

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

Factors Affecting Consumer's Purchasing Decision of Real Estate in Phuket Province

ชินสุมน พลสมัคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดภูเก็ต อีกทั้งยังต้องการให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยและทำงานอยู่ในอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด และจากผลการวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง แบบบ้านที่มีความทันสมัยเหมาะสมกับสมาชิกในครอบครัว รูปแบบโครงการที่มีเอกลักษณ์ และปัจจัยที่ได้รับความสำคัญลำดับที่ 2 และ 3 คือปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ และปัจจัยที่ได้รับความสำคัญลำดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรยังต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ และจากผลสำรวจพบว่าการเลือกซื้อบ้านจัดสรรยังต้องคำนึงถึงสมาชิกครอบครัว การเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจ และความจำเป็นในการซื้ออีกด้วย ซึ่งผลที่ได้นี้สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบ้านจัดสรรต่อไป

คำสำคัญ : บ้านจัดสรร, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research is relevant to the study of influencing factors toward purchasing housing development or housing estate in Phuket province. The objectives of research tend to focus on the component factors of marketing mix (4Ps) in order to be guideline for improving housing estate business in Phuket province. In addition, housing estate entrepreneurs are expected to have real insight about consumer needs and behaviors. The research randomizes in total 400 samples and reveals the consequence following this; the research found that most of sample group lives and work in Thalang district, Phuket province. They are female with age between 30-39 years old. Participants have bachelor degree and work as employees in private organizations or companies. The average monthly income is in the range of 10,000-20,000 baht. Their social status is single. Regarding the influencing factors for purchasing house in Phuket province, the analysis outcomes showed that the sample group most importantly prioritize product factor such as building materials, house plan and house structure which are modern style, suitably for family members, and unique project plan. The second and third influencing factors for purchasing consideration are related to price factor and promotion factor, respectively. Lastly, place factor seems to be the least influencing. However, for housing estate purchase, the decision makers must take other factors into account. According to survey results, family members, information comparison with other housing projects, purchasing necessity are additional influencing factors for purchasing housing estate. These research results could be guideline for developing housing estate developers in the future.

Keywords : Housing estate, Marketing Mix

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ดำเนินไปเป็นอย่างมาก โดยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 7 ของผลิตภัณฑ์มวล

รวมของประเทศ (GDP) เพราะเป็นการก่อให้เกิดการจ้างงานในหลากหลายอาชีพ เช่น วิศวกรรม สถาปัตยกรรม แรงงาน และมีการเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทอื่น ๆ อีกมาก เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจของแต่งบ้าน และธุรกิจสถาบันการเงิน เป็นต้น โดยที่อยู่อาศัยหรือบ้าน ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต การเลือกและตัดสินใจซื้อจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่เป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น แบบบ้าน โครงการทำเลที่ตั้ง การคมนาคมและราคา เป็นต้น จึงทำให้ตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ได้แก่ ห้องชุด บ้านจัดสรร ทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว อาคารพาณิชย์ และบ้านแฝด ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ทันท่วงทีสถานการณ์ของตลาด และเพื่อไม่ให้เกิดการสูญเสียโอกาสกับคู่แข่ง

จากเหตุการณ์อุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมามีการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกสมาคมไทยรับสร้างบ้าน พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการย้ายออกจากกรุงเทพฯ และต้องการบ้านในต่างจังหวัดมากยิ่งขึ้น เพื่อลดความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วม โดยข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ได้มีการทำแบบสำรวจอุปทานและอุปสงค์ของโครงการที่อยู่อาศัยที่อยู่ระหว่างการขายในช่วงครึ่งหลังปี 2562 พบว่าพื้นที่ภาคใต้ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยเหตุนี้เองทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดภูเก็ต โดยทำการศึกษาปัจจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และตัดสินใจให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลหรือประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษามุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต โดยกำหนดขอบเขตเฉพาะบ้านมือหนึ่ง ในช่วงราคา 1 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางการศึกษา 2 ด้าน คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลหรือประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอถลาง และอำเภอกระบุรี จังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามในช่วงเวลาระหว่างเดือนธันวาคม 2563 - มกราคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญของที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัยถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ นั่นคือปัจจัย 4 ที่ประกอบด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ทุกปัจจัยล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งสิ้น โดยที่อยู่อาศัย หมายถึง อาคารบ้านเรือน ตึก โรง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยทั้งภายในเวลากลางวันและกลางคืน โดยภายในที่อยู่อาศัยประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ต้องการ รวมทั้งอุปกรณ์และสิ่งใช้สอยที่มีความจำเป็นทั้งต่อร่างกายและจิตใจ (ชมพูนุช แพร่สีทอง, 2558)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง สินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อ เพราะคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสม รวมถึงการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในแง่ของความสะดวก ด้วยการเพิ่มแรงจูงใจให้เกิดความชื่นชอบและความต้องการต่อสินค้าชิ้นนั้น (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทมีการใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค โดยเครื่องมือทางการตลาดแบ่งได้ 4 ประการคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place) หรือ 4Ps (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยหลักภายในตัวของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อ จะประกอบด้วยปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา (พิมล ศรีวิกรม, 2542) การตัดสินใจ หมายถึง การตกลงใจที่จะเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งในหลาย ๆ ทาง หรืออย่างน้อยก็สองอย่างด้วยกัน โดยมีสภาพการตัดสินใจ คือ การตัดสินใจภายใต้ความแน่นอน การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง และการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน (มานพ สวามิชัย, 2527)

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางที่สมคูลที่สุด ทางเลือกที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีค่าความเสี่ยงเพียงพอกที่จะยอมรับได้ (สุชาติ สังข์เกษม)

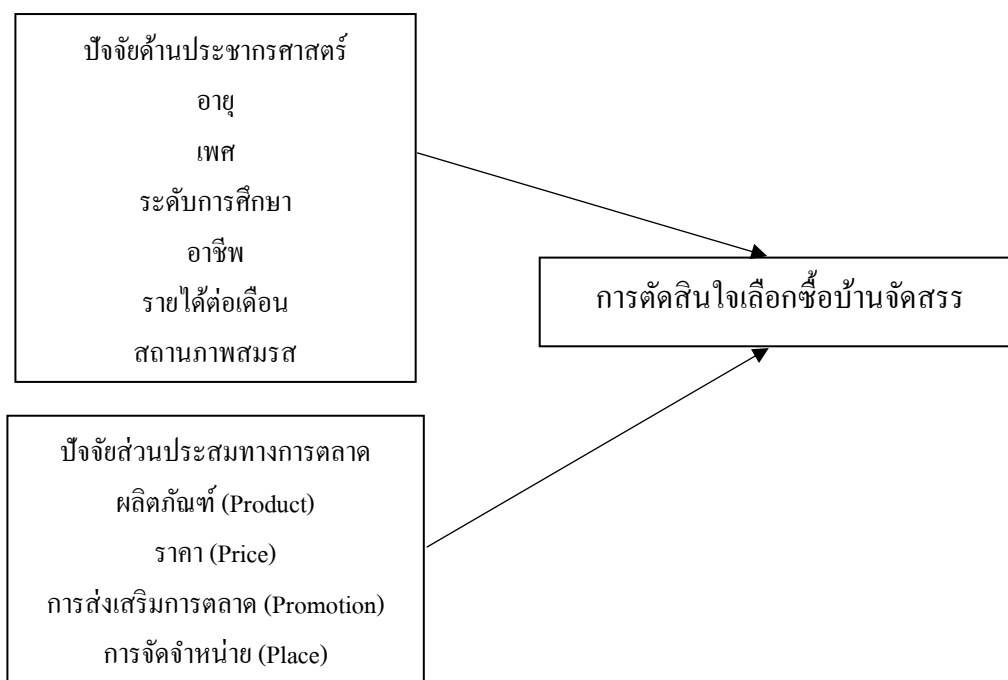
การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกที่จะกระทำหรืองดเว้นการปฏิบัติ หรือการเลือกการดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางเลือกเดียวจากทางเลือกหลายทางเลือก เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายตามที่ต้องการ (ศิริพงษ์ พงศ์ศรีโรจน์)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไอยศิกา แซ่เอี้ย และวิเชียร วงศ์นิชชากุล (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเรื่องอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรสของผู้บริโภคแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านการตลาดทางตรง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

ภัฐพิเศษ มาเจริญ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น จากผลการศึกษาพบว่า ประเด็นที่ผู้ซื้อบ้านให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ คือ ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง การเดินทางไปมาสะดวก โครงการมีบ้านตัวอย่างหรือแฟ้มสะสมผลงานให้ลูกค้าได้พิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน และประเด็นสุดท้าย คือ พนักงานต้อนรับมีการให้คำแนะนำที่ดี

กรอบแนวคิดงานวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการ ข้าราชการ และประชาชนทั่วไปที่เข้าทำงานหรืออาศัยอยู่ทั้ง 3 อำเภอในจังหวัดภูเก็ต คือ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกระทุ่ม และอำเภอถลาง โดยจำนวนครัวเรือนในจังหวัดภูเก็ตมีทั้งสิ้น 180,677 หลัง จึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ พบว่าเพื่อให้การคำนวณมีประสิทธิภาพสูงสุดในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการเปลี่ยนรหัส และบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เป็นการคำนวณข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามได้ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 และ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ตและการตัดสินใจการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบสมมติฐานในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) วิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis-MRA) ในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยในจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	400	100.00
ไม่ใช่	0	0.00
รวม	400	100

จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเป็นคำถามคัดกรอง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 100.00 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของอำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัย

อำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมืองภูเก็ต	148	37.00
ถลาง	172	43.00
กระบุรี	80	20.00
รวม	400	100

จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของอำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอกลางจำนวน 172 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.00 และรองลงมาคืออาศัยอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ตจำนวน 148 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 37.00 และอำเภอกระทุ้งจะมีผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่น้อยที่สุดคือ 80 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงาน

อำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมืองภูเก็ต	147	36.75
กลาง	187	46.75
กระทุ้ง	66	16.50
รวม	400	100

จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของอำเภอในจังหวัดภูเก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่งานอยู่ในอำเภอกลางจำนวน 187 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 46.75 และรองลงมาคือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ตจำนวน 147 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.75 และอำเภอกระทุ้งจะมีผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่น้อยที่สุดคือ 66 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละเพียง 16.50

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยในจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	162	40.50
หญิง	238	59.50
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 59.50 และผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีเพียง 162 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.50 เท่านั้น

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	100	25.00
30-39 ปี	223	55.75

40-49 ปี	58	14.50
50 ปีขึ้นไป	19	4.75
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 30-39 ปี จำนวน 223 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.75 และรองลงมาจะมีอายุในช่วง ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 100 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป หรือคิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	0.50
มัธยมศึกษา/ปวช.	80	20.00
อนุปริญญา	92	23.00
ปริญญาตรี	211	52.75
ปริญญาโทและเอก	15	3.75
รวม	400	100.00

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากถึง 221 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาจะเป็นอนุปริญญาที่มีจำนวน 92 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23 และในระดับประถมศึกษาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือมีจำนวนเพียง 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.50 เท่านั้น

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	93	23.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	61	15.25
เกษตรกร	7	1.75
พนักงานบริษัทเอกชน	111	27.75
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	48	12.00
รับจ้างทั่วไป	80	20.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนสูงสุดมีจำนวน 111 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 93 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.25 และอาชีพเกษตรกรมีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดจำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.75 เท่านั้น

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,001 บาท	42	10.50
10,001-20,000 บาท	253	63.25
20,001-30,000 บาท	65	16.25
30,001-40,000 บาท	22	5.50
40,001-50,000 บาท	12	3.00
มากกว่า 50,000 บาท	6	1.50
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,000-20,000 บาทต่อเดือนมีจำนวน 253 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 63.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001-30,000 บาทมีจำนวน 65 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.50 เท่านั้น

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละด้านสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	294	73.50
สมรส	95	23.75
หย่าร้าง	6	1.50
หม้าย	5	1.25
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมีจำนวน 294 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 73.50

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. แบบบ้านมีความสวยงามทันสมัย เหมาะกับสมาชิกในครอบครัว	4.12	0.57	สำคัญมาก
2. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพ	4.13	0.56	สำคัญมาก
3. รูปแบบโครงการมีความเป็นเอกลักษณ์	3.96	0.55	สำคัญมาก
4. ที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้ที่ทำงาน สถานศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ราชการ	3.91	0.43	สำคัญมาก
5. ที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้ย่านการค้าและธุรกิจ	3.91	0.55	สำคัญมาก
6. ที่ตั้งของโครงการสะดวกสบายในการเดินทาง	3.96	0.34	สำคัญมาก
7. ที่ตั้งของโครงการไม่เสี่ยงต่อการเกิดภัยธรรมชาติ	3.90	0.54	สำคัญมาก
8. โครงการมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ด้านพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.92	0.54	สำคัญมาก
9. โครงการมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ด้านการติดกล้องวงจรปิดทั่วทั้งโครงการ	3.91	0.44	สำคัญมาก
10. โครงการมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ด้านการแลกเปลี่ยนและประทับตรา เมื่อเข้า-ออกหมู่บ้านทุกครั้ง	3.90	0.52	สำคัญมาก
11. ภายในโครงการมีการจัดสรรสถานที่พักผ่อน และสันทนาการ	3.80	0.47	สำคัญมาก
12. ภายในโครงการมีการจัดสรรระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสม	3.95	0.43	สำคัญมาก
13. โครงการที่มีชื่อเสียงจะมีสภาพแวดล้อมเพื่อนบ้านที่ดี	3.56	0.44	สำคัญมาก
14. เพื่อนบ้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน	3.35	0.54	สำคัญมาก
15. รูปแบบบ้านมีความเหมาะสมตามหลักฮวงจุ้ย	3.67	0.56	สำคัญมาก
16. มีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกหลากหลาย	3.32	0.52	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	0.50	สำคัญมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญมากในการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความ

คิดเห็นอยู่ในระดับมีความสำคัญมากเกือบทุกข้อ และมีเพียงข้อเดียวที่มีความคิดเห็นว่าคุณปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญสูงสุดคือ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.13) รองลงมาคือเรื่องแบบบ้านมีความสวยงามทันสมัยเหมาะกับสมาชิกในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือเรื่องมีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย = 3.32)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน	3.76	0.64	สำคัญมาก
2. มีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ	3.76	0.64	สำคัญมาก
3. ราคามีความเหมาะสมกับขนาดของที่ดิน	3.82	0.43	สำคัญมาก
4. ราคามีความเหมาะสมกับทำเลของโครงการ	3.87	0.56	สำคัญมาก
5. ราคาส่วนกลางมีความเหมาะสม	3.57	0.52	สำคัญปานกลาง
6. เงื่อนไขในการชำระเงินมีความเหมาะสม	3.50	0.54	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	3.71	0.55	สำคัญมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านราคา พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณมากในการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมีความสำคัญมากทั้งหมด ซึ่งเรื่องราคาที่มีความเหมาะสมกับทำเลของโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.87) รองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือเรื่องราคาที่มีความเหมาะสมกับขนาดของที่ดิน (ค่าเฉลี่ย = 3.82) และเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือเรื่องเงื่อนไขในการชำระเงินมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.50)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
มีสำนักงานให้คำแนะนำและติดต่อสะดวก	3.50	0.53	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	3.50	0.00	สำคัญมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเรื่องมีสำนักงานให้คำแนะนำและติดต่อสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.50)

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. พนักงานคอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ	3.40	0.56	สำคัญมาก
2. มีการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลด ของแถม การรับประกันตัวบ้าน	3.76	0.42	สำคัญมาก
3. มีการโฆษณาในช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและน่าเชื่อถือ	3.56	0.47	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	3.57	0.48	สำคัญมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามี ความสำคัญมากในการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.57 ซึ่งเรื่องการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลด ของแถม การรับประกันตัวบ้านมีความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.76) และเรื่องมีพนักงานคอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

การตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ท่านตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรรโดยคำนึงถึงครอบครัว	3.78	0.54	สำคัญมาก
2. ท่านตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรรโดยคำนึงถึงความจำเป็นในการซื้อ	3.68	0.53	สำคัญมาก
3. ท่านตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรร ท่านพิจารณาจากความพึงพอใจภาพรวม	3.65	0.56	สำคัญมาก
4. ท่านตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรร ท่านพิจารณาถึงประโยชน์การใช้งาน	3.63	0.42	สำคัญมาก
5. ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ	3.72	0.47	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	3.69	0.50	สำคัญมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นการตัดสินใจการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญมากในการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรรโดยคำนึงถึงครอบครัวผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.78) รองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือเรื่องการศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 3.72) และเรื่องการตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรร โดยพิจารณาถึงประโยชน์การใช้งานผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.62)

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต				
	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.231	0.162		7.594	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.067	0.066	0.056	1.019	0.309
ด้านราคา	0.232	0.069	0.254	3.355	0.001*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.028	0.062	-0.037	-0.455	0.649
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.413	0.078	0.481	5.302	0.000*

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ($R^2 = 0.512, F = 103.546, p < 0.05^*$)

จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ปัจจัยด้านราคา (X_2) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต (Y) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะเห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ (B) ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.413 และปัจจัยด้านราคาเท่ากับ 0.232 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่ามีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ในทิศทางเดียว

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หรือปัจจัยทางสังคม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ชมพูนุช แพร่สีทอง. (2553). การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด
ชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและ
ภาคเอกชน,วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิมล ศรีวิกรม. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ภัสร์พิเศษ มาเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัด
ขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุรนารี
- มานพ สวามิชัย. (2527). จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ไนน์.
- ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์. (2550). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และสุกร เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและบริหาร
การตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไคมอนด์บิซิเนสเวิลด์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรมสาร จำกัด.
- ไอยศิกา แซ่เอี้ย และวิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2556). ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ในการประชุมวิชาการ
ระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ครั้งที่ 2 (หน้า 77). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ