



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชน 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชน 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้ได้สิทธิใน โครงการบ้านเอื้ออาทรจำนวน 242 คน จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.9 มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 52.9 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 72.7 สถานภาพการอยู่อาศัยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เฉพาะที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.9 และจำนวนคนที่อยู่อาศัยร่วมกัน 2-4 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 ส่วนพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร ประชาชนส่วนใหญ่ มีความเชื่อมั่นในโครงการของการเคหะฯ คิดเป็นร้อยละ 45.9 มีการผ่อนส่งมากที่สุดเดือนละ 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.1 การทราบข่าวโครงการบ้านเอื้ออาทรจากแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 33.1 มีความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยทราบรายละเอียดบ้าง คิดเป็นร้อยละ 46.7 และประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ท่านตัดสินใจจองสิทธิ คือ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 56.2

2. ระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีสถานภาพการอยู่อาศัยจริงในปัจจุบันและอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน และประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน



4. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชนจำแนกตามพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร พบว่า ประชาชนที่มีพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทรในเรื่องของเหตุผลการมาของสิทธิ การผ่อนส่งได้มากที่สุดต่อเดือน การทราบข่าวโครงการบ้านเอื้ออาทร ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร และประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ตัดสินใจของสิทธิแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สถานภาพการอยู่อาศัยจริงในปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร ในเรื่องของเหตุผลการมาของสิทธิ การผ่อนส่งได้มากที่สุดต่อเดือน การทราบข่าวโครงการบ้านเอื้ออาทร ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร และประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ตัดสินใจของสิทธิ

อภิปรายผล

การศึกษาดำเนินงานโครงการบ้านเอื้ออาทรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ประชาชนผู้ได้สิทธิโครงการบ้านเอื้ออาทรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นเรื่องทีละเอียดอ่อนเพราะเมื่อตัดสินใจซื้อแล้วเราอยู่อาศัยไปตลอด จึงทำให้ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ และต้องให้ความสำคัญในเกือบทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ พงษ์เย็น (2544 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตฝั่งเมืองรวมจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญต่อระบบสาธารณูปโภค (ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์) มากที่สุด ด้านราคา ให้ความสำคัญต่อราคาขายที่เหมาะสมกับคุณภาพในระดับรองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญต่อความสะดวกของสถานที่ในการติดต่อซื้อ ในระดับมาก และด้านส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญถึงการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีในระดับมาก และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและกฎหมาย ให้ความสำคัญในความมั่นใจในการได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในระดับมาก นอกจากนี้ยัง



สอดคล้องกับแนวคิดของคอร์ทเลอร์ (Kotler, 1997 : 161) กล่าวว่า สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิด การซื้อสินค้า อาจเป็นเหตุจูงใจด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยาก็ได้ คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็น สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากการจัดส่วนประสมทางการตลาดโดยนักการตลาด ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ซึ่งเป็น ด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ ในการศึกษาครั้งนี้ โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี กฎหมาย ด้านการเมืองและด้านวัฒนธรรม เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโต รายได้ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซื้อซึ่งผู้จงสิทธิให้ความสำคัญในลำดับแรก และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของอวยพร บุญยืน (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตผังเมืองรวมจังหวัด เชียงราย พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดนั้น ปัจจัยเกี่ยวกับราคาเป็นปัจจัยที่ใช้ใน การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด รองลงมาก็คือ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวบ้านจัดสรร ปัจจัยเกี่ยวกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด และแหล่งข้อมูล ตามลำดับ จากที่ กล่าวจึงทำให้ประชาชนผู้ได้สิทธิโครงการบ้านเอื้ออาทรต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังที่นักการตลาดกล่าวไว้

2. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทรของประชาชนจำแนกตาม พฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร พบว่า ประชาชนที่มีพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้อ อาทรในเรื่องของเหตุผลการมาของสิทธิ การผ่อนส่งได้มากที่สุดต่อเดือน การทราบข่าวโครงการ บ้านเอื้ออาทร ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร และประเภทบ้านเอื้ออาทรที่ตัดสินใจของ สิทธิแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเอื้ออาทร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากในพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อที่อยู่อาศัย ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ และต้องให้ ความสำคัญในเกือบทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร ของประชาชน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สถานภาพการอยู่อาศัยจริง ในปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรร มการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร ในเรื่องของเหตุผลการมาของสิทธิ การผ่อนส่งได้มากที่สุดต่อเดือน การทราบข่าวโครงการบ้านเอื้ออาทร ความรู้เกี่ยวกับโครงการบ้านเอื้ออาทร และประเภทบ้าน เอื้ออาทรที่ตัดสินใจของสิทธิ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในการซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนทำ ให้ปัจจัยส่วนบุคคลต่างของประชาชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เหตุผลซื้อบ้านเอื้ออาทร เพราะเมื่อตัดสินใจซื้อแล้วเราอยู่อาศัยไปตลอด



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ผู้บริหารโครงการควรคำนึงถึงในเรื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ในการเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อผู้ตัดสินใจในการจองสิทธิ ตลอดถึงความโปร่งใสของโครงการฯ

1.2 ผู้บริหารโครงการควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทร ตลอดจนรายละเอียดในการจองสิทธิและระยะเวลาหรือกระบวนการในการผ่อนชำระ

1.3 ควรให้ความสำคัญกับตัวบ้านตลอดจนวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างควรมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ได้สิทธิหรือควรเปิดโอกาสให้ผู้ได้สิทธิมีสิทธิในการเลือกวัสดุในการก่อสร้าง

1.4 ควรมีการขยายโครงการบ้านเอื้ออาทรให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่ ตลอดจนควรขยายสิทธิเกี่ยวกับรายได้ของครอบครัวที่มีสิทธิได้รับการจองโครงการฯ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ได้สิทธิโครงการบ้านเอื้ออาทรหลังจากโครงการฯ แล้วเสร็จและผู้ได้สิทธิฯ ได้เข้าอยู่อาศัยแล้ว 1 ปีขึ้นไป

2.2 ควรมีการศึกษาถึงความต้องการบ้านเอื้ออาทรตามโครงการของรัฐบาลของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา