

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ

FACTORS INFLUENCING HOUSING ESTATES PURCHASE OF THE POPULATION IN
BANG PHLI DISTRICT, SAMUT PRAKAN PROVINCE

ทักษิณ บัวมีกลิ่น

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thaksin Buameeklin

E-mail: 6514991015@rumail.ru.ac.th

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากร ในเขตอำเภอ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน จัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนก ตามพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค (4) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ บ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ มีบ้านหรือมีความต้องการซื้อบ้านจัดสรรและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และมีที่พัก อยู่ในบริเวณเขตอำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องมีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตอำเภอ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใน การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ (1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี

จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีเพศ ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน (2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ประเภทบ้านจัดสรร และระดับราคาต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านที่ตั้งโครงการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนตัวแปรด้านกระบวนการผลิตไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

คำสำคัญ: การเลือกซื้อบ้านจัดสรร, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to study factors that influence the selection of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province (2) to study factors influencing the choice of buying housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province classified by demographic factors (3) to study factors influencing the choice to buy housing estates of the population in Bang Phli District Samut Prakan Province, classified according to consumer purchasing behavior (4) to study marketing mix factors that affect the selection of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province The sample group used in this research is 400 people who have a home or want to buy a housing estates and live in Bang Phli District, Samut Prakan Province, or have accommodations only in the Bang Phli District, Samut Prakan Province. There is no need for people to have a house registration in Bang Phli District. Samut Prakan Province. A research instrument for data collection is a questionnaire. Data analysis for this research is divided into 2 parts as follows: (1) Statistics used in descriptive analysis include frequency, percentage, mean and standard deviation. (2) Inferential statistics, including t-test statistics, One-way ANOVA statistics, and Multiple Linear Regression Analysis.

The results of the hypothesis testing found that (1) Different demographic factors: age, education level, occupation, and average monthly income, influencing the choice of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province was different. And demographic factors with different genders, influencing the selection of housing estates of the population in Bang Phli District. Samut Prakan Province was not different (2) Factors in consumer purchasing behavior Housing type and different price levels, influencing the choice of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province was different

(3) Marketing mix factors product, price, project location, sales promotion, personnel and physical characteristics influenced the choice of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province. As for production process variables, there was no effect on the choice of housing estates of the population in Bang Phli District, Samut Prakan Province.

Keywords: Housing estates purchase, Marketing mix factors.

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย อย่างไรก็ตามนับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงต้นปี 2563 เป็นต้นมา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทยต้องเผชิญกับปัจจัยลบทางเศรษฐกิจหลายประการ เช่น ภาวะหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้นถึงระดับเกินกว่าร้อยละ 90 อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และภายใต้ภาวะที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพิ่มสูงขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในประเทศไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นด้านความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ-ปริมณฑลในภาพรวมของไตรมาส 1 ปี 2567 มีค่าดัชนีเท่ากับ 39.2 ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2566 ที่มีค่าดัชนีเท่ากับระดับ 44.5 และเป็นระดับความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่าค่ากลางที่ระดับ 50.0 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยมีความเชื่อมั่นในระดับเกณฑ์ต่ำ อาจจะเป็นผลมาจากการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยทยอยปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพิ่มขึ้นตลอดปี 2566 และยังมีแนวโน้มคงตัวในระดับสูงซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยโดยตรง รวมทั้งอยู่ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย อีกทั้งหนี้ครัวเรือนอยู่ในระดับเกินกว่าร้อยละ 90 ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยไม่มีความพร้อมทางการเงิน ส่งผลให้มีความกังวลต่อการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินเพราะเสี่ยงต่อการถูกปฏิเสธสินเชื่อ และยังสอดคล้องกับข้อมูลการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯ-ปริมณฑลในไตรมาส 1 ปี 2567 ที่มีหน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ลดลงร้อยละ 24.0 และมีมูลค่าลดลงร้อยละ 25.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์)

เมื่อพิจารณาจังหวัดที่มีความสนใจจะซื้อที่อยู่อาศัยมากที่สุด 5 ลำดับแรก ณ ไตรมาส 1 ปี 2567 ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สัดส่วน 48.1% นนทบุรี 10.6% ปทุมธานี 8.6% สมุทรปราการ 7.4% และ นครปฐม 5.3% ซึ่งในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมีปัจจัยรวมหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งธุรกิจบ้านจัดสรรก็เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงโครงการที่สร้างจะต้องตอบโจทย์ความต้องการให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเพื่อลดปัญหาบ้านค้างสต็อกที่เห็นได้ทั่วไปในปัจจุบันนี้ที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับโครงการที่ไม่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้า

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงได้เกิดแนวคิดในการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดในการสร้างโครงการบ้านจัดสรรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า ในเรื่องปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภค และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่ม

ผู้บริโภครู้ความสำคัญ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้เกิดการตอบรับอย่างดีในโครงการบ้านจัดสรรที่จะสร้างต่อไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการสร้างบ้านจัดสรรในการพัฒนาโครงการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

1.1 ตัวแปรอิสระได้แก่

- 1.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- 1.1.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ด้าน ประเภทบ้านจัดสรร และระดับราคา
- 1.1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้งของโครงการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องมีทะเบียนบ้านอยู่ใน เขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจัดสรรและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3. ด้านพื้นที่

โครงการบ้านจัดสรรที่อยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งหมด 17 โครงการ

4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ 15 มีนาคม ถึง 30 มิถุนายน 2567

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชาชนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชาชนในเขตบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
3. นำผลในการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดสำหรับการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ X

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (X1)

1. ด้านเพศ
2. ด้านอายุ
3. ด้านสถานภาพ
4. ด้านระดับการศึกษา
5. ด้านอาชีพ
6. ด้านรายได้

พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค (X2)

1. ด้านประเภทบ้านจัดสรร
2. ด้านระดับราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7PS) (X3)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ตัวแปรตาม (Y)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการต่างกัน
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคต่างกันทำให้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ

(Philip Kotler) การตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้น ทั้งภายในและภายนอกร่างกาย รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

Kotler & Keller (2016) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง เครื่องมือที่นักการตลาดใช้แบ่งกลุ่มสำหรับความต้องการของผู้บริโภค เช่น อายุ ขนาดของครอบครัว เพศ รายได้ การศึกษา ศาสนา สัญชาติ เชื้อชาติ ชนชั้นทางสังคม เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

Kollat & Blackwell (1968) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

แนวคิดและทฤษฎีด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ศศิพร บุญชู (2560) ได้กล่าวว่าเครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการบริการ ส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัฐพเดช มาเจริญ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ซื้อบ้านที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยภายในครัวเรือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้านแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการ ผู้ซื้อบ้านรายค้าน้อยกว่า จะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านน้อยกว่าผู้ที่เลือกซื้อบ้านในราคาสูงกว่า

ในทุกด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการให้บริการ ผู้ซื้อบ้านที่เลือกซื้อบ้านแบรนด์ท้องถิ่น จะให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกซื้อบ้านน้อยกว่าผู้ที่เลือกซื้อบ้านแบรนด์ต่างถิ่นที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการให้บริการ

กมนนทร์ มีสตัย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก พบว่า จากปัจจัยที่ศึกษาซึ่งประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและปัจจัยด้านการลงทุนผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลกมากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ อายุ สมาชิกในครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลกพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลกพบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ วิเคราะห์แยกเป็นรายด้านพบว่าด้านบรรยากาศเหมาะกับการพักอาศัยมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาลจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยด้านการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ระเบียบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้เกิดจากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัย จากนั้นจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีบ้านหรือมีความต้องการซื้อบ้านจัดสรรและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และมีที่พักอยู่ในบริเวณเขตอำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ เท่านั้นโดยไม่จำเป็นต้องมีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรใช้หลักการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ประมาณค่าสัดส่วนขนาดตัวอย่างประชากรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการดำเนินการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม จัดทำเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ให้เลือกคำตอบเดียว และเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยให้เลือกตอบโดยการทำเครื่องหมาย ลงในช่อง

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทบ้านจัดสรร และ ระดับราคา ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 2 ข้อ เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ให้เลือกคำตอบเดียว และเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยให้เลือกตอบโดยการทำเครื่องหมาย ลงในช่อง

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 33 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ลักษณะของคำถามให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวตามระดับความคิดเห็นโดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด) (Rating scale)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ลักษณะของคำถามให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวตามระดับความคิดเห็นโดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด) (Rating scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ จะใช้ค่าร้อยละและความถี่ในการอธิบายตัวแปร

1.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านประเภทบ้านจัดสรร ระดับราคา มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ จะใช้ค่าร้อยละและความถี่ในการอธิบายตัวแปร

1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีระดับการวัดเชิงปริมาณจะใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายตัวแปร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ t-test และ One -Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันทำให้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรต่างกันระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ถ้าค่าที่ทดสอบได้น้อยกว่า 0.05

2.2 การวิเคราะห์ One -Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคต่างกันทำให้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ถ้าค่าที่ทดสอบได้น้อยกว่า 0.05

3. การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.30 มีอายุ 30 – 40 ร้อยละ 69.80 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 76.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 75.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 61.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 - 40,000 บาท ร้อยละ 51.70

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านเดี่ยว ร้อยละ 81.80 เลือกซื้อบ้านระดับราคา ต่ำกว่า 3,000,000 บาท ร้อยละ 52.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด คือ กระบวนการผลิต บุคลากร ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพ ราคา และ สถานที่ ทำเล ที่ตั้งโครงการตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่า อยู่ในระดับสำคัญ

มากที่สุดคือ ชื้อบ้านจัดสรรเพราะต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตัวเอง ชื้อบ้านจัดสรรเพื่อต้องการความสะดวกในการเดินทาง นโยบายกระตุ้นการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์จากรัฐบาลมีผลต่อการซื้อบ้าน ชื้อบ้านจัดสรรเพื่อต้องการแยกครอบครัว/แต่งงาน ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน ส่วนเพศต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ประเภทบ้านจัดสรรและ ระดับราคาต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านที่ตั้งโครงการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการได้เท่ากับร้อยละ 51.40 ส่วนตัวแปรด้านกระบวนการผลิต ไม่สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000-40,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2567) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.1 และส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี หรือเป็นกลุ่ม Gen Y และ Gen Z มากที่สุดร้อยละ 51.9 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 72.2 ทั้งนี้ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ร้อยละ 60.6 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านเดี่ยว สอดคล้องกับศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2567) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประเภทที่อยู่อาศัยที่มีความต้องการซื้อ พบว่ากลุ่มผู้มีอายุระหว่าง 18-44 ปี มีความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ กระบวนการผลิต บุคลากร ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพ ราคา และสถานที่ ทำเล ที่ตั้งโครงการ ตามลำดับ สอดคล้องกับธนภักดิ์ อภิชาติวณิชกุล (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตตำบลบางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ นั้นโดยให้ความสำคัญไปที่ด้านรูปแบบตัวบ้านด้านสาธารณูปโภคภายในหมู่บ้านด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม ด้านราคาและระบบการชำระเงิน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อพร้อมทั้งมีความสอดคล้องกับปัจจัยการกระตุ้นด้านการตลาด (4P) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับความสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค และปัจจัยสิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจสังคมและอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความสำคัญในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง จึงเป็นเหตุในการซื้อบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของประชากรในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่า อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดคือ ซื้อบ้านจัดสรรเพราะต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ซื้อบ้านจัดสรรเพื่อต้องการความสะดวกในการเดินทาง นโยบายกระตุ้นการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์จากรัฐบาลมีผลต่อการซื้อบ้าน ซื้อบ้านจัดสรรเพื่อต้องการแยกครอบครัว/แต่งงาน ตามลำดับ สอดคล้องกับ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2567) ที่ได้ศึกษาวัตถุประสงค์การซื้อที่อยู่ใหม่พบว่า ผู้ต้องการซื้อที่อยู่ส่วนใหญ่ร้อยละ 32.6 ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ต้องการซื้อที่อยู่เพื่อแยกครอบครัว ร้อยละ 9.6 ต้องการความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 7.8

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริ จำกัดมหาชน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ตราสินค้าและภาพลักษณ์ เช่น ความมั่นคงก้าวหน้าในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ความเชี่ยวชาญในด้านอสังหาริมทรัพย์ การมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ การเลือกใช้วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอก ขนาดพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของบริษัท แสนสิริ จำกัดมหาชน

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ บุญชัย สุกุโลตติโกโร และ สุชนนี เมธิโยธิน (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์เซ็นทรัลพาร์ก จำกัด พบว่าประเด็นเงินดาวน์ต่ำหรือสามารถกู้ได้ร้อยละสี่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพบ้านและทำเลที่ตั้ง ด้านการมีการจัดสถาบันการเงินเพื่อรองรับการยื่นกู้ของลูกค้าในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ด้านอัตราผ่อนชำระเงินดาวน์ต่อเดือนมีความเหมาะสม ด้านความหลากหลายของราคาบ้านให้เลือกหลายระดับ

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ตั้งโครงการในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กมนนันท์ มีสสัย (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก พบว่าหากพิจารณาปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน ได้แก่ มีสำนักงานและบ้านตัวอย่างให้เลือกชม และมีออกบูธจัดแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทรเดช มาเจริญ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้งบริษัทเพื่อการติดต่อสามารถเดินทางไปมาสะดวก การจัดแสดงผลงานในโชว์รูมแสดงสินค้าและการมีที่จอดรถสะดวกและกว้างขวาง

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2556) ที่ได้ทำการศึกษา บริษัทแสนสิริจำกัดมหาชน พบว่าการส่งเสริมด้านการตลาด ได้แก่ การมีพนักงานให้คำแนะนำ การมอบสิทธิส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า การให้บริการหลังการขาย เช่น การตรวจดูแลและบำรุงรักษาอสังหาริมทรัพย์ของโครงการและการรับประกันผลิตภัณฑ์อสังหาริมทรัพย์เมื่อเกิดความเสียหาย ส่งผลให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของโครงการซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ของบริษัทแสนสิริจำกัดมหาชน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ บุญชัย สุกุลโชติกาโร และสุชนนี เมธิโยธิน (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์เซ็นทรัลพาร์ค จำกัด พบว่าปัจจัยด้านนโยบายบ้านหลังแรกของรัฐบาล จูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือประเด็นมีส่วนลดที่น่าสนใจ เช่น การแถมเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องปรับอากาศ ประเด็นการมีโฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/ใบปลิว/ ประเด็นการมีโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น/วิทยุชุมชน ประเด็นการให้ค่าธรรมเนียมการโอนฟรี ประเด็นพนักงานขายให้การต้อนรับและบริการที่ดี และประเด็นการรับประกันโครงสร้างบ้าน ระบบไฟฟ้า ประปา ในระยะเวลาที่เหมาะสม ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของนราธิป แนวคำดี และคณะ (2563) พบว่า พนักงานผู้ให้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีความรู้ความสามารถมีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือ พนักงานขายให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มาใช้บริการทำให้เกิดความประทับใจ

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการผลิตในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา บริษัทแสนสิริ จำกัด(มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า

การเลือกวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง การออกแบบตกแต่งภายในและภายนอก ขนาดพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของบริษัทแสนสิริ จำกัด(มหาชน)

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของประชากรในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต จุลาสัย และ ยุวดี ศิริ (2544) พบว่า ข้อมูลที่ผู้ซื้อคาดว่าจะซื้อที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญลำดับแรก คือ เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับ อัจรา ศิริไพวัฒน์ (2549) ส่วน ธัมโชติ ธัมประพาสอัสตร และคณะ (2548) พบว่า ที่ตั้งต้องเดินทางไปทำงานสะดวก ที่ตั้งต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากวัสดุอุปกรณ์แล้วภาพลักษณ์ และความปลอดภัยภายในโครงการเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้านบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1. ให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์หรือรูปแบบการดำเนินการโดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ควรมีการพิจารณาราคาคงคู่ไปกับความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งโครงการด้านความเหมาะสมของราคาจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร
3. ให้ความสำคัญกับการอบรมให้พนักงานมีการบริการอย่างมืออาชีพมีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาอย่างจริงใจและใกล้ชิด
4. ควรมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อกระตุ้นความต้องการในการเลือกซื้อบ้านจริงเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างที่มีคุณภาพตรงความต้องการรวมถึงการออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้มีความคุ้มค่าเหมาะสมมากที่สุด
5. สภาพแวดล้อมของโครงการ ระบบการรักษาความปลอดภัยก็เป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบการตัดสินใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรร
6. การบริการหลังการขายที่ดีก็เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการขายที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลอย่างมืออาชีพจากเจ้าของโครงการจนเกิดการแนะนำหรือบอกต่อไปในวงกว้างซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการที่จะพัฒนาต่อไป
7. กระบวนการผลิตแม้ว่างานวิจัยในครั้งนี้ออกมาว่ากระบวนการผลิตไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรแต่ก็ยังคงต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเพราะกระบวนการผลิตที่ดีมีคุณภาพจะนำมาสู่คุณภาพที่ดีเพื่อส่งมอบบ้านคุณภาพให้กับลูกค้าของทางโครงการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการก่อสร้างในปัจจุบัน ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรหรือไม่ เช่น รูปแบบการก่อสร้างแบบ บ้านก่ออิฐ-ฉาบปูน บ้านหล่อในที่ และบ้านที่เป็นผนังสำเร็จรูปหรือ precast เพราะทั้ง 3 แบบมีข้อดี ข้อเสียที่แตกต่างกันออกไปทำให้รู้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการบ้านรูปแบบใด

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาที่ลูกค้าพบและเกิดความกังวลใจเมื่อได้อยู่อาศัยไปแล้วว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีปัญหาด้านไหนมากที่สุด เช่น ปัญหาการรั่วซึม ปัญหาการแตกร้าว ปัญหาการติดต่อประสานงานบริการหลังการขาย เป็นต้น เพื่อมาปรับปรุงคุณภาพของโครงการที่จะทำต่อไป

3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อย่างเช่น กรุงเทพฯและปริมณฑล เพื่อจะได้เห็นความแตกต่างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า. (2556). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แอสเสริ จำกัด (มหาชน) (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

กมนนทร์ มีสัตย์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร.

บุญชัย สุกุโลชาติกาโร, สุขชนี เมธิโยธิน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์ เซ็นทรัลพาร์ก จำกัด. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์.

ภัทรเดช มาเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, คณะวิศวกรรมศาสตร์.

วีณา ธีระโสภณ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

โสภณอพรโชคชัย. (2564). กรณีศึกษาการวิเคราะห์โครงการอสังหาริมทรัพย์, การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 5. ส วิรัชการพิมพ์.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566). รายงานดัชนีความเชื่อมั่นในการซื้อที่อยู่อาศัย9เดือนแรกของปี2566. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/Q0nWA>

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2567). รายงานดัชนีความเชื่อมั่นในการซื้อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร-ปริมณฑล ไตรมาส1 ปี 2567. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/cFI4N>