

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ข้อคือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ และสาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย แบ่งเป็นผู้ซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรที่บริหาร โดยผู้ประกอบการท้องถิ่นจำนวน 200 รายและผู้ซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรที่บริหาร โดยผู้ประกอบการส่วนกลางจำนวน 100 รายผลการศึกษามีดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัว จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในบ้าน และจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

4.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 รายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 และเพศชายจำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 60.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 51 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	121	60.5	49	49.0	170	56.7
ชาย	79	39.5	51	51.0	130	43.3
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 37.7 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีอายุเฉลี่ย 41 ปี (ตารางที่ 4.2)

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่ามีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ 31-40 ปี ร้อยละ 37.0 และมีอายุเฉลี่ย 42 ปี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีอายุระหว่าง 41-40 ปี ร้อยละ 40 รองลงมาคือ 41-50 ปี ร้อยละ 38.0 และมีอายุเฉลี่ย 41 ปี (ตารางที่ 4.2) การที่กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยที่ 41-42 ปี เนื่องจากเป็นช่วงวัยกลางคนที่มียาได้และหน้าที่การงานที่มั่นคง มีความสามารถในการซื้อบ้านเป็นของตนเอง

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	22	11.0	10	10.0	32	10.7
31-40 ปี	74	37.0	40	40.0	114	38.0
41-50 ปี	75	37.5	38	38.0	113	37.7
51 ปีขึ้นไป	29	14.5	12	12.0	41	13.7
รวม	200	100	100	100	300	100
อายุเฉลี่ย(ปี)	42	-	41	-	41	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.3 สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 ของทั้งหมด รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7 (ตารางที่ 4.3)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีสถานภาพสมรส จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือสถานภาพโสด 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง มีสถานภาพสมรส จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 (ตารางที่ 4.3) ทั้งนี้ผู้ที่ซื้อบ้านบางส่วนตัดสินใจซื้อบ้านเนื่องจากมีครอบครัวใหม่ หรือเพิ่งแต่งงานแล้วแยกย้ายออกมาตั้งครอบครัวใหม่ของตนเอง ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 40-41 ปีซึ่งมักเป็นวัยที่มีครอบครัวแล้ว ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพครอบครัว

สถานภาพ	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	149	74.5	65	65.0	214	71.3
โสด	40	20.0	25	25.0	65	21.7
หย่า/แยกกันอยู่	5	22.5	7	7.0	12	4.0
หม้าย	6	3.0	3	3.0	9	3
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.4 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 และอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 (ตารางที่ 4.4)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีจำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้าน

จากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0(ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือต่ำกว่า	20	10.0	6	6.0	26	8.7
อนุปริญญา/ปวส.	26	13.0	8	8.0	34	11.3
ปริญญาตรี	121	60.5	50	50.0	171	57.0
สูงกว่าปริญญาตรี	33	16.5	36	36.0	69	23.0
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.5 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 อาชีพอิสระ เช่น ทนายความ วิศวกร สถาปนิก นักธุรกิจเครือข่าย จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดโดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือพนักงานเอกชน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 (ตารางที่ 4.5)

การที่กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดเนื่องจากอาชีพดังกล่าวมีรายได้ที่มั่นคงและสวัสดิการที่ดี จึงมีศักยภาพในการซื้อบ้านมากกว่าอาชีพอื่น

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	78	39.0	40	40.0	118	39.3
พนักงานเอกชน	39	19.5	20	20.0	59	19.7
อาชีพอิสระ เช่น นายความ วิศวกร สถาปนิก นักธุรกิจ เครือข่าย	34	17.0	18	18.0	52	17.3
ค้าขาย	29	14.5	11	11.0	40	13.3
เจ้าของบริษัท/ธุรกิจ ส่วนตัว	20	10.0	10	10.0	30	10.0
รวม	200	100	100	33.3	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.6 ระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัว 20,000-40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมามีรายได้ของครอบครัว 40,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และ 60,001-80,000 บาทต่อเดือน จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีรายได้เฉลี่ย 62,866 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 4.6)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่ามีรายได้ของครอบครัว 20,000-40,000 บาทต่อเดือนจำนวน 67 คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ 40,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยที่ 58,450 บาทต่อเดือน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีรายได้ของครอบครัว 40,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ 20,000-40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 และมีรายได้เฉลี่ยที่ 71,700 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 4.6) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจัดสรรจากผู้ประกอบการจากส่วนกลางมีรายได้ของครอบครัวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเกือบ 20,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้เป็นเพราะว่ากลุ่ม

ตัวอย่างที่ซื้อบ้านจัดสรรจากผู้ประกอบการจากส่วนกลางมีผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการท้องถิ่น

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัว

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000	8	4.0	4	4.0	12	4.0
20,000-40,000	67	33.5	20	20.0	87	29.0
40,001-60,000	51	25.5	24	24.0	75	25.0
60,001-80,000	29	14.5	16	16.0	45	15.0
80,001-100,000	22	11.0	13	13.0	35	11.7
100,001-140,000	13	6.5	11	11.0	24	8.0
มากกว่า 140,000	10	5.0	12	12.0	22	7.3
รวม	200	100	100	100	300	100
รายได้เฉลี่ย (บาทต่อเดือน)	58,450	-	71,700	-	62,866	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.7 จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในบ้าน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่มีสมาชิกที่อาศัยอยู่ในบ้าน 3-4 คน เป็นจำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมามีสมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไป จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 1-2 คน จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีสมาชิกที่อาศัยในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน (ตารางที่ 4.7)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครอบครัว 3-4 คน รองลงมาคือ 5 คนขึ้นไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีจำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 และ จำนวน 47 ราย ร้อยละ 23.5 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 51 และจำนวน 26 ราย ร้อยละ 23.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกอาศัยอยู่ในบ้าน 3-4

คนเนื่องจากอยู่อาศัยกับสามี/ภรรยาและบุตรซึ่งสอดคล้องกับตาราง 4.9 และรองลงมามีสมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไปเนื่องจากอาศัยอยู่กับสามี/ภรรยา และบุตร และบิดามารดา

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในบ้าน

จำนวนสมาชิก	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2คน	37	18.5	23	23.0	60	20.0
3-4คน	116	58.0	51	51.0	167	55.7
5คนขึ้นไป	47	23.5	26	26.0	73	24.3
รวม	200	100	100	100	300	100
จำนวนสมาชิกเฉลี่ย (คน)	4	-	4	-	4	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.8 จำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย มีสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ทำงาน 1 คนจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมามีสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ ไม่มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 ทั้งนี้มีสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ทำงานเฉลี่ย 2 คน (ตารางที่ 4.8)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ส่วนใหญ่มีสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้ทำงานจำนวน 1 คน และรองลงมามีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 และจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 และจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 ตามลำดับ(ตารางที่ 4.8) การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 1 คน และมีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานเฉลี่ย 2 คนนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่อาศัยอยู่กับ สามี/ภรรยาและบุตร รองลงมาคือ สามี/ภรรยา บุตรและบิดามารดา จึงเป็นไปได้ที่จะมีผู้ที่ไม่ได้ทำงานอย่างน้อย 1-2 คน

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน

จำนวนสมาชิกที่ ไม่ได้ทำงาน	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	39	19.5	10	10.0	49	16.3
1 คน	73	36.5	37	37.0	110	36.7
2 คน	65	32.5	32	32.0	97	32.3
3 คน ขึ้นไป	23	11.5	21	21.0	44	14.7
รวม	200	100	100	100	300	100
จำนวนสมาชิกที่ ไม่ได้ทำงาน(คน)	2	-	2	-	2	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้เป็นการศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในที่นี้ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการขาย 5. ด้านการให้บริการ โดยให้ผู้ซื้อบ้านกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 รายตอบคำถามว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนนตามลำดับ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านทั้งหมด จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (คะแนนเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา (คะแนนเฉลี่ย 4.24) อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 4.98) อันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (คะแนนเฉลี่ย 3.88) และอันดับ 5 คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 3.83)

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการส่วนท้องถิ่นจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ราคามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ มีอิทธิพลสูงที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.26 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุ คะแนนเฉลี่ย 4.24 (ระดับมาก)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 2 ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของโครงการสะดวกต่อการเดินทางมีอิทธิพลสูงที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.33 (ระดับมาก) รองลงมาคือ วัสดุและฝีมือการก่อสร้างดีและมีคุณภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (ระดับมาก) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 3 ได้แก่ปัจจัยด้านการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องมีอิทธิพลมากที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 3.90 (ระดับมาก) รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่คะแนนเฉลี่ย 3.86 (ระดับมาก)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการส่วนกลางจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (ระดับมาก)ซึ่งประกอบด้วย การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือมีอิทธิพลสูงที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.84 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ การที่โครงการมีชื่อเสียง คะแนนเฉลี่ย 4.73 (ระดับมากที่สุด) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุมีอิทธิพลมากที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.47 (ระดับมาก)รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเป็นอันดับ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 4.11 (ระดับมาก)ซึ่งประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องมีอิทธิพลมากที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.26(ระดับมาก)รองลงมาคือพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการอย่างเต็มที่ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (ระดับมาก) (ตาราง 4.9)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านของผู้ที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นกับผู้ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการให้บริการ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางให้คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น ส่วนปัจจัยด้านราคาระนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันเฉพาะปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุและความสวยงามของบ้าน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางให้คะแนนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น ขณะที่ปัจจัยย่อยด้านราคาอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตาราง 4.9)

ตาราง 4.9 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรร

ปัจจัย	โครงการ ของ ท้องถิ่น	โครงการ จาก ส่วนกลาง	รวม	ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10 (มาก)	4.49 (มาก)	4.29 (มาก)	-4.255***	0.000
1.1 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.19 (มาก)	4.84 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	-1.748*	0.081
1.2 ทำเลที่ตั้งของโครงการ สะดวกต่อการเดินทาง	4.33 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	-2.213**	0.028
1.3 วัสดุ และฝีมือในการก่อสร้าง ดี และมีคุณภาพ	4.25 (มาก)	4.55 (มาก)	4.40 (มาก)	-3.483***	0.010
1.4 โครงการมีชื่อเสียงและมี ความน่าเชื่อถือ	4.06 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	-1.810*	0.071
1.5 มีรูปแบบ และ การใช้ ประโยชน์ที่ลงตัว	4.16 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	-4.512***	0.000
1.6 บ้านมีความสวยงาม	4.18 (มาก)	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)	-2.908***	0.004
1.7 มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบ ครัน	4.10 (มาก)	4.34 (มาก)	4.22 (มาก)	-2.748***	0.006
1.8 มีการออกแบบและตกแต่ง พื้นที่ภายในโครงการได้อย่าง สวยงาม และมีเอกลักษณ์	3.88 (มาก)	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)	-5.026***	0.000
1.9 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มเติม เช่น สโมสร สนาม เด็กเล่น	3.79 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	-3.691***	0.000

ตาราง 4.9 (ต่อ)

ปัจจัย	โครงการ ของ ท้องถิ่น	โครงการ จาก ส่วนกลาง	รวม	ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
2. ด้านราคา	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)	-1.576	0.116
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพของวัสดุและความ สวยงามของบ้าน	4.24 (มาก)	4.47 (มาก)	4.36 (มาก)	-2.580***	0.010
2.2 ราคามีความเหมาะสมกับ งบประมาณที่มีอยู่	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)	-0.775	0.439
2.3 มีราคาถูกกว่าโครงการอื่นที่ ใช้วัสดุในระดับเดียวกัน หรือ รูปแบบบ้านคล้ายกัน	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)	-0.574	0.567
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65 (มาก)	4.01 (มาก)	3.83 (มาก)	-4.540***	0.000
3.1 สำนักงานขายสะดวกในการ ติดต่อ	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)	-3.307***	0.001
3.2 มีสำนักงานขายหลายแห่ง หรือ บริการรับจองนอก สถานที่	3.55 (มาก)	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	-4.276***	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.70 (มาก)	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	-3.752***	0.000
4.1 มีตัวอย่างบ้านให้ชม	4.08 (มาก)	4.31 (มาก)	4.19 (มาก)	-2.641***	0.009
4.2 โครงการได้รับการสนับสนุน การให้บริการสินเชื่อจาก ธนาคารพาณิชย์	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	-0.930	0.353

ตาราง 4.9(ต่อ)

ปัจจัย	โครงการ ของ ท้องถิ่น	โครงการ จาก ส่วนกลาง	รวม	ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
4.3 มีสื่อโฆษณาหรือพื้นที่ให้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทาง Website หรือ Social network	3.40 (ปานกลาง)	4.32 (มาก)	3.86 (มาก)	-2.946***	0.003
4.4 มีกิจกรรมส่งเสริมการขายเช่น การลด การแถม	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	-1.262	0.209
4.5 มีสื่อโฆษณาที่พบเห็นได้ มากกว่าโครงการอื่น	3.48 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)	-4.489***	0.000
5. ด้านการให้บริการ	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	-2.853***	0.005
5.1 พนักงานมีความรู้ ให้ข้อมูลได้ อย่างถูกต้อง และชัดเจน	3.90 (มาก)	4.26 (มาก)	4.08 (มาก)	-3.752***	0.000
5.2 พนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการอย่างเต็มที่	3.85 (มาก)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	-2.286**	0.023
5.3 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ใน การให้บริการ	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	-1.690*	0.092

หมายเหตุ :*,**,*** แสดงการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1,0.05 และ 0.01

ที่มา: จากการศึกษา

4.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อบ้าน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะการอยู่อาศัย ลักษณะบ้าน ขนาดที่ดิน ขนาดพื้นที่ใช้สอย ราคาบ้านพร้อมที่ดิน เงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน สถาบันการเงินที่กู้ยืม ระยะเวลาการกู้ยืม การผ่อนชำระต่อเดือน แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านที่ตัดสินใจซื้อ จำนวนโครงการที่เปรียบเทียบก่อนซื้อ และการเป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย มีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านเนื่องจากบ้านจัดสรรตั้งอยู่ในทำเลดี เดินทางสะดวก และอยู่ใกล้ที่ทำงาน มากถึงร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยหลังใหม่ของตนเองถึงร้อยละ 24 และบ้านมีราคาที่เหมาะสมกับงบประมาณที่ตั้งไว้ ร้อยละ 14.7

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งที่ซื้อบ้านจากโครงการของท้องถิ่นและโครงการจากส่วนกลางมีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านที่สอดคล้องกันอันดับแรกคือ บ้านจัดสรรอยู่ในทำเลดี เดินทางสะดวกและอยู่ใกล้ที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 35 และร้อยละ 40 ตามลำดับ เช่น ตั้งอยู่บริเวณถนนวงแหวนรอบกลาง ถนนเชียงใหม่-แม่ใจ ถนนเชียงใหม่-หางดง เป็นต้น รองลงมาคือ เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยใหม่ของตนเอง/อยากมีบ้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 24.5 และร้อยละ 23 ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสแล้วจึงอยากมีบ้านเป็นของตนเอง(ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ บ้านจัดสรร	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านจัดสรรตั้งอยู่ในทำเลดี เดินทางสะดวก ใกล้ที่ทำงาน	70	35.0	40	40.0	110	36.7
เป็นที่อยู่อาศัยใหม่ของตนเอง/อยากมีบ้านใหม่	49	24.5	23	23.0	72	24.0
มีราคาที่เหมาะสมกับงบประมาณ	29	14.5	15	15.0	44	14.7
เป็นเรือนหอ/เป็นที่อยู่อาศัยสำหรับครอบครัวที่เริ่มต้นใหม่/มีสมาชิกเพิ่ม	21	10.5	11	11.0	32	10.7
ย้ายที่อยู่มาจากต่างจังหวัด	25	12.5	2	2.0	27	9.0
ถูกใจในความสวยงามของบ้านและโครงการ	6	3.0	9	9.0	15	5.0
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.2 ทำเลที่ตั้งของบ้านที่ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ซื้อบ้านในทำเล ถนนวงแหวนรอบกลางเช่น โครงการศุภลาวัลย์วิลล์ โครงการบ้านพิมุกต์ โครงการบ้านภานน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3 รองลงมาคือทำเล ถนนเชียงใหม่-แม่โจ้เช่น โครงการนนนิภา โครงการแลนด์แอนด์เฮาส์ โครงการชฎยลกรีนวิว จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19 และ ถนนวงแหวนรอบนอกเช่น โครงการลา구나 โครงการธารินา โครงการกาญจน์กนกวิลล์ 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.11)

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างซื้อบ้านในทำเล ถนนวงแหวนรอบกลางเช่น โครงการบ้านพิมุกต์ โครงการบ้านภานนโครงการดิเออบานา จำนวนมากถึง 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมาคือ บนถนนวงแหวนรอบนอกเช่น โครงการลา구나 โครงการธารินา โครงการกาญจน์กนกวิลล์ จำนวน 29 ราย ร้อยละ 14.5 และ ถนนเลียบริมคลองชลประทานเช่น โครงการชฎยล1และ2 โครงการเดอะทิวเก็ทเตอร์ โครงการเมทันทันต์ฟรอนด์

จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการ ส่วนกลาง ซื้อบ้านในทำเล ถนนวงแหวนรอบกลาง และ ถนนเชียงใหม่-แม่โจ้ เช่น โครงการแลนด์ แอนด์เฮาส์พาร์ค โครงการศุภาลัยวิลล์ โครงการลัดดาธรรมย์อิลิแกนส์ เป็นจำนวนที่เท่ากัน คือ 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ถนนเชียงใหม่-หางดง เช่น โครงการทิพภิมรย์ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 21 (ตาราง 4.11) การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อบ้านในทำเล ถนนวงแหวนรอบกลาง เนื่องจากเป็นทำเลที่เดินทางสะดวกเนื่องจากสามารถเชื่อมต่อถนนสายหลักทุกๆ เส้นทางทั้งเข้าสู่ตัวเมืองและออกจากตัวเมือง อีกทั้งยังปราศจากปัญหาการจราจรติดขัดในเวลาเร่งด่วน ถือว่าเป็นเส้นทางที่เดินทางสะดวกสบาย (ตารางที่ 4.11)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4.11 ทำเลที่ตั้งของบ้านที่ซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ถนนวงแหวนและเลียบบคลองชลประทาน						
1.1 ถนนวงแหวนรอบกลาง	37	18.5	30	30.0	67	22.3
1.2 ถนนวงแหวนรอบนอก	29	14.5	19	19.0	48	16.0
1.3 ถนนเลียบบคลองชลประทาน	28	14.0	0	-	28	9.3
1.4 ถนนมหิดล	2	1.0	0	-	2	0.7
2.ทิศเหนือของตัวเมือง						
2.1 ถนนเชียงใหม่-แม่โจ้	27	13.5	30	30.0	57	19.0
2.2 ถนนสันทราย-แม่โจ้(สายเก่า)	13	6.5	0	-	13	4.3
2.3 ถนนเชียงใหม่-แม่ริม	5	2.5	0	-	5	1.7
3.ทิศใต้ของตัวเมือง						
3.1 ถนนเชียงใหม่-หางดง	23	11.5	21	21.0	44	14.7
3.2 ถนนหางดง-สันป่าตอง	6	3.0	0	-	6	2.0
3.3 ถนนเชียงใหม่-ลำพูน (ต้นยาง)	2	1.0	0	-	2	0.7
4.ทิศตะวันออกของตัวเมือง						
4.1 ถนนเชียงใหม่-คอยสะเก็ด	21	10.5	0	-	21	7.0
4.2 ถนนคอยสะเก็ด-บ่อสร้าง	4	2.0	0	-	4	1.3
4.3 ถนนบ่อสร้าง-สันกำแพง	3	1.5	0	-	3	1.0
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.3 ลักษณะการอยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร เป็นจำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาอาศัยอยู่กับสามี/ภรรยา บุตร และบิดามารดา จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 และอยู่กับบิดามารดา จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7(ตารางที่ 4.12)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร รองลงมาคืออยู่กับสามี/ภรรยา บุตร และบิดามารดา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.5 และจำนวน 42 ราย ร้อยละ 21.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางมีจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 46 และ จำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12) ทั้งนี้การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย

ลักษณะการอยู่อาศัย	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร	107	53.5	46	46.0	153	51.0
อยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร และบิดามารดา	42	21.0	20	20.0	62	20.7
อยู่กับบิดามารดา	22	11.0	19	19.0	41	13.7
อยู่กับญาติ หรือ พี่น้อง	22	11.0	10	10.0	32	10.6
อยู่คนเดียว	7	3.5	5	5.0	12	4.0
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.4 ลักษณะบ้านที่ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่ซื้อบ้าน 2 ชั้นจำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคือ บ้านชั้นเดียวจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 และบ้านชั้นครึ่งจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 7.7 (ตาราง 4.13)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น และที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ส่วนใหญ่ซื้อบ้าน 2 ชั้น จำนวน 147 รายคิดเป็นร้อยละ

73.5 และจำนวน 79 รายคิดเป็นร้อยละ 79.0 ตามลำดับ(ตาราง 4.13) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบ้านที่มี 2 ชั้น มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าบ้านชั้นเดียวประกอบกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสแล้ว อาศัยอยู่กับสามี/ภรรยาและบุตร และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จึงต้องการพื้นที่ใช้สอยของบ้านมากและแบ่งเป็นสัดส่วน

ตารางที่ 4.13 ลักษณะบ้าน

ลักษณะบ้าน	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน 2 ชั้น	147	73.5	79	79.0	226	75.3
บ้านชั้นเดียว	40	20.0	11	11.0	51	17
บ้าน 1 ชั้นครึ่ง	13	6.5	10	10.0	23	7.7
รวม	200	100	100	100	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.5 ขนาดที่ดิน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่ซื้อบ้านที่มีขนาดที่ดิน ระหว่าง 51-100 ตารางวา 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาคือขนาด 101-150 ตารางวา 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และ ต่ำกว่า 50 ตารางวา จำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 10.7 ทั้งนี้ขนาดที่ดินเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซื้อคือ 82 ตารางวา

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น และที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ส่วนใหญ่ซื้อบ้านที่มีขนาดที่ดิน ระหว่าง 51-100 ตารางวา จำนวน 149 ราย และ 66 รายคิดเป็นร้อยละ 74.5 และ 66.0 ตามลำดับ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีขนาดที่ดินที่ซื้อรองลงมาคือ ต่ำกว่า 50 ตารางวา จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีขนาดที่ดินที่ซื้อเฉลี่ยคือ 75 ตารางวา และกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง มีขนาดที่ดินที่ซื้อรองลงมาคือ 101-150 ตารางวา จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 23 และมีขนาดที่ดินที่ซื้อเฉลี่ยคือ 95 ตารางวา (ตาราง 4.14)

การที่กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการส่วนกลางมีขนาดที่ดินที่ซื้อเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของท้องถิ่นเนื่องจาก มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนที่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการท้องถิ่นเกือบ 20,000 บาทต่อเดือน จึงมีศักยภาพในการซื้อบ้านที่มีพื้นที่กว้างกว่า

ตารางที่ 4.14ขนาดที่ดิน

ขนาดที่ดิน	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 ตารางวา	29	14.5	3	3.0	32	10.7
51-100 ตารางวา	149	74.5	66	66.0	215	71.7
101-150 ตารางวา	12	6.0	23	23.0	35	11.7
มากกว่า 150 ตารางวา	10	5.0	8	8.0	18	6.0
รวม	200	100	100	100	300	100
ขนาดที่ดินเฉลี่ย(ตารางวา)	75	-	95	-	82	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.6ขนาดพื้นที่ใช้สอยของบ้าน ณ วันที่ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ซื้อบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอย ระหว่าง 151-200 ตารางเมตร 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือขนาด100-150 ตารางเมตร 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.7และน้อยกว่า 100 ตารางเมตร 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 โดยมีขนาดพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยคือ 160 ตารางเมตร

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นพบว่าซื้อบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอย ระหว่าง 151-200 ตารางเมตรถึง 73 ราย คิดเป็น ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ 100-150 ตารางเมตรจำนวน 54 ราย ร้อยละ 21 โดยมีขนาดพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยคือ 155 ตารางเมตร ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ซื้อบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอย ระหว่าง 100-150 ตารางเมตร ถึง 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ 151-200 ตารางเมตร จำนวน 32 ราย ร้อยละ 32 โดยมีขนาดพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยคือ 165 ตารางเมตร(ตาราง 4.15)

ตารางที่ 4.15 ขนาดพื้นที่ใช้สอยของบ้าน ณ วันที่ซื้อ

ขนาดพื้นที่ใช้สอย	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 ตารางเมตร	42	21.0	9	9.0	51	17.0
100-150 ตารางเมตร	54	27.0	35	35.0	89	29.7
151-200 ตารางเมตร	73	36.5	32	32.0	105	35.0
201-250 ตารางเมตร	17	8.5	15	15.0	32	10.7
มากกว่า 250 ตารางเมตร	14	7.0	9	9.0	23	7.7
รวม	200	100	100	100	300	100
พื้นที่ใช้สอยเฉลี่ย(ตารางเมตร)	155	-	165	-	160	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.7 ราคาบ้านพร้อมที่ดิน ณ วันที่ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ซื้อบ้านราคา 2.01-3.00 ล้านบาท จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือราคา 1.00-2.00 ล้านบาท จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 โดยราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 3.22 ล้านบาท

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นพบว่าซื้อบ้านราคา 2.01-3.00 ล้านบาท มากถึง 74 ราย คิดเป็น ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือราคา 1.00-2.00 ล้านบาท จำนวน 71 ราย ร้อยละ 35.5 โดยราคาเฉลี่ยคือ 2.52 ล้านบาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ซื้อบ้านราคา 3.01-4.00 ล้านบาท มากถึง 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือราคามากกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 25 ราย ร้อยละ 25 โดยราคาเฉลี่ยคือ 4.62 ล้านบาท (ตาราง 4.16) ทั้งนี้เนื่องมาจากโครงการจากส่วนกลางมีราคาบ้านพร้อมที่ดินที่สูงกว่าโครงการของท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการส่วนกลางมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนที่สูงกว่า ราคาบ้านเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากส่วนกลางซื้อจึงสูงกว่า

ตารางที่ 4.16 ราคาบ้านพร้อมที่ดิน ณ วันที่ซื้อ

ราคา (ล้านบาท)	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1.00	20	10.0	0	0.0	20	6.7
1.00-2.00	71	35.5	6	6.0	77	25.7
2.01-3.00	74	37.0	23	23.0	97	32.3
3.01-4.00	19	9.5	33	33.0	52	17.3
4.01-5.00	4	2.0	13	13.0	17	5.7
มากกว่า 5.00	12	6.0	25	25.0	37	12.3
รวม	200	100	100	100	300	100
ราคาเฉลี่ย(ล้านบาท)	2.52	-	4.62	-	3.22	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.8 เงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่ซื้อบ้านด้วยการกู้ผ่านสถาบันการเงิน เป็นจำนวนถึง 206 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.6 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ทั้งที่ติดต่อด้วยตนเอง และติดต่อผ่านโครงการบ้านจัดสรร(ตาราง 4.17)

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น แล้วทำการกู้ผ่านสถาบันการเงิน ทำการกู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อด้วยตนเองถึงร้อยละ 42.4 และกู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ที่โครงการเป็นผู้ติดต่อให้ร้อยละ 28.8 ของผู้ที่กู้ผ่านสถาบันการเงิน(ตาราง 4.17)

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง แล้วทำการกู้ผ่านสถาบันการเงิน ทำการกู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อด้วยตนเองถึงร้อยละ 39.5 และกู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ที่โครงการเป็นผู้ติดต่อให้ร้อยละ 23.8 ของผู้ที่กู้ผ่านสถาบันการเงิน(ตาราง 4.17)

การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการซื้อบ้านด้วยการกู้ผ่านสถาบันการเงินเป็นเพราะว่าบ้านเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงและสามารถใช้งานได้ในระยะยาว ผู้ที่จะซื้อบ้านจึงมักซื้อโดยกู้ผ่านสถาบันการเงิน แต่อย่างไรก็ตามมีข้อน่าสังเกตคือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการส่วนกลางทำการซื้อบ้านด้วยเงินสดในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการท้องถิ่น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากผู้ประกอบการส่วนกลางมีทรัพย์สินที่มากกว่า หรือมีมรดกตกทอด จึงสามารถซื้อบ้านด้วยเงินสดได้ในสัดส่วนที่มากกว่า นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

บ้านเลือกผู้ผ่านธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อด้วยตนเองมากที่สุดเนื่องจากมีความคุ้นเคย และไว้ใจในธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังต้องการเลือกธนาคารที่ให้อัตราดอกเบี้ยของการให้สินเชื่อที่เหมาะสมที่สุดกับรายได้ในปัจจุบันและรายได้ที่คาดการณ์ในอนาคต กลุ่มตัวอย่างจึงมักจะเลือกธนาคารด้วยตนเอง

ตารางที่ 4.17 เงินทุนที่ใช้ในการซื้อบ้าน

เงินทุนที่ใช้	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.เงินสดทั้งจำนวน	53	26.5	41	41.0	94	31.4
2.ผู้ผ่านสถาบันการเงิน	147	73.5	59	59.0	206	68.6
2.1 ธนาคารพาณิชย์ที่ติดต่อด้วยตนเอง	58	(39.5)	25	(42.4)	83	(40.4)
2.2 ธนาคารพาณิชย์ที่โครงการเป็นผู้ติดต่อกให้	35	(23.8)	17	(28.8)	52	(25.2)
2.3 ธนาคารอาคารสงเคราะห์	26	(17.7)	13	(22.0)	39	(18.9)
2.4 ธนาคารออมสิน	24	(16.3)	4	(6.8)	28	(13.6)
2.5 สหกรณ์ออมทรัพย์ และสวัสดิการจากที่ทำงาน	4	(2.7)	0	(0)	4	(1.9)
รวม	200	100	100	100	300	100

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละของกลุ่มที่ทำกรผู้ผ่านสถาบันการเงินที่มา: จากการศึกษา

4.3.9ระยะเวลาในการกู้ยืม

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านโดยการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินทั้งหมด 206 ราย มีระยะเวลาในการกู้ยืมระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 64ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0รองลงมา คือ 26-30 ปีจำนวน63ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6และ 21-25 ปี จำนวน 40 ราย ร้อยละ 19.4 และระยะเวลากู้ยืมเฉลี่ยคือ 22 ปี (ตารางที่ 4.18)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นมีระยะเวลาในการกู้ยืม 16-20 ปีมากถึง49 รายคิดเป็นร้อยละ 33.3รองลงมาคือ 26-30 ปี จำนวน 47 รายคิดเป็นร้อยละ

ละ 32 โดยมีระยะเวลากู้ยืมเฉลี่ยคือ 22 ปี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการ ส่วนกลาง มีระยะเวลาในการกู้ยืม 21-25 ปี และ 26-30 ปี ในจำนวนที่เท่ากันคือ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ 16-20 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.4 มีระยะเวลากู้ยืมเฉลี่ยคือ 22 ปีเช่นกัน (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ระยะเวลาในการกู้ยืม

ระยะเวลาในการกู้ยืม	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5-10 ปี	11	7.4	5	8.5	15	7.3
11-15 ปี	16	10.8	11	18.6	24	11.7
16-20 ปี	49	33.3	11	18.6	64	31.0
21-25 ปี	23	15.6	15	25.4	40	19.4
26-30 ปี	48	32.7	17	28.8	63	30.6
รวม	147	100	59	100	206	100
ระยะเวลาในการกู้ยืมเฉลี่ย(ปี)	22	-	22	-	22	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.10 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้าน โดยการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินทั้งหมด 206 ราย ผ่อนชำระ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ผ่อนชำระไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.1 และ ผ่อนชำระ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 โดยมีจำนวนเงินที่ผ่อนชำระเฉลี่ยต่อเดือนคือ 16,067 บาท (ตารางที่ 4.19)

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น ส่วนใหญ่ผ่อนชำระ 10,001-20,000 บาทต่อเดือนถึง 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 47 ราย ร้อยละ 32 โดยมีจำนวนเงินที่ผ่อนชำระเฉลี่ยต่อเดือนคือ 14,795 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ผ่อนชำระ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ ผ่อนชำระ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีจำนวนเงินที่ผ่อนชำระเฉลี่ยต่อเดือนคือ 19,238 บาท (ตารางที่

4.19) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการจากส่วนกลางที่ซื้อโดยการกู้ มีการผ่อนชำระที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อโครงการของท้องถิ่น เนื่องจากบ้านในโครงการจากส่วนกลางมีราคาแพงกว่า

ตารางที่ 4.19 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน

จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน (บาท)	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000	47	32.0	13	22.0	60	29.1
10,001-20,000	82	55.8	17	28.8	99	48.1
20,001-30,000	13	8.8	24	40.7	37	18.0
มากกว่า 30,000	5	3.4	5	8.5	10	4.8
รวม	147	100	59	100	300	100
เงินผ่อนเฉลี่ยต่อเดือน(บาท)	14,795	-	19,237	-	16,067	-

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.11 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหา ก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่ หาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรก่อนตัดสินใจซื้อ จากบุคคลที่รู้จัก จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ จากป้ายโฆษณาจำนวน 146 ราย ร้อยละ 48.7 และ จากเอกสารแนะนำ(โบรชัวร์)จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 44

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรก่อนตัดสินใจซื้อจากบุคคลที่รู้จัก มากถึง 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือ จากเอกสารแนะนำ(โบรชัวร์)จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรก่อนตัดสินใจซื้อจากบุคคลที่รู้จัก จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ จากเว็บไซต์ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 55 (ตาราง 4.20)

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่ต้องการจะซื้อบ้านมักจะพูดคุยปรึกษาและสอบถามกับคนรู้จัก เช่น เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงานเป็นอันดับแรกก่อนที่จะทำการหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านในโครงการจากส่วนกลาง มีการหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากเป็นอันดับสอง อาจเนื่องจาก

การที่กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีระดับการศึกษาเฉลี่ยที่สูงกว่า และรายได้เฉลี่ยสูงกว่า จึงมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายกว่า

ตารางที่ 4.20 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

แหล่งข้อมูล	โครงการของท้องถิ่น		โครงการจากส่วนกลาง		รวม	
	คะแนน	ร้อยละ	คะแนน	ร้อยละ	คะแนน	ร้อยละ
บุคคลที่รู้จัก	106	53.0	60	60.0	166	55.3
เอกสารแนะนำ(โบรชัวร์)	87	43.5	45	45.0	132	44.0
ป้ายโฆษณา	85	42.5	41	41.0	126	42.0
บู๊ทจัดแสดง	69	34.5	48	48.0	117	39.0
เว็บไซต์	64	32.0	55	55.0	114	39.6
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	34	17.0	35	35.0	69	23.0
โทรทัศน์/วิทยุ	19	9.5	24	24.0	43	14.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.12 จำนวนโครงการที่ทำการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ไม่ได้ทำการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อจำนวน 74 ราย ทำการเปรียบเทียบกับโครงการอื่นจำนวน 226 ราย โดยแบ่งเป็นทำการเปรียบเทียบเป็นจำนวน 4 โครงการขึ้นไป เป็นจำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.5 ของผู้ที่เปรียบเทียบรองลงมาคือเปรียบเทียบ 3 โครงการ จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 ของผู้ที่เปรียบเทียบ

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น และที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง ส่วนใหญ่ทำการเปรียบเทียบ 4 โครงการขึ้นไปจำนวน 74 ราย และ 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 และ 52.6 ของผู้ที่เปรียบเทียบตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น มีการเปรียบเทียบจำนวน 3 โครงการเป็นอันดับรองลงมาคือ 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ของผู้ที่เปรียบเทียบ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง มีการเปรียบเทียบจำนวน 2 โครงการเป็นอันดับรองลงมาคือ 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ที่เปรียบเทียบ(ตารางที่ 4.21)

ทั้งนี้เนื่องจากบ้านเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงและมีภาระในการผ่อนชำระ อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับ การดำรงชีวิตจึงต้องทำการเปรียบเทียบหลายโครงการก่อนตัดสินใจซื้อ อีกทั้งทั้งในจังหวัดเชียงใหม่ยังมี บ้านจัดสรรให้เลือกเป็นจำนวนมาก กลุ่มตัวอย่างจึงทำการเปรียบเทียบบ้านจัดสรรจำนวน 4 โครงการขึ้นไปก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.21 จำนวนโครงการที่ทำการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ

จำนวนโครงการที่เปรียบเทียบ	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการจาก ส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่ได้เปรียบเทียบ	50	25.0	24	24.0	74	24.7
2. ทำการเปรียบเทียบ	150	75.0	76	76	226	75.3
2.1 จำนวน 2 โครงการ	36	(24.0)	19	(25.0)	55	(24.3)
2.2 จำนวน 3 โครงการ	40	(26.7)	17	(22.4)	57	(25.2)
2.3 จำนวน 4 โครงการขึ้นไป	74	(49.3)	40	(52.6)	114	(50.5)
รวม	200	100	100	100	300	100

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละของกลุ่มที่ทำการเปรียบเทียบ

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.13 การเป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นนอกเหนือจากบ้านที่ซื้อหลังนี้

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่ "ไม่ได้" เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นอีกนอกเหนือจากนี้ ซึ่งมีจำนวนถึง 220 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.3

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น ไม่ได้เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นถึงร้อยละ 72.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลางไม่ได้เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นถึงร้อยละ 75 (ตาราง 4.22)

เนื่องจากบ้านเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูง การเป็นเจ้าของบ้านที่ละหลายหลังจึงเป็นเรื่องยาก แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นด้วยอาจมาจากการย้ายที่อยู่มาจากที่อื่น ซึ่งได้เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่นมาก่อนหน้านี้แล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนนี้มีประมาณร้อยละ 27 ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านตามตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.22 การเป็นเจ้าของบ้านหลังอื่น

เป็นเจ้าของบ้านหลังอื่น	โครงการท้องถิ่น		โครงการส่วนกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็น	145	72.5	75	75.0	220	73.3
เป็น	55	27.5	25	25.0	80	26.7
รวม	200	100	100	100.0	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาว่าผู้ที่ซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อการซื้อบ้านในระดับใด ซึ่งในที่นี้ประกอบด้วยความพึงพอใจ 5 ด้านคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการขาย 5. ด้านการให้บริการ โดยให้ผู้ซื้อบ้านกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 รายตอบคำถามว่าพึงพอใจทั้ง 5 ด้านในระดับใดคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนนตามลำดับ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อบ้านทั้งหมด 300 ตัวอย่าง มีความพอใจในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.08 (ระดับมาก) รองลงมาคือพึงพอใจด้านราคา ที่คะแนนเฉลี่ย 3.96 (ระดับมาก) และอันดับ 3 คือด้านการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83 (ระดับมาก) (ตารางที่ 4.23)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.93 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือและไว้วางใจได้ คะแนนเฉลี่ย 4.47 (ระดับมาก) และรองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือ ด้านราคาด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.85 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.90 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุและความสวยงามของบ้านด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.88 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ด้านการให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 3.68 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ พนักงานของหมู่บ้านจัดสรรมีความรู้ ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.71 (ระดับมาก) รองลงมาคือ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการอย่างเต็มที่ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 (ระดับมาก) (ตารางที่ 4.23)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการของผู้ประกอบการส่วนกลาง พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ วัสดุ และฝีมือในการก่อสร้าง ดี และมีคุณภาพ ที่คะแนนเฉลี่ย 4.36 (ระดับมาก) และรองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.34 (ระดับมาก) อันดับ 2 คือ ด้านราคาด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.06 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ บ้านมีราคาถูกลงกว่าโครงการอื่นที่ใช้วัสดุในระดับเดียวกันหรือรูปแบบบ้านคล้ายกัน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.06 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.03 (ระดับมาก) ซึ่งได้แก่ สำนักงานขายสะดวกในการติดต่อ ที่คะแนนเฉลี่ย 4.08 (ระดับมาก) (ตารางที่ 4.23)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่ซื้อบ้านจากโครงการจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 5 ด้าน กล่าวคือ ผู้ที่ซื้อบ้านจากโครงการของส่วนกลางให้คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านการให้บริการ มากกว่า ผู้ที่ซื้อบ้านจากโครงการของท้องถิ่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าโครงการที่บริหารโดยผู้ประกอบการส่วนกลางนั้นมีราคาบ้านที่สูงกว่า ดังนั้นแล้ววัสดุในการก่อสร้างจึงมีคุณภาพสูงกว่า มีฝีมือการออกแบบและก่อสร้างที่ดีกว่า บ้านมีความสวยงามกว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้กับผู้บริโภคกว่าเช่นถนนในโครงการกว้าง ระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด อีกทั้งในเรื่องของการให้บริการจะเอาใจใส่ผู้บริโภคมากกว่า ทั้งหมดนี้จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านจากโครงการส่วนกลางมีความพึงพอใจมากกว่า(ตาราง 4.23)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจจากการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจ	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการ จาก ส่วนกลาง		รวม		ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1	-3.439***	0.001
1.1 วัสดุ และฝีมือในการ ก่อสร้างดี และมี คุณภาพ	3.92 (มาก)		4.36 (มาก)		4.14 (มาก)		-4.888***	0.000
1.2 บ้านมีความสวยงาม	3.93 (มาก)		4.33 (มาก)		4.13 (มาก)		-4.815***	0.000
1.3 มีรูปแบบ และ การใช้ ประโยชน์ที่ลงตัว	3.93 (มาก)		4.31 (มาก)		4.12 (มาก)		-4.188***	0.000
1.4 ทำเลที่ตั้งของ โครงการสะดวกต่อ การเดินทาง	4.13 (มาก)		4.34 (มาก)		4.23 (มาก)		-2.605***	0.010
1.5 มีระบบสาธารณูปโภค ที่ครบครัน	3.89 (มาก)		4.13 (มาก)		4.01 (มาก)		-2.634***	0.009
1.6 มีระบบรักษาความ ปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.47 (มาก)		4.14 (มาก)		4.30 (มาก)		0.613	0.540
1.7 โครงการมีชื่อเสียง และ มีความน่าเชื่อถือ	3.80 (มาก)		4.27 (มาก)		4.03 (มาก)		-5.557***	0.000
1.8 โครงการมีการ ออกแบบและตกแต่ง พื้นที่ภายในโครงการ ได้อย่างสวยงามและมี เอกลักษณ์	3.69 (มาก)		4.27 (มาก)		3.98 (มาก)		-6.535***	0.000

ตารางที่ 4.23(ต่อ)

ความพึงพอใจ	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการ จาก ส่วนกลาง		รวม		ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
1.9 มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สโมสร สนามเด็กเล่น	3.59 (มาก)		4.02 (มาก)		3.80 (มาก)		-3.686***	0.000
2. ด้านราคา	3.85 (มาก)	2	4.06 (มาก)	2	3.96 (มาก)	2	-2.499**	0.013
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุและความสวยงามของบ้าน	3.88 (มาก)		3.94 (มาก)		3.91 (มาก)		-3.621***	0.000
2.2 ราคามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่	3.90 (มาก)		4.06 (มาก)		3.98 (มาก)		-1.836*	0.067
2.3 มีราคาถูกกว่าโครงการอื่นที่ใช้วัสดุในระดับเดียวกันหรือรูปแบบบ้านคล้ายกัน	3.80 (มาก)		4.20 (มาก)		4.00 (มาก)		-1.396	0.164
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.53 (มาก)	4	4.03 (มาก)	3	3.78 (มาก)	4	-5.602***	0.000
3.1 สำนักงานขายสะดวกในการติดต่อ	3.68 (มาก)		4.08 (มาก)		3.88 (มาก)		-4.264***	0.000
3.2 มีสำนักงานขายหลายแห่งหรือ บริการรับจองนอกสถานที่	3.38 (ปานกลาง)		3.99 (มาก)		3.68 (มาก)		-5.711***	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.50 (มาก)	5	3.88 (มาก)	5	3.69 (มาก)	5	-4.508***	0.000
4.1 มีตัวอย่างบ้านให้ชม	3.78		4.21		3.99		-4.777***	0.000

ตารางที่ 4.23(ต่อ)

ความพึงพอใจ	โครงการของ ท้องถิ่น		โครงการ จาก ส่วนกลาง		รวม		ค่า t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
4.2 มีกิจกรรมส่งเสริมการ ขาย เช่น การลด การ แถม	3.40 (ปานกลาง)		3.53 (มาก)		3.46 (ปานกลาง)		-0.942	0.347
4.3 โครงการได้รับการ สนับสนุนการให้ บริการสินเชื่อกจาก ธนาคารพาณิชย์	3.71 (มาก)		3.95 (มาก)		3.83 (มาก)		-2.291**	0.023
4.4 มีสื่อโฆษณาที่พบเห็น ได้มากกว่าโครงการอื่น	3.41 (ปานกลาง)		3.89 (มาก)		3.65 (มาก)		-4.560***	0.000
4.5 มีสื่อโฆษณาหรือพื้นที่ ให้แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นทาง Website หรือ Social network	3.22 (ปานกลาง)		3.85 (มาก)		3.53 (มาก)		-5.560***	0.000
5.ด้านการให้บริการ	3.68 (มาก)	3	3.99 (มาก)	4	3.83 (มาก)	3	-3.396***	0.001
5.1 พนักงานมีมนุษย์ สัมพันธ์ ในการ ให้บริการ	3.66 (มาก)		3.97 (มาก)		3.81 (มาก)		-3.346***	0.001
5.2 พนักงานมีความเต็มใจ ในการให้บริการอย่าง เต็มที่	3.68 (มาก)		3.94 (มาก)		3.81 (มาก)		-2.671***	0.008
5.3 พนักงานมีความรู้ให้ ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน	3.71 (มาก)		4.06 (มาก)		3.88 (มาก)		-3.459***	0.001

หมายเหตุ : *, **, *** แสดงการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ที่มา: จากการศึกษา