

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยวิธีการเก็บข้อมูลคือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 384 ชุด เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของตาราง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจ

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

t แทน ค่าสถิติทดสอบ t-test

F แทน ค่าสถิติทดสอบ F-test

\* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับรายได้ผู้ซื้อ โดยหาค่าความถี่และร้อยละรายละเอียดแสดงดังนี้ ตาราง 1

ตาราง 1 ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับรายได้ผู้ซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค	จำนวน (384 คน)	ร้อยละ (100.00)
<b>เพศ</b>		
ชาย	261	68.00
หญิง	123	32.00
<b>อายุ</b>		
20-30 ปี	128	33.30
31-40 ปี	222	57.80
41 ปี ขึ้นไป	34	8.90
<b>ระดับการศึกษา</b>		
กว่ามัธยมศึกษา / มัธยมศึกษา / ปวช.	49	12.80
อนุปริญญา / ปวส.	106	27.60
ปริญญาตรี	202	52.60
สูงกว่าปริญญาตรี	27	7.00
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	79	20.60
สมรส	288	75.00
หม้าย / หย่าร้าง	17	4.40
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ	53	13.80
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	92	24.00
พนักงานบริษัทเอกชน	191	49.70
ธุรกิจส่วนตัว	48	12.50

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ไฟฟ้า	จำนวน (384 คน)	ร้อยละ (100.00)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	29	7.60
15,001 – 25,000 บาท	202	52.60
25,001 – 35,000 บาท	94	24.50
35,001 บาทขึ้นไป	59	15.40

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 สถานภาพสมรส จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย ประเภทสินทรัพย์ ราคาสินทรัพย์ ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ และการชำระค่าสินทรัพย์ โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละรายละเอียดแสดงดังนี้ ตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ในจังหวัด

สมุทรปราการ ประกอบด้วย ประเภทสินทรัพย์ ราคาสินทรัพย์ ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ และการชำระค่าสินทรัพย์

ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค	จำนวน (384 คน)	ร้อยละ (100.00)
ประเภทสินทรัพย์		
บ้าน	208	54.20
ที่ดิน	75	19.50
รถยนต์	101	26.30
ราคาสินทรัพย์		
ต่ำกว่า 500,000 บาท	35	9.10
500,001 – 1,000,000 บาท	206	53.60
1,000,001 – 1,500,000 บาท	97	25.30
1,500,001 บาทขึ้นไป	46	12.00
ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์		
บิดา / มารดา / ญาติพี่น้อง	29	7.60
เพื่อน	150	39.10
การโฆษณาจากสื่อต่างๆ	125	32.60
พนักงานขาย	36	9.40
ตัวแทนเอง	15	3.90
สามี / ภรรยา / แฟน	29	7.60
การชำระค่าสินทรัพย์		
เงินสด	101	26.30
โอนเงินผ่านธนาคาร	32	8.30
แบ่งจ่ายเป็นงวดๆ	251	65.40

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่ซื้อสินทรัพย์ประเภทบ้าน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 ราคาสินทรัพย์ที่ซื้อ 500,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 มีเพื่อนเป็นผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ชำระค่าสินทรัพย์โดยแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.40

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ใน จังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงรายละเอียดในตาราง 3 – 10

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ความหลากหลายของสินทรัพย์	4.25	.68	มากที่สุด
2. สินทรัพย์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	4.57	.49	มากที่สุด
3. สินทรัพย์มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน	4.55	.52	มากที่สุด
4. สินทรัพย์มีความทันสมัย	3.51	.90	มาก
รวม	4.22	.31	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$  และ  $S.D. = .31$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภค มีระดับการตัดสินใจในเรื่องสินทรัพย์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สินทรัพย์มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และสินทรัพย์มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. สินทรัพย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.44	.49	มากที่สุด
2. การต่อรองราคาสินทรัพย์ได้	3.49	.79	มาก
3. สินทรัพย์หลายราคาให้เลือก	4.52	.49	มากที่สุด
4. ราคาสินทรัพย์ที่ยุติธรรม	4.56	.49	มากที่สุด
รวม	4.26	.27	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$  และ S.D. =  
.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับ  
การตัดสินใจในเรื่อง ราคาสินทรัพย์ที่ยุติธรรม สินทรัพย์หลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
มากที่สุด และการต่อรองราคาสินทรัพย์ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. สถานที่ตั้งของบริษัทและสำนักงาน	3.78	.89	มาก
2. พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ	4.56	.49	มากที่สุด
3. การให้สินเชื่อ	4.60	.48	มากที่สุด
4. สามารถย่นทำให้ผู้บริโภคเลือกสินทรัพย์ได้ตามสะดวก	4.60	.49	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.39</b>	<b>.29</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} =$   
4.39 และ S.D. = .29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า  
ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจในเรื่อง สามารถย่นทำให้ผู้บริโภคเลือกสินทรัพย์ได้ตามสะดวก การ  
ให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และการต่อรองราคาสินทรัพย์ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
มาก ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ส่วนลดราคาของสินทรัพย์	4.58	.49	มากที่สุด
2. การจัดทำโปรโมชั่นโดยการแถม เป็นต้น	3.89	.63	มาก
3. การจัดประมูลสินทรัพย์	4.65	.47	มากที่สุด
4. การแสดงรายละเอียดตามงานแสดงต่างๆ	4.12	.75	มาก
<b>รวม</b>	4.31	.29	มากที่สุด

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} =$   
4.31 และ S.D. = .29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า  
ผู้บริโภครีระดับการตัดสินใจในเรื่อง การจัดประมูลสินทรัพย์ ส่วนลดราคาของสินทรัพย์ มี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และการจัดทำโปรโมชั่นโดยการแถม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
มาก ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรให้บริการ

ด้านบุคลากรให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. นายหน้ามีความรู้ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดให้ผู้บริโภคเข้าใจ	4.62	.48	มากที่สุด
2. นายหน้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองกับผู้บริโภค	4.61	.48	มากที่สุด
3. ชื่อเสียงของนายหน้าเป็นที่รู้จัก	4.12	.74	มาก
4. นายหน้ามีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ	4.53	.49	มากที่สุด
รวม	4.47	.31	มากที่สุด

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$  และ S.D. = .31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจในเรื่อง นายหน้ามีความรู้ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดให้ผู้บริโภคเข้าใจ นายหน้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองกับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และชื่อเสียงของนายหน้าเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การจัดเอกสารอย่างเป็นระบบ	4.05	.77	มาก
2. ความโปร่งใสในการให้บริการ	4.46	.49	มากที่สุด
3. การติดต่อประสานงานกับผู้บริโภคอยู่เสมอ	4.47	.49	มากที่สุด
4. ความพร้อมในการให้บริการต่อผู้บริโภคเสมอ	3.60	.60	มาก
รวม	4.14	.30	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$  และ S.D. = .31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจในเรื่อง นายหน้ามีความรู้ความสามารถย่นต์ในการอธิบายรายละเอียดให้ผู้บริโภคเข้าใจ นายหน้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองกับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และชื่อเสียงของนายหน้าเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. อาคารสถานที่สะดวกกว้างขวางเหมาะสม	3.61	.61	มาก
2. สถานที่สะอาด แสงสว่างเพียงพอและเป็นระเบียบ	4.13	.75	มาก
3. ป้ายบอกตำแหน่งและจุดให้บริการต่างๆ	4.04	.72	มาก
4. ที่นั่งพักสำหรับผู้มาติดต่อ	3.12	.62	มาก
รวม	3.72	.34	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  และ S.D. = .31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจในเรื่องสถานที่สะอาด แสงสว่างเพียงพอและเป็นระเบียบ ป้ายบอกตำแหน่งและจุดให้บริการต่างๆ ที่นั่งพักสำหรับผู้มาติดต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านภาพรวม

ภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	.31	มากที่สุด
ด้านราคา	4.26	.27	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.39	.29	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	.29	มากที่สุด
ด้านบุคลากรให้บริการ	4.47	.31	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.14	.30	มาก
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.72	.34	มาก
รวม	4.22	.11	มากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$  และ S.D. = .31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจในด้านบุคลากรให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของ  
ผู้บริโภคราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ รายละเอียดแสดงในตาราง 11 – 20 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตาราง 11 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ

ระดับการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 261)		หญิง (n = 123)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	.30	4.22	.32	.104	.550
ด้านราคา	4.25	.29	4.29	.24	-1.34	.097
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38	.29	4.39	.28	-.261	.415
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	.29	4.31	.29	-.240	.972
ด้านบุคลากรให้บริการ	4.47	.31	4.46	.31	.248	.970
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.14	.30	4.16	.30	-.593	.562
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.71	.34	3.77	.33	-1.601	.812
โดยรวม	4.21	.11	4.23	.11	-1.421	.074

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ใน  
จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม อายุ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.027	2	.014	.140	.870
	ภายในกลุ่ม	37.212	381	.098		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.562	2	.281	3.669	.026*
	ภายในกลุ่ม	29.203	381	.077		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.045	2	.023	.261	.771
	ภายในกลุ่ม	33.111	381	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.400	2	.200	2.287	.103
	ภายในกลุ่ม	33.287	381	.087		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.343	2	.171	1.768	.172
	ภายในกลุ่ม	36.922	381	.097		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.276	2	.138	1.488	.227
	ภายในกลุ่ม	35.286	381	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.095	2	.047	.407	.666
	ภายในกลุ่ม	44.436	381	.117		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.078	2	.039	2.988	.052
	ภายในกลุ่ม	4.947	381	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าใน จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่ แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มี อายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้าน ราคา แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 13 ต่อไปนี้

ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคา กับ อายุ

อายุ	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปี ขึ้นไป
20 – 30 ปี			
31 – 40 ปี	.16391*		
41 ปี ขึ้นไป			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 13 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา มากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 20 – 30 ปี (.16391)

ตาราง 14 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.245	3	.082	.838	.474
	ภายในกลุ่ม	36.995	380	.097		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.140	3	.047	.600	.615
	ภายในกลุ่ม	29.625	380	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.224	3	.075	.860	.462
	ภายในกลุ่ม	32.933	380	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.178	3	.059	.675	.568
	ภายในกลุ่ม	33.508	380	.088		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.094	3	.031	.321	.810
	ภายในกลุ่ม	37.171	380	.098		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.174	3	.058	.624	.600
	ภายในกลุ่ม	35.387	380	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	1.018	3	.339	2.963	.032*
	ภายในกลุ่ม	43.513	380	.115		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.045	3	.015	1.148	.330
	ภายในกลุ่ม	4.979	380	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 15 ต่อไปนี้

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมกับ ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา / มัธยมศึกษา / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา / มัธยมศึกษา / ปวช.				
อนุปริญญา / ปวส.				
ปริญญาตรี				
สูงกว่าปริญญาตรี		.21436*	.15374*	

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 15 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. (.21436) และมากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี (.15374)

ตาราง 16 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม สถานภาพสมรส

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.315	2	.157	1.625	.198
	ภายในกลุ่ม	36.925	381	.097		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.114	2	.057	.732	.481
	ภายในกลุ่ม	29.651	381	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.847	2	.424	4.994	.007*
	ภายในกลุ่ม	32.309	381	.085		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.106	2	.053	.603	.547
	ภายในกลุ่ม	33.580	381	.088		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.169	2	.085	.869	.420
	ภายในกลุ่ม	37.096	381	.097		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.156	2	.078	.839	.433
	ภายในกลุ่ม	35.406	381	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.021	2	.010	.089	.915
	ภายในกลุ่ม	44.510	381	.117		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.010	2	.005	.382	.683
	ภายในกลุ่ม	5.014	381	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน

แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 17 ต่อไปนี้

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง
โสด			.20644*
สมรส			.22891*
หม้าย / หย่าร้าง			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 17 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสหม้าย / หย่าร้าง (.20644) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสหม้าย / หย่าร้าง (.22891)

ตาราง 18 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ใน  
จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม อาชีพ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.014	3	.005	.046	.987
	ภายในกลุ่ม	37.226	380	.098		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.117	3	.039	.501	.682
	ภายในกลุ่ม	29.648	380	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.014	3	.005	.055	.983
	ภายในกลุ่ม	33.142	380	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.056	3	.019	.210	.889
	ภายในกลุ่ม	33.631	380	.089		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.283	3	.094	.968	.408
	ภายในกลุ่ม	36.982	380	.097		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.117	3	.039	.417	.741
	ภายในกลุ่ม	35.445	380	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.014	3	.005	.041	.989
	ภายในกลุ่ม	44.517	380	.117		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.030	3	.010	.765	.514
	ภายในกลุ่ม	4.994	380	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 7 ด้าน

แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.150	3	.050	.514	.673
	ภายในกลุ่ม	37.089	380	.098		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.145	3	.048	.620	.602
	ภายในกลุ่ม	29.620	380	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.048	3	.016	.185	.907
	ภายในกลุ่ม	33.108	380	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.924	3	.308	3.571	.014*
	ภายในกลุ่ม	32.763	380	.086		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.065	3	.022	.221	.882
	ภายในกลุ่ม	37.200	380	.098		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.258	3	.086	.925	.429
	ภายในกลุ่ม	35.304	380	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.097	3	.032	.277	.842
	ภายในกลุ่ม	44.434	380	.117		
	รวม	44.531	383			

ตาราง 19 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.106	3	.035	2.718	.044*
	ภายในกลุ่ม	4.919	380	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน บุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และโดยรวม แตกต่างกันจึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 20 ต่อไปนี้

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน  
 นายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure  
 ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท				
15,001 – 25,000 บาท	.11600*			
25,001 – 35,000 บาท	.17269*			
35,001 บาท ขึ้นไป	.19185*			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 20 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท (.11600) ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท (.17269) และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาท ขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท (.19185)

**ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของ  
ผู้บริโภครายแรกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ของผู้บริโภครายแรก  
ในจังหวัดสมุทรปราการ**

การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภครายแรกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ของผู้บริโภครายแรก ในจังหวัดสมุทรปราการ รายละเอียดแสดงในตาราง 21 – 27 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ของผู้บริโภครายแรก ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภครายแรก ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค ของผู้บริโภครายแรก ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภครายแรก ในจังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตาราง 21 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ประเภทสินทรัพย์

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.796	2	.398	4.161	.016*
	ภายในกลุ่ม	36.443	381	.096		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.193	2	.096	1.241	.290
	ภายในกลุ่ม	29.572	381	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.009	2	.005	.052	.949
	ภายในกลุ่ม	33.147	381	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.013	2	.007	.076	.927
	ภายในกลุ่ม	33.673	381	.088		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.033	2	.017	.171	.843
	ภายในกลุ่ม	37.231	381	.098		
	รวม	37.265	383			

ตาราง 21 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.038	2	.019	.206	.814
	ภายในกลุ่ม	35.524	381	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.007	2	.004	.032	.969
	ภายในกลุ่ม	44.524	381	.117		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.044	2	.022	1.665	.191
	ภายในกลุ่ม	4.981	381	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทสินทรัพย์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันจึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 22 ต่อไปนี้

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน  
 นายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure  
 ระหว่าง ด้านผลิตภัณฑ์ กับ ประเภทสินทรัพย์

ประเภทสินทรัพย์	บ้าน	ที่ดิน	รถยนต์
บ้าน		.11748*	
ที่ดิน			
รถยนต์			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 22 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินทรัพย์ประเภทบ้าน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
 ซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าผู้บริโภคที่ซื้อสินทรัพย์  
 ประเภทที่ดิน (.11748)

ตาราง 23 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค  
ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ราคาสินทรัพย์

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.161	3	.054	.548	.650
	ภายในกลุ่ม	37.079	380	.098		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.143	3	.048	.612	.608
	ภายในกลุ่ม	29.622	380	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.231	3	.077	.890	.446
	ภายในกลุ่ม	32.925	380	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.812	3	.271	3.130	.026*
	ภายในกลุ่ม	32.874	380	.087		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.049	3	.016	.166	.919
	ภายในกลุ่ม	37.216	380	.098		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.057	3	.019	.202	.895
	ภายในกลุ่ม	35.505	380	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.274	3	.091	.783	.504
	ภายในกลุ่ม	44.258	380	.116		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.021	3	.007	.541	.654
	ภายในกลุ่ม	5.003	380	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน บุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่ แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มี ราคาสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัด สมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันได้จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 24 ต่อไปนี้

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด กับ ราคาสินทรัพย์

ราคาสินทรัพย์	ต่ำกว่า 500,000 บาท	500,001 – 1,000,000 บาท	1,000,001 – 1,500,000 บาท	1,500,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 500,000 บาท				
500,001 – 1,000,000 บาท				
1,000,001 – 1,500,000 บาท				
1,500,001 บาท ขึ้นไป	.19705*	.11144*	.10662*	

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 24 พบว่า ผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ 1,500,001 บาท ขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ ต่ำกว่า 500,000 บาท (.19705) มากกว่าผู้บริโภคที่มีราคา สินทรัพย์ 500,001 – 1,000,000 บาท (.11144) มากกว่าผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ 1,000,001 – 1,500,000 บาท (.10662)

ตาราง 25 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ใน  
จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.619	5	.124	1.278	.273
	ภายในกลุ่ม	36.621	378	.097		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.267	5	.053	.684	.636
	ภายในกลุ่ม	29.498	378	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.127	5	.225	2.659	.022*
	ภายในกลุ่ม	32.030	378	.085		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.184	5	.037	.416	.838
	ภายในกลุ่ม	33.503	378	.089		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.048	5	.010	.097	.993
	ภายในกลุ่ม	37.217	378	.098		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.531	5	.106	1.147	.335
	ภายในกลุ่ม	35.030	378	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.077	5	.015	.132	.985
	ภายในกลุ่ม	44.454	378	.118		
	รวม	44.531	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.016	5	.003	.244	.943
	ภายในกลุ่ม	5.008	378	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่แตกต่างกันส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 1 ด้านแสดงว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันจึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 26 ต่อไปนี้

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์

ผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์	บิดา / มารดา / ญาติพี่น้อง	เพื่อน	การโฆษณาจากสื่อต่างๆ	พนักงานขาย	ตัวท่านเอง	สามี / ภรรยา / แฟน
บิดา / มารดา / ญาติพี่น้อง						
เพื่อน			.09633*			
การโฆษณาจากสื่อต่างๆ						
พนักงานขาย				.13633*		
ตัวท่านเอง						
สามี / ภรรยา / แฟน						.15214*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 26 พบว่า ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นเพื่อนมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นการโฆษณาจากสื่อต่างๆ (.09633) ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นพนักงานขาย มีปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าผู้บริโภครที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นการโฆษณาจากสื่อต่างๆ (.13633) และผู้บริโภครที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นสามี / ภรรยา / แฟน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าผู้บริโภครที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์เป็นการโฆษณาจากสื่อต่างๆ (.15214)

ตาราง 27 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภครในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม การชำระค่าสินทรัพย์

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.138	2	.069	.709	.493
	ภายในกลุ่ม	37.102	381	.097		
	รวม	37.240	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.191	2	.096	1.233	.292
	ภายในกลุ่ม	29.574	381	.078		
	รวม	29.765	383			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.105	2	.052	.605	.547
	ภายในกลุ่ม	33.051	381	.087		
	รวม	33.156	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.110	2	.055	.624	.536
	ภายในกลุ่ม	33.577	381	.088		
	รวม	33.687	383			
ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.143	2	.072	.736	.480
	ภายในกลุ่ม	37.121	381	.097		
	รวม	37.265	383			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.054	2	.027	.289	.749
	ภายในกลุ่ม	35.508	381	.093		
	รวม	35.562	383			
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.196	2	.098	.842	.432
	ภายในกลุ่ม	44.335	381	.116		
	รวม	44.531	383			

ตาราง 27 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.046	2	.023	1.745	.176
	ภายในกลุ่ม	4.979	381	.013		
	รวม	5.024	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่า มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ .05 มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีการชำระค่าสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่าน นายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และโดยรวม ไม่แตกต่างกัน