ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

Factors Affecting Housing Choice in Mueang District Nakhonphanom Province

เปี่ยมศักดิ์ ทนุกิจ[1] และ นาถ สุขศีล[2]

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม 48000
[2] อาจารย์ สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม 48000
**Corresponding author; E-mail address: tompiam@windowslive.com*

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ด้านประชากรศาสตร์ และด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงผู้บริโภคที่สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม และเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และผู้สนใจที่จะลงทุนธุรกิจประเภทนี้ เพื่อให้สามารถสร้างโอกาสแข่งขันได้ในตลาดและสอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่ยังไม่มีบ้านพักอาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม มีดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน ประเภทบ้านพักอาศัยที่ต้องการซื้อเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ขนาดที่ดิน 50-75 ตารางวา จำนวน 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ งบประมาณ 1,000,001-2,000,000 บาท วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านพักอาศัยเพื่อต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยการผ่อนชำระกับธนาคาร รู้จักโครงการบ้านพักอาศัยผ่านทางสื่อออนไลน์ (Website/Facebook/line) สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกซื้อเพราะใกล้ที่ทำงาน ใช้จำนวน 3 โครงการ เพื่อเปรียบเทียบในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านพักอาศัย ส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะซื้อบ้านพักอาศัยในระยะเวลามากกว่า 1 ปี จากการวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติก พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: *การตัดสินใจ, บ้านพักอาศัย, ส่วนประสมทางการตลาด*

Abstract

A Study of Factors Affecting Housing Choice in Mueang District Nakhonphanom Province The objectives of this study entitled Factors Affecting Housing Choice in Mueang District Nakhonphanom Province are to study demographic factors and marketing mix factors (7Ps) that influence the buying of housing in Muang District Nakhon Phanom Province and to suggest the guidelines for entrepreneurs in real factors that affect the decision of consumers and could be used for devising strategies to create an advantage in the competition, the sample group is consumers who do not have a housing in Muang District Nakhon Phanom Province, 200 people ,the results of this study indicated that most of the respondents are female, age between 20-30 years old, working in government service / state enterprise employees. average income per month 10,000-20,000 baht, graduated with a bachelor's degree, single status, have 1-2 family members, wants to buy a single home, land size 50-75 square wa, 2 bedrooms, 2 bathrooms, 2 parking, pricing from 1,000,001 -2,000,000 baht. is to live by themselves, the influencer in buying are the respondents themselves, installments with the bank, for the data source of the housing project comes from the online (Website/Facebook/line), for the main factor of choosing a housing was from close to the workplace and uses 3 projects to compare to buy a housing. most of them wanted to buy a housing for a period of more than 1 year, from the logistic regression analysis, it was found that the factor that affects the decision to buy a house in Muang District. Nakhon Phanom Province is the product.

Keywords: decision, housing, marketing mix factors

1. บทนำ

บ้านพักอาศัยนับเป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตที่มนุษย์ทุกคนต้องการ แทบทุกแห่งต่างประสบปัญหาการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนา แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จากสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้น (วีณา ถิระโสภณ) [2]

การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของจังหวัดนครพนมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการลงทุน 998 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2550 และเพิ่มเป็น 1,761 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2561 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) [4] อีกทั้งภาครัฐยังมีการสนับสนุนให้ประชาชนมีบ้านพักอาศัยได้ง่ายขึ้นด้วยการออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ โดยการผ่อนปรนเงื่อนไขการขอกู้ซื้อบ้าน เพื่อให้ประชาชนสามารถกู้ซื้อบ้านได้ง่ายขึ้น เช่น การเพิ่มวงเงินกู้ซื้อบ้านพร้อมอัตราดอกเบี้ยพิเศษ การออกมาตรการผ่อนปรนเงื่อนไขการขอสินเชื่อบ้านให้ผู้ที่มีรายได้น้อยมากขึ้น และการลดค่าธรรมเนียมการโอนและจำนอง เป็นต้น (วีณา ศรีเจริญ) [3] ทำให้เกิดความสนใจของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในการลงทุนสร้างบ้านพักอาศัยเพื่อรองรับความต้องการของตลาดผู้บริโภค จึงมีการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อบ้านพักอาศัย ด้วยการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) โดยมีปัจจัยประกอบด้วย 7 ด้าน หรือ 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Kotler, P., & Keller, K. L.) [6] เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และกำหนดนโยบายวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์การแข่งขันในตลาด และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ดังนั้นปัจจัยทางการตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ด้านประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

2. วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเริ่มด้วยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ยังไม่มีบ้านพักอาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้คำถามคัดกรอง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงตามที่ต้องการ จำนวน 200 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยทำการจัดสร้างขึ้นเองตามกรอบแนวคิดของการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบข้อใดข้อหนึ่งเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อวัดปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซึ่งประเมินค่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด โดยเรียงจาก 1-5 ตามลำดับ จากนั้นจะนำมาประมวลผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.3 การวิเคราะห์ผล

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงในรูป ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายคู่ระหว่างปัจจัยศึกษากับการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม และวิเคราะห์อำนาจทำนายของปัจจัยศึกษาต่อการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.5 อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 56.5 ประกอบอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 38.5 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ

64.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 49.5 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน ร้อยละ 55.5

3.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ร้อยละ 59 ต้องการที่ดินขนาด 50-75 ตารางวา ร้อยละ 64 ต้องการ 2 ห้องนอน ร้อยละ 58 ต้องการ 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 54 ต้องการที่จอดรถ 2 คัน ร้อยละ 65 มีงบประมาณ 1,000,001-2,000,000 บาท ร้อยละ 67.5 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านพักอาศัยเพื่อต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ร้อยละ 49 มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยคือตนเอง ร้อยละ 52 ซื้อบ้านพักอาศัยโดยการผ่อนชำระกับทางธนาคาร ร้อยละ 97.5 รู้จักโครงการบ้านพักอาศัยฯ จากสื่อออนไลน์ (Website/Facebook/line) ร้อยละ 59.5 สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านพักอาศัยคือใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 47.5 จำนวนโครงการบ้านพักอาศัยที่จะใช้ในการเปรียบเทียบฯ 3 โครงการ ร้อยละ 45

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า ความคิดเห็นรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การเลือกซื้อบ้านพักอาศัย	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์ -คุณภาพการก่อสร้างมีคุณภาพดี แข็งแรง ได้ มาตรฐาน -การออกแบบบ้านทั้งภายนอกและภายในมีความเหมาะสม -การรับประกันงานก่อสร้าง	4.39	มากที่สุด
ด้านราคา -มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ทำเล และขนาดของบ้าน -มีส่วนลดเงินสด -จำนวนเงินดาวน์ขั้นต่ำ	4.26	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้าน -สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในโครงการ มีความปลอดภัย -ทำเลที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง -ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนและแหล่งการค้า	3.81	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	ปานกลาง
-โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น website, fakebooks, line -ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน -แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่		
ด้านกระบวนการให้บริการ -มีรูปแบบการบริการด้านสินเชื่อกับธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อ -มีการส่งมอบบ้านผ่านการตรวจสอบและตรงตามสัญญา -มีกระบวนการอำนวยความสะดวกในการเตรียมเอกสารต่างๆ ในการยื่นซื้อบ้าน	3.23	ปานกลาง
ด้านบุคลากร -การต้อนรับและการให้บริการของพนักงานมีความรวดเร็ว -พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีมารยาทดี -มีการติดตามบริการหลังการขาย	3.17	ปานกลาง
ช่องทางจัดจำหน่าย -มีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกชมอย่างเหมาะสม -สำนักงานขายที่ตกแต่งสวยงาม สะดวกในการติดต่อและเดินทาง -สามารถติดต่อลงชื่อจองโครงการ ได้หลากหลาย เช่น ผ่านทางสำนักขาย, website, facebook, line เป็นต้น	3.15	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.60	มาก

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายคู่ระหว่างปัจจัยศึกษากับการตัดสินใจซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม โดยมีค่า P-value คือ 0.008 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จะแสดงได้ดังตารางที่ 2-15

ตารางที่ 2 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
เพศ					
ชาย	45	42	1		
หญิง	61	52	1.09	0.62-1.91	0.75

ตารางที่ 3 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีอายุแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง			

	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี	Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
อายุ					
20-30 ปี	62	51	1		
31-40 ปี	32	29	1.10	0.59-2.05	0.76
40-50 ปี	10	11	1.33	0.52-3.39	0.54
51 ปีขึ้นไป	2	3	1.82	0.29-11.33	0.51

ตารางที่ 4 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
อาชีพ					
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	33	28	1		
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	34	0.93	0.47-1.83	0.83
พนักงานบริษัท/ ห้าง/ ร้าน/ โรงงาน	30	32	1.25	0.61-2.55	0.52

ตารางที่ 5 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	1	1		
10,000-20,000 บาท	71	58	4.08	0.46-35.94	0.20
20,001-30,000 บาท	17	26	7.64	0.82-71.28	0.07
30,000-40,000 บาท	4	4	4.99	0.38-64.38	0.21
40,001-50,000 บาท	8	2	1.24	0.08-17.65	0.86
50,000 บาทขึ้นไป	1	3	14.99	0.66-339.5	0.08

ตารางที่ 6 แสดงผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง				
ระดับการศึกษา					
มัธยมศึกษา	13	11	1		
ปวช.,ปวส.	25	22	1.04	0.38-2.78	0.93
ปริญญาตรี	61	53	1.02	0.42-2.48	0.95
สูงกว่าปริญญาตรี	7	8	1.35	0.37-4.92	0.64

ตารางที่ 7 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
สถานภาพสมรส					
โสด	46	53	1		
สมรส	57	38	0.57	0.32-1.02	0.06
หม้าย, หย่าร้าง	3	3	0.86	0.16-4.51	0.86

ตารางที่ 8 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในกรณีที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
จำนวนสมาชิกในครอบครัว					
1-2 คน	58	53	1		
3-4 คน	35	34	1.06	0.58-1.93	0.84
5-6 คน	11	6	0.59	0.20-1.72	0.34
7 คนขึ้นไป	12	1	0.54	0.04-6.21	0.62

ตารางที่ 9 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
ผลิตภัณฑ์					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	0	0			
สูง	106	94	1.30	1.07-1.57	0.008
X = 4.39, SD = 0.63					

ตารางที่ 10 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านราคา

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง				

	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี	Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
ราคา					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	0	0			
สูง	106	94	0.99	0.84-1.16	0.94
X = 4.26, SD = 0.69					

ตารางที่ 11 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	76	63	1		
สูง	30	31	1.24	0.68-2.27	0.47
X = 3.15, SD = 0.82					

ตารางที่ 12 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
การส่งเสริมการตลาด					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	75	66	1		
สูง	31	28	1.02	0.55-1.88	0.93
X = 3.23, SD = 1.32					

ตารางที่ 13 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านบุคลากร

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
บุคลากร					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	81	71	1		
สูง	25	23	1.05	0.54-2.01	0.88
X = 3.17, SD = 0.91					

ตารางที่ 14 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง				
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี	Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
กระบวนการให้บริการ					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	66	59	1		
สูง	40	35	0.97	0.55-1.73	0.94
X = 3.23, SD = 0.87					

ตารางที่ 15 ผลการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง		Cruded OR	95% CI of Cruded OR	P-value
	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี			
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
ต่ำ	0	0			
ปานกลาง	9	12	1		
สูง	97	82	0.63	0.25-1.58	0.32
X = 3.81, SD = 0.88					

3.5 การวิเคราะห์อำนาจทำนายของปัจจัยศึกษาต่อการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์อำนาจทำนายของปัจจัยศึกษาที่อยู่ในกรอบแนวคิดการวิจัยและพบความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเดี่ยวด้วยวิธีวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกอย่างง่ายเข้าสู่การวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติกพหุตัวแปร (Multiple logistic regression) โดยวิธีพหุเชิงขั้น (Stepwise)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีเพียงตัวแปรเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี ได้ ร้อยละ 0.267 โดยพบว่า ถ้าคะแนนการรับรู้ผลิตภัณฑ์เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี เท่ากับ 1.30 เท่าของผู้ที่คะแนนการรับรู้ผลิตภัณฑ์เฉลี่ยไม่เพิ่มขึ้น (Adjusted OR= 1.30, 95% CI= 1.07-1.57, P-VALUE <0.01) แสดงได้ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ปัจจัยทำนายการตัดสินใจซื้อบ้านภายใน 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่าง (n=200)

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มตัวอย่าง				

	ตัดสินใจไม่ซื้อภายใน 1 ปี	ตัดสินใจซื้อภายใน 1 ปี	Cruded OR	adjusted OR	95%CI of adjusted OR	P-value
ผลิตภัณฑ์						
ต่ำ	0	0				
ปานกลาง	0	0				
สูง	106	94				
	X = 4.39, SD = 0.63		1.30	1.30	1.07-1.57	0.008

PsudoR^2 = 0.267, SE= 0.12

4. บทสรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ในด้านประชากรศาสตร์และด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) พบว่า มีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับกระบวนการก่อสร้าง การก่อสร้างที่มีคุณภาพดี แข็งแรงได้มาตรฐาน การออกแบบบ้านทั้งภายนอกและภายในมีความสวยงามเหมาะสม มีพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับความต้องการ และมีการรับประกันงานก่อสร้างเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรวัสส์ บุญหยง [5] ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏ รำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง ความเหมาะสม ของขนาดและเนื้อที่ดินกับแบบบ้าน และการจัดผังบริเวณและรูปแบบโครงการเหมาะสม ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ [2] ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าการใช้วัสดุในการก่อสร้างที่มีคุณภาพ ขนาดบ้านและพื้นที่รอบ ๆ ตัวบ้านที่มีความเหมาะสม รวมทั้งการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ สโมสร ที่มีอยู่อย่างเพียงพอนั้น ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญชัย สกุลโชติกโร และ สุชนนี เมธิโยธิน [1] พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นพื้นที่ใช้สอยของบ้านเหมาะสมกับขนาดครอบครัว ด้านความสวยงามในการออกแบบ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง รวมทั้งการออกแบบบริเวณบ้านโดยรอบหมู่บ้าน การมีสโมสร สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำในโครงการ ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

และปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เนื่องจากผู้บริโภคอาจมองว่าการตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการ และการบวนการทำงานที่มีมาตรฐาน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสมควรได้รับอยู่แล้วจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัย

5. ข้อจำกัดงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยอาจกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างน้อยเกินไป จึงอาจทำให้การวิเคราะห์ผลที่ได้ไม่แม่นยำ อีกทั้งข้อมูลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยเริ่มทำงาน เริ่มสร้างครอบครัว ยังบอกความต้องการที่อยู่อาศัยของตัวเองได้ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการกระจุกตัวของข้อมูล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.นาถ สุขศีล ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำตลอดการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

[1] บุญชัย สกุลโชติกโร, สุชนนี เมธิโยธิน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์ เซ็นทรัลปาร์ค จำกัด. มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์.

[2] วีณา ถิระโสภณ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* รายงานศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[3] วีณา ศรีเจริญ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี.* รายงานศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิตบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

[4] สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). รายงานข้อมูลเศรษฐกิจและสังคมจังหวัดนครพนมปี 2564 . [ออนไลน์]. ที่มา: https://www.nesdc.go.th/more_news.php?cid=74#9f1 0 0 1g (en-7 00an