

บทที่ 5

สรุปผลการวิเคราะห์ อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ของ ผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สรุปผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาลักษณะตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.00 มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 28.00 และน้อยที่สุดคือ อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 12.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 34.50 รองลงมาคือ ระดับ ม.4 - ม.6/ปวช. ร้อยละ 26.50 และ น้อยที่สุดคือ การศึกษาระดับอื่น ๆ ได้แก่ ป.4 และ ม.ศ.3 ร้อยละ 2.00 สถานภาพสมรสอยู่กับคู่สมรส ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 39.50 ขนาดของครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-4 คน ร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ 1-2 คน ร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดคือ 7 คนขึ้นไป ร้อยละ 5.50 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 29.00 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน ร้อยละ 1.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 23.00

การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร รายการต่าง ๆ ดังนี้

1. เหตุผลที่มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทร ผู้มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรเพราะไม่มีบ้านเป็นของตนเอง ร้อยละ 49.50 รองลงมาคือค่าผ่อนส่งถูก/ราคาถูก ร้อยละ 31.50 และน้อยที่สุดคือเหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ ให้เช่า ร้อยละ 2.00

2. ความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน ผู้มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรมีความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน 2,500 บาท ร้อยละ 35 รองลงมาคือ 2,000 บาท ร้อยละ 28.50 และน้อยที่สุดคืออื่นๆ ได้แก่ 3,000 - 5,000 บาท ร้อยละ 7.50

3. สื่อประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรทราบการประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทรจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 25.50 และน้อยที่สุดคือ นิตยสาร ร้อยละ 1.00

4. ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรทราบเกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทรแต่ไม่ละเอียด ร้อยละ 44.00 รองลงมาไม่ทราบเกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทรเลย ร้อยละ 42.50 และน้อยที่สุดคือ ทราบรายละเอียดโครงการฯ บ้าง ร้อยละ 13.50

5. ประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิ สำหรับประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิคือ บ้านแฝด 2 ชั้น ขนาด 20 ตารางวา ร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ขนาด 20 ตารางวา ร้อยละ 23.00 และน้อยที่สุดคือ อาคารชุด 5 ชั้น ขนาด 33 ตารางเมตร ร้อยละ 4.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03-3.27$) ได้แก่

1. การออกแบบบ้าน/อาคารชุด มีความสวยงาม
2. พื้นที่ของบ้าน/อาคารชุด กว้างขวางเพียงพอกับความต้องการ
3. การใช้วัสดุและฝีมือในการก่อสร้าง
4. คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง

5. ความมีชื่อเสียงและผลงานโดยพิจารณาจากผลงานในจังหวัดใกล้เคียง
6. สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในโครงการฯ
7. การรับประกันคุณภาพ

ด้านราคา

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.41-3.48$) ได้แก่

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
2. ราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป
3. อัตราการผ่อนชำระต่อเดือน
4. อัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระ
5. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.47$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

- มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$) จำนวน 1 ข้อ คือ
- การตัดสินใจซื้อเพราะได้รับชมบ้าน/อาคารชุด ตัวอย่าง
- และมีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.27-2.48$) จำนวน 2 ข้อ คือ
- เพราะพนักงานของการเคหะแห่งชาติแนะนำ
 - ตัดสินใจซื้อเพราะเห็นโครงการในจังหวัดใกล้เคียง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

- มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) จำนวน 1 ข้อ คือ
- การลดเงินดาวน์/ไม่มีดอกเบี้ย
- มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87-3.39$) จำนวน 7 ข้อ คือ
- การโฆษณาทางวิทยุ
 - การโฆษณาทางโทรทัศน์

- การโฆษณาทางนิตยสารและสิ่งพิมพ์
- การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา
- มีการลดราคาบ้าน
- การแถมอุปกรณ์เพิ่มเติมภายในบ้าน/อาคารชุด
- การจัดให้มีการชิงโชค

ด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.98-3.08$) จำนวน 8 ข้อ คือ

- ทำเลที่ตั้ง
- ใกล้เคียงที่ทำงาน
- มีรถประจำทางผ่านหลายสาย
- ระบบไฟฟ้า แสงสว่างในชุมชน
- ระบบประปาในโครงการ
- ระบบระบายน้ำ/ป้องกันน้ำเสีย
- ถนนทางเดินทั่วทั้งชุมชน
- ระบบการจัดการขยะมูลฝอย

มีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.44$) จำนวน 1 ข้อ คือ

- มีรถไฟฟ้า (ลอยฟ้า, ใต้ดิน) อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

เหตุผลที่มาจากสถิติซื้อบ้านเอื้ออาทร พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร หัวข้อเหตุผลที่มาจากสถิติซื้อบ้านเอื้ออาทร มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร หัวข้อความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันกับ อายุ ระดับ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร หัวข้อความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร มีความสัมพันธ์กันกับ อายุ และ รายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิ พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้าน เอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร หัวข้อประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิ มี ความสัมพันธ์กันกับ ระดับการศึกษา และขนาดครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้มาของสิทธิที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ การออกแบบบ้าน/อาคารชุด และพื้นที่ของ บ้าน/อาคารชุดกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้มาของสิทธิที่มีเพศต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ขนาดครอบครัว ต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ ต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการ ตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 รายการ คือ อัตราการผ่อนชำระต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้มาของสิทธิที่มีระดับการศึกษาต่างกัน สถานภาพ สมรสต่างกัน ขนาดครอบครัวแตกต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้าน เอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน สถานภาพสมรสแตกต่างกัน ขนาดครอบครัว ต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ คือ ตัดสินใจซื้อเพราะพนักงาน
การเคหะแนะนำ ตัดสินใจซื้อเพราะเห็นโครงการในจังหวัดใกล้เคียง ตัดสินใจซื้อเพราะได้รับชม
บ้าน/อาคารชุดตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้มาจองสิทธิที่มีขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มีขนาดครอบครัวต่างกัน และ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 รายการ คือ การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทาง
โทรทัศน์ การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา การจัดให้มีการชิงโชค และการลดเงินค่างวด/ไม่มี
ดอกเบี้ย

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ ผู้มาจองสิทธิที่มีขนาดครอบครัว
ต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มีขนาด
ครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรใน
กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ มี
รถไฟฟ้า (ลอยฟ้า, ใต้ดิน) และใกล้ที่ทำงาน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษานี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ส่วนใหญ่ผู้มาจองสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทรเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.00 มีอายุ 31 - 40 ปี
การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ขนาดของครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-4 คน มีอาชีพ
พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีเหตุผลในการมาจองสิทธิเพราะไม่
มีบ้านเป็นของตนเอง มีความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน 2,500 บาท ทราบการ
ประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทรจากสื่อโทรทัศน์ และทราบรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการบ้าน
เอื้ออาทรแต่ไม่ละเอียด สำหรับประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิคือ บ้านแฝด 2
ชั้น ขนาด 20 ตารางวา

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาถึงส่วน
ประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
ส่วนใหญ่ชอบบ้านเดี่ยวสองชั้น ลักษณะการซื้อแบบเงินผ่อนมากกว่าเงินสดโดยใช้ระยะเวลาดูบ้าน
ก่อนตัดสินใจซื้อไม่เกิน 3 เดือน โดยการตระเวนดูโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน และ
สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร สุริวงษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เหตุผลใน
การซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ได้รับสิทธิส่วนใหญ่มี
ความสามารถผ่อนส่งได้เดือนละ 2,500 บาท ทราบข่าวโครงการบ้านเอื้ออาทรจากแผ่นป้าย
ประชาสัมพันธ์ มีความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทรบ้าง และประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ตัดสินใจ
จองสิทธิ คือ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น

2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร พบว่า

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร โดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับ
ปานกลางเท่ากันทุกข้อ

2.2 ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร โดยรวมอยู่ในระดับมาก
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับมาก
เท่ากันทุกข้อ

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร โดยรวม
อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีอยู่ 1 หัวข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร
อยู่ในระดับปานกลาง คือ การตัดสินใจซื้อเพราะได้รับชมบ้าน/อาคารชุด ตัวอย่าง นอกนั้นมีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับน้อย

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร โดยรวมอยู่
ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีอยู่ 1 หัวข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้อ
อาทรอยู่ในระดับมาก คือ การลดเงินดาวน์/ไม่มีดอกเบี้ย นอกนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้อ
อาทรอยู่ในระดับปานกลาง

2.5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
บ้านเอื้ออาทร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้อมีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับน้อย คือ มีรถไฟฟ้า (ลอยฟ้า, ใต้ดิน) อยู่ในระดับน้อย
นอกนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรินทร์ พงษ์เย็น (2544, บทคัดย่อ) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตผังเมืองรวมจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อระบบสาธารณูปโภค (ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์) มากที่สุด ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญต่อราคาขายที่เหมาะสมกับคุณภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นถึงความสะดวกของสถานที่ในการติดต่อซื้อ ในระดับมาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายให้ความสำคัญถึงการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีในระดับมาก และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและกฎหมายให้ความสำคัญในความมั่นใจในการได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในระดับมาก

3. ทดสอบความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

3.1 เหตุผลที่มาของสิทธิซื้อบ้านเอื้ออาทร มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้มาจองสิทธิส่วนใหญ่ต้องการที่จะมีบ้านเป็นของตนเอง ราคาบ้านต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสม และเพื่อให้เป็นทรัพย์สินสำหรับลูกหลาน

3.2 ความสามารถในการผ่อนชำระต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้มาจองสิทธิให้ความสำคัญกับภาระค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวต่อเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่มีอยู่

3.3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร มีความสัมพันธ์กับ อายุ และรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทรของภาครัฐที่มีไม่ทั่วถึง หรือการประชาสัมพันธ์โครงการเข้าไม่ถึงประชาชน

3.4 ประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ได้รับความสนใจของสิทธิ มีความสัมพันธ์กับ ระดับการศึกษา และขนาดครอบครัว ทั้งนี้เป็นเพราะผู้มาจองสิทธิส่วนใหญ่มีความต้องการบ้านเอื้ออาทรที่มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว และบ้านแฝด 2 ชั้น มีพื้นที่ขนาด 20 ตารางวา เพื่อให้เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิริยุทธ จงแจ่ม (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาถึงความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยของประชากรไทย พบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา การมีสิทธิในบ้านหรือที่ดิน ลักษณะของที่อยู่อาศัยปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาเสียงดัง ปัญหาขยะมูลฝอย ความรบกวนจากเพื่อนบ้านและระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงที่ทำงานเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย

4. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

4.1 ผู้บริโภคที่มี อายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบบ้าน/อาคารชุด และพื้นที่ของบ้าน/อาคารชุดกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการของสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากผู้จองสิทธิบ้านเอื้ออาทรต้องการบ้านที่มีคุณภาพ ขนาดและพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับสมาชิกในครอบครัว วัสดุที่ใช้สร้างบ้าน รวมทั้งลักษณะสไตล์การออกแบบ เป็นต้น

4.2 ผู้บริโภคที่มี เพศต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านราคา แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับอัตราการผ่อนชำระต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป เพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ และไม่เป็นภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวจนเกินไป เนื่องจากผู้จองสิทธิบ้านเอื้ออาทรส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จึงมีความต้องการซื้อที่อยู่เป็นของตนเองในราคาที่สามารถรับภาระได้

4.3 ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน สถานภาพสมรสแตกต่างกัน ขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อเพราะพนักงานการเคหะแนะนำ ตัดสินใจซื้อเพราะเห็นโครงการในจังหวัดใกล้เคียง ตัดสินใจซื้อเพราะได้รับชมบ้าน/อาคารชุดตัวอย่าง

4.4 ผู้บริโภคที่มีขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับการโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา การจัดให้มีการชิงโชค และการลดเงินดาวน์/ไม่มีดอกเบี้ย

4.5 ผู้บริโภคที่มีขนาดครอบครัวต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับการมีรถไฟฟ้า (ลอยฟ้า, ใต้ดิน) และใกล้ที่ทำงาน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เนื่องจากผู้จองสิทธิบ้านเอื้ออาทรมีความต้องการความสะดวกในการเดินทาง สาธารณูปโภค สาธารณูปการ การคมนาคม และสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น ชุมชน ตลาด แหล่งงาน ความเจริญของเมือง เป็นต้น

ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร สุริวงษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เหตุผลในการซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยภายนอกอื่น ๆ แตกต่างกัน ส่วนสถานภาพการอยู่อาศัยจริงในปัจจุบัน และอาชีพแตกต่างกัน

มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และส่วนรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. รัฐบาลควรศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายโครงการบ้านเอื้ออาทรต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างสูงสุด และเพื่อเป็นการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ได้จากการดำเนินนโยบายดังกล่าว เช่น ราคาบ้านเอื้ออาทรควรอยู่ในระดับราคา ระยะเวลาการผ่อนชำระ รวมทั้งนโยบายการให้สินเชื่อโครงการบ้านเอื้ออาทรที่ผ่อนปรนและทำเลที่ตั้ง โครงการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้สินของประชาชน เป็นต้น

2. รัฐบาลควรให้ความสำคัญต่อโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในโครงการ เนื่องจากที่ผ่านมารัฐบาลมีรูปแบบการดำเนินการในลักษณะเป็นผู้คิดและให้ โดยประชาชนเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว

3. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าโครงการบ้านเอื้ออาทรยังเป็นที่ต้องการและยอมรับของประชาชน ดังนั้น รัฐบาลควรศึกษาและให้ความสำคัญต่อความต้องการของประชาชนอย่างจริงจัง ด้วยเหตุว่า โครงการบ้านเอื้ออาทรนอกจากจะกระตุ้นปัญหาทางเศรษฐกิจแล้ว ยังเป็นการแก้ไขปัญหาความยากจน การกินดีอยู่ดี การสร้างคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของเมืองด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรที่จะศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรในเขตพื้นที่อื่น ๆ ด้วย เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการโครงการในอนาคต ตลอดจนศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีความสำคัญและอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่เดิมก่อนที่จะนำโครงการบ้านเอื้ออาทรเข้าสู่พื้นที่นั้น ๆ ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของโครงการบ้านเอื้อ

อาหาร ตลอดจนการศึกษาถึงผู้ที่ได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากโครงการบ้านเอื้ออาทรเพื่อมิให้เกิด
การแก่งกำไรในภาคอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่นั้น ๆ ต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี