

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ำที่มำเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 242 คน และได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่มำเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้ำที่มำเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t – test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F – test
*	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผลการวิเคราะห์ โดยการหาจำนวนและร้อยละ รายละเอียดดังตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่มาเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	242	100.0
1. เพศ		
ชาย	131	54.1
หญิง	111	45.9
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	44	18.2
31-35 ปี	65	26.9
36-40 ปี	48	19.8
40 ปีขึ้นไป	85	35.1
3. ระดับการศึกษา		
ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช.	36	14.9
ระดับ ปวส. / อนุปริญญา	69	28.5
ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	137	56.6
4. อาชีพ		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	79	32.6
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	96	39.7
พนักงานบริษัทฯ	44	18.2
อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน	23	9.5

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	242	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	37	15.3
10,001 – 15,000 บาท	79	32.6
15,001 - 20,000 บาท	66	27.3
20,001 บาทขึ้นไป	60	24.8
6. สถานภาพ		
โสด	89	36.8
สมรส	111	45.9
หม้าย / หย่าร้าง	42	17.3
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
ไม่เกิน 3 คน	88	36.4
4-6 คน	132	54.5
7 คนขึ้นไป	22	9.1

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 245 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 สถานภาพ สมรส จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 และ จำนวน สมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ประกอบด้วย ปัจจัย
ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์
จากอาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก ผลการวิเคราะห์สรุปดังนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอาคารพาณิชย์

ด้านอาคารพาณิชย์	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. การออกแบบอาคารที่สวยงาม และเป็นรูปแบบ ที่ทันสมัย	4.23	.76	มากที่สุด
2. พื้นที่ของอาคารกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการ	4.12	.86	มาก
3. ความทันสมัยของสุขภัณฑ์	3.68	.82	มาก
4. คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	3.84	.87	มาก
5. ฝีมือและความประณีตในการก่อสร้าง	3.83	.88	มาก
6. การรับประกันคุณภาพ	3.94	.96	มาก
7. สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในโครงการ	3.75	1.01	มาก
รวม	3.91	.88	มาก

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านอาคารพาณิชย์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
อาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. =
.88) เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พื้นที่ของอาคารกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการ ความทันสมัย
ของสุขภัณฑ์ คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง ฝีมือและความประณีตในการก่อสร้าง และสภาพแวดล้อม
ต่าง ๆ ภายในโครงการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัด
พระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ส่วนการออกแบบอาคารที่สวยงาม และเป็นรูปแบบที่ทันสมัย มีผล
ต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับ มากที่สุด
($\bar{X} = 4.23$, S.D. = .76)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาคาร	3.98	.88	มาก
2. ราคาถูกกว่าราคาตลาดทั่วไป	3.71	.71	มาก
3. อัตราผ่อนชำระต่อเดือนเหมาะสมกับเศรษฐกิจ ในปัจจุบัน	3.68	.82	มาก
4. อัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระที่ต่ำ	3.74	.91	มาก
5. ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสม	3.55	.93	มาก
รวม	3.73	.85	มาก

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .85) เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. พนักงานจากสำนักงานขายแนะนำ	3.81	.85	มาก
2. พนักงานจากลานโปรโมชั่นแนะนำ	3.59	.74	มาก
3. ตัดสินใจซื้อเพราะได้ชมอาคารตัวอย่าง	3.81	.87	มาก
รวม	3.73	.82	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73, S.D. = .82$) เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. การโฆษณาทางนิตยสารและสิ่งพิมพ์	3.66	1.00	มาก
2. การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา	3.63	.89	มาก
3. มีการส่วนลดราคาอาคาร	3.40	1.03	มาก
4. การลดเงินดาวน์ / ไม่มีดอกเบี้ย	3.42	1.06	มาก
5. การจัดให้มีการชิงโชค แจกของสมนาคุณ	3.30	1.02	ปานกลาง
รวม	3.48	1.00	มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 1.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การโฆษณาทางนิตยสารและสิ่งพิมพ์ การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา มีการส่วนลดราคาอาคาร และการลดเงินดาวน์ / ไม่มีดอกเบี้ย มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ส่วนการจัดให้มีการชิงโชค แจกของสมนาคุณ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.02)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์

ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. รูปแบบภายนอกอาคาร	3.56	.90	มาก
2. การจัดประโยชน์ใช้สอยภายในอาคาร	3.78	.94	มาก
3. จำนวนห้องเพียงพอกับความต้องการ	3.63	.99	มาก
4. พื้นที่และขนาดของตัวอาคาร	3.80	.96	มาก
5. ความสะดวกในการทำธุรกิจ	3.72	.95	มาก
รวม	3.69	.95	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์อาคารพาณิชย์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .95) เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. ระบบไฟฉุกเฉินเมื่อไฟดับ	3.95	.97	มาก
2. ระบบตัดไฟอัตโนมัติเมื่อไฟฟ้าลัดวงจร	3.98	.95	มาก
3. ระบบกุญแจห้องที่ป้องกันการลื้อภายใน	3.65	.98	มาก
4. ระบบกำจัดปลวกโดยการเดินท่อใต้อาคาร	3.77	1.07	มาก
5. ติดฉนวนกันความร้อนใต้หลังคา	3.66	1.07	มาก
6. กระจกกรองแสงเข้าตัวอาคาร	3.59	1.08	มาก
รวม	3.76	1.02	มาก

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. โครงการอยู่ในแหล่งชุมชน	3.86	.82	มาก
2. ใกล้สถานที่ราชการและห้างสรรพสินค้า	3.77	.81	มาก
3. มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน	3.91	.78	มาก
4. ความสะดวกในการคมนาคม	3.95	.90	มาก
5. ระบบการระบายน้ำ/ป้องกันน้ำท่วม	3.88	.95	มาก
6. ระบบการจัดการขยะมูลฝอย	3.75	1.12	มาก
รวม	3.85	.90	มาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวก มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = .90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมทุกด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ ของลูกค้า
1. ด้านอาคารพาณิชย์	3.91	.88	มาก
2. ด้านราคา	3.73	.85	มาก
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.73	.82	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	1.00	มาก
5. ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์	3.69	.95	มาก
6. ด้านความปลอดภัย	3.76	1.02	มาก
7. ด้านความสะดวก	3.85	.90	มาก
รวม	3.73	.91	มาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .91) ได้แก่ ด้าน
อาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จาก
อาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก

**ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าใน
เขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน**

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าในด้าน
อาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จาก
อาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก จำแนกตาม ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า
บริการ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนสมาชิก
ในครอบครัว รายละเอียดแสดงในตาราง 11- 45 โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ไม่แตกต่าง
กัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

ตาราง 11 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าใน
เขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 131)		หญิง (n = 111)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านอาคารพาณิชย์	3.80	.75	3.91	.54	-1.278	.005*
2. ด้านราคา	3.79	.57	3.67	.57	1.718	.363
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	.55	3.72	.56	.359	.861
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	.84	3.50	.72	-.388	.030*
5. ด้านประโยชน์จากอาคาร พาณิชย์	3.71	.89	3.68	.60	.327	.000*
6. ด้านความปลอดภัย	3.75	.82	3.79	.83	-.410	.517
7. ด้านความสะดวก	3.89	.71	3.94	.54	-.669	.008*
โดยรวม	3.74	.58	3.75	.45	-.131	.005*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านความปลอดภัย แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ และด้านความสะดวกแตกต่างกัน

ตาราง 12 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้านิเทศจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	8.013	3	2.671	6.977	.000*
	ภายในกลุ่ม	91.115	238	.383		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.244	3	1.415	4.484	.004*
	ภายในกลุ่ม	75.090	238	.316		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.700	3	2.233	7.706	.000*
	ภายในกลุ่ม	68.972	238	.290		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	19.067	3	6.356	11.504	.000*
	ภายในกลุ่ม	131.481	238	.552		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	14.681	3	4.894	9.033	.000*
	ภายในกลุ่ม	128.935	238	.542		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	18.779	3	6.260	10.177	.000*
	ภายในกลุ่ม	146.395	238	.615		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	6.175	3	2.058	4.876	.003*
	ภายในกลุ่ม	100.454	238	.422		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.883	3	2.628	10.382	.000*
	ภายในกลุ่ม	60.236	238	.253		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผลดังนี้

ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านอาคารพาณิชย์ จำแนกตาม อายุ

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.5019*			
36-40 ปี	.4508*			
40 ปีขึ้นไป	.4532*			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.5019) ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 36- 40 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.4508) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.4532) ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี

ตาราง 14 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตาม อายุ

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.2643*		.3753*	
36-40 ปี				
40 ปีขึ้นไป				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ต่างกัน ด้านราคา คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา มากกว่า (.2643) ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และมากกว่า (.3753) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม อายุ

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.4945*		.2843*	.1973*
36-40 ปี				
40 ปีขึ้นไป	.2972*			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.4945) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี มากกว่า (.2843) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี และมากกว่า (.1973) ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.2972) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี

ตาราง 16 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม อายุ

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.5173*			
36-40 ปี	.3477*			
40 ปีขึ้นไป	.7868*	.2695*	.4391*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริม การตลาด ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้าน การส่งเสริมการตลาด มากกว่า (.4945) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี มีระดับ การตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า (.3477) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า (.7868) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี มากกว่า (.2695) ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี และมากกว่า (.4391) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ จำแนกตาม อายุ

ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.3383*			
36-40 ปี	.3761*			
40 ปีขึ้นไป	.6948*	.3566*	.3187*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.3383) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.3761) ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.6948) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี มากกว่า (.3566) ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี และมากกว่า (.3187) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความปลอดภัย จำแนกตาม อายุ

ด้านความปลอดภัย	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี	.5231*			
36-40 ปี				
40 ปีขึ้นไป	.7717*		.4560*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย มากกว่า (.5231) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี และส่วนลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัยมากกว่า (.7717) ลูกค้าที่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี และมากกว่า (.4560) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความสะดวก จำแนกตามอายุ

ด้านความสะดวก	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 30 ปี				
31-35 ปี				
36-40 ปี				
40 ปีขึ้นไป	.4190*	.2855*	.2637*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวกต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวกมากกว่า (.4190) ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มากกว่า (.2855) ลูกค้าที่มีอายุ 31-35 ปี และมากกว่า (.2637) ลูกค้าที่มีอายุ 36-40 ปี

ตาราง 20 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้าใน
เขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	1.064	2	.532	1.296	.276
	ภายในกลุ่ม	98.065	239	.410		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.895	2	1.948	6.170	.002*
	ภายในกลุ่ม	75.440	239	.316		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.373	2	.687	2.209	.112
	ภายในกลุ่ม	74.298	239	.311		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.864	2	.432	.690	.503
	ภายในกลุ่ม	149.683	239	.626		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	3.263	2	1.631	2.778	.064
	ภายในกลุ่ม	140.353	239	.587		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.562	2	2.281	3.394	.035*
	ภายในกลุ่ม	160.612	239	.672		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	.929	2	.464	1.050	.352
	ภายในกลุ่ม	105.700	239	.442		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.185	2	.592	2.115	.123
	ภายในกลุ่ม	66.934	239	.280		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ และด้านความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 2 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผลดังนี้

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช.	ระดับ ปวส. / อนุปริญญา	ระดับปริญญาตรี ขึ้นไป
ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช. ระดับ ปวส. / อนุปริญญา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	.3957*		.1925*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่าลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ระดับปวส./อนุปริญญา มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา มากกว่า (.3957) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ไม่เกินมัธยมศึกษา/ปวช. และมากกว่า (.1925) ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช.	ระดับ ปวส. / อนุปริญญา	ระดับปริญญาตรีขึ้นไป
ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช. ระดับ ปวส. / อนุปริญญา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป			.3337*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ไม่เกินมัธยมศึกษา / ปวช. มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย มากกว่า (.3337) ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ตาราง 23 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้านิ
 เขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม สถานภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	1.479	2	.739	1.809	.166
	ภายในกลุ่ม	97.650	239	.409		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.304	2	.152	.460	.632
	ภายในกลุ่ม	79.031	239	.331		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.280	2	1.640	5.414	.005*
	ภายในกลุ่ม	72.392	239	.303		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	16.781	2	8.391	14.992	.000*
	ภายในกลุ่ม	133.766	239	.560		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	4.544	2	2.272	3.904	.021*
	ภายในกลุ่ม	139.072	239	.582		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5.419	2	2.710	4.054	.019*
	ภายในกลุ่ม	159.755	239	.668		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11.574	2	5.787	14.550	.000*
	ภายในกลุ่ม	95.055	239	.398		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.835	2	1.917	7.129	.001*
	ภายในกลุ่ม	64.284	239	.269		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วน ค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 5 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก และด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผลดังนี้

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพ

ด้านสถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย / หย่าร้าง	.3385*	.2428*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.3385) ลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด และมากกว่า (.2428) ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรส

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม สถานภาพ

ด้านสถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย / หย่าร้าง	.7082*	.6839*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีสถานภาพ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า (.7082) ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด และมากกว่า (.6839) ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรส

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ จำแนกตาม สถานภาพ

ด้านสถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.2741*		
หม้าย / หย่าร้าง	.3070*		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรส มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.2741) ลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด ส่วนลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ มากกว่า (.3070) ลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ

ด้านสถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย / หย่าร้าง	.4358*	.2956*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย มากกว่า (.4358) ลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด และมากกว่า (.2956) ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรส

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความสะดวก จำแนกตามสถานภาพ

ด้านสถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			
สมรส			
หม้าย / หย่าร้าง	.6167*	.5285*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก มากกว่า (.6167) ลูกค้าที่มีสถานภาพ โสด และมากกว่า (.5285) ลูกค้าที่มีสถานภาพ สมรส

ตาราง 29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้านิเทศจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	.383	3	.128	.308	.820
	ภายในกลุ่ม	98.746	238	.415		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.039	3	1.013	3.160	.025*
	ภายในกลุ่ม	76.295	238	.321		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.248	3	.749	2.429	.066
	ภายในกลุ่ม	73.423	238	.309		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.777	3	.259	.411	.745
	ภายในกลุ่ม	149.771	238	.629		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	2.080	3	.693	1.166	.324
	ภายในกลุ่ม	141.536	238	.595		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7.556	3	2.519	3.803	.011*
	ภายในกลุ่ม	157.618	238	.662		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4.097	3	1.366	3.170	.025*
	ภายในกลุ่ม	102.532	238	.431		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.034	3	.678	2.441	.065
	ภายในกลุ่ม	66.085	238	.278		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผลดังนี้

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตาม อาชีพ

ด้านอาชีพ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท	.2509*	.2697*		.3820*
อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคาต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา มากกว่า (.2509) ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มากกว่า (.2697) ลูกค้าที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ และมากกว่า (.3820) ลูกค้าที่มีอาชีพ อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน

ตาราง 31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ

ด้านอาชีพ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		.3490*		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท			.4066*	
อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ต่างกัน คือ ลูกค้า ที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย มากกว่า (.3490) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย มากกว่า (.4066) ลูกค้าที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความสะดวก จำแนกตามอาชีพ

ด้านอาชีพ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท			.3627*	
อื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก มากกว่า (.3627) ลูกค้าที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

ตาราง 33 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า
ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	3.014	3	1.005	2.488	.061
	ภายในกลุ่ม	96.114	238	.404		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.076	3	2.359	7.769	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.259	238	.304		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.818	3	1.606	5.395	.001*
	ภายในกลุ่ม	70.853	238	.298		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.027	3	.342	.545	.652
	ภายในกลุ่ม	149.520	238	.628		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	.593	3	.198	.329	.805
	ภายในกลุ่ม	143.023	238	.601		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.943	3	1.648	2.447	.064
	ภายในกลุ่ม	160.231	238	.673		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.115	3	1.705	3.997	.008*
	ภายในกลุ่ม	101.514	238	.427		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.869	3	.623	2.238	.084
	ภายในกลุ่ม	66.250	238	.278		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ และด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 3 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านความสะดวก แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผลดังนี้

ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านรายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท			.2807*	.4328*
10,001-15,000 บาท			.2364*	.3885*
15,001-20,000 บาท				
20,001 บาทขึ้นไป				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา มากกว่า (.2807) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมากกว่า (.4328) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านราคา มากกว่า (.2364) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมากกว่า (.3885) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 35 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ด้านรายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				.3408*
10,001-15,000 บาท				
15,001-20,000 บาท		.1939*		.3535*
20,001 บาทขึ้นไป				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ลูกค้าที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.2807) ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.1939) ลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท และมากกว่า (.3535) ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านความสะดวก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านรายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001-15,000 บาท			.3582*	.2716*
15,001-20,000 บาท				
20,001 บาทขึ้นไป				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้าน ความสะดวก ต่างกัน คือ ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านความสะดวก มากกว่า (.3582) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมากกว่า (.2716) ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้านิเทศจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		Sum of Squares	df.	MS.	F	Sig.
1. ด้านอาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	.788	2	.394	.958	.385
	ภายในกลุ่ม	98.340	239	.411		
	รวม	99.129	241			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.377	2	.188	.571	.566
	ภายในกลุ่ม	78.958	239	.330		
	รวม	79.335	241			
3. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.734	2	2.867	9.797	.000*
	ภายในกลุ่ม	69.937	239	.293		
	รวม	75.671	241			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.280	2	.640	1.025	.360
	ภายในกลุ่ม	149.268	239	.625		
	รวม	150.548	241			
5. ด้านประโยชน์จาก อาคารพาณิชย์	ระหว่างกลุ่ม	.869	2	.434	.727	.484
	ภายในกลุ่ม	142.747	239	.597		
	รวม	143.616	241			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	.511	2	.256	.371	.690
	ภายในกลุ่ม	164.663	239	.689		
	รวม	165.174	241			
7. ด้านความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	.274	2	.137	.307	.736
	ภายในกลุ่ม	106.355	239	.445		
	รวม	106.629	241			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.213	2	.107	.375	.688
	ภายในกลุ่ม	67.905	239	.284		
	รวม	68.119	241			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 6 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านอาคารพาณิชย์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านประโยชน์จากอาคารพาณิชย์ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวกไม่แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different) ได้ผล ดังนี้

ตาราง 38 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Fisher's least-significant different) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ไม่เกิน 3 คน	4 - 6 คน	ไม่เกิน 3 คน
ไม่เกิน 3 คน		.2790*	
4 - 6 คน			
7 คนขึ้นไป		.3965*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่างกัน คือลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 3 คน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.2790) ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน ส่วนลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่า (.3965) ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ผลดังนี้

ตาราง 39 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ลูกค้าที่มาซื้ออาคารพาณิชย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า	ความถี่
1.	ราคาสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพของอาคาร	20
2.	อาคารควรอยู่ใกล้ตลาด โรงเรียน ธนาคาร	19
3.	ควรสร้างระบบระบายน้ำเสีย และการขจัดขยะมูลฝอย	16
4.	ควรมีการผ่อนอาคารเป็นเงินสด	13
5.	อัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระต่ำ	9
6.	รูปแบบอาคารเหมาะสม	8
7.	อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	5

จากตาราง 39 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มาซื้ออาคารในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านข้อเสนอแนะ พบว่า ราคาสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพของอาคาร อาคารควรอยู่ใกล้ตลาด โรงเรียน ธนาคาร ควรสร้างระบบระบายน้ำเสีย และการขจัดขยะมูลฝอย ควรมีการผ่อนอาคารเป็นเงินสด ด้านความคิดเห็น พบว่า อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ รูปแบบอาคารเหมาะสม และอยู่ใกล้แหล่งชุมชน