Marketing Mix in Purchasing Housing Estates Community in Mueang Kanchanaburi District, Kanchanaburi Province

Usa Thangthong[1], Kanokwan Seangmueang[2], kanjana Punoiam[3] and Chatchawal Sangthongluan[4]

Received	Reviewed	Revised	Accepted
07/10/2562	27/10/2562	03/01/2563	07/01/2563

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the factors of the marketing mix in purchasing a gated community and 2) to compare the opinions towards marketing mix in purchasing a gated community classified by personal characteristics. The sample was 385 residents of housing estates in Mueang Kanchanaburi District Kanchanaburi Province, selected by using accidental sampling. The instrument was a 5 rating scale questionnaire with a reliability of 0.94 The statistics for data collection were frequency distributions, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Scheffe's method.

The research results were as follows: (1) The overview of the marketing mix in purchasing a gated community in Mueang Kanchanaburi District Kanchanaburi Province was at a high level. Regarding the details, every aspect was at a high level, in descending order from highest to lowest mean the results were as follows: product, price, promotion, and place. (2) The difference in gender, age, status, education, career, and salary of the residents did not affect the marketing mix in purchasing a gated community in Mueang Kanchanaburi District Kanchanaburi Province, in the overview and all aspects.

Keywords: Marketing Mix**,** Purchasing, Housing Estates

[1] M.B.A. Student, Chom Bueng Rajabhat University E-mail: Maewasa@gmail.com

[2] Lecturer in Tourism, Faculty of Management Science, Chom Bueng Rajabhat University, E-mail: civic_62@hotmail.com

[3] Lecturer of College of Management Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, E-mail: kanjana_ging@hotmail. com

[4] Lecturer of College of Management Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, E-mail: ajarn_wal@hotmail.com

ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

อุษา ถังทอง[5] กนกวรรณ แสนเมือง[6]กาญจนา พันธุ์เอี่ยม[7]และ ชัชวาล แสงทองล้วน[8]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรร และ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 385 คน ได้มาโดยการเลือกแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการ เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .94 สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และในกรณีที่พบความแตกต่างรายคู่จะทำการทดสอบได้โดยวิธีการของเชฟเฟ่ ผลการวิจัยพบว่า (1) ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ (2) ผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด, การซื้อ, บ้านจัดสรร

[5] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

[6] อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

[7] อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

[8] อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทนำ

ปัจจุบันที่อยู่อาศัยหรือบ้านเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การเลือกและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย รวมถึงเป็นการกระตุ้นการออมและเป็นการลงทุนในระยะยาวรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น การพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกโครงการและราคาที่เหมาะสม การเลือกตำแหน่งที่ดินและแบบบ้านเป็นต้นแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ “โครงการบ้านจัดสรร” จึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านความสะดวกสบาย สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคในอนาคตทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น จากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้น (Withawat Rungruangphon, 2013 : 2-3) จังหวัดกาญจนบุรี จัดเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพสูงในการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน และมีขีดความสามารถเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคตะวันตกได้ ในด้านการค้าการลงทุนชายแดน เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี เมื่อเชื่อมโยงกับ ท่าเรือน้ำลึกทวายจะทำให้สามารถขนส่งและแปรรูป วัตถุดิบและสินค้าสู่ตลาดโลกได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยจะเป็นพื้นที่สำคัญของเศรษฐกิจหลักที่จะกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมต่าง ๆ ของภาคตะวันตก สาเหตุที่มองดูว่า จังหวัดกาญจนบุรีมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมื่อเปรียบเทียบกับแนวพื้นที่อื่น เนื่องจากมีการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและท่าเรือน้ำลึกทวายจะเปิดเส้นทางเดินเรือใหม่ โดยจะมีด่านผ่านแดนถาวร (trans-border corridor) มาเชื่อมโยงกับไทยบริเวณบ้านพุน้ำร้อน จังหวัดกาญจนบุรี เป็นโอกาสในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี เพื่อรองรับอุตสาหกรรมหนักในนิคมอุตสาหกรรมทวาย โดยจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและประชาชนของกาญจนบุรีสามารถพัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจโดยอาศัยที่ตั้งซึ่งอยู่บนแนวเชื่อมโยงระหว่างเขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย (เมียนมา) พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (eastern seaboard) ดังนั้นจึงสามารถขนส่งสินค้าออกทาง ทะเลได้ทั้งทางท่าเรือทวายไปสู่ประเทศแถบมหาสมุทรอินเดีย ตะวันออกกลางและยุโรป และท่าเรือแหลมฉบังไปสู่ประเทศในแถบมหาสมุทรแปซิฟิคได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งอุตสาหกรรมแปรรูปด้านเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม เคมีภัณฑ์และยานยนต์ที่มีในพื้นที่ มีโอกาสที่จะพัฒนาให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าโดยอาศัยความได้เปรียบของของประตูทางออกทางทะเลทั้งสองฝั่งมหาสมุทร และแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านในด้านการพัฒนาระบบการขนส่งคมนาคมที่มีความสอดคล้องและมองรองรับการพัฒนาเขตเศรษกิจในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี คือการมีแผนก่อสร้างทางหลวงพิเศษเชื่อมโยงระหว่างบางใหญ่ (นนทบุรี) ถึงพื้นที่ชายแดนจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อรองรับการเชื่อมโยงระหว่างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีกับกรุงเทพฯ และปริมณฑล คือ

โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง(มอเตอร์เวย์) หมายเลข 81 สายบางใหญ่-กาญจนบุรี ซึ่งตอนนี้กำลังอยู่ระหว่างขั้นตอนของการดำเนินก่อสร้างจะแล้วเสร็จทั้งหมดในปี พ.ศ.2562โดยมีแนวเส้นทางจากอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ผ่านจังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี และไปสิ้นสุดที่ทางหลวงหมายเลข 324 จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเส้นทางถนน 4 ช่องจราจร เชื่อมต่อกัน (Real Estate Information Center, 2018) ปัจจุบันเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีโครงการบ้านจัดสรรที่ขออนุญาตดำเนินโครงการ จำนวน 14 โครงการได้แก่ 1) พฤกษากาญจน์ 11 2) แกรนด์วิว แยกวังสารภี 3) พาร์ค คอนโดดรีม 4) พฤกษากาญจน์ ริเวอร์ทาวน์ 5) พฤกษากาญจน์ ทาวน์ 2 6) นรินท์ภัส 7) พฤกษากาญจน์ 10 8) บ้านสวยรพีพร วิวล์ 9) บ้านศิริชัย แยกวังสารภี 10) กาญจน์ ธาดา เรสซิเด็นซ์ 11) บ้านเอื้ออาทร 12) บ้านศริชัย วังสารภี 3 13) บ้านภูษิตตรา และ 14) เดอะริช กาญจน์ จำนวน 5,558 ยูนิค คิดเป็นมูลค่ารวมของอสังหาริมทรัพย์ของโครงการประมาณ 10,000 ล้านบาท (Kanchanaburi Provincial Statistical Office, 2017 : 13–14)

จากการศึกษาของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ พบว่า จังหวัดกาญจนบุรี มีโครงการจัดสรรที่อยู่ระหว่างขาย ณ ไตรมาส 3/2560 (นับเฉพาะโครงการที่มีหน่วยเหลือขายเกิน 6 ยูนิต) จำนวน 11 โครงการ 997 ยูนิต แบ่งเป็นบ้านจัดสรร 8 โครงการ 554 ยูนิต ปัจจุบันมีหน่วยเหลือขาย 187 ยูนิต หรือ 36% ของจำนวนยูนิตที่เปิดตัวใหม่ ราคาที่ดินเปล่าจัดสรร ตารางวา ละ 10,000-39,000 บาท บ้านเดี่ยวชั้นเดียว ราคาต่ำสุด 1.65 ล้านบาท ทาวน์เฮาส์ชั้นเดียวราคาต่ำสุด 689,000 บาท ส่วนอาคารชุดมี 3 โครงการ 443 ยูนิต เหลือขาย 337 ยูนิตหรือ 76% ราคาห้องชุด 25,000-50,000 บาท/ตร.ม. ขนาดห้องชุด 26-67 ตร.ม. อัตราขายเฉลี่ย 1.2 ยูนิตต่อเดือน ห้องชุดอัตราขายเฉลี่ย 4.4 ยูนิตต่อเดือน (Real Estate Information Center, 2018)

จากการสัมภาษณ์นายWitawat Ruangroj (2018, เมษายน, 22) ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล เอช เอ็ม เรียลเอสเตท (1992) จำกัดกล่าวว่า ภาพรวมของอสังหาริมทรัพย์แนวราบจังหวัดกาญจนบุรีในปี 2561–2562 มีโอกาสจะชะลอตัวลงตามการหดตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รวมถึงหนี้ภาคครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเริ่มเห็นจากสัญญาณการชะลอตัวมาตั้งแต่ไตรมาส 3/2560 เป็นต้นมา ทำให้มีลูกค้าทิ้งใบจองสูงถึง 20-30% เพิ่มขึ้นจากช่วงต้นปีก่อนที่ มีไม่เกิน 5% หากมองในความต้องการของผู้ที่ต้องการซื้อบ้าน คาดว่าภายในต้นปีหน้า อาจจะเกิดภาวะล้นตลาด โดยเฉพาะในหัวเมืองใหญ่ เช่น หัวหิน พัทยาภูเก็ต เป็นต้น แต่ทิศทางดังกล่าวน่าจะเป็นไปในระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น ส่วนด้านผู้ซื้อยังมีความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น แต่มีแนวโน้มที่ผู้ซื้อจะขอสินเชื่อได้ยากขึ้นเนื่องจากหนี้สินภาคครัวเรือนซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวจะเป็นอุปสรรคสำคัญที่จะทำให้อสังหาริมทรัพย์ทุกประเภทในปีนี้หรือปีหน้าโอนกรรมสิทธิ์ได้ยากขึ้น ที่ผ่านมาสถาบันการเงินได้เข้มงวดและมีกฎระเบียบในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น โดยมีการตรวจสอบประวัติผู้ขอกู้อย่างละเอียด และธนาคารมีแผนที่จะลดเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อลงในปีนี้และปีหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มอาชีพ

อิสระ เพื่อป้องกันปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) แต่จะหันไปให้ความสนใจกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการระดับสูงแทน เพราะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ประจำและมีกำลังซื้อสูงดังนั้นในปีนี้กาญจนบุรีก็จะได้รับผลกระทบจากปัญหาแน่นอน สำหรับทำเลที่มีการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ในเมืองกาญจนบุรี ในอดีตจะอยู่บริเวณถนนแสงชูโต อำเภอเมือง ตั้งแต่แยกท่าล้อ–แยกแก่งเสี้ยนแต่ขณะนี้การลงทุนได้ขยายออกนอกเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะในโซนแก่งเสี้ยนขึ้นไปทางตำบลลาดหญ้า ทำให้ราคาที่ดินขยับขึ้นเป็นไร่ละ 3-5 ล้านบาท จากเดิมราคาประมาณ 1 ล้านบาท/ไร่ ขณะที่โซนถนนบายพาสการลงทุนยังมีไม่มากต้องรอเวลาอีกระยะ อสังหาริมทรัพย์เมืองกาญจนบุรีค่อนข้างที่จะเติบโตช้าเมื่อเทียบกับเมืองอื่น ๆ เพราะที่ดินส่วนใหญ่ของจังหวัดไม่มีเอกสารสิทธิ์ และเป็นที่ราชพัสดุที่อยู่ในความรับผิดของทหาร นี่คือข้อจำกัดด้านการลงทุนในพื้นที่ ส่วนกระแสโครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย และการลงทุนของบิ๊กแบรนด์ส่วนกลางและท้องถิ่น เช่น ไทวัสดุ โรบินสัน และกลุ่มยงเฮาส์ เป็นปัจจัยบวกที่จะสนับสนุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดกลับมาเจริญเติบโตในอนาคต จากปัจจุบันมีโครงการแนวราบเปิดตัวใหม่เฉลี่ยปีละ 300 ยูนิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Weena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Pensri Lertgreatvittaya(2008 : 2) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ กิจกรรมการตลาด 4 กิจกรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกิจการสามารถควบคุมให้บรรลุเป้าหมาย ภายในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในจังหวัดกาญจนบุรี และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เนื่องจากธุรกิจบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีสภาพการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูงมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ทราบถึงปัจจัยใดที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ก็สามารถนำสารสนเทศจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประกอบแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำประชากรที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนว่ามีจำนวนประชากรผู้ที่อยู่อาศัยที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้สูตรของดับเบิ้ลยู จี โคชรัน (W.G Cochran) มีค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยแนวความคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีประกอบด้วย 4ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้เกณฑ์น้ำหนักคะแนนและมาตราส่วนประมาณค่าการจัดอันดับของลิเคิร์ทสเกล (Likert scale) โดยใช้หลักเกณฑ์การให้ค่าคะแนน (Thanin Silpcharu, 2009 : 75) ดังนี้

กำหนดค่าคะแนน 5 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
กำหนดค่าคะแนน 4 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
กำหนดค่าคะแนน 3 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
กำหนดค่าคะแนน 2 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
กำหนดค่าคะแนน 1 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

และด้านการส่งเสริมการตลาดผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยการนำน้ำหนักค่าคะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการจำแนกเป็นช่วงระดับ (Sin Punpinit, 2553 : 155) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อหาในส่วนของการทดสอบข้อมูลลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ จะทดสอบด้วยวิธี Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ทดสอบข้อมูลลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลเรื่องอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเมื่อพบความแตกต่าง ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe test)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 อายุ 31–40 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 สถานภาพสมรส จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 67.27 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.94 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.46

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ และอยู่ในระดับมาก จำนวน 9 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ลำดับแรกคือ ขนาดบ้าน และพื้นที่ภายในบ้าน มีความเหมาะสมรองลงมาคือ ระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมงระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้าประปาระบบ การจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำ เป็นต้นมีอยู่อย่างเหมาะสมบ้านได้มาตรฐานวิศวกรรม/สถาปัตยกรรมทำเลที่ตั้งโครงการเดินทางไปมาสะดวกบ้านมีคุณภาพที่ดีบ้านมีเอกลักษณ์มีสไตล์ในการออกแบบดีการใช้วัสดุคุณภาพดีในการสร้างบ้าน($\overline{X}$ = 4.24) สภาพสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดีบริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่นสระว่ายน้ำ สโมสร มีอยู่อย่างเพียงพอ ตามลำดับ

2. ด้านราคา ภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ และอยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ลำดับแรกคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้านรองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับขนาดที่ดินเงื่อนไขการชำระมีความเหมาะสม เช่น การวางเงินดาวน์ และการวางเงินจอง เป็นต้นราคามีความเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันอื่น ๆ ได้ราคาบ้านหลายแบบให้เลือกซื้อและค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสมตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งโครงการใกล้โรงพยาบาลรองลงมาคือ แบบบ้านให้เลือกชมอย่างเหมาะสมสามารถติดต่อโครงการได้หลายช่องทางรถโดยสารประจำทางผ่านโครงการที่จอดรถสะดวกและกว้างขวางสำนักงานโครงการติดต่ออย่างสะดวกและทำเลที่ตั้งใกล้โรงเรียน ตลาด และสถานบันเทิงตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ลำดับแรกคือการรับประกันผลงานและการรับประกันบ้านให้ลูกค้ารองลงมาคือ บ้านตัวอย่าง ให้ลูกค้าพิจารณาก่อนการตัดสินใจพนักงานขายให้การต้อนรับ และให้บริการที่มีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้าส่วนลด การแจก แถม มีโปรโมชั่นพิเศษที่น่าสนใจให้กับลูกค้าวิศวกร สถาปนิก หรือมัณฑนากร ให้บริการแนะนำความรู้ด้านเทคนิคที่ดีแก่ลูกค้าการโฆษณาช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสมเอกสารแนะนำ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ อธิบายรายละเอียดชัดเจนและการให้บริการก่อน และหลังการขายที่ดีตามลำดับ

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

1. ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ แตกต่างกัน มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

2. ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่แตกต่างกันมี ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่แตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่แตกต่างกันคือ ด้านราคา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่แตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ความคิดเห็นของ ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่แตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอ เมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีการ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดในซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของWeena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Pensri Lertgreatvittaya(2008 : 2) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ กิจกรรมการตลาด 4 กิจกรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกิจการสามารถควบคุมให้บรรลุเป้าหมาย ภายในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ) ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี คำนึงถึงโครงการก่อสร้างก่อนดำเนินการต้องยื่นขออนุญาตจัดสรรแบ่งแปลงที่ดินสำหรับลงทุนปลูกสร้างบ้านเพื่อขายให้กับลูกค้าหรือผู้ที่สนใจดังนั้นจึงออกแบบโครงการให้มีพื้นที่ต่าง ๆ รอบบริเวณโครงการที่ปลูกสร้างให้ผู้ที่เข้ามาอยู่ได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เช่น ถนนภายในหมู่บ้าน สวนสาธารณะภายในหมู่บ้าน ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า และระบบการระบายน้ำเสีย และพนักงานรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Natthapaphat Anekwasinchai (2012) ได้ศึกษาเรื่อง สวนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Teerakit Nawarat Na Ayuthaya (2014 : 93-95) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์คาดหวัง คือ สิ่งที่ลูกค้าโดยทั่วไปคาดหวังว่าจะต้องได้รับเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังของโรงแรม มักจะประกอบด้วย ห้องพักที่สะอาดและมีความสงบ ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก เตียงนอนและที่นอนสะอาด หมอน ผ้าห่ม ห้องน้ำและสบู่ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ก่อนดำเนินโครงการจะต้องมีการประชุมวางแผน โดยมีผู้เกี่ยวข้องร่วมปรึกษาหารือโครงการดังกล่าว เช่น หุ้นส่วน สถาปนิก วิศวกรรม มัณฑนากร และที่ปรึกษาด้านกฎหมาย ถึงจะกำหนดการออกแบบโครงการแบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ เช่น ถนนภายในหมู่บ้าน ขนาดบ้าน และพื้นที่ภายในบ้าน โดยมีความเหมาะสม สวยงาม ทันสมัย และถูกต้องตามกฎหมาย

1.2 ด้านราคาพบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Sunicha Tippayakraisorn (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพัทยา กรณีศึกษา ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรีเนินพลับหวานอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Sittakorn Choosup et al (2015 : 148) กล่าวว่า ในการกำหนดราคาสินค้านั้น มีสิ่งที่กิจการจะต้องพิจารณาเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ เช่น กำไรจากการขาย การยอมรับของผู้ซื้อ การเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่งขัน เป็นต้น ซึ่งต้องคำนึงถึง

อนาคต หากกิจการต้องการลดราคาสินค้าลงไปอีก ก็สามารถกระทำได้โดยไม่ขาดทุนทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี คำนึงถึงราคาของบ้านในโครงการบ้านจัดสรร โครงการบ้านจัดสรรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ตัวแปรก็คือ การขายบ้านให้กับลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ต้องคำนึงถึง ก็คือ ราคาของบ้านต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้านในทรรศนะของลูกค้า

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Amporn Rittikul (2011) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Warittha Niamnom and Sittakorn Choosup(2014 : 3) กล่าวว่า งานที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม จะช่วยให้การทำธุรกิจประสบความสำเร็จทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ก่อนที่จะเริ่มต้นโครงการบ้านจัดสรร จะต้องสำรวจถึงสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โครงการบ้านจัดสรร โดยเฉพาะที่ตั้งของโครงการ ต้องมีรถสาธารณะบริการ ใกล้กับแหล่งชุมชน ตลาด โรงเรียน ศูนย์การค้า และโรงพยาบาล เป็นต้น

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า อยู่ในระดับมาก การรับประกันผลงานและการรับประกันบ้านให้ลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของTeeranan Vinitwalai (2011) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Supachart Iamratanakul (2014 : 170–171) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อเพิ่มพูนบรรยากาศการขายในอนาคต การส่งเสริมการตลาดสินค้าถาวร ไม่ได้คาดว่าผู้บริโภคจะมีปฏิกิริยาตอบสนองในทันทีทันใด แต่มีวัตถุประสงค์ให้ลูกค้าคาดหวังว่าจะซื้อในอนาคต ซื้อสินค้าตรานั้นเมื่อมีความต้องการทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของบ้านจัดสรรทุกหลังที่ผลิตออกมาเพื่อขายให้กับผู้ต้องการที่อยู่อาศัย จึงมีการทำประกันให้กับลูกค้าเป็นสัญญาการซื้อขายบ้าน เช่น 1) การรับประกันสิ่งปลูกสร้างระยะเวลา 5 ปี 2) การรับประกันสิ่งสาธารณูปโภคภายในและภายนอก ระยะเวลา 5 ปี 3) การรับประกันอัคคีภัยระยะเวลา 3 ปี เป็นต้น จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของบ้านจัดสรรในโครงการต่าง ๆ เป็นต้น

2. การทดสอบสมมติฐาน

2.1 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ แตกต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Weena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่นเดียวกันทั้งนี้สืบเนื่องมาจากบ้านเป็นปัจจัยสี่อย่างที่มนุษย์ขาดไม่ได้ ดังนั้นมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายจะต้องมีที่อยู่อาศัย เพื่อปกป้องร่างกายจากฝน ลม หรือสัตว์ร้ายต่าง ๆ ที่จะมาทำอันตรายต่อมนุษย์เอง ดังนั้นมนุษย์จึงต้องอาศัยในพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต

2.2 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีส่วนประสมทางการตลาดในต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Weena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเช่นเดียวกันทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความปรารถนาสิ่งแรกของมนุษย์ทุกคนต้องการที่จะมีบ้านเป็นของตนเองและเป็นเจ้าของสิ่งนั้น ไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะมีอายุเท่าไหร่ก็ตาม โดยเฉพาะบุคคลที่มีรายได้ไม่มากพอที่จะจ่ายซื้อเป็นเงินสดได้ ซึ่งเงื่อนไขของโครงการบ้านจัดสรรทุกที่จะมีช่องทางการชำระเงินด้วยการผ่อนเป็นงวด ๆ หรือรายเดือนได้ ดังนั้นโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีจึงสอดคล้องกับประชาชนทุกวัยที่ต้องการมีบ้านเป็นของตนเอง โดยมีเงื่อนไขสัญญาการซื้อต่าง ๆ ที่ตรงกับความสามารถในการจ่ายชำระและระยะเวลาการจ่าย เช่น สัญญาการชำระเงินในระยะสั้น สัญญาการชำระเงินในระยะกลาง และสัญญาการชำระเงินในระยะยาว เป็นต้น

2.3 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Thanyawarat Rompulthong (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมผลการวิจัยพบว่า สถานภาพ ไม่แตกต่างกัน มีผลต่อการซื้อบ้านทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก บ้านเป็นปัจจัยหนึ่งในสี่ที่สำคัญที่สุดในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และบ้านก็เป็นยอดปรารถนาของมนุษย์ทุกคนที่ต้องการเป็นเจ้าของ ดังนั้นไม่ว่า สถานภาพโสด สมรส หรือหย่าร้าง ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ก็ต้องการมีบ้านเป็นของตนเอง

2.4 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขต

อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Weena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเช่นเดียวกัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก บ้านเป็นปัจจัยหนึ่งในสี่ที่สำคัญที่สุดในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และบ้านก็เป็นยอดปรารถนาของมนุษย์ทุกคนที่ต้องการเป็นเจ้าของ ดังนั้นไม่ว่า ประชาชนในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จะมีระดับการศึกษาใดก็ตามต่างก็ต้องการมีบ้านเป็นของตนเองทุกคน

2.5 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Weena Thirasophon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันนั้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเช่นเดียวกันทั้งนี้สืบเนื่องมาจากมนุษย์ทุกอาชีพต่างก็มีความต้องการบ้านที่อยู่อาศัย เนื่องจากบ้านเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิต

2.6 ความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Thanyawarat Rompulthong (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านทาวน์เฮ้าส์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกซื้อบ้านทาวเฮ้าส์ ไม่แตกต่างกันทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก บ้านเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ รายได้ของแต่ละคนก็สำคัญและเป็นตัวแปรของการซื้อบ้านจัดสรร เพราะผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีบ้านให้ลูกค้าได้เลือกหลายแบบและหลายราคา (ห้องชุด ทาวน์เฮาส์ ขนาดประหยัด ตึกแถว บ้านเดี่ยวชั้นเดียว บ้านเดี่ยวสองชั้น เป็นต้น)

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง กาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ขอเสนอแนะให้ผู้บริหารหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และผู้สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการพิจารณาได้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับแรกคือขนาดบ้านและพื้นที่ภายในบ้าน มีความเหมาะสมข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารของหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ควรจะกำหนดทางเลือกให้กับลูกค้า เพราะลูกค้าแต่ละรายก็มีรายได้ไม่เท่ากัน จึงควรกำหนดขนาดบ้าน และพื้นที่ภายในบ้าน ไว้หลายแบบและหลายราคาให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจที่จะซื้อ

2. ด้านราคาพบว่า อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับแรกคือราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้านข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารของหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ก่อนที่จะกำหนดราคาขายของบ้านแต่ละแบบ ต้องคำนึงถึงคุณภาพของบ้านให้มีความเหมาะสม โดยการเปรียบเทียบราคาที่ดินในปัจจุบัน ราคาการก่อสร้าง และราคาหมู่บ้านจัดสรรอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นราคาบ้านแต่ละหลังที่กำหนดต้องเหมาะสมกับคุณภาพตามที่โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ออกไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งโครงการใกล้โรงพยาบาลข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารของหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ควรมีหน่วยงานภายในโครงการบ้านจัดสรร ที่รับติดต่อประสานงานกับสถานพยาบาลภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยกู้ภัยต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี เพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลกับลูกค้าของหมู่บ้านจัดสรร

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับแรกคือการรับประกันผลงานและการรับประกันบ้านให้ลูกค้าข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารของหมู่บ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีควรจะมีสัญญาการรับประกันบ้านหลังการขาย เช่น 1) การรับประกันโครงสร้างของบ้าน 2) การรับประกันสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า และระบบการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น และ 3) การรับประกันความปลอดภัยในทรัพย์สิน โดยมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดกระจายครอบคลุมพื้นที่ภายในหมู่บ้าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง กาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ผู้ได้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง กาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีซึ่งเป็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ครั้งต่อไปควรศึกษา “คุณภาพการให้บริการหมู่บ้าน

จัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี” ทำให้ผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง กาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ทราบถึงปัจจัยใดบ้างของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรซึ่งสามารถนำงานวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มาบูรณาการกับการงานวิจัยเรื่องนี้ ทำให้ผู้ประกอบการบ้านจัดสรรมีจุดแข็งในการขายบ้านจัดสรร โดยเฉพาะสามารถสร้างแผนกลยุทธ์ทางการตลาดบ้านจัดสรรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี”ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสมการทำนายผลของส่วนประสมทางการตลาดด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อบ้านจัดสรรตลอดจนสามารถนำสารสนเทศที่ได้นำมาทำการศึกษาและเพื่อปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อค้นคว้าและศึกษาต่อไป

References

Amporn Rittikul. (2011). *Marketing Factors for Consumer Decision Making to Buy Houses in Muang District, Nakhon Ratchasima Province.* Master of Management Thesis: Sukhothai Thammathirat Open University.

Kanchanaburi Provincial Statistical Office. (2017). *Kanchanaburi Province Population Work Survey Quarter 4: October - December 2017*. Kanchanaburi: Provincial Statistical Office Kanchanaburi.

Natthapaphat Anekwasinchai (2012). *THE MARKETING MIX INFLUENCING THE PURCHASE OF HOUSING IN THE AMATA NAKORN INDUSTRIAL ESTATE.* Master of Political Science (Political Economy and Management): Burapha University.

Pensri Lertgreatvittaya. (2008). *General business.* Bangkok: Emphan Publishing House.

Real Estate Information Center. (2018). *Annual Report 2018*. [Online] https://www.reic.or.th/Upload/AnnualReport61_221_1565947199_26232.pdf. [21 February 2018].

Sin Punpinit. (2553). *Research techniques in social science.* 2nd Edition.Bangkok: Witaphat.

Sittakorn Choosup et al. (2015). *Marketing principles.* Bangkok: Emphan.

Sunicha Tippayakraisorn (2016). *Marketing mix factors affecting buying decision of houses of National Housing Authority in Pattaya city: a case study of residents in Baan Eua-arthorn housing project, Chonburi province.* Master of Public Administration Thesis: Burapha University.

Supachart Iamratanakul. (2014). *Marketing principles.* Bangkok: Saeng Dao Publishing House.

Teerakit Nawarat Na Ayuthaya. (2014). *Service Marketing concepts and strategies.* Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Teeranan Vinitwalai. (2011). *Factors affecting the decision to buy a house in Muang District, Chiang Rai Province*. Master of Business Administration Thesis (General Management): Chiang Rai Rajabhat University.

Thanin Silpcharu. (2009). *Statistical research and analysis with SPSS*. 10th edition. Bangkok: Business R&D.

Thanyawarat Rompulthong. (2013). *FACTORS AFFECTING CONSUMER'S BUYING BEHAVIOR OF PICKUP-BASED PASSENGER VEHICLE IN BANGKOK TOWNHOUSE IN NAKHON PATHOM AREA.* Independent Study of Master of Journalism Program (Corporate Communication Management): Thammasat University.

Warittha Niamnom and Sittakorn Choosup. (2014). *Distribution of goods and services.* Bangkok: Emphan Publishing House.

Weena Thirasophon. (2015). *Factors Affecting Housing Choice in the Bank Metropolitan Region*. Master of Business Administration Independent Study : Thammasat University

Witawat Ruangroj (2018). *Kanchanaburi real estate to fight hard, the Sikh export market slowed down - customers flocked up to 20-30% of preemption.* [Online] https://www.home.co.th/hometips/detail/77102 [20 January 2018]

Withawat Rungruangphon. (2013). *Marketing principles.* Bangkok: Marketing Move.