

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการซื้อบ้านจัดสรร ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร และการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร และการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าย จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าย และความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ายกับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร กับ การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ายที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี ค่าไค-สแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์แครมเมอร์วี และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน มีผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการและปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผลการวิจัยสรุป

1. ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ายที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพข้าราชการ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 – 7 คน
2. ความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่มีรูปแบบบ้านเป็นอาคารพาณิชย์ มีขนาดพื้นที่ 51-100 ตารางวา ราคาบ้าน 1,100,001-1,300,000 บาท มีทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน มีขนาดของโครงการขนาด 50 -100 หลัง และมีสาธารณูปโภค คือ สนามกีฬา
3. ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร โดยรวมมีการตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน

4. การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ โดยรวมมีการตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

5.4 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และด้านบุคลากรแตกต่างกัน

5.5 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

5.6 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

5.7 ลูกค้าที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6.1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.3 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.4 ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาแตกต่างกัน

6.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.6 ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาแตกต่างกัน

6.7 ลูกค้ำที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

7.1 ลูกค้ำที่มีรูปแบบบ้านต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

7.2 ลูกค้ำที่มีขนาดพื้นที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

7.3 ลูกค้ำที่มีราคาบ้านต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรแตกต่างกัน

7.4 ลูกค้ำที่มีทำเลที่ตั้งต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

7.5 ลูกค้ำที่มีขนาดของโครงการต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

7.6 ลูกค้ำที่มีสาธารณูปโภคต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านบุคลากรแตกต่างกัน

8. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำกับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

8.1 เพศของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ

8.2 อายุของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำเรื่องขนาดพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง และขนาดของโครงการอยู่ในระดับปานกลาง

8.3 ระดับการศึกษาของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำเรื่องรูปแบบบ้านอยู่ในระดับต่ำ

8.4 สถานภาพของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ

8.5 อาชีพของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำเรื่องขนาดพื้นที่ และขนาดของโครงการอยู่ในระดับต่ำ

8.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำเรื่องราคาบ้านอยู่ในระดับต่ำ

8.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของลูกค้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ำ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องความต้องการและปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า ส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบบ้านอาคารพาณิชย์ ขนาดพื้นที่ 51-100 ตารางวา ราคาบ้าน 1,100,001-1,300,000 บาท ทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน โครงการขนาด 50 -100 หลัง สาธารณูปโภค คือ สนามกีฬา อาจเนื่องมาจากราคาไม่ค่อยสูงมากจึงเพียงพอต่อฐานเงินเดือนและขนาดของพื้นที่กำลังพอดีไม่เล็กและใหญ่จนเกินไปรวมทั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานครบครันด้วยสาธารณูปโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบ้านเดี่ยวสองชั้น รองลงมาได้แก่บ้านเดี่ยวชั้นเดียว ขนาดบ้านพร้อมที่ดิน 51 – 100 ตารางวา ราคาบ้านที่สนใจ 500,000 – 1,000,000 บาท ลักษณะการซื้อแบบเงินผ่อนมากกว่าเงินสด โดยใช้ระยะเวลาดูบ้านก่อนตัดสินใจซื้อไม่เกิน 3 เดือน โดยการตระเวนดูโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

2. ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร โดยรวมมีการตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน อาจเนื่องมาจากลูกค้าให้ความสำคัญกับพื้นที่ขนาดหรือประโยชน์ใช้สอยของตัวเองบ้าน ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน อากาศถ่ายเทสะดวก มีการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา อรรถาศัยของพนักงานดูแลโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสงวนศักดิ์ มัททกุล (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านจัดสรรในเขตพุทธมณฑลสาย 3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านต่างๆ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของโอฬาร ประเสริฐธิดิพงษ์ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับ ทำเลหรือสถานที่ตั้งของโครงการหมู่บ้าน ผู้บริโภคคำนึงถึงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบ้าน ส่วนลดรายการของแถมหรือโปรโมชั่นต่างๆ องค์ประกอบของโครงการ ผู้ประกอบการ เจ้าของโครงการและผู้รับเหมา โดยเฉพาะราคาบ้านและราคาที่ดินเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจ สรุปได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร ต้องให้ความเอาใจใส่รายละเอียดเกี่ยวกับตัวบ้าน ผู้ประกอบการ เจ้าของโครงการ และ

ผู้รับเหมา ควรตั้งราคาอยู่บนพื้นฐานของราคาที่ยุติธรรม โดยมีสำนักงานเป็นจุดที่ทำให้ผู้บริโภการใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูล ซึ่งพนักงานขายควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน

3. การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือพนักงานขาย ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ โดยรวมมีการตัดสินใจในระดับมากทุกด้าน อาจเนื่องมาจากลูกค้าให้ความสำคัญกับการจัดผังและรูปแบบของโครงการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินเอื้อประโยชน์ต่อการผ่อนชำระในแต่ละเดือน โครงการมีการจัดแสดงบุตตามห้างสรรพสินค้าและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การลดราคาบ้าน ที่ดิน และจำนวนเงินค่างวด ความเหมาะสมของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ บ้านตัวอย่าง และการจัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะและการจองบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิสิทธิ์ สุนทรามงคล (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เป็นอันดับสุดท้าย

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม และด้านบุคลากรแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากลักษณะของที่พักอาศัยมีรูปทรงสวยงามมีพื้นที่ใช้สอยกว้าง ราคาถูกกว่าโครงการอื่นด้วยเงินค่างวดที่ต่ำระยะเวลาในการผ่อนชำระนานโดยมีราคาระบุอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สงวนศักดิ์ มัททกุล (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านจัดสรรในเขตพุทธมณฑลสาย 3 ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจซื้อหมู่บ้านจัดสรรในเขตพุทธมณฑลสาย 3 ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อหมู่บ้านจัดสรรอาศัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย โดยผู้บริโภคที่มีเพศ สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแต่อย่างใด

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าต้องโครงการที่มีการประกันคุณภาพทั้งตัวบ้านแล้วสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ด้วยราคาอัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระที่ต่ำระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสม ทำให้มีการจัดช่องทางจำหน่ายแนะนำตามลานโปรโมชั่นหรือจากพนักงานขายด้วยการแถมเครื่องใช้ภายในบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์และการเดินทางในปัจจุบันสะดวก และประหยัดครอบคลุมหลายเส้นทาง ทำให้มีความสะดวกในการเดินทางมาทำงานยิ่งขึ้น ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรัตน์ ทนทาน (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า พนักงานที่มีเพศอายุระดับการศึกษาตำแหน่งงานรายได้ต่อเดือนสถานภาพสมรสผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยขนาดพื้นที่ราคาบ้านและแหล่งข้อมูลในการซื้อต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโดยรวมไม่แตกต่างกันส่วนพนักงานที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวและแบบบ้านต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีราคาบ้านต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านการให้บริการและด้านบุคลากรแตกต่างกัน และ ลูกค้าที่มีสาขารูปโภคต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากรแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าต้องการรูปแบบที่พักอาศัยที่มีสภาพแวดล้อมต่างๆภายในโครงการที่มีการประกันคุณภาพทั้งตัวบ้านแล้วสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ด้วยราคาอัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระที่ต่ำระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสม ทำให้มีการจัดช่องทางจำหน่ายแนะนำตามลานโปรโมชั่นหรือจากพนักงานขายด้วยการลดเงินดาวน์ / ไม่มีดอกเบี้ย มีส่วนลดราคาบ้านแถมเครื่องใช้ภายในบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์ พร้อมจัดตกแต่งสวนหย่อมให้ฟรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะ จรชล (2550 : บทคัดย่อ) ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า พบว่า ประชาชนที่มีจำนวนผู้อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้งของบ้านจัดสรร ประเภทของบ้านจัดสรร ราคาที่ซื้อบ้านจัดสรร และการรักษาความปลอดภัยต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ แตกต่างกัน

7. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ากับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าเรื่องขนาดพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง และขนาดของโครงการอยู่ในระดับปานกลาง และระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าเรื่องรูปแบบบ้านอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชารีย์ ยิ่งวิริยะ (2547 : บทคัดย่อ)

เรื่องการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาประเภททาวน์เฮาส์สองชั้น พบว่า การตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์สองชั้นพบว่า ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพ ของผู้ซื้อบ้านทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์เฮาส์สองชั้นแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

9. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร กับการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำมาก อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าต้องการรูปแบบที่พักอาศัยที่มีสภาพแวดล้อมต่างๆภายในโครงการที่มีการประกันคุณภาพทั้งตัวบ้านแล้วสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ด้วยราคาอัตราดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาการผ่อนชำระที่ต่ำระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสม ทำให้มีการจัดช่องทางจำหน่ายแนะนำตามลานโปรโมชันหรือจากพนักงานขายด้วยการลดเงินสด / ไม่มีดอกเบี้ย มีส่วนลดราคาบ้านแถมเครื่องใช้ภายในบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์ ส่วนด้านการส่งเสริมการขายมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริมา แสงอาวุธ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ของผู้บริโภค ใน พ.ศ. 2540 – 2545 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยทั้ง 3 ปัจจัย สัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยแล้วและกำลังจะซื้อที่อยู่อาศัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อและปัจจัยจูงใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. ด้านลักษณะของที่พักอาศัย ผู้บริหารโครงการบ้านจัดสรร ควรคำนึงถึงขนาดของบ้าน/พื้นที่ และความเชื่อถือได้ของกิจการ และควรปรับปรุงรูปแบบของบ้านเนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคย่อมเปลี่ยนไปตามยุคสมัย รวมถึงคุณภาพของวัสดุก่อสร้างบ้านให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความคงทนแข็งแรง เพื่อป้องกันสิ่งที่จะเกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติ

2. ด้านราคา ผู้บริหารโครงการบ้านจัดสรร ควรคำนึงถึงการกำหนดราคาของบ้านซึ่งมีความเหมาะสม และควรปรับปรุงระยะเวลาของการชำระเงิน โดยการแบ่งชำระเป็นงวดๆ รวมถึงให้ส่วนลดเงินสดที่เหมาะสม

3. ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ผู้บริหารโครงการบ้านจัดสรร ควรจัดให้มีทางเข้าหรือบาทวิถีภายในโครงการหมู่บ้านจัดสรรให้เพียงพอต่อความต้องการเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้ประโยชน์ต่อไป ควรให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในโครงการให้มีบรรยากาศร่มรื่น สวยงาม มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ควรคำนึงถึงการจัดบ้านตัวอย่าง และควรปรับปรุงด้านโมเดลบ้าน และอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย สถานที่ตั้งของโครงการ อาคารสถานที่เหมาะสม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารโครงการบ้านจัดสรร ควรคำนึงถึงมีการบอกต่อแบบปากต่อปาก และควรปรับปรุงมีการใช้สื่อต่างๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับใบปลิว อินเทอร์เน็ตและวิทยุ การออกนุชประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเดี่ยวจัดสรร

5. ด้านการให้บริการ ผู้บริหารบ้านจัดสรรควรเน้นการให้บริการที่ประทับใจต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นลำดับแรก ควรคำนึงถึงมีตัวอย่างบ้านเหมือนจริง และควรปรับปรุงการติดต่อประสานงานทางอินเทอร์เน็ต และการติดต่อกับพนักงานได้โดยตรง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการแก้ปัญหา

6. ด้านบุคลากร ผู้บริหารโครงการบ้านจัดสรร ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการบริหารบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการให้บริการกับลูกค้า ควรคำนึงถึงความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของบุคลากรฝ่ายต่างๆ และควรปรับปรุงด้านความสามารถในการให้ข้อมูลของพนักงาน รวมถึงความเหมาะสมของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น

2. ควรพิจารณาถึงความแตกต่างของสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ เช่น ความสงบเรียบร้อยของประเทศ การเจริญเติบโตของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์สูงสุด เนื่องจากสถานการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคด้วย

3. ควรมีการศึกษาความแตกต่างระหว่างอดีต และปัจจุบันว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกันอย่างไร