

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จากผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟและค่าแอลเอสดี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท
2. ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่ซื้อสินทรัพย์ประเภทบ้าน ราคาสินทรัพย์ที่ซื้อ 500,001 – 1,000,000 บาท มีเพื่อนเป็นผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ และชำระค่าสินทรัพย์โดยแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรให้บริการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยรวมตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ
  - 4.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

4.2 ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านราคา แตกต่างกัน

4.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

4.4 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

4.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

4.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

5.1 ผู้บริโภคที่มีประเภทสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันจึง

5.2 ผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

5.3 ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

5.4 ผู้บริโภคที่มีการชำระค่าสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้

1. ปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้า ในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่ซื้อสินทรัพย์ประเภทบ้าน ราคาสินทรัพย์ที่ซื้อ 500,001 – 1,000,000 บาท มีเพื่อนเป็นผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ ชำระค่าสินทรัพย์โดยแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ อาจเนื่องมาจากความต้องการเรื่องที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคมีมากกว่ารวมทั้งราคาของสินทรัพย์ที่ซื้อไม่สูงมากและบ้านเป็นปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ไปที่ต้องใช้เพื่ออยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยะ จรดล (2550 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชนในอำเภอบางปลาเจ้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยแวดล้อมของประชาชน ต้องการทำเลอยู่ในเขตชานเมือง ประเภทบ้านที่ชอบ คือ บ้านเดี่ยว ขนาดพื้นที่ 50 ตารางวา ขึ้นไป ราคาอยู่ระหว่าง 500,001-750,000 บาท และต้องการให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัย การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของประชาชน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรให้บริการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากสินทรัพย์มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

รวมทั้งสินทรัพย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสามารถต่อรองราคาสินทรัพย์ได้โดยสินทรัพย์มีหลายราคาให้เลือก ให้ผู้บริโภคลือสินทรัพย์ได้ตามสะดวก ซึ่งนายหน้ามีความรู้ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดให้ผู้บริโภคเข้าใจ เป็นกันเองกับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นรรัตน์ กิจจะวัฒนะ (2552 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน รถ การขายจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด สำนักงานวารินชำราบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรถการขายอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคาแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากราคาสินทรัพย์มีราคาเหมาะสมสามารถต่อรองราคาสินทรัพย์ได้ โดยสินทรัพย์มีหลายราคาให้เลือกกราคาสินทรัพย์มีราคาที่ยุติธรรม สามารถให้ผู้บริโภคเลือกสินทรัพย์ได้ตามสะดวก เพราะพนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีส่วนลดราคาของสินทรัพย์ตามรายละเอียดต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฐปณัฐทิพย์คุณอก (2548 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ของลูกค้าในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ลูกค้าที่มี อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถานภาพทางการเงินและสถานภาพในครอบครัวแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ในด้านราคาแตกต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทสินทรัพย์ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันจึง ผู้บริโภคที่มีราคาสินทรัพย์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีผู้ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากด้านผลิตภัณฑ์สินทรัพย์มีความหลากหลายตรง

ตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาดมีส่วนลดราคาของสินทรัพย์ตามโปรโมชั่นโดยการแถม และมีการจัดประมูลสินทรัพย์ การแสดงรายละเอียดตามงานแสดงต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญเชิด ศิริยศ. (2551 : บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้าจากตัวแทนจำหน่ายบริษัทโตโยต้า อยูรชา จำกัด. พบว่าปัจจัยที่เลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้าต่างกัน โดยรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ จากตัวแทนจำหน่าย บริษัท โตโยต้า อยูรชา จำกัด แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพบว่า ลูกค้าที่มีวิธีการชำระค่าซื้อรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน และลูกค้าที่เลือกประเภทของรถยนต์ต่างกัน มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านหน้าของผูบริโภค
  - 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ สินทรัพย์ควรมีความหลากหลายของให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคด้วยคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อให้ผูบริโภคได้มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ด้านราคา สินทรัพย์ควรมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพราคาสามารถต่อรองราคาได้ โดยสินทรัพย์มีให้เลือกหลากหลายราคาและราคาสินทรัพย์ต้องมีความยุติธรรมกับผูบริโภค
  - 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีพนักงานที่มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีการให้สินเชื่อเพื่อเป็นการจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ โดยสามารถให้ผูบริโภคเลือกสินทรัพย์ได้ตามสะดวก
  - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีส่วนลดราคาของสินทรัพย์ ตามการจัดทำโปรโมชั่นให้มีการแจกของแถม รวมทั้งมีการจัดประมูลสินทรัพย์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดของสินทรัพย์ และมีการแสดงรายละเอียดตามงานที่จัดประมูลเพื่อแสดงถึงข้อมูลแก่ผูบริโภคต่างๆ
  - 1.5 ด้านบุคลากรให้บริการ ควรมีนายหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดให้ผูบริโภคเข้าใจ โดยนายหน้าต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองกับผูบริโภค

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการจัดเอกสารเกี่ยวกับสินทรัพย์อย่างเป็นระบบ มีความโปร่งใสในการให้บริการและการติดต่อประสานงานกับผู้บริโภคอยู่ตลอดเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการต่อผู้บริโภค

1.7 ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ควรมีที่ตั้งที่เป็นหลักแหล่งมีความมั่นคงน่าเชื่อถือ โดยอาคารสถานที่สะดวกกว้างขวาง สถานที่สะอาด แสงสว่างเพียงพอและเป็นระเบียบ รวมทั้งมีที่นั่งเพียงพอต่อผู้มาติดต่อ และมีป้ายบอกตำแหน่งและจุดให้บริการต่างๆอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกในแต่ละกลุ่มของผู้ซื้อสินทรัพย์ว่ามีความต้องการอย่างไรเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

2. ควรศึกษาเรื่อง แนวโน้มทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ผ่านนายหน้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

3. ควรศึกษาเรื่องอุปสรรคและปัญหาการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินผ่านนายหน้าในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเปรียบเทียบว่ามีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันหรือไม่