

5/10/20

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อ
ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี**

นางจิตจิรา นิมเจริญนิยม

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

**Factors Affecting on Choosing to Buy Secondhand House and the Behaviour of
Consumers in Mueang Chon Buri, Chon Buri Province**

Mrs Jitjira Nimjaroennyom

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Economics

School of Economics

Sukhothai Thammathirat Open University

2008

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการ
เลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี
จังหวัดชลบุรี

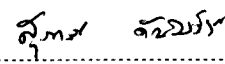
ชื่อและนามสกุล นางจิตจิรา นิ่มเจริญนิยม


แขนงวิชา เศรษฐศาสตร์

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

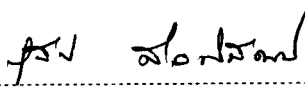
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุภาสินี ตันติศรีสุข

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุภาสินี ตันติศรีสุข)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


(รองศาสตราจารย์สุนีย์ ศีลพิพัฒน์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

วันที่ 14 เดือน กันยายน พ.ศ. 2552

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ผู้ศึกษา นางจิตจิรา นิมเจริญนิยม ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุภาสินี คันศิริสุข ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค 2) ศึกษาปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

วิธีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคโดยการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน ศึกษาปริมาณอุปทานบ้านมือสองโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน ถึงพฤษภาคม 2552 วิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย รองลงมาคือ ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ตามลำดับ ซึ่งสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสองที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน 2) อุปทานบ้านมือสองในเขตจังหวัดชลบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 3,840 หลัง แบ่งเป็น ทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 1,349 หลัง อาคารพาณิชย์ จำนวน 1,187 หลัง บ้านเดี่ยว จำนวน 590 หลัง และ คอนโดมิเนียม จำนวน 694 ห้องชุด 3) พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้บริโภคต้องการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียวที่เคยมีคนอยู่อาศัยแต่ปัจจุบันไม่มีใครอยู่อาศัย เนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา ราคาบ้านพร้อมที่ดินอยู่ระหว่าง 500,001-1,000,000 บาท ต้องการซื้อแบบเงินผ่อน อายุการปลูกสร้าง 1-2 ปี ทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก (โรงพยาบาล, ห้างสรรพสินค้า) ตัวผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การเลือกซื้อบ้านมือสองขึ้นอยู่กับเพศ โดยเพศชายจะเลือกซื้อบ้านเดี่ยวสองชั้น เพศหญิงจะซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว อายุต่างกันเลือกซื้อบ้านต่างกัน อาชีพต่างกันเลือกซื้อบ้านต่างกัน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน เลือกซื้อบ้านต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์สุภาสินี ตันตศิรีสุข ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือและแก้ไขข้อบกพร่องจนทำให้การวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่าน เป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ไว้เป็นอย่างสูง และกรุณาให้คำแนะนำงานทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีทั้งหลายทั้งปวงให้แก่บุพพการี คณาจารย์ เพื่อนและครอบครัว ซึ่งเป็นกำลังใจให้โดยตลอดช่วยให้งานวิจัยนี้สำเร็จ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษานี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้าต่อไป

จิตจิรา นิ่มเจริญนิม

พฤษภาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
สมมติฐานของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
การวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง	29
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาถึงอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขาย ของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี	33
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	34
ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการวิจัย	94
อภิปรายผล	96
ข้อเสนอแนะ	100
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	103
ประวัติผู้ศึกษา	110

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2550.....	2
ตารางที่ 1.2 จำนวนที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดชลบุรี ในช่วงปี พ.ศ.2540-2551.....	3
ตารางที่ 1.3 ข้อมูลทรัพย์สินรอกการขายในระบบสถาบันการเงินของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2551.....	5
ตารางที่ 4.2 จำนวนทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในเขตจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ.2552.....	33
ตารางที่ 4.3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	34
ตารางที่ 4.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	35
ตารางที่ 4.5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	36
ตารางที่ 4.6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	37
ตารางที่ 4.7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	38
ตารางที่ 4.8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	39
ตารางที่ 4.9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	40
ตารางที่ 4.10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัย	41
ตารางที่ 4.11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	42
ตารางที่ 4.12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน	43
ตารางที่ 4.13 รูปแบบบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	44
ตารางที่ 4.14 ลักษณะบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	45
ตารางที่ 4.15 เนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	45
ตารางที่ 4.16 ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	46
ตารางที่ 4.17 วิธีการเลือกจ่ายเงินซื้อบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อ	46
ตารางที่ 4.18 อายุของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	47
ตารางที่ 4.19 ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ	47
ตารางที่ 4.20 เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อบ้านมือสอง	48
ตารางที่ 4.21 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง.....	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ	49
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับองค์ประกอบ ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านผลิตภัณฑ์	50
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับองค์ประกอบ ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านราคา	51
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับองค์ประกอบ ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านสถานที่	52
ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับองค์ประกอบ ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านการส่งเสริมการขาย	53
ตารางที่ 4.27 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	56
ตารางที่ 4.28 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	57
ตารางที่ 4.29 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	57
ตารางที่ 4.30 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	58
ตารางที่ 4.31 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ	58
ตารางที่ 4.32 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	59
ตารางที่ 4.33 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ	59
ตารางที่ 4.34 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.35	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ	61
ตารางที่ 4.36	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ	62
ตารางที่ 4.37	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ	64
ตารางที่ 4.38	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ	65
ตารางที่ 4.39	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ	66
ตารางที่ 4.40	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ	66
ตารางที่ 4.41	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ	67
ตารางที่ 4.42	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ	68
ตารางที่ 4.43	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ	69
ตารางที่ 4.44	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ บ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ	70
ตารางที่ 4.45	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ	71
ตารางที่ 4.46	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	72
ตารางที่ 4.47	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.48	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	74
ตารางที่ 4.49	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ	75
ตารางที่ 4.50	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ	76
ตารางที่ 4.51	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ	77
ตารางที่ 4.52	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	78
ตารางที่ 4.53	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	79
ตารางที่ 4.54	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านมือสองพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	80
ตารางที่ 4.55	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ	81
ตารางที่ 4.56	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	82
ตารางที่ 4.57	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	83
ตารางที่ 4.58	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	84
ตารางที่ 4.59	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดิน กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	85
ตารางที่ 4.60	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.61	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 87
ตารางที่ 4.62	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 88
ตารางที่ 4.63	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน..... 89
ตารางที่ 4.64	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 90
ตารางที่ 4.65	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างทราบข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน..... 91

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงข้อมูลทรัพย์สินรอกการขายในระบบสถาบันการเงินของไทย ในช่วง ปี พ.ศ.2540-2551.....	5
ภาพที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	34
ภาพที่ 4.2 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	35
ภาพที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	36
ภาพที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	37
ภาพที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	38
ภาพที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	39
ภาพที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	40
ภาพที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัย	41
ภาพที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพการถือครองที่อยู่อาศัย ในปัจจุบัน	42
ภาพที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน	43

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต อันประกอบไปด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค มนุษย์เกิดมาแล้วต้องแสวงหาที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิต ดังนั้นจึงต่างก็ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง แม้บุคคลที่มีที่อยู่อาศัยแล้ว เช่น การเช่าอาศัย อาศัยอยู่กับบิดา-มารดา อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง เป็นต้น แต่ยังไม่ได้มีการมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ ก็ยังมีความต้องการเพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ส่วนผู้ที่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองแล้วบางคนอาจจะมีความต้องการที่จะเปลี่ยนที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพดีขึ้น

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในอันดับต้น ๆ จากจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับชายทะเล ระยะทางไม่ห่างไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก จังหวัดชลบุรีจึงเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการค้าหลายแขนง และเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เมืองหลวง การคมนาคมไป-มาสะดวก กอปรกับมีการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดชลบุรีที่เอื้ออำนวย จะเห็นว่า ในปี พ.ศ. 2543 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 251,841 คน และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ.2550 เพิ่มขึ้นเป็น 281,525 คน หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 1.40 ต่อปี ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2550

หน่วย:คน

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากร	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2543	251,841	-
2544	255,089	1.29
2545	258,917	1.50
2546	263,704	1.85
2547	263,305	-0.15
2548	269,340	2.29
2549	276,425	2.63
2550	281,525	1.84
เฉลี่ย		1.40

ที่มา : สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน “รายงานจำนวนประชากรจากการทะเบียน อัตราการเปลี่ยนแปลง”
ชลบุรี 2543-2550

จากสถิติข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ พบว่าในปี พ.ศ. 2551 จังหวัดชลบุรีมีจำนวนที่อยู่อาศัยที่มีทะเบียนบ้าน จำนวนทั้งสิ้น 652,001 หน่วย โดยมีสถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัย ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2551 จำนวน 12,938 หน่วย ลดลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2550 และมีการโอนกรรมสิทธิ์การซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์ ณ 10 เดือนแรก จำนวนกว่า 41,000 ราย เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2550 รวมมูลค่ากว่า 418 ล้านบาท และจากตารางที่ 1.2 พบว่า จำนวนที่อยู่อาศัยในจังหวัดชลบุรีได้เพิ่มขึ้นจากจำนวน 396,209 หลัง ในปี พ.ศ. 2540 เป็น 652,001 หลัง ในปี 2551 ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 จำนวนที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดชลบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2551

ปี พ.ศ.	จำนวนที่อยู่อาศัยรวม (หลัง)	อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)
2540	396,209	-
2541	406,764	2.59
2542	415,974	2.21
2543	426,953	2.57
2544	445,078	4.07
2545	462,668	3.80
2546	486,610	4.92
2547	516,825	5.85
2548	551,722	6.33
2549	585,332	5.74
2550	618,764	5.40
2551	652,001	5.10
เฉลี่ย		4.04

ที่มา : บริหารการทะเบียน, สำนัก “จำนวนประชากรและบ้านในเขตจังหวัดชลบุรี”
กระทรวงมหาดไทย 2540-2551

โดยทั่วไปแล้ว การเพิ่มขึ้นของประชากรดังกล่าวทำให้ปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้โครงการที่อยู่อาศัยก่อสร้างที่อยู่อาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการของประชากร โดยในจังหวัดชลบุรีมีโครงการที่อยู่ระหว่างการขาย 223 โครงการ และมีจำนวนหน่วยตามผังโครงการทั้งที่ขายได้แล้วและยังอยู่ระหว่างการขายรวมกว่า 30,000 หน่วย ซึ่งกระจุกตัวอยู่ใน 3 พื้นที่หลัก คือ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอบางละมุง อำเภอศรีราชา (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. 2009)

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงกับประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2540 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั้งประเทศทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะในส่วนของสถาบันการเงิน ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ เมื่อสถาบันการเงินเกิดปัญหาในด้านการบริหารเงินทุนและสภาพคล่องทางการเงิน จึงทำให้เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan:NPL) ส่งผลให้ผู้ผลิตต่าง ๆ ที่มีบทบาทในระบบเศรษฐกิจเกิดปัญหาทางด้านสภาพคล่องตามไปด้วยและธุรกิจหนึ่งที่ถูกผลกระทบอย่างหนัก คือ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งโดยทั่วไปธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ประกอบการบ้านจัดสรรและผู้บริโภคที่ซื้อบ้าน เมื่อใดที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เข้าสู่สภาวะของการหดตัวและตกต่ำ สภาวะการซื้อขายที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ก็จะชะงักงัน ส่งผลให้รายได้และผลกำไรของผู้ประกอบการลดต่ำลงเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมีปัญหาการขาดสภาพคล่อง ซึ่งจะทวีความรุนแรงขึ้นจนถึงขั้นล้มละลายทำให้สถาบันการเงินต้องสูญเสียเงินที่ให้ออกไป ส่งผลให้สถาบันการเงินต้องแบกรับภาระปัญหาหนี้ (NPL) ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิด ทรัพย์สินรอการขาย (Non-performing Asset : NPA) เพิ่มมากขึ้น หรือที่เรียกว่า อุปทานแฝง (Hidden Supply) ซึ่งถือเป็นคู่แข่งของอุปทานใหม่ที่ผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าวทุกฝ่ายไม่ควรมองข้าม หากผู้ประกอบการให้ความสนใจในการนำ NPA ที่มีอยู่มาพัฒนาเพื่อขายต่อไปก็จะทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ สามารถลด NPA ของตนได้ตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดสภาพคล่องมากขึ้น(ธนาคารอาคารสงเคราะห์<http://www.ghbhomecenter.com>. ค้นคืนวันที่ 19 เมษายน 2552)

ในส่วนทรัพย์สินรอการขาย หรือ NPA ของสถาบันการเงินต่าง ๆ นั้น จากผลการสำรวจพบว่า ทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินและบริษัทบริหารสินทรัพย์ต่าง ๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 7 ปี (พ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ. 2550) ที่ผ่านมา ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2550 มีมูลค่ารวมสุทธิทั้งสิ้น 324,346 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2549 ร้อยละ 7.2 ในจำนวนนี้ ธนาคารพาณิชย์ไทยและสาขาธนาคารต่างประเทศมี NPA สูงสุดเป็นจำนวน 183,536 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (TAMC) และบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ (BAM) มีมูลค่าทรัพย์สินรอการขายสุทธิเป็นอันดับสองและสาม ตามลำดับ โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า อันเนื่องมาจากการรับโอนทรัพย์สินรอการขายจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริหารจัดการ NPL และ NPA ที่เกิดขึ้นในระบบ โดยทรัพย์สินรอการขายส่วนใหญ่เป็นที่ดินเปล่าและอาคารพาณิชย์ประมาณร้อยละ 50 และร้อยละ 20 ของ NPA ทั้งหมดตามลำดับ ส่วนที่เหลือมีทั้งบ้านเดี่ยว คอนโดมิเนียม และทาวน์เฮาส์ รวมประมาณร้อยละ 30

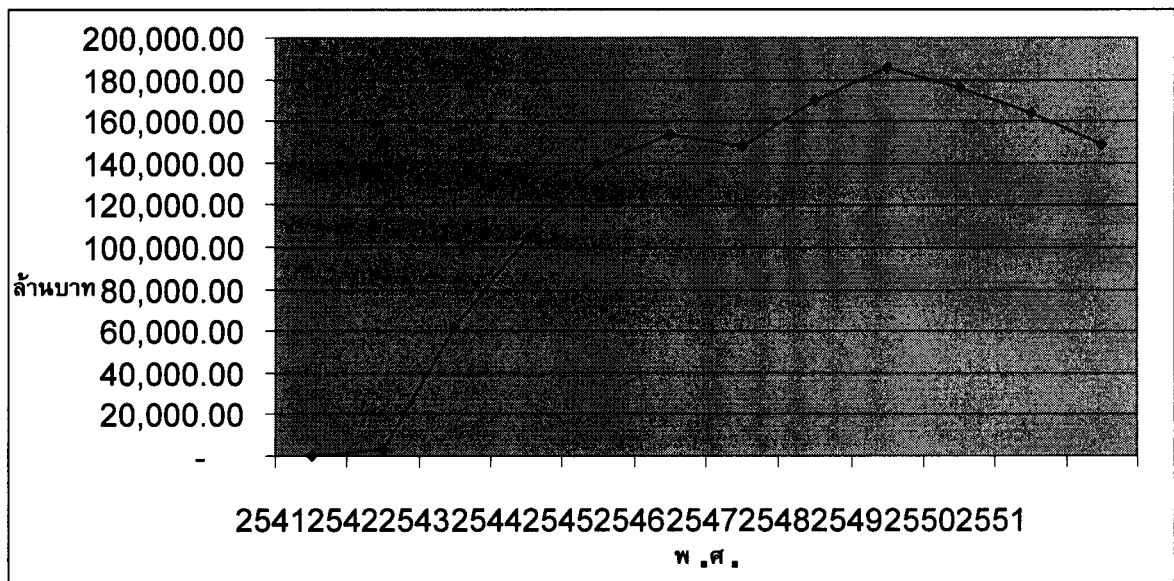
ของ NPA ทั้งนี้ NPA ประมาณร้อยละ 35 ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 22 ของ NPA ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก ซึ่ง NPA ส่วนใหญ่อยู่ในการครอบครองของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งการจัดการและการแก้ไขปัญหา NPL และ NPA จะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย อาทิ สถาบันการเงิน รัฐบาล และผู้ลงทุน ซึ่งแต่ละฝ่ายควรมีบทบาทที่สอดคล้องกัน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์. <http://www.ghbhomecenter.com>. ค้นคืนวันที่ 19 เมษายน 2552)

ตารางที่ 1.3 ข้อมูลทรัพย์สินรอการขายในระบบสถาบันการเงินของไทยในช่วง ปี พ.ศ.2540-2551

หน่วย: ล้านบาท

พ.ศ.	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551
NPA	31,555	61,382	104,579	139,269	153,376	147,752	170,052	185,945	175,673	163,997	148,578

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย



ภาพที่ 1.1 แสดงข้อมูลทรัพย์สินรอการขายในระบบสถาบันการเงินของไทยในช่วง ปีพ.ศ.2540-2551

จากภาพที่ 1.1 จะเห็นว่าทรัพย์สินรอการขายในระบบสถาบันการเงินมีแนวโน้มสูงเพิ่มขึ้น จาก 31,555 ล้านบาท ปี พ.ศ.2541 เป็น 148,578 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2551 กอปรกับปัจจุบัน(ปี 2552) มีแนวโน้มว่าเศรษฐกิจไทยอาจจะถดถอยลงอีก จากปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั้งในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและรุกรามไปทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศอุตสาหกรรมชะลอตัวอย่างรุนแรงและกระทบต่อการส่งออกของประเทศในภูมิภาคอย่างชัดเจน และจากวิกฤตการเงิน Sup - prime ในประเทศสหรัฐอเมริกา แม้ว่าจะส่งผลกระทบทางตรงต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ของไทยไม่มากนัก แต่จะส่งผล

ทางอ้อมผ่านช่องทางต่างๆ คือการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยชะลอตัวความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและผู้บริโภคลดลง โดยเฉพาะสภาพคล่องของธุรกิจจาก Risk perception ที่เพิ่มขึ้น

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งมีส่วนทำให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ลดการผลิตลง ส่งผลถึงการบริโภคของผู้บริโภคลดลงด้วย โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ เมื่อเป็นเช่นนี้กำลังซื้อบ้านใหม่ของผู้บริโภคจะลดลงตามไปด้วย และอาจมีผลทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อบ้านมือสองแทน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคว่า มีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การกำหนดนโยบายเพื่อปรับปรุงและพัฒนาที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมืองชลบุรี และช่วยลดความเสี่ยงของการลงทุนในที่อยู่อาศัยที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค
2. ศึกษาถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน

ในเขตจังหวัดชลบุรี

3. ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

3. สมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองในภาพรวม มีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ปริมาณการซื้อบ้านมือสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับกับดัชนีราคาที่อยู่อาศัย
2. ปริมาณการซื้อบ้านมือสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

3.ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เพื่อที่อยู่อาศัย

4.ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

5.เพศต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน

6.อายุต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน

7.อาชีพต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน

8.รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

1.การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time serie data) ปี พ.ศ.2542 ถึง พ.ศ.2551 โดยรวบรวมข้อมูลจากสถาบัน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทั้งภาครัฐและเอกชน

2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งปี พ.ศ.2550มีจำนวนประชากรทั้งหมด 281,525 คน ความหนาแน่นของประชากร 800 คน / ตร.กม. มีรายได้ประจำและมีความสนใจที่จะเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี แหล่งที่มา <http://www.chon.go.th> .ออนไลน์. ค้นคืนวันที่ 7 เมษายน 2552) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross section data) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาระหว่างเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม 2552 จากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี พนักงานธนาคารพาณิชย์ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี และจากการจัดบูรเพื่อขายบ้านมือสองในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองชลบุรี เป็นกลุ่มตัวอย่าง

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

1.บ้านมือสอง หมายถึง ที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ คอนโดมิเนียม ที่เคยอยู่อาศัย และ ยังไม่เคยมีผู้อยู่อาศัย ซึ่งครอบคลุมเฉพาะทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินเท่านั้น

2.ตลาดบ้านมือสอง (resale home/ secondhand home) หมายถึง ตลาดที่มีการซื้อขายที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่าง ๆ (บ้านเดี่ยว , บ้านแฝด , ทาวน์เฮาส์ , อาคารพาณิชย์ , คอนโดมิเนียม) ไม่ว่าจะเคยมีผู้อยู่อาศัยหรือไม่ก็ตาม ที่เจ้าของ(ไม่ใช่ผู้ประกอบการ) ต้องการขายต่อแก่ผู้อื่น ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะบ้านเก่าเท่านั้น

3.หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือ NPL (Non-Performing Loans: NPL) คือ เงินให้สินเชื่อที่ค้างชำระและ/หรือดอกเบี้ย จากวันที่ครบกำหนดชำระตามงวดที่กำหนดในสัญญา สำหรับสินเชื่อที่ต้องชำระเมื่อทวงถาม หรือแจ้งให้ชำระหนี้ และได้ทวงถามหรือเรียกให้ชำระหนี้แล้วเป็นระยะเวลาเกินกว่า 3 เดือน โดยพิจารณาการค้างชำระเป็น รายสัญญาหรือรายบัญชี ตามรายงานเงินให้สินเชื่อจัดชั้นแยกตามประเภทธุรกิจ

4.ทรัพย์สินรอการขาย หรือ NPA (Non - Performing Asset : NPA) คือ การที่ผู้ประกอบการ โครงการและผู้กู้รายย่อยของสถาบันการเงิน ไม่สามารถชำระหนี้เงินกู้และดอกเบี้ยได้ ทำให้สินเชื่อเหล่านั้นกลายสภาพเป็นหนี้ NPL และเมื่อสถาบันการเงินยึดหลักประกันสินเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์ ก็จะทำให้หลักประกันดังกล่าวกลายเป็นทรัพย์สินรอการขาย

5.อสังหาริมทรัพย์ที่สถาบันการเงินครอบครอง (Real Estate Owned : REO) หมายถึง ปริมาณอสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน

6.ธุรกิจบ้านจัดสรร หมายถึง การสร้างบ้านโดยผู้ประกอบการจัดสรรซึ่งได้ซื้อที่ดินแปลงใหญ่แล้วนำมาแบ่งออกเป็นแปลงเล็ก ๆ และปลูกสร้างบ้านที่มีรูปแบบคล้ายกัน หรือแตกต่างกันไม่มากนักเพื่อขายให้กับผู้ที่มีความต้องการบ้านต่อไป

7.บ้านเดี่ยว หมายถึง ลักษณะบ้านเป็นบ้านหลังเดียว มีบริเวณที่ดินโดยรอบอาจจะเป็นบ้านชั้นเดียว บ้านสองชั้น หรือมากกว่า ตามขนาดของครอบครัวและขนาดพื้นที่

8.บ้านแฝด หมายถึง เป็นลักษณะบ้านที่ผนังด้านหนึ่งติดกัน (ร่วมกัน) อีกด้านหนึ่งจะเป็นอิสระไว้ด้านที่ผนังติดกันนั้น จะใช้ร่วมกัน ส่วนอีก 3 ด้าน จะมีรั้วล้อมรอบที่ดินซึ่งเป็นเนื้อที่ของบ้าน

9.บ้านทาวน์เฮาส์ หมายถึง ลักษณะบ้านหลาย ๆ หลัง (ตั้งแต่ 3 หลังขึ้นไป) ติดกันเป็นแถว โดยมีพื้นที่หน้าบ้านและรั้วบ้านด้านหน้า

10.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บ้านมือสอง ซึ่งครอบคลุมเฉพาะทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินเท่านั้น ซึ่งมีรูปแบบให้เลือกหลายแบบ ทั้งที่เคยมีผู้อยู่อาศัยแล้ว และ ยังไม่เคยมีผู้อยู่อาศัย สามารถต่อเติมบ้านได้ตามที่ต้องการในภายหลัง มีรั้วรอบที่มั่นคงแข็งแรง

11.ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาก่อนพร้อมที่ดินเหมาะสม สามารถต่อรองราคาได้ สามารถแบ่งจ่ายค่าผ่อนบ้านกับสถาบันการเงินได้

12.ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ ที่ตั้งของตัวบ้านใกล้กับถนน ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ใกล้กับสถานที่ต่าง ๆ มีระบบสาธารณูปโภคไว้ครบครัน

13.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาขายบ้านพร้อมที่ดินทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การมีส่วนลดราคาช่วงเทศกาลต่าง ๆ การให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มช่วงส่งเสริมการขาย และการติดต่อกับสถาบันการเงินเพื่อให้ได้เงินกู้มูลค่าสูง

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 1.ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค
- 2.ทำให้ทราบถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี
- 3.ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
- 4.ทำให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการด้านที่อยู่อาศัย เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีอุปสงค์(demand)

อุปสงค์ หมายถึง ความต้องการสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคต้องมีความอยากได้ในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (Desire) ต้องมีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) และต้องมีความสามารถที่จะจ่ายได้ (Ability to Pay) หากขาดประการหนึ่งประการใดไป ความต้องการจะไม่สมบูรณ์ตามนัยของอุปสงค์(สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก 2545: 45)

อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการด้วยกัน เช่น ราคาของสินค้านั้น ราคาสินค้าอื่นๆ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ฯลฯ

$$\text{สมการอุปสงค์ } Q = f(P, I_n, T, P^*, I)$$

โดยที่	Q	=	ปริมาณความต้องการซื้อในสินค้า
	P	=	ระดับราคาของสินค้านั้น
	I_n	=	รายได้ของผู้บริโภค
	T	=	รสนิยมของผู้บริโภค
	P^*	=	ราคาสินค้าชนิดอื่น
	I	=	ภาวะการกระจายรายได้

กฎของอุปสงค์ กล่าวไว้ว่า หากสิ่งอื่นคงที่ ปริมาณอุปสงค์จะแปรผกผันกับราคา หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ปริมาณอุปสงค์หรือความต้องการซื้อจะลดลง และเมื่อราคาสินค้าลดลง ความต้องการซื้อจะมากขึ้น โดยตัวกำหนดอื่น ๆ ของอุปสงค์จะต้องไม่เปลี่ยนแปลง

ลักษณะต่าง ๆ ของอุปสงค์ อุปสงค์สามารถมีได้หลายรูปแบบ คือ

1. ในรูปของตาราง

ตารางแสดงราคาและปริมาณซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ราคา(บาท) (P)	ปริมาณซื้อ(หน่วย) (Q)
10	2
9	4
8	6
7	8
6	10
5	12
4	14
3	16
2	18
1	20
0	22

จากตารางแสดงอุปสงค์ส่วนบุคคลของคน ๆ หนึ่ง จากตัวเลขในตาราง หมายความว่า หากราคาสินค้าเท่ากับ 10 บาท ผู้บริโภคจะซื้อ 2 หน่วย ถ้าหากราคาลดลงเหลือ 9 บาท เขาจะซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 4 หน่วย เมื่อราคาลดลงครั้งละ 1 บาท เขาจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นครั้งละ 2 หน่วย จนเมื่อราคาเหลือ 0 บาท เขาจะนำสินค้าไปเพียง 22 หน่วย เพราะต้นทุนในการซื้อสินค้าไม่ได้มีเพียงราคาสินค้าเท่านั้น และยังมีต้นทุนอื่น ๆ อีก

2. ในรูปของสมการ

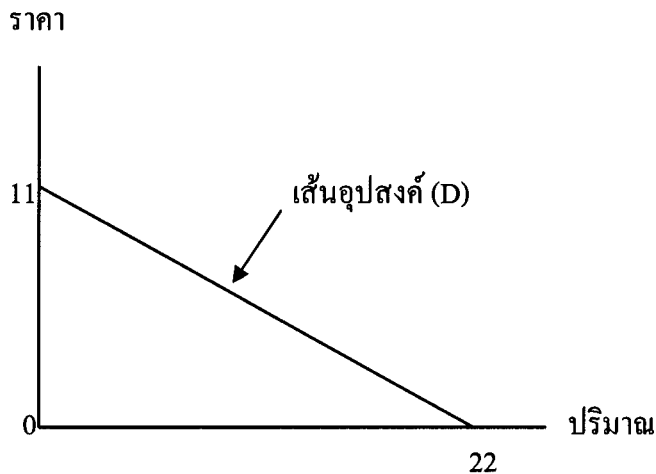
จากตารางข้างต้น ตัวเลขในตารางสามารถนำมาเขียนเป็นสมการ ได้ว่า

$$P = 11 - \frac{1}{2} Q \text{ หรือ } Q = 22 - 2P$$

โดยที่ P คือ ราคาสินค้า และ Q คือ ปริมาณซื้อ จะเห็นได้ว่า ค่า P และ Q ที่ได้ จากสมการจะสอดคล้องกับตัวเลขในตารางทุกประการ กล่าวคือ เมื่อราคาเท่ากับศูนย์จะได้ Q เท่ากับ 22 และเมื่อ P เป็นค่าอื่น ๆ จะได้ค่า Q สอดคล้องกับตารางเช่นกัน

3. ในรูปของเส้นกราฟ

จากตัวเลขในตารางหรือจากสมการ สามารถนำไปเขียนเป็นกราฟของเส้นอุปสงค์ได้ ดังนี้



2. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants)

ปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (Quantity Demanded) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อที่มากขึ้นหรือน้อยลงไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่างดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน 2542: 72)

1. ราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะน้อยลง แต่ถ้าราคาสินค้าต่ำลง ปริมาณซื้อจะมากขึ้น เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

2. รสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมรสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่ง ซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่มิผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้น หน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากในการโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม

3. จำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตามการเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย จึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัว โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูกและขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

5. สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ลองพิจารณาถึงสังคมบางแห่ง เช่น ประเทศที่มีบ่อน้ำมัน ปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือคนกลุ่มน้อย ส่วนคนกลุ่มใหญ่จะมีรายได้ต่ำมาก สังคมแบบนี้การบริโภคจะแตกต่างจากสังคมที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้าง ทัดเทียมกัน

6. ราคาสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องการใช้ประกอบกันเมื่อผู้บริโภค บริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มย่อมต้องการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น

7. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล ตัวอย่างในประเทศอยู่เขตหนาว เมื่อย่างเข้าฤดูหนาว ความต้องการเสื้อกันหนาวก็จะเพิ่มขึ้นมากกว่าในช่วงฤดูร้อน

8. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของสินค้า ตัวอย่างเช่น อุปสงค์ของที่อยู่อาศัยย่อมขึ้นกับลักษณะของที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง และสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกด้วย หากลักษณะทางกายภาพที่ดีกว่า ผู้ซื้อจะมีความต้องการซื้อมากขึ้น

3. ทฤษฎีความพอใจเปิดเผย

Paul A. Samuelson วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแนวใหม่ โดยได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องพึ่งข้อสมมติในเรื่องการวัดค่าอรรถประโยชน์ ไม่ว่าจะในรูปแบบของการวัดเป็นหน่วย หรือการวัดเป็นลำดับขั้น แต่สิ่งที่สำคัญคือ สามารถที่จะทราบความพอใจ (Preference) หรือความมีเหตุผล (Rationality) ของผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่แสดงออกมา (Observed Behavior) โดยการเลือกกลุ่มสินค้าใด ๆ นั้น จะสะท้อนถึงหรือแสดงถึงความพอใจ

สูงสุดในการเลือกนั้น ๆ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ ได้ตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการใน ส่วนประกอบอันใดอันหนึ่งก็ย่อมมีความหมายโดยนัยว่า ผู้บริโภคคนนั้น ๆ มีความชอบ ส่วนประกอบของสินค้าและบริการนั้นมากกว่าส่วนประกอบอื่นใดที่ปรากฏอยู่ หรือไม่ก็เป็น เพราะส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการนั้นเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ดังนั้น ถ้า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งแทนที่จะเลือกซื้อส่วนประกอบ ของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งต่างก็มีค่าใช้จ่ายพอ ๆ กัน ณ ระดับราคาที่เป็นอยู่ จึงกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคมีความพอใจในส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการที่เลือกซื้ออย่างเปิดเผย (นราทิพย์ ชูติวงศ์ 2544 :170-171) ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องทฤษฎีความพอใจเปิดเผยถือได้ว่ามีบทบาท สำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แสดงความพอใจสูงสุดต่อสินค้านั้น ๆ โดยการเลือก บริโภคสินค้าทำให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ถึงความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ

4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

คอตเลอร์ ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะ ความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดตั้งกระบวนทางการตลาดให้เหมาะสม ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Kotler 2541, หน้า 161-175)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม หนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่ง จากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรม แบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะการดำเนินชีวิตที่บุคคลในสังคม ยอมรับ ซึ่งประกอบไปด้วยค่านิยม การแสดงออก การใช้วัสดุสิ่งของ เช่น ลักษณะนิสัยของคน ไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มี ลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิด จากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์

1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

(1) กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

(2) กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคมเพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรม และการดำรงชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6 – 11 ปี, 12 – 19 ปี, 20 – 34 ปี, 35 – 49 ปี, 50 – 64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ปรชชานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่การศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า(Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต(Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า(Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย

4.1 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ หรือมีความต้องการในสิ่งต่างๆ ได้หลายประการ แรงจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่ใช้เครื่องมือการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกรวมจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎี สิ่งกระตุ้น – การตอบสนอง (Stimulus – Response) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มียอิทธิพลต่อความเชื่อ

ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ จากการศึกษพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน การเกิดของทัศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freud Theory) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกัน ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of Motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยาซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ แรงจูงใจ (Motives) และบุคลิกภาพ (Personality) ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์ อันประกอบด้วย อิด อีโก้ ซุปเปอร์อีโก้ ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย ฟรอยด์ พบว่า บุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐานทั้ง 3 ระดับ

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร มี 4 กรณี

(1) แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real Self) หมายถึง ความคิดที่บุคคลมองเห็นตนเองที่แท้จริง (เป็นข้อเท็จจริงที่บุคคลต้องการ)

(2) แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้ตนเป็นเช่นนั้น บุคคลจึงมักทำให้พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคิดในอุดมคติ

(3) แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริง (Real Other) หมายถึง บุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่า บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร

(4) แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ (Ideal Other) หมายถึง การที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดถึงเขาในแง่ใดหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยภายนอก อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยยุทธ สุวรรณมาลัย (2543) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 100 ราย แสดงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และอัตราร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001 – 30,000 บาท มีเงินออมเฉลี่ย 5,000 บาท จำนวนสมาชิกภายในครอบครัวเฉลี่ย 3-4 คน ในด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญ คือ สภาพเศรษฐกิจของครอบครัวในเรื่อง รายได้ รายจ่าย และเงินออมของครอบครัว รองลงมา คือ ให้ความสำคัญกับการหาแหล่งเงินทุนและระบบการชำระเงิน สำหรับปัจจัยทางสังคมให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมในบริเวณที่อยู่อาศัย และความสะดวกในการเดินทางและคมนาคม ส่วนปัจจัยทางกายภาพ คือ สภาพโดยรวมของบ้าน อายุการปลูกสร้าง ขนาดเนื้อที่และพื้นที่ใช้สอยตามลำดับ ในส่วนปัจจัยทางการตลาดวิเคราะห์ในแง่ของสื่อ พบว่า จะใช้วิธีการเสาะหาด้วยตนเอง จากสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา เป็นหลัก

ต้องตา สุวรรณ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง กลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจซื้อบ้านมือสอง และกลยุทธ์ในการขายบ้านมือสอง การศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจและต้องการเลือกซื้อบ้านมือสองจำนวน 400 คนที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปและมีรายได้ประจำที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยใช้ไคสแควร์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย เป็นกลยุทธ์เดียวที่สถาบันการเงินใช้เหมือนกัน โดยกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการซื้อบ้านมือสอง มีช่วงอายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,000-19,999 บาท ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสอง โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย ราคา ระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคม สิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มี ระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และราคา

บ้านมือสอง กับบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ จากการศึกษาพบว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กับบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ

สมภูมิ แสงกุล (2546) ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรและสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ปัจจัยที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย จำนวนประชากร รายได้ถาวร ราคาที่อยู่อาศัยในรูปดัชนีราคา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และอัตราเงินเฟ้อ โดยใช้การวิเคราะห์ในรูปแบบของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ อัตราเงินเฟ้อ รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเทียบกับดัชนีราคาที่อยู่อาศัยและรายได้ถาวร โดยปัจจัยด้านรายได้ถาวรมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ปัจจัยที่เหลือได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเทียบกับดัชนีราคาที่อยู่อาศัยและอัตราเงินเฟ้อ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ

ขวัญเนตร พรหมรักษ์ (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง กลยุทธ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ใช้ในการขายบ้านมือสอง และวิเคราะห์ถึงมาตรการของภาครัฐในการฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ จากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความสนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวน 200 ราย ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ประจำและอีก 50 ราย จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อบ้านมือสองแล้ว ส่วนข้อมูลทุติยภูมินั้นได้มาจาก วารสาร หนังสือ สิ่งตีพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูล และ Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ผลการศึกษาพบว่า มูลเหตุที่ต้องการเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ ต้องการความเป็นอิสระ ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองมากที่สุด คือ สามเณร ส่วนปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อบ้านมือสองทั้งกลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อบ้านมือสองและกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อบ้านมือสอง พบว่า ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรกคือทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย ราคา การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ จากการศึกษาถึงกลยุทธ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ใช้ในการขายบ้านมือสอง พบว่าแต่ละธนาคารใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมือนกัน เช่น ให้นักงานช่วยขาย ขายผ่านสื่อต่างๆ ให้บริษัทตัวแทนและนายหน้าช่วยขาย และจัดงานตลาดนัด

บ้านพร้อมอยู่ โดยมีเงื่อนไขสินเชื่อให้กับลูกค้า ซึ่งเงื่อนไขการให้สินเชื่อแตกต่างกันไม่มากนัก ประกอบกับธนาคารพาณิชย์มีข้อจำกัดทางด้านราคาขายของบ้านมือสองเนื่องจากไม่สามารถขายต่ำกว่าราคาทุนได้ ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงไม่ใช้การแข่งขันกันในด้านราคา แต่ใช้กลยุทธ์อื่นแทนในส่วนของมาตรการของภาครัฐ ในการฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากการที่รัฐบาล ได้ออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ โดยการลดค่าธรรมเนียม และสิทธิพิเศษทางภาษีอากร และมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ฟื้นตัว ซึ่งเห็นได้ชัดจากยอดขายของบริษัทพัฒนาที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหลายบริษัท มีตัวเลขเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการซื้อขายที่ดินและอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้มาตรการภาษีเพื่อเสริมรายได้ของผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง ส่งผลให้ประชาชนมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย

กชกร แสนจิตร (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มลูกค้าที่ซื้อบ้านมือสองของธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7410 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test F-test และเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ระดับศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา และรายได้ครอบครัวต่อเดือน รายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคุณลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพและรายได้ครอบครัวต่อเดือนในภาพรวม พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สรุป

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ 1) ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย 2) รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว 3) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 4) ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และ 5) อัตราเงินเฟ้อ

2. ปัจจัยทางกายภาพที่ใช้ในการเลือกซื้อบ้านมือสองทั้งกลุ่มตัวอย่างที่สนใจซื้อบ้านมือสองและกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อบ้านมือสอง พบว่า ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย ราคา การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค

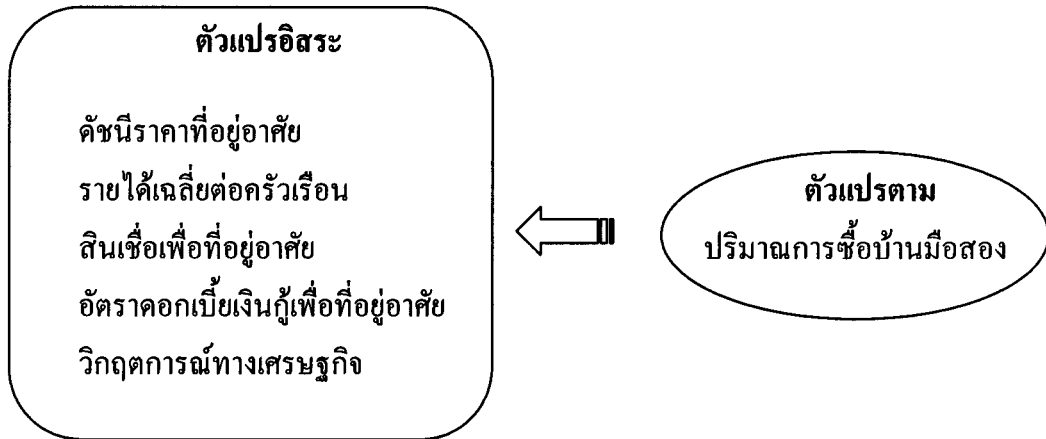
จึงทำให้ได้สมการปริมาณการซื้อบ้านมือสองดังนี้

$$\text{สมการปริมาณการซื้อบ้านมือสอง} \quad Q = aP + bY + cL + dR + eX + U$$

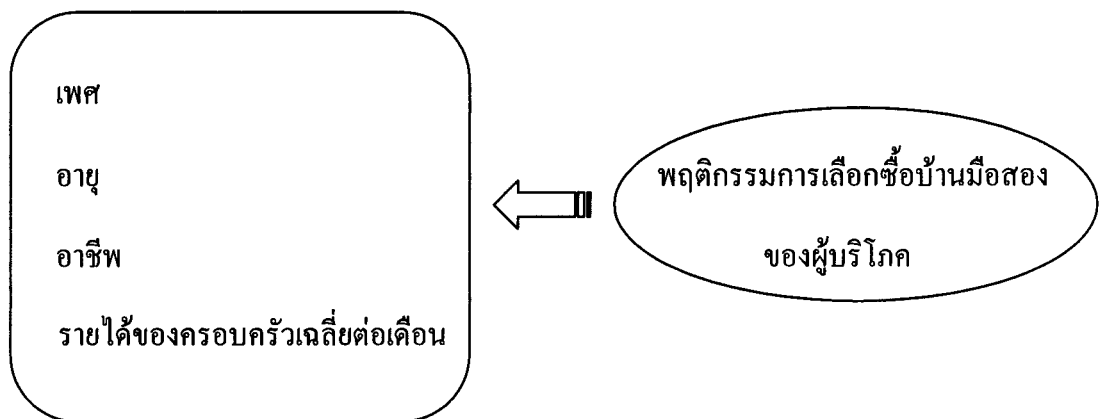
โดยที่	Q	=	ปริมาณความต้องการซื้อบ้านมือสอง (ล้านบาท)
	P	=	ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย
	Y	=	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน
	L	=	สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย
	R	=	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย
	X	=	วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ

กรอบแนวคิด

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค



ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงปี พ.ศ.2541-2552 จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารพาณิชย์ โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ส่วนการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 221,981 คน ความหนาแน่นของประชากร 800 คน / ตร.กม. มีรายได้ประจำและมีความสนใจที่จะเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี แหล่งที่มา www.chon.go.th : ออนไลน์. ค้นคืนวันที่ 16 มีนาคม 2552)

กลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ตามสูตรของ Taro Yamane (1967) (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2549) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{281,525}{1 + 281,525 (0.05)^2} = 399.43$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเอกสารของ พิริยะ เหลืองปฐมอร่าม (2543) และสมลักษณ์ ศาสตร์ประสิทธิ์ (2545) รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แล้วนำมาจัดทำเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย จัดทำเป็นเครื่องมือหรือแบบสอบถามการวิจัย ซึ่งลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นในการวิจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยด้านการเงิน 3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 4. ปัจจัยด้านการใช้สื่อ โดยมีลักษณะเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการเลือกซื้อบ้านมือสอง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ในส่วนที่ 3 องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นการวิจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการใช้สื่อแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาดังกล่าวนี้ มีการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2544)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ มากที่สุด
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ มาก
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ ปานกลาง
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ น้อยที่สุด

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามซึ่งมีข้อมูลมาครบถ้วนแล้ว มาจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลตามกระบวนการวิจัย โดยมีการแปลผลข้อมูลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 แปลผลว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ มากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 แปลผลว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ มาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 แปลผลว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ ปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 แปลผลว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ น้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 แปลผลว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองในระดับ น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาจัดทำเป็นเครื่องมือหรือเป็นแบบสอบถามในการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัย ให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษางานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านี้ วิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อกำหนดขอบเขต และเนื้อหาของแบบทดสอบ ให้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ง่าย และชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้วมาดำเนินการทดสอบกับประชากรที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย (Pretest) จำนวน 30 ชุด

6. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีคอนบารค์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83

7. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่ม ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจที่จะเลือกซื้อบ้านมือสองและเป็นกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัยบ้านเดียวกัน สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และจำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ รูปแบบบ้านมือสอง ลักษณะบ้านมือสอง เนื้อที่ดินบ้านมือสอง ราคาบ้านมือสอง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง เหตุผลที่ทำให้ซื้อบ้านมือสอง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง และแหล่งข้อมูลที่ทราบของบ้านมือสอง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสอง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการใช้สื่อ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อื่น ๆ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาส ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการเลือกซื้อบ้านมือสอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาคำเนิการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม มาทำ การประมวลผลข้อมูล โดยใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย SPSS (statistic package for social sciences for windows : SPSS) นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

- ความถี่ (Frequency)
- ร้อยละ (Percentage)
- ค่าเฉลี่ย (Mean)
- ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
- การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ T-Test , F-test (ANOVA-Scheffe)
- สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค 2) ศึกษาถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ระหว่างปี พ.ศ.2542 – พ.ศ.2551 โดยใช้วิธีเศรษฐมิติ ด้วยการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง กับตัวแปรอิสระต่าง ๆ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจเป็นตัวแปรหุ่น ซึ่งแสดงผลกระทบต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสองในช่วงก่อนและหลังวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติ (Econometric) เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ในการศึกษานี้ ซึ่งในขั้นตอนแรกผู้ศึกษาได้นำตัวแปรเชิงปริมาณที่คาดว่าจะปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสองเข้ามาวิเคราะห์ ในสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Packages for the Social Science) ซึ่งนำตัวแปรเชิงปริมาณดังกล่าวมาเขียนให้อยู่ใน

รูปของฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ จะได้ สมการการหาปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งตัวแปรเชิงปริมาณที่นำมาวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1 ข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ในภาคผนวก ทำให้ได้สมการปริมาณการซื้อบ้านมือสองดังนี้

$$\text{สมการปริมาณการซื้อบ้านมือสอง} \quad Q = aR + bP + cL + dY + eX + U$$

กำหนดให้	Q	=	ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง (ล้านบาท)
	R	=	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (ร้อยละ)
	P	=	ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย
	L	=	สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร (ล้านบาท)
	Y	=	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)
	X	=	วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ (ตัวแปรหุ่น)

เนื่องจาก ปี พ.ศ.2544 เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ จึงกำหนดตัวแปรเพื่อแสดงผลของวิกฤตต่อการซื้อบ้านมือสอง ดังนี้

X = ตัวแปรหุ่น (dummy variables) เพื่อแสดงผลกระทบของการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง

โดยกำหนดให้

X = 0 ในช่วงปี พ.ศ.2542 - พ.ศ.2543 และปี พ.ศ.2547 - พ.ศ.2551 ซึ่งเป็นช่วงที่ไม่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ

X = 1 ในช่วงปี พ.ศ.2544 - พ.ศ.2546 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ

a, b, c, d, e = ค่าคงที่

U = ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการศึกษาในรูปแบบของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิตั้งแต่ ปี พ.ศ.2542 - พ.ศ. 2551 ได้ผลการวิเคราะห์จากสมการดังนี้

Q =	220476.81	- 966.836 R	- 248.970 P	+ 9.510 L	- 0.099 Y	- 122520.5 X
t-Statistic	(0.153)	(-0.058)	(-0.124)	(1.749)	(-0.240)	(-2.678)
Significant	(0.886)	(0.956)	(0.908)	(0.155)	(0.822)	(0.055)
R ² =	0.969			R-Squared adj. =	0.930	
F-Test =	24.880			Durbin – Watson =	2.193	

* ค่าสถิติ t ของตัวแปรแต่ละตัวที่ได้ มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยที่	Q	=	ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง (ล้านบาท)
	R	=	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (ร้อยละ)
	P	=	ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย
	L	=	สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร (ล้านบาท)
	Y	=	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)
	X	=	วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ (ตัวแปรหุ่น)
	U	=	ค่าความคลาดเคลื่อน

จากค่าสถิติทำให้ทราบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.969 หมายความว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนและวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามอยู่ที่ร้อยละ 96.9 ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดที่ปรับค่าแล้ว ($Adjusted R^2$) เท่ากับ 0.930 หมายความว่า ตัวแปรต่าง ๆ สามารถอธิบาย ปริมาณการซื้อบ้านมือสองได้ ร้อยละ 93.0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง และสามารถสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ดังนี้

1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (R) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ ดังนั้น ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 966.836 จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสัมพันธ์กันกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย (P) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ ดังนั้น ถ้าดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 248.970 จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสัมพันธ์กันกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (L) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก ดังนั้น ถ้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.510 จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร เพิ่มขึ้น จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งขัดแย้งกันกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (Y) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ ดังนั้น ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.099 ซึ่งเป็นปริมาณที่ไม่สูงมากนัก จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งขัดแย้งกันกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ (X) จากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ตัวแปรหุ่น ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ ดังนั้นในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจจะทำให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง จะลดลงร้อยละ 122520.50 จะเห็นได้ว่า ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2544 ถึง พ.ศ.2546 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง และมีผลต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนสนใจซื้อบ้านมือสอง

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี

ปริมาณบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี ในช่วงปี พ.ศ.2552 รวมทั้งหมดมีจำนวน 3,840 รายการ จำแนกตามลักษณะของรูปแบบบ้าน พบว่า ทาวน์เฮ้าส์ มีจำนวน 1,349 หลัง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.25 รองลงมา คือ อาคารพาณิชย์ มีจำนวน 1,187 หลัง คิดเป็นร้อยละ 18.69 คอนโดมิเนียม มีจำนวน 694 หลัง คิดเป็นร้อยละ 10.93 บ้านเดี่ยว มีจำนวน 590 หลัง คิดเป็นร้อยละ 9.29 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ บ้านแฝด มีจำนวน 20 หลัง คิดเป็นร้อยละ 0.32 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในเขตจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ.2552

ลักษณะบ้าน สถาบันการเงิน	บ้าน เดี่ยว	ทาวน์ เฮ้าส์	อาคาร พาณิชย์	คอนโด มิเนียม	บ้าน แฝด	รวม
ธนาคารไทยพาณิชย์	23	12	5	9	0	49
ธนาคารกรุงไทย	48	75	23	78	2	226
ธนาคารกรุงเทพ	7	10	16	1	0	34
ธนาคารอาคาร สงเคราะห์	415	1,160	1,089	542	18	3,224
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	25	34	9	19	0	87
ธนาคารนครหลวงไทย	7	4	2	0	0	13
ธนาคารทหารไทย	8	3	7	3	0	21
ธนาคารไทยธนาคาร	0	1	0	0	0	1
บสภ.	25	14	7	28	0	74
บสท.	32	36	29	14	0	111
รวม	590	1,349	1,187	694	20	3,840
ร้อยละ	15.36	35.13	30.91	18.07	0.53	100
ลำดับ	4	1	2	3	5	

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

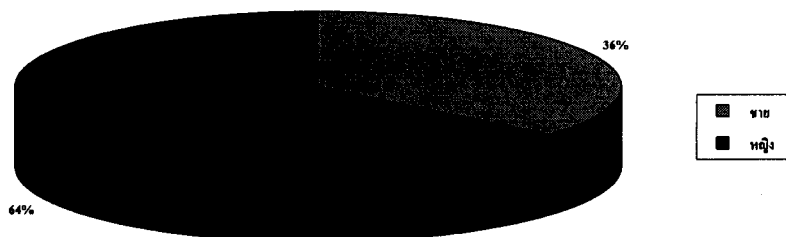
1. ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวน 400 ชุด โดยการนำเสนอข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้ดังต่อไปนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.0 และเป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.0 ดังตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.1

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ชาย	144	36.0	2
หญิง	256	64.0	1
รวม	400	100.0	

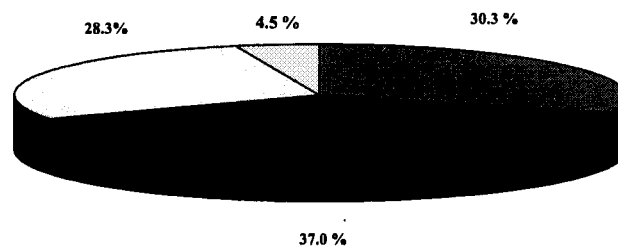


ภาพที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.3 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.5 ดังตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.2

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 30 ปี	121	30.3	2
31-40 ปี	148	37.0	1
41-50 ปี	113	28.3	3
51 ปีขึ้นไป	18	4.5	4
รวม	400	100.0	

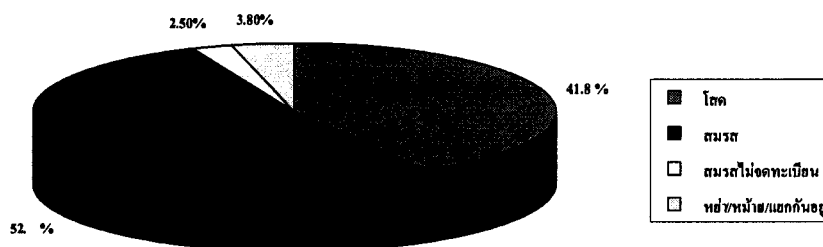


ภาพที่ 4.2 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

สถานภาพการสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรส คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 41.8 หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.8 และสมรสไม่จดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ดังตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.3

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
โสด	167	41.8	2
สมรส	208	52.0	1
สมรสไม่จดทะเบียน	10	2.5	4
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	15	3.8	3
รวม	400	100.0	

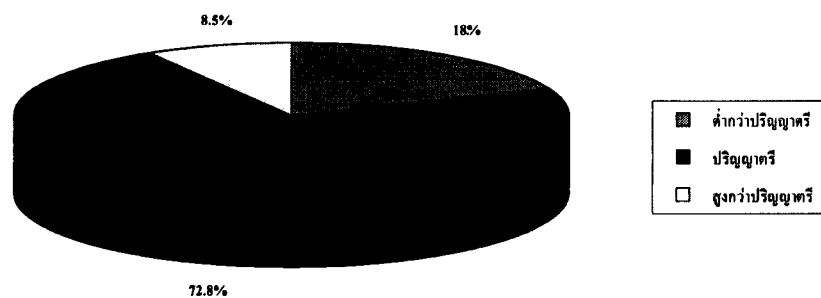


ภาพที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.8 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.5 ดังตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.4

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	75	18.8	2
ปริญญาตรี	291	72.8	1
สูงกว่าปริญญาตรี	34	8.5	3
รวม	400	100.0	

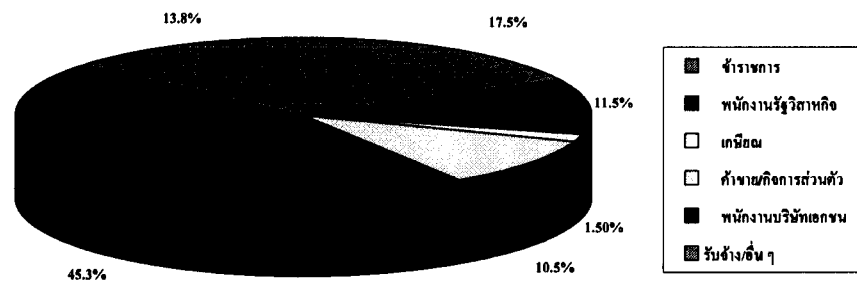


ภาพที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.5 ดังตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.5

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ข้าราชการ	70	17.5	2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.5	4
เกษียณ	6	1.5	6
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	42	10.5	5
พนักงานบริษัทเอกชน	181	45.3	1
รับจ้าง/อื่นๆ	55	13.8	3
รวม	400	100.0	

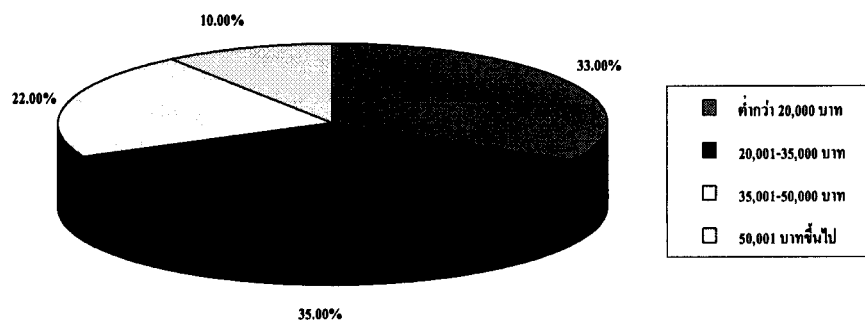


ภาพที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้ระหว่าง 35,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 ดังตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.6

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	132	33.0	2
20,001-35,000 บาท	140	35.0	1
35,001-50,000 บาท	88	22.0	3
50,001 บาทขึ้นไป	40	10.0	4
รวม	400	100.0	

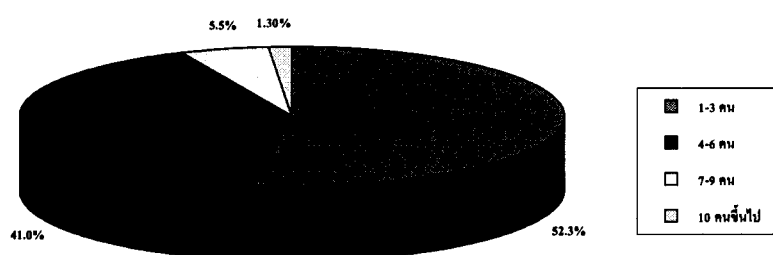


ภาพที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนสมาชิกภายในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน 1-3 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และ 7-9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ดังตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.7

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1-3 คน	209	52.3	1
4-6 คน	164	41.0	2
7-9 คน	22	5.5	3
10 คนขึ้นไป	5	1.3	4
รวม	400	100.0	



ภาพที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 65.3 และ เป็นเจ้าบ้าน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ดังตารางที่ 4.10 และภาพที่ 4.8

ตารางที่ 4.10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัย

สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
เจ้าบ้าน	139	34.8	2
ผู้อยู่อาศัย	261	65.3	1
รวม	400	100.0	

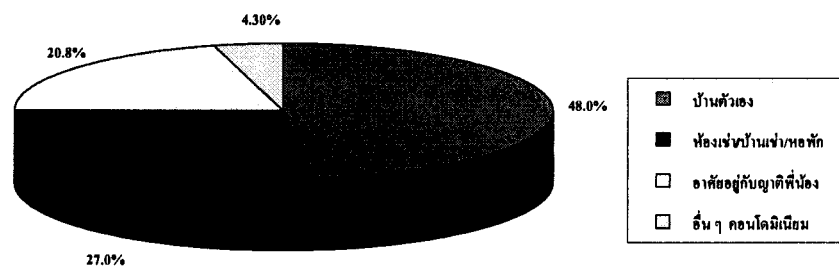


ภาพที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือครองที่อยู่อาศัย

ลักษณะการถือครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่บ้านตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ห้องเช่า/บ้านเช่า/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 20.8 ดังตารางที่ 4.11 และภาพที่ 4.9

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ที่อยู่อาศัย ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
บ้านตัวเอง	192	48.0	1
ห้องเช่า/บ้านเช่า/หอพัก	108	27.0	2
อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง	83	20.8	3
อื่นๆ คอนโดมิเนียม	17	4.3	4
รวม	400	100.0	

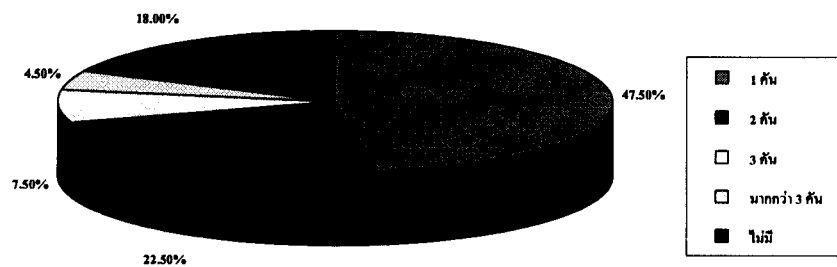


ภาพที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพการถือครองที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

จำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 2 คัน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ ไม่มีรถยนต์จอดประจำที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ดังตารางที่ 4.12 และภาพที่ 4.10

ตารางที่ 4.12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน

จำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1 คัน	190	47.5	1
2 คัน	90	22.5	2
3 คัน	30	7.5	4
มากกว่า 3 คัน	18	4.5	5
ไม่มี	72	18.0	3
รวม	400	100.0	



ภาพที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน

2. พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวน 400 ชุด โดยการนำเสนอข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้ดังต่อไปนี้

รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ บ้านเดี่ยวสองชั้น คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ ทาวน์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 9.8 ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 รูปแบบบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

รูปแบบบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
บ้านแฝด	9	2.3	7
อาคารพาณิชย์	39	9.7	4
ทาวน์เฮาส์	60	15.0	3
คอนโดมิเนียม	10	2.5	6
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	149	37.3	1
บ้านเดี่ยวสองชั้น	112	28.0	2
อื่นๆ	21	5.2	5
รวม	400	100.0	

ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านที่เคยมี
คนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ บ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่
อาศัย คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ บ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ลักษณะบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

ลักษณะบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
บ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย	48	12.0	3
บ้านที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบัน ไม่มีคนอยู่อาศัย	183	45.7	1
บ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย	160	40.0	2
อื่น ๆ	9	2.3	4
รวม	400	100.0	

เนื้อที่ของที่ดินบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการเนื้อที่ของที่ดินบ้าน
50-60 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ 61-80 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ
น้อยกว่า 50 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 18.0 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 เนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

เนื้อที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 50 ตารางวา	72	18.0	3
50-60 ตารางวา	139	34.7	1
61-80 ตารางวา	75	18.8	2
81-100 ตารางวา	46	11.5	5
มากกว่า 100 ตารางวา	68	17.0	4
รวม	400	100.0	

ราคาบ้านพร้อมที่ดิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการบ้านมือสองที่มีราคาอยู่ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมา คือ ราคาต่ำกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 1,000,001-1,500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

ราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 500,000 บาท	83	20.7	2
500,001-1,000,000 บาท	252	63.0	1
1,000,001-1,500,000 บาท	44	11.0	3
1,500,001 บาทขึ้นไป	21	5.3	4
รวม	400	100.0	

วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านแบบซื้อเงินผ่อน คิดเป็นร้อยละ 94.5 รองลงมาคือ ซื้อแบบเงินสด คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอื่นๆ ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.5 ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 วิธีการเลือกจ่ายเงินซื้อบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อ

ลักษณะการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ซื้อเงินสด	20	5.0	2
ซื้อเงินผ่อน	378	94.5	1
อื่นๆ ไม่ซื้อ	2	0.5	3
รวม	400	100.0	

อายุของบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านที่มีอายุของบ้านมือสองอยู่ระหว่าง 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.3 และ 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.5 ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 อายุของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

อายุการปลูกสร้าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 ปี	34	8.5	4
1-2 ปี	163	40.8	1
3-4 ปี	157	39.2	2
5 ปี ขึ้นไป	46	11.5	3
รวม	400	100.0	

ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการทำเลใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก (โรงพยาบาล , ห้างสรรพสินค้า) คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ ใกล้สถานศึกษาบุตร คิดเป็นร้อยละ 5.3 ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ใกล้สถานศึกษาบุตร	21	5.3	3
ใกล้สถานที่ทำงาน	130	32.5	2
ใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก (โรงพยาบาล,ห้างสรรพสินค้า)	228	57.0	1
อื่น ๆ	21	5.2	3
รวม	400	100.0	

เหตุผลที่ต้องการซื้อบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป คิดเป็นร้อยละ 16.3 และ ต้องการแยกครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 14.8 ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อบ้านมือสอง

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต้องการแยกครอบครัว	59	14.8	3
ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง	24	6.0	7
เพื่อการลงทุน	57	14.2	4
ที่อยู่เดิมไกลศูนย์ธุรกิจ	31	7.8	5
สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี	26	6.5	6
ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป	65	16.2	2
ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง	134	33.5	1
อื่น ๆ	4	1.0	8
รวม	400	100.0	

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 31.5 และบิดา-มารดา คิดเป็นร้อยละ 16.0 ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ผู้บังคับบัญชา	5	1.3	6
เพื่อนร่วมงาน	2	0.5	7
ญาติพี่น้อง	17	4.2	4
บิดา-มารดา	64	16.0	3
คู่สมรส	126	31.5	2
คนรัก	17	4.3	4
ตัวเอง	157	39.2	1
อื่น ๆ	12	3.0	5
รวม	400	100.0	

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูล
 ข่าวสารจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา คิดเป็น
 ร้อยละ 25.0 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 12.3 ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แหล่งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
เพื่อน,คนรู้จัก	36	9.0	4
หนังสือพิมพ์	8	2.0	8
วิทยุ	6	1.5	9
โทรทัศน์	14	3.5	6
นิตยสาร	18	4.5	5
แผ่นพับ/ใบปลิว	36	9.0	4
ป้ายโฆษณา	100	25.0	2
อินเทอร์เน็ต	49	12.3	3
รถโฆษณาเคลื่อนที่	0	0.0	10
งานจัดแสดงบ้านมือสอง	124	31.0	1
อื่น ๆ	9	2.2	7
รวม	400	100.0	

3. องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ชุด โดยการนำเสนอข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ซึ่งผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์(Product)

องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ ระบบสาธารณูปโภค อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมา คือ สิ่งแวดล้อม ทัศนียภาพ บริเวณบ้าน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.41$) และ สภาพภายในบ้าน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.27$) เนื้อที่บ้่าน และ พื้นที่ประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 4.20$) แบบบ้าน ($\bar{X} = 41.3$) สามารถต่อเติมปรับปรุงได้ ($\bar{X} = 43.93$) สีบ้านมีความสวยงาม คงทน ($\bar{X} = 3.67$) จำนวนห้องของบ้าน ($\bar{X} = 3.85$) อายุการปลูกสร้าง ($\bar{X} = 3.87$) ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับ
1. แบบบ้าน	4.13	0.71	มาก	5
2. เนื้อที่บ้่าน	4.20	0.75	มาก	4
3. ระบบสาธารณูปโภค	4.61	0.62	มากที่สุด	1
4. สิ่งแวดล้อม ทัศนียภาพ บริเวณบ้าน	4.41	0.69	มาก	2
5. สภาพภายในบ้าน	4.27	0.77	มาก	3
6. อายุการปลูกสร้าง	3.87	0.77	มาก	7
7. พื้นที่ประโยชน์ใช้สอย	4.20	0.78	มาก	4
8. สามารถต่อเติมปรับปรุงได้	3.93	0.74	มาก	6
9. สีบ้านมีความสวยงาม คงทน	3.67	0.97	มาก	9
10. จำนวนห้องของบ้าน	3.85	0.80	มาก	8
รวม	4.11	0.76	มาก	

องค์ประกอบด้านราคา(Price)

องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ ราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมค้ำเงิน อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) และ ส่วนลดเงินสด อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.24$) ระยะเวลาที่ผ่อนส่ง ($\bar{X} = 4.19$) จำนวนเงินที่ผ่อนส่ง ($\bar{X} = 4.11$) อัตราค่าสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 4.09$) จำนวนเงินคาวน ($\bar{X} = 3.98$) จำนวนเงินทำสัญญา ($\bar{X} = 3.92$) จำนวนเงินจอง ($\bar{X} = 3.91$) จำนวนเงินที่ผ่อนส่ง ($\bar{X} = 4.11$) อัตราค่าสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 4.09$) จำนวนเงินคาวน ($\bar{X} = 3.98$) จำนวนเงินทำสัญญา ($\bar{X} = 3.92$)จำนวนเงินจอง ($\bar{X} = 3.91$) ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับ
1. ราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมค้ำเงิน	4.60	0.59	มากที่สุด	1
2. จำนวนเงินจอง	3.91	0.73	มาก	9
3. จำนวนเงินทำสัญญา	3.92	0.73	มาก	8
4. จำนวนเงินคาวน	3.98	0.72	มาก	7
5. จำนวนเงินที่ผ่อนส่ง	4.11	0.72	มาก	5
6. ระยะเวลาที่ผ่อนส่ง	4.19	0.64	มาก	4
7. อัตราดอกเบี้ย	4.37	0.89	มาก	2
8. ส่วนลดเงินสด	4.24	0.78	มาก	3
9. อัตราค่าสาธารณูปโภค	4.09	0.85	มาก	6
รวม	4.16	0.74	มาก	

องค์ประกอบด้านสถานที่(Place)

องค์ประกอบที่มีส่วนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ สาธารณูปโภคครบ ครัน ไฟฟ้าสว่าง/ น้ำประปา / สวนหย่อมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมา คือ มีทางเข้าออกสะดวก อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) และ การเดินทางคมนาคมสะดวก อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.47$) ใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.41$) การจัดแปลนบ้านได้เหมาะสม/บรรยากาศดี($\bar{X} = 4.29$) อยู่ใกล้ยามรักษาความปลอดภัย($\bar{X} = 4.25$) ใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 4.10$) ใกล้ตลาด($\bar{X} = 3.91$) ทิศทางของตัวบ้านเหมาะสมกับความเชื่อ ($\bar{X} = 3.87$) ใกล้สถานศึกษาของบุตร($\bar{X} = 3.87$) ใกล้โรงพยาบาล($\bar{X} = 3.81$) ใกล้ห้างสรรพสินค้า($\bar{X} = 3.80$) ใกล้สถานีตำรวจ($\bar{X} = 3.65$) ใกล้ธนาคาร ($\bar{X} = 3.6$) ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย($\bar{X} = 3.56$) ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับ
1. ใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก	4.41	0.67	มาก	4
2. ใกล้ธนาคาร	3.64	0.61	มาก	13
3. ใกล้โรงพยาบาล	3.81	0.67	มาก	10
4. ใกล้สถานีตำรวจ	3.65	0.62	มาก	12
5. ใกล้สถานศึกษาของบุตร	3.87	0.70	มาก	9
6. ใกล้ที่ทำงาน	4.10	0.68	มาก	7
7. ใกล้ห้างสรรพสินค้า	3.80	0.83	มาก	11
8. ใกล้ตลาด	3.91	0.76	มาก	8
9. ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย	3.56	0.85	มาก	14
10. การเดินทางคมนาคมสะดวก	4.47	0.60	มาก	3
11. มีทางเข้าออกสะดวก	4.57	0.55	มากที่สุด	2
12. สาธารณูปโภคครบครัน ไฟฟ้าสว่าง/ น้ำประปา / สวนหย่อม	4.67	0.56	มากที่สุด	1
13. การจัดแปลนบ้านได้เหมาะสม/บรรยากาศดี	4.29	0.81	มาก	5
14. อยู่ใกล้ยามรักษาความปลอดภัย	4.25	0.85	มาก	6
15. ทิศทางของตัวบ้านเหมาะสมกับความเชื่อ	3.87	0.81	มาก	9
รวม	4.06	0.70	มาก	

องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)

องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือ คือ การจูงใจโดยการให้ส่วนลดพิเศษ เช่น ในช่วงปีใหม่ซื้อบ้านมือสองได้ส่วนลดทันที 100,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมา คือ การให้บริการเรื่องการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.37$) และการจูงใจโดยการสิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมเปลี่ยนมุ้งลวดให้ใหม่ จัดสวนหย่อมให้ใหม่ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) การออกบูธตามห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.64$) การโฆษณาตามวิทยุ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และป้ายโฆษณา ($\bar{X} = 3.65$) ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับ
การจูงใจโดยการสิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมเปลี่ยนมุ้งลวดให้ใหม่ จัดสวนหย่อมให้ใหม่	3.97	0.84	มาก	3
การจูงใจโดยการให้ส่วนลดพิเศษ เช่น ในช่วงปีใหม่ซื้อบ้านมือสอง ได้ส่วนลดทันที 100,000 บาท	4.43	0.72	มาก	1
การโฆษณาตามวิทยุ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และป้ายโฆษณา	3.65	1.07	มาก	4
การออกบูธตามห้างสรรพสินค้า	3.64	0.82	มาก	5
การให้บริการเรื่องการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	4.37	0.70	มาก	2
รวม	4.01	0.83	มาก	

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานของการวิจัย เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

$$\text{สมการปริมาณการซื้อบ้านมือสอง } Q = aR + bP + cL + dY + eX + U$$

Q =	220476.81	- 966.836 R	- 248.970 P	+ 9.510 L	- 0.099 Y	- 122520.5 X
t-Statistic	(0.153)	(-0.058)	(-0.124)	(1.749)	(-0.240)	(-2.678)
Significant	(0.886)	(0.956)	(0.908)	(0.155)	(0.822)	(0.055)
R2 =	0.969			R-Squared adj.	=	0.930
F-Test =	24.880			Durbin – Watson	=	2.193

* ค่าสถิติ t ของตัวแปรแต่ละตัวที่ได้ มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4.1 สมมติฐานที่ 1 ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ตรงข้ามกับดัชนีราคาที่อยู่อาศัย (P)

ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย (P) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย (P) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ดังนั้น ถ้าดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 248.970 จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าเมื่อดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ลดลง ทำให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น เมื่อราคาที่อยู่อาศัยถูกลง ทำให้มีผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสองมากขึ้นตามไปด้วย

4.2 สมมติฐานที่ 2 ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (Y)

รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (Y) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ จะพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (Y) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ดังนั้น ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองลดลง ร้อยละ 0.099 ซึ่งเป็นปริมาณที่ไม่สูงมากนัก จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน เพิ่มขึ้น จะทำให้ความต้องการซื้อบ้านมือสองลดลง 0.099 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนและความต้องการซื้อบ้านมือสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะว่า เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นประชาชนจะสนใจซื้อบ้านใหม่มากกว่าที่จะซื้อบ้านมือสอง จึงทำให้ความต้องการซื้อบ้านมือสองมีปริมาณการซื้อที่ลดลงไปด้วย

4.3 สมมติฐานที่ 3 ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ตรงข้ามกันกับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (R)

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (R) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ จะพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (R) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ดังนั้น ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 966.836 จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญ โดยหากอัตราดอกเบี้ยมีระดับสูงหรือมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีภาระในการผ่อนชำระเพิ่มมากขึ้น จึงมีส่วนในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยลดลงตามไปด้วย

4.4 สมมติฐานที่ 4 ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ตรงข้ามกันกับ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (L)

ปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (L) เมื่อพิจารณาจากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ จะพบว่า สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (L) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ดังนั้น ถ้าปริมาณสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ส่งผลให้ปริมาณการซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.510 จากผลการศึกษา

จะเห็นได้ว่าเมื่อสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพิ่มขึ้น จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะว่า เมื่อปริมาณสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นจะทำให้ประชาชนที่ต้องการกู้เงินเพื่อซื้อบ้านมีโอกาสกู้เงินมาซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น

การทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square

4.5 สมมติฐานที่ 5 เพศแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

H_0 : เพศเป็นอิสระกับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อบ้านมือสองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพราะ ค่า sig = 0.00 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แต่เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของเพศกับการเลือกซื้อบ้านมือสอง จะพบว่าเพศชาย จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.6 และเพศหญิง จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 ค่า $P = 0.00^*$ แสดงว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แสดงว่าการเลือกซื้อบ้านมือสองขึ้นอยู่กับเพศ ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

รูปแบบบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson chi-square P = 0.00*
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านแฝด	4	2.8	5	2.0	
อาคารพาณิชย์	24	16.7	15	5.9	
ทาวน์เฮาส์	10	6.9	50	19.5	
คอนโดมิเนียม	2	1.4	8	3.1	
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	47	32.6	102	39.8	
บ้านเดี่ยวสองชั้น	57	39.6	55	21.5	
อื่นๆ	0	0.0	21	8.2	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

ลักษณะบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson chi-square P = 0.15
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย	13	9.0	35	13.7	
บ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มี คนอยู่อาศัย	76	52.8	107	41.8	
บ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย	53	36.8	107	41.8	
อื่น ๆ	2	1.4	7	2.7	
รวม	144	100.0	256	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้อเนื้อที่ดินของบ้านมือสอง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.9 และเพศหญิง จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.5 ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

เนื้อที่ดิน	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson chi-square P = 0.03*
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 50 ตารางวา	26	18.1	46	18.0	
50-60 ตารางวา	43	29.9	96	37.5	
61-80 ตารางวา	34	23.6	41	16.0	
81-100 ตารางวา	10	6.9	36	14.1	
มากกว่า 100 ตารางวา	31	21.5	37	14.5	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีราคาบ้านพร้อมที่ดินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายจะเลือกราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.2 และเพศหญิง จะเลือกซื้อราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.8 ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดิน ที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

ราคา	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 500,000 บาท	19	13.2	64	25.0	Pearson chi-square P = 0.01*
500,001-1,000,000 บาท	104	72.2	148	57.8	
1,000,001-1,500,000 บาท	11	7.6	33	12.9	
1,500,001 บาทขึ้นไป	10	6.9	11	4.3	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน มีวิธีการเลือกจ่ายเงินซื้อบ้านมือสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง ที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพัธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อ บ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ

วิธีการจ่ายเงินซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ซื้อเงินสด	10	6.9	10	3.9	Pearson chi-square P = 0.24
ซื้อเงินผ่อน	134	93.1	244	95.3	
อื่น ๆ	0	0.0	2	0.8	
รวม	144	100.0	256	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้ออายุของบ้านมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.1 และเพศหญิงจะเลือกซื้อบ้านมือสอง อายุ 1-2 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.8 ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

อายุของบ้านมือสอง	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 1 ปี	14	9.7	20	7.8	Pearson chi-square P = 0.00*
1-2 ปี	38	26.4	125	48.8	
3-4 ปี	65	45.1	92	35.9	
5 ปี ขึ้นไป	27	18.8	19	7.4	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้อทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดัง ตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับเพศของผู้ซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ใกล้สถานศึกษาบุตร	11	7.6	10	3.9	Pearson chi-square P = 0.30
ใกล้ที่ทำงาน	34	23.6	96	37.5	
ใกล้ที่อำนวยความสะดวก	95	66.0	133	52.0	
อื่นๆ	4	2.8	17	6.6	
รวม	144	100.0	256	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน มีเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชาย จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28.5 และเพศหญิง จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.3 ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อ บ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ

เหตุผล	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต้องการแยกครอบครัว	16	11.1	43	16.8	Pearson chi-square P = 0.00*
ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง	15	10.4	9	3.5	
เพื่อการลงทุน	33	22.9	24	9.4	
ที่อยู่เดิมไกลจากศูนย์ธุรกิจ	8	5.6	23	9.0	
สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี	10	6.9	16	6.3	
ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป	21	14.6	44	17.2	
ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง	41	28.5	93	36.3	
อื่น ๆ	0	0.0	4	1.6	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย กลุ่มสมรสมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.1 และเพศหญิง ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.0 ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ

บุคคล	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้บังคับบัญชา	0	0.0	5	2.0	Pearson chi-square P = 0.00*
เพื่อนร่วมงาน	2	1.4	0	0.0	
ญาติพี่น้อง	7	4.9	10	3.9	
บิดา-มารดา	14	9.7	50	19.5	
คู่สมรส	62	43.1	64	25.0	
คนรัก	10	6.9	7	2.7	
ตัวเอง	47	32.6	110	43.0	
อื่น ๆ	2	1.4	10	3.9	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีเพศแตกต่างกัน ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจากป้ายโฆษณามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.3 และเพศหญิง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจากงานจัดแสดงบ้านมือสองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.1 ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กับเพศของผู้ซื้อ

แหล่งข้อมูล	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson chi-square P = 0.00*
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อน , คนรู้จัก	19	13.2	17	6.6	
หนังสือพิมพ์	2	1.4	6	2.3	
วิทยุ	0	0.0	6	2.3	
โทรทัศน์	2	1.4	12	4.7	
นิตยสาร	6	4.2	12	4.7	
แผ่นพับ/ใบปลิว	12	8.3	24	9.4	
ป้ายโฆษณา	45	31.3	55	21.5	
อินเทอร์เน็ต	29	20.1	20	7.8	
รถโฆษณาเคลื่อนที่	0	0.0	0	0.0	
งานจัดแสดงบ้านมือสอง	29	20.1	95	37.1	
อื่น ๆ	0	0.0	9	3.5	
รวม	144	100.0	256	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป

เพศชาย จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น เนื้อที่ของที่ดินประมาณ 50-60 ตารางวา ในราคาประมาณ 500,001-1,000,000 บาท อายุการก่อสร้างระหว่าง 3-4 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง กลุ่มสมรรถมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ และทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา

เพศหญิง จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว เนื้อที่ของที่ดินประมาณ 50-60 ตารางวา ในราคาประมาณ 500,001-1,000,000 บาท อายุการก่อสร้างอยู่ระหว่าง 1-2 ปี ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง และทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสองมากที่สุด คิดเป็น

4.6 สมมติฐานที่ 6 อายุแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

H_0 : อายุเป็นอิสระกับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

จากการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ต้องการซื้อบ้านมือสอง พบว่า ค่า sig 0.00 น้อยกว่า 0.05 จึงกล่าวได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านมือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อายุต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 อายุ 31-40 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 อายุ 41-50 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ค่า $P = 0.00^*$ แสดงว่า ขอมรับ H_0 การเลือกซื้อบ้านมือสองขึ้นอยู่กับอายุที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่
ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ

รูปแบบบ้าน	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านแฝด	2	1.7	7	4.7	0	0.0	0	0.0	
อาคารพาณิชย์	8	6.6	7	4.7	22	19.5	2	11.5	
ทาวน์เฮาส์	19	15.7	17	11.5	22	19.5	2	11.1	
คอนโดมิเนียม	2	1.7	8	5.4	0	0.0	0	0.0	
บ้านเดี่ยวชั้น เดียว	31	25.6	81	54.7	32	28.3	5	27.8	
บ้านเดี่ยวสองชั้น	45	37.2	21	14.2	37	32.7	9	50.0	
อื่นๆ	14	11.6	7	4.7	0	0.0	0	0.0	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน มีลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อายุต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 อายุ 31-40 ปี จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9 อายุ 41-50 ปี จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.6 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ

ลักษณะบ้าน	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านที่ปัจจุบันมี คนอยู่อาศัย	25	20.7	18	12.2	2	1.8	3	16.7	
บ้านเคยมีคนอยู่ อาศัย แต่ปัจจุบัน ไม่มีคนอยู่อาศัย	44	36.4	62	41.9	73	64.6	4	22.2	
บ้านที่ไม่เคยมี คนอยู่อาศัย	52	43.0	61	41.2	38	33.6	9	50.0	
อื่น ๆ	0	0.0	7	4.7	0	0.0	2	11.1	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอายุต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 อายุ 31-40 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.9 อายุ 41-50 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.7 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 1,500,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9 ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดิน ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ

ราคา	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 500,000 บาท	42	34.7	23	15.5	18	15.9	0	0.0	
500,001-1,000,000 บาท	65	53.7	99	66.9	81	71.7	7	38.8	
1,000,001-1,500,000 บาท	14	11.6	22	14.9	4	3.5	4	22.2	
1,500,001 บาทขึ้นไป	0	0.0	4	2.7	10	8.8	7	38.9	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน มีวิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดัง ตารางที่ 4.40 ตารางที่ 4.40 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ

วิธีการ จ่ายเงินซื้อ	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.39
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ซื้อเงินสด	0	0.0	10	6.8	8	7.1	2	11.1	
ซื้อเงินผ่อน	121	100.0	136	91.9	105	92.9	16	88.9	
อื่น ๆ	0	0.0	2	1.4	0	0.0	0	0.0	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้ออายุของบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อายุต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.9 อายุ 31-40 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 อายุ 41-50 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ

อายุของ บ้านมือสอง	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 1 ปี	17	14.0	9	6.1	8	7.1	0	0.0	
1-2 ปี	58	47.9	63	42.6	35	31.0	7	38.9	
3-4 ปี	37	30.6	71	48.0	41	36.3	8	44.4	
5 ปี ขึ้นไป	9	7.4	5	3.4	29	25.7	3	16.7	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน ต้องการเลือกซื้อทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอายุของผู้ซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.10
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ใกล้สถานศึกษา บุตร	6	5.0	2	1.4	13	11.5	0	0.0	
ใกล้ที่ทำงาน	43	35.5	56	37.8	31	27.4	0	0.0	
ใกล้ที่อำนวยความสะดวก	66	54.5	81	54.7	63	55.8	18	100.0	
อื่นๆ	6	5.0	9	6.1	6	5.3	0	0.0	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน มีเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อายุต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.1 อายุ 31-40 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.0 อายุ 41-50 ปี จะเลือกซื้อบ้านมือสองเพื่อการลงทุน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ

เหตุผล	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต้องการแยกครอบครัว	27	22.3	22	14.9	10	8.8	0	0.0	
ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง	0	0.0	17	11.5	7	6.2	0	0.0	
เพื่อการลงทุน	3	2.5	17	11.5	33	29.2	4	22.2	
ที่อยู่เดิมไกลจากศูนย์ธุรกิจ	3	2.5	20	13.5	8	7.1	0	0.0	
สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี	2	1.7	6	4.1	16	14.2	2	11.1	
ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป	23	19.0	22	14.9	11	9.7	9	50.0	
ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง	63	52.1	40	27.0	28	24.8	3	16.7	
อื่นๆ	0	0.0	4	2.7	0	0.0	0	0.0	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุต่ำกว่า 30 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.1 อายุ 31-40 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.9 อายุ 41-50 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 และอายุ 51 ปีขึ้นไป ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9 ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ บ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ

แหล่งข้อมูล	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อน , คนรู้จัก	8	6.6	24	16.2	2	1.8	2	11.1	
หนังสือพิมพ์	6	5.0	0	0.0	2	1.8	0	0.0	
วิทยุ	6	5.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
โทรทัศน์	4	3.3	8	5.4	2	1.8	0	0.0	
นิตยสาร	10	8.3	6	4.1	2	1.8	0	0.0	
แผ่นพับ/ใบปลิว	6	5.0	14	9.5	14	12.4	2	11.1	
ป้ายโฆษณา	34	28.1	16	10.8	45	39.8	5	27.8	
อินเทอร์เน็ต	7	5.8	21	14.2	14	12.4	7	38.9	
รถโฆษณาเคลื่อนที่	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
งานจัดแสดงบ้าน มือสอง	31	25.6	59	39.9	32	28.3	2	11.1	
อื่น ๆ	9	7.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอายุแตกต่างกัน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุต่ำกว่า 30 ปี ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 อายุ 31-40 ปี คู่สมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 อายุ 41-50 ปี คู่สมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป คู่สมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับอายุของผู้ซื้อ

บุคคล	อายุของผู้ซื้อ								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51 ปีขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้บังคับบัญชา	0	0.0	5	3.4	0	0.0	0	0.0	
เพื่อนร่วมงาน	0	0.0	0	0.0	2	1.8	0	0.0	
ญาติพี่น้อง	2	1.7	0	0.0	13	11.5	2	11.1	
บิดา-มารดา	35	28.9	16	10.8	13	11.5	0	0.0	
คู่สมรส	20	16.5	55	37.2	41	36.3	10	55.6	
คนรัก	0	0.0	13	8.8	4	3.5	0	0.0	
ตัวเอง	64	52.9	53	35.8	36	31.9	4	22.2	
อื่น ๆ	0	0.0	6	4.1	4	3.5	2	11.1	
รวม	121	100.0	148	100.0	113	100.0	18	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.7 สมมติฐานที่ 7 อาชีพแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

H_0 : อาชีพเป็นอิสระกับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

อาชีพแตกต่างกัน มีการเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับราชการจะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 เกษียณจะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบทาวน์เฮาส์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัวจะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบทาวน์เฮาส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 และอาชีพรับจ้าง/อื่น ๆ จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.1 ค่า $P = 0.00^*$ แสดงว่า ขอมรับ H_0 การเลือกซื้อบ้านมือสองขึ้นอยู่กับอาชีพที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

รูปแบบบ้าน	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi-square P = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านแฝด	0	0.0	4	8.7	0	0.0	2	4.8	0	0.0	3	5.5	
อาคารพาณิชย์	6	8.6	6	13.0	0	0.0	16	38.1	8	4.4	3	5.5	
ทาวน์เฮาส์	9	12.9	2	4.3	4	66.7	18	42.9	14	7.7	13	23.6	
คอนโดมิเนียม	4	5.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	3.3	0	0.0	
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	37	52.9	3	6.5	0	0.0	4	9.5	99	54.7	6	10.9	
บ้านเดี่ยวสองชั้น	14	20.0	28	60.9	2	33.3	2	4.8	50	27.6	16	29.1	
อื่นๆ	0	0.0	3	6.5	0	0.0	0	0.0	4	2.2	14	25.5	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีวิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ

วิธีการ จ่ายเงิน ซื้อบ้าน มือสอง	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square P = 0.42
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ซื้อเงินสด	4	5.7	2	4.3	0	0.0	6	14.3	6	3.3	2	3.6	
ซื้อเงิน ผ่อน	64	91.4	44	95.7	6	100.0	36	85.7	175	96.7	53	96.4	
อื่นๆ	2	2.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอาชีพรับราชการจะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้ที่ทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้ที่อำนวยความสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 เกษียณจะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้สถานศึกษาบุตร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้ที่อำนวยความสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้ที่อำนวยความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.5 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อบ้านมือสองใกล้ที่ทำงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

ทำเลที่ตั้ง	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square P = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ใกล้สถาน ศึกษาบุตร	4	5.7	6	13.0	4	66.7	4	9.5	3	1.7	0	0.0	
ใกล้ที่ทำงาน	30	42.9	16	34.8	0	0.0	4	9.5	50	27.6	30	54.5	
ใกล้ที่อำนวยความสะดวก	27	38.6	24	52.2	2	33.3	34	81.0	124	68.5	17	30.9	
อื่นๆ	9	12.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	2.2	8	14.5	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพรับราชการ จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.4 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อบ้านมือสองที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 เกษียณ จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อบ้านมือสองเพื่อการลงทุน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.1 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.9 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.4 ดังตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อ บ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ

เหตุผล	อาชีพของผู้ซื้อ											
	รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการแยกครอบครัว	10	14.3	7	15.2	0	0.0	0	0.0	41	22.7	1	1.8
ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง	0	0.0	1	2.2	0	0.0	4	9.5	17	9.4	2	3.6
เพื่อการลงทุน	16	22.9	8	17.4	0	0.0	16	38.1	17	9.4	0	0.0
ที่อยู่เดิมไกลจากศูนย์ธุรกิจ	6	8.6	5	10.9	0	0.0	0	0.0	16	8.8	4	7.3
สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี	5	7.1	9	19.6	0	0.0	8	19.0	2	1.1	2	3.6
ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป	11	15.7	10	21.7	2	33.3	8	19.0	19	10.5	15	23.7
ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง	22	31.4	6	13.0	4	66.7	6	14.3	65	35.9	31	56.4
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	2.2	0	0.0
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพรับราชการ ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ บิดา-มารดา และ ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจ

เลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.3 เกษียณ กลุ่มมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 และอาชีพรับจ้าง/อื่นๆ ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ

บุคคล	อาชีพของผู้ซื้อ												
	รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้บังคับบัญชา	2	2.9	3	6.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	Pearson chi- square P = 0.00*
เพื่อนร่วมงาน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.6	
ญาติพี่น้อง	4	5.7	2	4.3	0	0.0	6	14.3	5	2.8	0	0.0	
บิดา-มารดา	6	8.6	13	28.3	0	0.0	4	9.5	33	18.2	8	14.5	
กลุ่มมรส	24	34.3	12	26.1	4	66.7	2	4.8	66	36.5	18	32.7	
คนรัก	0	0.0	3	6.5	0	0.0	2	4.8	7	3.9	5	9.1	
ตัวเอง	34	48.6	13	28.3	0	0.0	24	57.1	64	35.4	22	40.0	
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	2	33.3	4	9.5	6	3.3	0	0.0	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอาชีพรับราชการ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มาก

ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 เกษียณ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก อินเตอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 ดังตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กับอาชีพของผู้ซื้อ

แหล่งข้อมูล ข่าวสาร	อาชีพของผู้ซื้อ											
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน , คนรู้จัก	3	4.3	2	4.3	0	0.0	2	4.8	27	14.9	2	3.6
หนังสือพิมพ์	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	3.3	2	3.6
วิทยุ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	14.3	0	0.0	0	0.0
โทรทัศน์	2	2.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	4.4	4	7.3
นิตยสาร	4	5.7	3	6.5	0	0.0	0	0.0	10	5.5	1	1.8
แผ่นพับ/ใบปลิว	6	8.6	7	15.2	2	33.3	0	0.0	14	7.7	7	12.7
ป้ายโฆษณา	32	45.7	19	41.3	0	0.0	4	9.5	27	14.9	18	32.7
อินเตอร์เน็ต	6	8.6	9	19.6	4	66.7	4	9.5	26	14.4	0	0.0
รถโฆษณา เคลื่อนที่	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
งานจัดแสดง บ้านมือสอง	17	24.3	6	13.0	0	0.0	26	61.9	63	34.8	12	21.8
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	16.4
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0

Pearson
chi-
square
P =
0.00*

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพรับราชการ จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 เกษียณ จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบัน ไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.3 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อบ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.4 ดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

ลักษณะบ้าน	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square P = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านที่ปัจจุบัน มีคนอยู่อาศัย	4	5.7	0	0.0	0	0.0	4	9.5	20	11.0	20	36.4	
บ้านเคยมีคน อยู่อาศัย แต่ ปัจจุบัน ไม่มีคน อยู่อาศัย	34	48.6	25	54.3	0	0.0	30	71.4	79	43.6	15	27.3	
บ้านที่ไม่เคยมี คนอยู่อาศัย	32	45.7	16	34.8	6	100.0	8	19.0	82	45.3	16	29.1	
อื่น ๆ	0	0.0	5	10.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	7.3	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน ต้องการเนื้อที่ดินของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพรับราชการ จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 เกษียณ จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 61-80 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน น้อยกว่า 50 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 ดังตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

เนื้อที่ดิน	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square P = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 50 ตารางวา	10	14.3	9	19.6	0	0.0	34	81.0	6	3.3	13	23.6	
50-60 ตารางวา	32	45.7	20	43.5	0	0.0	6	14.3	59	32.6	22	40.0	
61-80 ตารางวา	17	24.3	4	8.7	4	66.7	0	0.0	44	24.3	6	10.9	
81-100 ตารางวา	5	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	33	18.2	8	14.5	
มากกว่า 100 ตารางวา	6	8.6	13	28.3	2	33.3	2	4.8	39	21.5	6	10.9	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพข้าราชการ จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.1 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 เกษียณ จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา ต่ำกว่า 500,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.4 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา ต่ำกว่า 500,000 บาท และ 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8 ดังตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดิน ที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

ราคา	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square p = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 500,000 บาท	5	7.1	7	15.2	0	0.0	22	52.4	26	14.4	23	41.8	
500,001-1,000,000 บาท	54	77.1	33	71.4	4	66.7	12	28.6	126	69.6	23	41.8	
1,000,001-1,500,000 บาท	4	5.7	2	4.3	0	0.0	2	4.8	29	16.0	7	12.7	
1,500,001 บาทขึ้นไป	7	10.0	4	8.7	2	33.3	6	14.3	0	0.0	2	3.6	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีอาชีพแตกต่างกัน อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย อาชีพรับราชการ จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.4 เกษียณ จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.2 และ อาชีพรับจ้าง/อื่นๆ จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.9 ดังตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับอาชีพของผู้ซื้อ

อายุของบ้านมือสอง	อาชีพของผู้ซื้อ												Pearson chi- square p = 0.00*
	รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		เกษียณ		ค้าขาย/กิจการส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้าง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 1 ปี	1	1.4	7	15.2	0	0.0	6	14.3	17	9.4	3	5.5	
1-2 ปี	32	45.7	2	4.3	4	66.7	8	19.0	89	49.2	28	50.9	
3-4 ปี	23	32.9	31	67.4	2	33.3	24	57.1	62	34.3	15	27.3	
5 ปี ขึ้นไป	14	20.0	6	13.0	0	0.0	4	9.5	13	7.2	9	16.4	
รวม	70	100.0	46	100.0	6	100.0	42	100.0	181	100.0	55	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.8 สมมติฐานที่ 8 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อ
บ้านมือสองแตกต่างกัน

H_0 : รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นอิสระกับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

H_1 : รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อบ้านมือสอง

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีรูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองแบบ บ้านเดี่ยวสองชั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 ดังตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบบ้านมือสองที่
ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รูปแบบบ้าน	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านแฝด	5	3.8	4	2.9	0	0.0	0	0.0	
อาคารพาณิชย์	4	3.0	12	8.6	13	14.8	10	25.0	
ทาวน์เฮาส์	37	28.0	13	9.3	8	9.1	2	5.0	
คอนโดมิเนียม	4	3.0	6	4.3	0	0.0	0	0.0	
บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	51	38.6	70	50.0	22	25.0	6	15.0	
บ้านเดี่ยวสองชั้น	17	12.9	31	22.1	45	51.1	19	47.5	
อื่นๆ	14	10.6	4	2.9	0	0.0	3	7.5	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.2 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.1 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบัน ไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย และบ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบัน ไม่มีคนอยู่อาศัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 ดังตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

รูปแบบบ้าน	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย	23	17.4	12	8.6	1	1.1	12	30.0	
บ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย	52	39.4	55	39.3	64	72.7	12	30.0	
บ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย	53	40.2	73	52.1	23	26.1	11	27.5	
อื่นๆ	4	3.0	0	0.0	0	0.0	5	12.5	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ต้องการเนื้อที่ดินบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.7 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 61-80 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อเนื้อที่ดิน 50-60 ตารางวา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เนื้อที่ดินของบ้านมือสอง ที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

เนื้อที่ดิน	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 50 ตารางวา	33	25.0	17	12.1	11	12.5	11	27.5	
50-60 ตารางวา	59	44.7	46	32.9	21	23.9	13	32.5	
61-80 ตารางวา	21	15.9	24	17.1	28	31.8	2	5.0	
81-100 ตารางวา	12	9.1	13	9.3	9	10.2	12	30.0	
มากกว่า 100 ตารางวา	7	5.3	40	28.6	19	21.6	2	5.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.6 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองราคา 500,001-1,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 ดังตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ราคา	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 500,000 บาท	45	34.1	27	19.3	3	3.4	8	20.0	
500,001-1,000,000 บาท	80	60.6	89	63.6	66	75.0	17	42.5	
1,000,001-1,500,000 บาท	7	5.3	20	14.3	13	14.8	4	10.0	
1,500,001 บาทขึ้นไป	0	0.0	4	2.9	6	6.8	11	27.5	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ วิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการจ่ายเงิน ซื้อบ้านมือสอง	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.56
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ซื้อเงินสด	6	4.5	6	4.3	6	6.8	2	5.0	
ซื้อเงินผ่อน	124	93.9	134	95.7	82	93.2	38	95.0	
อื่น ๆ	2	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสอง 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองอายุ 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 ดังตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

อายุของบ้านมือสอง	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 1 ปี	16	12.1	17	12.1	1	1.1	0	0.0	
1-2 ปี	63	47.7	66	47.1	21	23.9	13	32.5	
3-4 ปี	46	34.8	53	37.9	37	42.0	21	52.5	
5 ปี ขึ้นไป	7	5.3	4	2.9	29	33.0	6	15.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ทำเลที่ตั้ง	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.10
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ใกล้สถานศึกษา บุตร	14	10.6	7	5.0	0	0.0	0	0.0	
ใกล้ที่ทำงาน	45	34.1	38	27.1	40	45.5	7	17.5	
ใกล้ที่อำนวยความสะดวก	67	50.8	93	66.4	41	46.6	27	67.5	
อื่นๆ	6	4.5	2	1.4	7	8.0	6	15.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รายได้ 20,001-35,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองที่อยู่เดิมกับแคบเกินไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.7 รายได้ 35,001-50,000 บาท จะเลือกซื้อบ้านมือสองเพื่อการลงทุน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.5 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จะเลือกซื้อบ้านมือสองต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 ดังตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุผลที่ทำให้ต้องการซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผล	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต้องการแยก ครอบครัว	18	13.6	17	12.1	18	20.5	6	15.0	
ที่อยู่เดิมมีปัญหาใน การเดินทาง	4	3.0	17	12.1	3	3.4	0	0.0	
เพื่อการลงทุน	6	4.5	17	12.1	26	29.5	8	20.0	
ที่อยู่เดิมไกลจาก ศูนย์ธุรกิจ	7	5.3	15	10.7	6	6.8	3	7.5	
สภาพแวดล้อมเดิม ไม่ดี	6	4.5	17	12.1	1	1.1	2	5.0	
ที่อยู่เดิมคับแคบ เกินไป	18	13.6	29	20.7	15	17.0	3	7.5	
ต้องการที่อยู่เป็น ของตนเอง	73	55.3	24	17.1	19	21.6	18	45.0	
อื่น ๆ	0	0.0	4	2.9	0	0.0	0	0.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.1 รายได้ 20,001-35,000 บาท ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 รายได้ 35,001-50,000 บาท คู่สมรส มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ตัวเอง มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 ดังตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

บุคคล	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้บังคับบัญชา	2	1.5	0	0.0	0	0.0	3	7.5	
เพื่อนร่วมงาน	2	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ญาติพี่น้อง	4	3.0	6	4.3	5	5.7	2	5.0	
บิดา-มารดา	29	22.0	22	15.7	6	6.8	7	17.5	
คู่สมรส	42	31.8	37	26.4	36	40.9	11	27.5	
คนรัก	8	6.1	5	3.6	4	4.5	0	0.0	
ตัวเอง	45	34.1	60	42.9	35	39.8	17	42.5	
อื่น ๆ	0	0.0	10	7.1	2	2.3	0	0.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.8 รายได้ 20,001-35,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 รายได้ 35,001-50,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก ป้ายโฆษณา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 และ รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสองจาก งานจัดแสดงบ้านมือสอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 ดังตารางที่ 4.65

ตารางที่ 4.65 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่าง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง กับรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูล	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน								Pearson chi- square P = 0.00*
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-35,000 บาท		35,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อน , คนรู้จัก	13	9.8	7	12.1	2	2.3	4	10.0	
หนังสือพิมพ์	2	1.5	4	2.9	0	0.0	2	5.0	
วิทยุ	6	4.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
โทรทัศน์	0	0.0	12	8.6	2	2.3	0	0.0	
นิตยสาร	12	9.1	2	1.4	1	1.1	3	7.5	
แผ่นพับ/ใบปลิว	6	4.5	19	13.6	8	9.1	3	7.5	
ป้ายโฆษณา	30	22.7	23	16.4	40	45.5	7	17.5	
อินเทอร์เน็ต	14	10.6	23	16.4	6	6.8	6	15.0	
รถโฆษณาเคลื่อนที่	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
งานจัดแสดงบ้านมือสอง	46	34.8	40	28.6	29	33.0	9	22.5	
อื่น ๆ	3	2.3	0	0.0	0	0.0	6	15.0	
รวม	132	100.0	140	100.0	88	100.0	40	100.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบค่าสถิติ

การที่จะนำเอาค่าประมาณที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้งานจำเป็นต้องทดสอบนัยสำคัญทางสถิติเสียก่อน ซึ่งเราต้องทดสอบ

ค่า t-statistic เพื่อทดสอบนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent variables) และตัวแปรอิสระ (Independent variable) ของสมการ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ สามารถดูได้จากค่า Significant ของตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.493 หมายความว่า Q และ R มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.493)*100$ หรือประมาณ ร้อยละ 49.30 และ ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 หมายความว่า Q และ P มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.000)*100$ หรือประมาณ ร้อยละ 0.00 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 หมายความว่า Q และ L มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.000)*100$ หรือประมาณ ร้อยละ 0.00 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 หมายความว่า Q และ Y มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.406)*100$ หรือประมาณ ร้อยละ 40.00 และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.227 หมายความว่า Q และ X มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.227)*100$ หรือประมาณ ร้อยละ 22.70 ยิ่งน้อยแสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ หรือสามารถ Reject Null Hypothesis ซึ่งแสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์นั้นใช้ได้

ค่า F-Statistic เพื่อทดสอบนัยสำคัญของตัวแปรทุกตัวในสมการ ถ้าตัวแปรในสมการทุกตัวมีนัยสำคัญ ก็แสดงว่าสมการดังกล่าวเป็นตัวแทนที่ดีของข้อมูลตัวอย่าง ส่วนวิธีการทดสอบค่า F-Statistic ในโปรแกรม SPSS โดยวิธี Stepwise สำหรับค่า F-Statistic ที่ได้มีค่าเท่ากับ 24.880 และค่าของ F-Sig. จะเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึงการมีนัยสำคัญโดยการประมาณจะให้ผลใกล้เคียงกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง

ค่า R^2 เป็นค่าสถิติ ที่แสดงถึงสัดส่วน หรือร้อยละของความผิดพลาด ที่แบบจำลองสามารถอธิบายได้จากสมการที่ประมาณการ จากตัวอย่าง ค่า $R^2 = 0.969$ มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายความว่า สมการที่ประมาณได้เป็นตัวแทนที่ดีของข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ตัวแปรอิสระ R, P, L, Y และ X สามารถอธิบายการแปรเปลี่ยนของตัวแปรตาม Q ได้มาก เช่นเดียวกับค่า adjust R^2 เท่ากับ 0.930 ซึ่งเป็นการปรับค่า R^2 ซึ่งมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

ค่า Durbin-Watson state (d) เป็นค่าสถิติ ที่ใช้ทดสอบปัญหา Autocorrelation ซึ่งจะทดสอบว่าตัวคลาดเคลื่อน (U) มีการกระจายเป็นอิสระ ตามข้อสมมติหรือไม่ ถ้ามีการกระจายเป็นอิสระ ค่า d จะไม่ต่างจาก 2 มาก ค่าที่ได้เท่ากับ 2.193 ซึ่งไม่ต่างจาก 2 มาก แสดงว่าตัวรบกวนดังกล่าวมีการกระจายเป็นอิสระ ซึ่งจากตัวอย่างนี้ ค่า Durbin-Watson state (d) มีค่าเท่ากับ 2.193

5. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อื่นๆ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ปรากฏผลดังนี้

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ความถี่
1	อยากให้มีย่านมือสองราคาถูกสำหรับผู้มีรายได้น้อย	4
2	อยากให้มีการเช่าอยู่ฟรีก่อน 1 ปี แล้วค่อยเริ่มผ่อนชำระที่หลัง	2
3	อยากให้มิโปรโมชันพิเศษสำหรับผู้ที่มาเข้าชมงานแสดงบ้านมือสอง	1

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้ทำการวิเคราะห์โดยคัดเลือกตัวแปรที่สำคัญนำมาอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ระหว่างปี พ.ศ.2542 – พ.ศ.2551 โดยใช้วิธีเศรษฐมิติ ด้วยการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ ปริมาณการซื้อบ้านมือสอง กับตัวแปรอิสระต่าง ๆ ดังนี้

$$Y = 220476.81 - 966.836 R - 248.970 P + 9.510 L - 0.099 Y - 122520.5 X$$

ผลการศึกษาสมการถดถอยเชิงซ้อน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค มากที่สุด คือ **วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ** ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ 122520.50 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง และมีผลต่อปริมาณการซื้อบ้านมือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับประมาณ $(1-0.227)*100$ หรือประมาณร้อยละ 22.70 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ รองลงมา คือ **อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย** ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ 966.836 จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับประมาณ $(1-0.493)*100$ หรือประมาณร้อยละ 49.30 **ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย** ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ 248.970 มีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับประมาณ $(1-0.000)*100$ หรือประมาณร้อยละ 0.00 **สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย** ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก 9.510 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณ

การซื้อบ้านมือสอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับประมาณ $(1-0.00)*100$ หรือประมาณร้อยละ 0.00 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ 0.099 มีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับประมาณ $(1-0.406)*100$ หรือประมาณร้อยละ 40.60

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี ที่คืนพร้อมสิ่งปลูกสร้าง มีจำนวน 3,840 รายการ ซึ่งจำแนกตามลักษณะของบ้านมือสอง พบว่า จำนวนทรัพย์สินรอการขายที่มีมากที่สุดคือ ทาวน์เฮ้าส์ มีจำนวน 1,349 หลัง รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ จำนวน 1,187 หลัง บ้านเดี่ยว จำนวน 590 หลัง คอนโดมิเนียม จำนวน 694 ห้อง

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนาที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการแจกแบบสอบถามการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ชุด พบว่า

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001-35,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน 1-3 คน สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้อยู่อาศัย ปัจจุบันอยู่บ้านตัวเอง และมีรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน 1 คัน

3.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง

รูปแบบบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ลักษณะบ้านมือสองที่ต้องการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ เลือกซื้อบ้านที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย เนื้อที่ดินประมาณ 50-60 ตารางวา ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่ต้องการเลือกซื้อ อยู่ระหว่าง 500,001-1,000,000 บาท ต้องการซื้อบ้านแบบซื้อเงินผ่อน อายุของบ้านมือสองที่ต้องการซื้อ อยู่ระหว่าง 1-2 ปี ต้องการทำเลใกล้ที่อำนวยความสะดวก (โรงพยาบาล, ห้างสรรพสินค้า) ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ เลือกซื้อ คือ ตัวเอง และทราบข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับบ้านมือสอง งานการจัดแสดงบ้านมือสอง

3.3 องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง

พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ระบบสาธารณูปโภค อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ สิ่งแวดล้อม ทัศนียภาพ บริเวณบ้าน อยู่ในระดับ มาก และ สภาพภายในบ้าน อยู่ในระดับ มาก ด้านราคา ราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมคุ้มค่าเงิน อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับ มาก และ ส่วนลดเงินสด อยู่ในระดับ มาก ด้านสถานที่ สาธารณูปโภคครบครัน ไฟฟ้าสว่าง/ น้ำประปา/ สวนหย่อมอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ มีทางเข้าออกสะดวก อยู่ในระดับ มากที่สุด และ การเดินทางคมนาคมสะดวก อยู่ในระดับ มาก ด้านการส่งเสริมการตลาด การจูงใจโดยการให้ส่วนลดพิเศษ เช่น ในช่วงปีใหม่ซื้อบ้านมือสอง ได้ส่วนลดทันที 100,000 บาท อยู่ในระดับ มาก รองลงมา คือ การให้บริการเรื่องการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับ มาก และ การจูงใจโดยสิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมเปลี่ยนมุ้งลวดให้ใหม่ จัดสวนหย่อมให้ใหม่ อยู่ในระดับ มาก

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค

จากการใช้วิธีการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อบ้านมือสองกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่าคงที่มีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่า สันเชื่อที่อยู่อาศัย

เพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร และปริมาณเงินฝาก มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อบ้านมือสองทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย และ ตัวแปรวิกฤตเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยไม่พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในช่วงที่ทำการศึกษา

โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะ เมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ถูกลด ทำให้ต้นทุนในการซื้อบ้านลดลง ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสองมากขึ้นตามไปด้วย เพื่อที่จะได้ผ่อนบ้านในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลด ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะ เมื่อราคาที่อยู่อาศัยถูกลด ทำให้มีผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสองมากขึ้นตามไปด้วย ดินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพิ่มขึ้น จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง อาจเป็นเพราะ มีคนบางส่วนต้องการซื้อบ้านใหม่ และต้องการขายบ้านมือสอง จึงทำให้มีบ้านมือสองออกมาขายทอดตลาดมากขึ้น จึงทำให้มีผู้สนใจซื้อบ้านมือสองมากขึ้น ตามไปด้วย รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ลดลง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง อาจเป็นเพราะ เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อาจจะทำให้ประชาชนหันไปสนใจซื้อบ้านใหม่กันมากขึ้น จึงทำให้ความต้องการซื้อบ้านมือสองมีปริมาณการซื้อที่ลดลงไปด้วย วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการซื้อบ้านมือสอง และมีผลต่อปริมาณการซื้อบ้านมือ แสดงว่า หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนสนใจซื้อบ้านมือสองน้อยลง อาจจะเป็นเนื่องจาก ความไม่แน่นอนในอนาคตที่จะผ่อนส่งบ้าน เมื่อมีการกู้ยืม จึงทำให้ประชาชนสนใจซื้อบ้านมือสองลดลง

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ทางด้านอุปทานบ้านมือสอง พบว่า ทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวนทรัพย์สินรอการขายที่มีมากที่สุดคือ ทาวน์เฮ้าส์ มีจำนวน 1,349 หลัง รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ จำนวน 1,187 หลัง บ้านเดี่ยวจำนวน 590 หลัง คอนโดมิเนียมจำนวน 694 ห้องชุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปริมาณอุปทานบ้านมือสองของทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งกระจุกตัวอยู่ใน 3 อำเภอใหญ่ คือ อำเภอเมือง

อำเภอบางละมุง(พัทยา) และอำเภอศรีราชา ซึ่งทรัพย์สินรอการขายที่มีมากที่สุดคือ ทาวน์เฮ้าส์ เนื่องจากทาวน์เฮ้าส์มีราคาไม่สูงมากนักทำให้ผู้ซื้อที่มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไปสามารถที่จะขอสินเชื่อเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์เพื่อผ่อนชำระได้ และเมื่อรายได้ลดลงจึงทำให้ขาดความสามารถในการผ่อนชำระจึงกลายมาเป็นทรัพย์สินรอการขายที่มีจำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการแจกแบบสอบถามวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ชุด ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาถึงลักษณะของข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง มีอายุอยู่ในวัยกลางคน ระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงวัยทำงาน และมีครอบครัวแล้ว การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-35,000 บาท ซึ่งมีรายได้เพียงพอที่จะผ่อนชำระได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันนี้ทำให้คนมีบุตรน้อยลง สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้อยู่อาศัย จึงทำให้ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และมีรถยนต์ไว้ใช้งานครอบครัวละ 1 คัน

3.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง

ส่วนใหญ่ ต้องการซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว ที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย ต้องการเนื้อที่ประมาณ 50-60 ตารางวา เนื่องจากมีสมาชิกภายในครอบครัวเพียงไม่กี่คน และต้องการบ้านที่มีราคาประมาณ 500,001-1,000,000 บาท เพื่อที่จะมีกำลังในการผ่อนชำระในแต่ละเดือน อายุการปลูกสร้างอยู่ระหว่าง 1-2 ปี ทำให้บ้านไม่ดูเก่าและทรุดโทรมเกินไป ต้องการทำเลใกล้ที่อำนวยความสะดวก (โรงพยาบาล,ห้างสรรพสินค้า) เพื่อความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อ โดยทราบข้อมูลข่าวสาร จากงานการจัดแสดงบ้านมือสอง

3.3 องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสองจำนวน 400 ชุด ซึ่งผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา แยกเป็นรายด้าน พบว่า

องค์ประกอบที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง **ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าระบบสาธารณูปโภค อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ สิ่งแวดล้อม ทัศนียภาพ บริเวณบ้าน และสภาพภายในบ้าน **ด้านราคา** ราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมคุ้มค่าเงิน รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย และ ส่วนลดเงินสด **ด้านสถานที่** สาธารณูปโภคครบครัน ไฟฟ้าสว่าง/ น้ำประปา/ สวนหย่อม รองลงมา คือ มีทางเข้าออกสะดวก และ การเดินทางคมนาคมสะดวก **ด้านการส่งเสริมการตลาด** การจูงใจโดยการให้ส่วนลดพิเศษ เช่น ในช่วงปีใหม่ซื้อบ้านมือสอง ได้ส่วนลดทันที 100,000 บาท รองลงมา คือ การให้บริการเรื่องการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับ มาก และ การจูงใจโดยการสิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมเปลี่ยนมุ้งลวดให้ใหม่ จัดสวนหย่อมให้ใหม่ เนื่องจากผู้ซื้อบ้านมือสองสามารถที่จะเลือกพิจารณาได้ว่าบ้านมีระบบสาธารณูปโภคครบ และสามารถเลือกสิ่งแวดล้อม เพื่อนบ้านใกล้เคียง ทัศนียภาพได้ตามความต้องการ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อื่นๆ จากประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อยากให้มีบ้านมือสองราคาถูกสำหรับผู้มีรายได้น้อยจำนวน 4 คน อยากให้มีการเช่าอยู่ฟรีก่อน 1 ปี แล้วค่อยเริ่มผ่อนชำระทีหลัง จำนวน 2 คน อยากให้มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้ที่มาเข้าชมงานแสดงบ้านมือสองจำนวน 1 คน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา จะพบว่าที่อยู่อาศัยถือเป็นทรัพย์สินถาวร และเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้นการซื้อที่อยู่อาศัยจำเป็นต้องใช้เงินก้อนใหญ่จำนวนมาก และผู้ซื้ออาจจะใช้ที่อยู่อาศัยตลอดทั้งชีวิต ฉะนั้นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงต้องอาศัยปัจจัยและองค์ประกอบในหลายๆ ด้าน เพื่อให้ได้ที่อยู่ที่เหมาะสม และคุ้มค่ากับเงินที่ต้องใช้ไป ซึ่งจากงานการศึกษานี้ สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีความต้องการเลือกซื้อบ้านมือสอง และเหมาะสำหรับผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์และสถาบันการเงินที่ต้องการพัฒนาปรับปรุงทรัพย์สินรอการขายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษา ได้จัดทำเฉพาะ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ที่สนใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าควรจะมีการทำการวิจัยอีกครั้งหนึ่งในลักษณะนี้และหากได้มีการทำวิจัยขยายไปสู่จังหวัดอื่น ๆ หรือในระดับประเทศ จะทำให้หาผลสรุปได้ชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติและปรับใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาในระดับประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

- กชกร แสนจิตร. (2549). **ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้านาคารอาคารสงเคราะห์ (สำนักงานใหญ่) ในเขตกรุงเทพมหานคร.** สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ขวัญเนตร พรหมรักษ์ (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองจากธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครขอนแก่น .**สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ชัยยุทธ สุวรรณมาลัย. (2543). **พฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ .** สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2549). **เทคนิคการเขียนเค้าโครงวิจัย : แนวทางสู่ความสำเร็จ.** กรุงเทพฯ : ไทยเนรมิตกิจ.
- ต้องตา สุวรรณ. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธงชัย ชูสุวรรณ. (2537). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ 1.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. **ภาคอสังหาริมทรัพย์ : ธุรกิจที่อยู่อาศัยฟื้นตัว.** (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th>. ค้นคืนวันที่ 19 เมษายน 2552.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. **วิกฤตอสังหาริมทรัพย์กับการปรับตัวของผู้ประกอบการจัดสรรที่ดิน.** ปีที่ 15 ฉบับที่ 56 ประจำเดือน มกราคม – มีนาคม 2552. ออนไลน์. แหล่งที่มา <http://www.ghbhomecenter.com>. ค้นคืนวันที่ 19 เมษายน 2552
- ธวัชชัย งามสันติวงศ์. (2540). **SPSS FOR WINDOWS.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท 21 เซ็นจูรี่การพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2544). **การวิจัยเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิริยะ เหลืองปฐมอร่าม. (2543). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร.คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิน . (2542). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค.** ไทยวัฒนาพานิช.
- วิสุทธิ์ กัลยาศิริ. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย กรณีศึกษา เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร.สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ (Business Research). กรุงเทพมหานคร : บริษัท A.N. การพิมพ์.

สมภูมิ แสงวงกุล. (2546). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สมลักษณ์ ศาสตร์ประสิทธิ์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็น ทรัพย์สินรอการขาย กรณีศึกษาที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินรอการขายของ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัย

สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก . (2545) . ทฤษฎีอุปสงค์ 45. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สำมะโนประชากรและเคหะ. (2543). จังหวัดชลบุรี สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรื.

ข้อมูลสถิติครัวเรือนส่วนบุคคล จำแนกตามประเภทของที่อยู่อาศัย จังหวัดชลบุรี

พ.ศ.2543. (ระบบออนไลน์) . แหล่งที่มา <http://www.chonburi.nso.go.th>.

ค้นคืนวันที่ 19 เมษายน 2552.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. แหล่งที่มา www.chon.go.th : ออนไลน์.

ค้นคืนวันที่ 16 มีนาคม 2552

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางจิตจิรา นิ่มเจริญนิคม
วัน เดือน ปี	8 ตุลาคม 2511
สถานที่เกิด	จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
สถานที่ทำงาน	บริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

ภาคผนวก

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อขายบ้านมือสอง

ปี	ตัวแปรอิสระ					ตัวแปรตาม
	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (ร้อยละ)	ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย	สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อการปลูกสร้างและบ้านจัดสรร (ล้านบาท)	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ (ตัวแปรหุ่น)	มูลค่าการซื้อขายบ้านมือสอง (ล้านบาท)
2542	8.50	511.90	77,726	12,729	0	867,362.58
2543	11.50	521.66	74,221	12,150	0	771,024.36
2544	7.50	522.74	78,116	12,185	1	685,178.37
2545	8.50	527.52	67,829	13,736	1	624,377.50
2546	8.50	545.30	62,796	14,602	1	544,455.01
2547	8.50	578.30	50,594	14,963	0	472,472.63
2548	9.25	622.12	34,035	15,833	0	400,557.00
2549	9.75	646.14	34,023	17,787	0	355,622.00
2550	10.00	648.60	32,028	18,660	0	360,887.00
2551	8.00	628.64	33,382	19,530	0	385,442.00

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (สถิติเครื่องชี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์). ปรับปรุงล่าสุด 30 เมษายน 2552.

แหล่งที่มา www.bot.or.th. ค้นคืนวันที่ 7 เมษายน 2552.

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองและพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของการเลือกซื้อบ้านมือสอง ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง และ ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการซื้อขายบ้านมือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ข้อมูลที่รวบรวมได้ ผู้ศึกษาจะนำมาวิเคราะห์และใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาปรับปรุงที่อยู่อาศัย และช่วยลดความเสี่ยงของการลงทุนในที่อยู่อาศัยที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ในการศึกษา และนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป ขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และผู้ศึกษาขอถือ โอกาสนี้ขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ครั้นนี้

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ลักษณะทั่วไปของการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 4 | ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม |

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถาม

จิตจิรา นิมเจริญนิยม

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี 2. 31-40 ปี 3. 41-50 ปี 4. 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. สมรสไม่จดทะเบียน 4. หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. รับราชการ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3. เกษียณ
 4. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว 5. พนักงานบริษัทเอกชน 6. รับจ้าง / อื่นๆ

6. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 20,000 บาท 2. 20,001-35,000 บาท 3. 35,001-50,000 บาท 4. 50,001 บาทขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัยบ้านเดียวกับท่าน

1. 1-3 คน 2. 4-6 คน 3. 7-9 คน 4. 10 คนขึ้นไป

8. สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล

1. เจ้าบ้าน 2. ผู้อยู่อาศัย

9. ที่อยู่อาศัย ในปัจจุบัน

1. บ้านตัวเอง 2. ห้องเช่า/บ้านเช่า/หอพัก 3. อาศัยอยู่กับญาติ พี่น้อง 4. อื่นๆ ระบุ.....

10. จำนวนรถยนต์ที่จอดประจำที่บ้าน

1. 1 คัน 2. 2 คัน 3. 3 คัน 4. มากกว่า 3 คัน 5. ไม่มี

11. ท่านมีความสนใจซื้อบ้านมือสองหรือไม่

1. สนใจ 2. ไม่สนใจ

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

11. รูปแบบบ้านมือสองที่ท่านต้องการเลือกซื้อ

1. บ้านแฝด 2. อาคารพาณิชย์ 3. ทาวน์เฮาส์ 4. คอนโดมิเนียม
 5. บ้านเดี่ยวชั้นเดียว 6. บ้านเดี่ยวสองชั้น 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ลักษณะบ้านมือสองที่ท่านต้องการเลือกซื้อ

1. บ้านที่ปัจจุบันมีคนอยู่อาศัย 2. บ้านเคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย
 3. บ้านที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัย 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. เนื้อที่ของที่ดินบ้านมือสองที่ท่านต้องการเลือกซื้อ

1. น้อยกว่า 50 ตารางวา 2. 50-60 ตารางวา 3. 61-80 ตารางวา
 4. 81-100 ตารางวา 5. มากกว่า 100 ตารางวา

14. ราคาขณะซื้อบ้านมือสองพร้อมที่ดินที่ท่านต้องการเลือกซื้อ
1. ต่ำกว่า 500,000 บาท 2. 500,001-1,000,000 บาท
3. 1,000,001-1,500,000 บาท 4. 1,500,001 บาทขึ้นไป
15. ท่านมีวิธีการจ่ายเงินซื้อบ้านมือสอง ในลักษณะใด
1. ชื้อเงินสด 2. ชื้อเงินผ่อน 3. อื่นๆ ระบุ.....
16. อายุของบ้านมือสองที่ท่านจะซื้อและยอมรับได้
1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1-2 ปี 3. 3-4 ปี 4. 5 ปี ขึ้นไป
17. ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสองที่ท่านต้องการเลือกซื้อมากที่สุด
1. ใกล้สถานศึกษาบุตร 2. ใกล้ที่ทำงาน
3. ใกล้ที่อำนวยความสะดวก(โรงพยาบาล,ห้างสรรพสินค้า) 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....
18. เหตุผลที่ทำให้ท่านต้องการซื้อบ้านมือสองมาจากอะไรมากที่สุด
1. ต้องการแยกครอบครัว 2. ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง 3. เพื่อการลงทุน
4. ที่อยู่เดิมไกลจากศูนย์ธุรกิจ 5. สภาพแวดล้อมเดิมไม่ดี 6. ที่อยู่เดิมคับแคบเกินไป
7. ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
19. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองมากที่สุด
1. ผู้บังคับบัญชา 2. เพื่อนร่วมงาน 3.ญาติพี่น้อง 4. บิดา-มารดา
5. คู่สมรส 6. คนรัก 7. ตัวเอง 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
20. ท่านทราบข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับบ้านมือสอง จากที่ใดมากที่สุด
1. เพื่อน,คนรู้จัก 2. หนังสือพิมพ์ 3. วิทยุ 4. โทรทัศน์
5. นิตยสาร 6. แผ่นพับ/ใบปลิว 7. ป้ายโฆษณา 8. อินเทอร์เน็ต
9. รถโฆษณาเคลื่อนที่ 10. งานจัดแสดงบ้านมือสอง 11. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง แสดงระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองในปัจจุบันด้านต่างๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง		ระดับการตัดสินใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	แบบบ้าน					
2	เนื้อที่บ้าน					
3	ระบบสาธารณูปโภค					
4	สิ่งแวดล้อม ทัศนียภาพ บริเวณบ้าน					
5	สภาพภายในบ้าน					
6	อายุการปลูกสร้าง					
7	พื้นที่ประโยชน์ใช้สอย					
8	สามารถต่อเติมปรับปรุงได้					
9	ที่ดินมีความสวยงาม คงทน					
10	จำนวนห้องของบ้าน					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง		ระดับการตัดสินใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านราคา						
1	ราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมคุ้มค่าเงิน					
2	จำนวนเงินจอง					
3	จำนวนเงินทำสัญญา					
4	จำนวนเงินค่างวด					
5	จำนวนเงินที่ผ่อนส่ง					
6	ระยะเวลาที่ผ่อนส่ง					
7	อัตราดอกเบี้ย					
8	ส่วนลดเงินสด					
9	อัตราค่าสาธารณูปโภค					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง		ระดับการตัดสินใจ				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านสถานที่						
1	ใกล้สถานที่อำนวยความสะดวก					
2	ใกล้ธนาคาร					
3	ใกล้โรงพยาบาล					
4	ใกล้สถานีตำรวจ					
5	ใกล้สถานศึกษาของบุตร					
6	ใกล้ที่ทำงาน					
7	ใกล้ห้างสรรพสินค้า					
8	ใกล้ตลาด					
9	ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย					
10	การเดินทางคมนาคมสะดวก					
11	มีทางเข้าออกสะดวก					
12	สาธารณูปโภคครบครัน ไฟฟ้าสว่าง/น้ำประปา/ สวนหย่อม					
13	การจัดแปลนบ้านได้เหมาะสม/บรรยากาศดี					
14	อยู่ใกล้ยามรักษาความปลอดภัย					
15	ทิศทางของตัวบ้านเหมาะสมกับความเชื่อ					

