residential property, that are aged from 23-60 years old. The research instruments are the online questionnaire and self-collected questionnaire. The statistics that is used in the data analysis are mean, standard deviation, the statistic that is used for testing the reliability of questionnaire, inferential statistic, and Pearson product moment correlation coefficient.

The result of the research found out that the attitude of product and the attitude of sale are associated with the intention to buy a second-hand residential property at statistical significance level 0.01. The attitude of price and the intention to buy a second-hand residential property have no difference. In addition, the overall marketing promotion is related to the intention to buy a second-hand residential property at statistical significance level 0.01.

Keywords: attitude, intention

บทนำ

ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา พืชเศรษฐกิจจากไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อภาคธุรกิจทั่วโลก ซึ่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักเช่นกัน โดยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยนั้น มีกำลังซื้อลดลงไปมากกว่าครึ่ง

แนวโน้มสถานการณ์บ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวมยังคงชะลอตัว เนื่องจากต้องแข่งขันกับโครงการบ้านใหม่ๆ แต่ตลาดบ้านมือสองยังคงขายได้และส่งผลให้บ้านใหม่หันมาตัดราคาขายกันมากขึ้น ความสนใจโครงการอสังหาริมทรัพย์ในเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่หรือประมาณ 70% สนใจบ้านเดี่ยวอีก 21% สนใจคอนโดมิเนียม และ 9% สนใจทาวน์โฮม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะความต้องการทัศนคติและความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์และทราบถึงทัศนคติของกลุ่มคนทำงานในเขตจังหวัดเชียงใหม่ต่ออสังหาริมทรัพย์มือสองซึ่งจะทำให้ทราบว่ากลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองต้องการรูปแบบลักษณะบ้านแบบไหน ทำเลแบบไหนที่ต้องการ และเพื่อเป็นประโยชน์ในเรื่องทัศนคติในภายหน้าสำหรับผู้สนใจ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงลักษณะความต้องการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่

1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่

1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติด้านราคามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติด้านช่องทางการจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรการวิจัยคือผู้บริโภควัยทำงานที่มีความต้องการทัศนคติและความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองซึ่งมีอายุตั้งแต่ 23-60 ปี

กลุ่มตัวอย่างใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงใช้สูตรของ Cochran (1977, p. 93) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามปลายปิดโดยประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง โดยแบ่งเป็น 10 ระดับ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยได้นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ คอนบัก (Cronbachs' alpha coefficient) เท่ากับ 0.843

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 300 และแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาลักษณะความต้องการทัศนคติและความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรกโดยมีทัศนคติที่มากที่สุดในเรื่องของทรัพย์สินมือสองใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ตลาดสด และโรงพยาบาล มากที่สุด อันดับสองผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีทัศนคติมากที่สุดในเรื่อง ทรัพย์สินมือสองในโครงการมีระบบความปลอดภัย อันดับสามผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการส่งเสริมการตลาดโดยมีทัศนคติมากที่สุดในเรื่อง ถ้าซื้อทรัพย์สินมือสองจากหน่วยงานจะมีโปรโมชั่นพิเศษให้กับลูกค้า ลำดับที่สี่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีทัศนคติมากที่สุดในเรื่องของทรัพย์สินมือสองจากบังคับคดีสามารถซื้อได้ในราคาที่ต่ำสุด 70%

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า มีทัศนคติในระดับดี คือ ทรัพย์สินมือสองมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมอยู่ ทรัพย์สินมือสองซื้อแล้วสามารถอยู่ได้เลยตามลำดับ ในส่วนของทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ทรัพย์สินมือสองในโครงการมีระบบความปลอดภัยและทรัพย์สินมือสองมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าตามลำดับ

ด้านราคา ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านราคาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มีทัศนคติที่ดีคือ ทรัพย์สินมือสองสามารถต่อรองราคาซื้อ – ขายและราคาโอนได้ ทรัพย์สินมือสองมีราคาถูกกว่าทรัพย์สินมือหนึ่งตามลำดับ ในส่วนของการมีทัศนคติระดับปานกลางคือ ทรัพย์สินมือสองจากบังคับคดีสามารถซื้อในราคาต่ำสุดได้ 70% และ หากซื้อทรัพย์สินมือสองจากหน่วยงานสามารถลดความเสี่ยงต่อการถูกโกงได้ ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อแล้วพบว่า มีทัศนคติในระดับปานกลางทั้งหมด คือ ทรัพย์สินมือสองสามารถเลือกทำเลที่ต้องการได้ ทรัพย์สินมือสองมีสภาพแวดล้อมที่ดี ทรัพย์สินมือสองมีคุณภาพที่สะดวก ทรัพย์สินมือสองอยู่ในย่านชุมชน ทรัพย์สินมือสองใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ตลาดสด โรงพยาบาล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับดีคือ ทรัพย์สินมือสองจากสถาบันการเงินสามารถยื่นกู้ต่อได้ และมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางคือ ถ้าซื้อทรัพย์สินมือสองจากหน่วยงานจะมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้า ถ้าซื้อทรัพย์สินมือสองจากหน่วยงานจะมีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

พบว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองภายใน 1 ปีข้างหน้าในระดับที่ ตั้งใจซื้อปานกลาง

สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในรายชื่อได้แก่ ทรัพย์สินมือสองมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า และ ทรัพย์สินมือสองในโครงการมีระบบความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ในรายชื่อทรัพย์สินมือสองมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมอยู่ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ในรายชื่อ ทรัพย์สินมือสองซื้อแล้วสามารถเข้าอยู่ได้เลย มีค่า Sig เท่ากับ 0.122 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่าทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในรายชื่อ ทรัพย์สินมือสองซื้อแล้วสามารถเข้าอยู่ได้เลยและความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.329 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูติกานต์ คำคำเที่ยง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้าบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติด้านราคามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อาศัยมือสอง

ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในรายช้อ ได้แก่ ทรัพย์มือสองมีราคาถูกกว่าทรัพย์มือหนึ่ง และ ทรัพย์มือสองสามารถต่อรองราคาซื้อ - ขายและราคาโอนได้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) -0.199 และ -0.154 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำมาก

ส่วนด้านราคา ในรายช้อ ทรัพย์มือสองจากบังคับคดีสามารถซื้อในราคาต่ำสุดได้ 70% และหากซื้อทรัพย์มือสองจากหน่วยงานสามารถลดความเสี่ยงต่อการถูกโกงได้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.238 และ 0.241 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์น้อยในระดับค่อนข้างต่ำ

ส่วนด้านราคาโดยรวมมีค่า Sig เท่ากับ 0.510 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่มีทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศธร จันงศิตธรรม (2549) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวไว้ว่าราคามีผลต่อการซื้อคอนโดมิเนียม

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อาศัยมือสอง

ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในรายช้อ ได้แก่ ทรัพย์มือสองมีคมนาคมที่สะดวก และ ทรัพย์มือสองมีสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.395 และ 0.397 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันน้อยในระดับค่อนข้างต่ำ

ส่วนด้านการจัดจำหน่าย ในรายชื่อได้แก่ ทรัพย์มือสองสามารถเลือกทำเลที่ตั้งได้ ทรัพย์มือสองใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ตลาดสด โรงพยาบาล และ ทรัพย์มือสองตั้งอยู่ในย่านชุมชน มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.450 0.473 และ 0.423 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.588 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น จะมีความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมือสอง

ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในรายชื่อได้แก่ ถ้าซื้อทรัพย์มือสองจากหน่วยงานจะมีพนักงานให้คำแนะนำและบริการ ถ้าซื้อทรัพย์จากหน่วยงานจะมีโปรโมชั่นพิเศษให้กับลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.227 และ 0.264 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันน้อยในระดับค่อนข้างต่ำ

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ในรายชื่อ ทรัพย์มือสองจากสถาบันการเงินสามารถยื่นกู้ต่อได้ มีค่า Sig เท่ากับ 0.751 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภควัยทำงานในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีทัศนคติในเรื่องทรัพย์มือสองจากสถาบันการเงินสามารถยื่นกู้ต่อได้ และความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยที่ไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.222 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันน้อยในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มสูงขึ้น จะมีความตั้งใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองประเภทที่อยู่อาศัยของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเชียงใหม่เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัย ของฐิติกานต์ ดาคำเที่ยง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้าบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจุบันตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันกันเพิ่มขึ้น ทำให้สถานการณ์ตลาดบ้านมือสองในเชียงใหม่ยังคงทรงตัว ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัวลงแต่การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ไม่ได้หยุดชะงัก โครงการจัดสรรใหม่มีการปรับลดราคาลง ทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มโครงการบ้านจัดสรรขึ้น ส่งผลราคาอสังหาริมทรัพย์มือสองและมือหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้บริโภคหันมาสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์มือหนึ่งมากกว่า เพราะทรัพย์มือสองบางแห่งเมื่อซื้อมาแล้วต้องมารีโนเวทใหม่รวมถึงการไม่รู้ประวัติของบ้าน ทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในอสังหาริมทรัพย์โครงการบ้านจัดสรรใหม่มากกว่า ด้วยโครงการในปัจจุบันมีโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม ให้กับลูกค้า บางครั้งราคาทรัพย์มือหนึ่งบางแห่งถูกกว่าทรัพย์มือสอง

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ที่ต้องการขายทรัพย์มือสองควรมีการปรับปรุงในด้านของผลิตภัณฑ์ของตัวเองให้มีความน่าสนใจ เช่น การปรับปรุงบ้านเพื่อที่ลูกค้าจะสามารถเข้าอยู่ได้เลย
2. ผู้ที่ต้องการขายทรัพย์ควรศึกษาในเรื่องราคาในปัจจุบันรวมถึงราคาตลาดให้ดีเนื่องจากปัจจุบันที่อยู่อาศัยบางแห่งถูกกว่าราคาทรัพย์มือสองจะทำให้เกิดการเปรียบเทียบได้

ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเรื่องความต้องการ รูปแบบบ้านที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ
2. ควรศึกษาในเรื่องของการซื้อโครงการบ้านจัดสรรเพิ่ม

เอกสารอ้างอิง

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). แนวโน้มสถานการณ์บ้านมือสอง. สืบค้นเมื่อวัน พฤศิกายน 13,2563

วรรณธิดา จงพิพิธพร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง.คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สิรินทิพย์ เกลิ้งพร้อม.(2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อบ้านของผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

ศรัณย์พร อินทร์ใจเอื้อ. (2559). ทักษะคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลิสรา คงเมือง. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการอยู่คอนโดมิเนียม บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รณภฎ อภิชาติวณิชกุล. (2559). ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตตำบลบางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยบูรพา.

พิมพ์วิษฐ์ มาลาวัลย์ (2554). การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาวิทยลัยแม่โจ้.