



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา
Factors Affecting Housing Estate Purchasing Decision of Medical
Profession in Muang Yala District, Yala Province

ภัทระ ลิ้มกาญจนา
Phatthara Limkanchana

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Business Administration
Prince of Songkla University

2566

Minor Thesis Title Factors Affecting Housing Estate Purchasing Decision of Medical Profession in Muang Yala District, Yala Province

Author Mr. Phatthara Limkanchana

Major Program Business Administration

Academic Year 2022

ABSTRACT

Research on Factors Affecting Housing Estate Purchasing Decision of Medical Profession in Muang Yala District, Yala Province, The purpose of this study was to study guidelines for building housing estates to meet the needs of medical profession in Muang Yala District, Yala Province by using Sustainable Development Goals (SDGs) and other concepts as a qualitative research. Data were collected by in-depth interviews (In-depth Interview) from 6 medical professors in Muang Yala District, Yala Province and to study factors affecting housing estate purchasing decision of medical profession in Muang Yala District and contribute to business planning is a quantitative research data collection by questionnaire from medical profession in Muang Yala District, Yala Province, totaling 287 people. Descriptive data analysis using percentage, frequency distribution, mean and standard deviation and inferential analysis by T-test, One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis at 0.05 significance level.

The study found that principles for purchasing a housing estate by adopting the Sustainable Development Goals, goal 11, encouraging safer cities and human settlements to consider when buying housing as much as possible. For the analysis of factors affecting housing estate purchasing decision, it was found that 1) Individual factors are different. The decisions to purchase a housing estate are different. 2) The factors of consumer behavior are different. The decisions to buy a housing estate are different. 3) Marketing mix factors affecting the decision to purchase a housing estate in 3 aspects, price, distribution channel and personnel from a total of 7 aspects. This research is useful for knowing the needs of target customers who want to purchase a housing estates in the future.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือ รวมถึงการได้รับคำแนะนำและกำลังใจจากบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช ผู้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และชี้แนะแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์เล่มนี้ ตลอดจน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณา สุวรรณโณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ลิ้มอุสันโน ที่ให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางการทำวิจัยที่ถูกต้องตามระเบียบวิจัย ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ทั้งด้านเนื้อหาและวิชาการมากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และให้การสนับสนุนอย่างดี รวมถึงเพื่อน ๆ พี่ ๆ ทุกท่านที่ให้คำแนะนำ ปรึกษา และกำลังใจในการจัดทำวิจัย ตลอดจนผู้สนับสนุนทุกท่านที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวนามในที่นี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณความปรารถนาดีและความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบพระคุณบิดา มารดา และพี่น้อง ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดการศึกษา จนทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้

ภัทระ ลิ้มกาญจนา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(2)
ABSTRACT.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(7)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ประเภทบ้านจัดสรร.....	5
2.2 ประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดยะลา.....	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ.....	9
2.4 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.5 บุคลากรทางการแพทย์.....	14
2.6 สินเชื่อที่อยู่อาศัย.....	17
2.7 การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs).....	19
2.8 ปัจจัยการประกอบธุรกิจบ้านอสังหาริมทรัพย์.....	23
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	31
2.11 สมมติฐานการวิจัย.....	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย.....	37
3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย.....	39
3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	43
4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	67
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	67
5.2 อภิปรายผล.....	69
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	71
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก ผลประเมินคุณภาพแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม.....	79
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม.....	91
ประวัติผู้เขียน.....	101

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 การจัดสร้างอสังหาริมทรัพย์ขึ้นใหม่ในปี 2563 และแนวโน้มในปี 2654.....	1
ตารางที่ 1.2 จำนวนและยอดการขายอสังหาริมทรัพย์ในปี 2563 และแนวโน้มในปี 2654.....	2
ตารางที่ 2.1 ตัวอย่าง ปัญหา/ความต้องการ.....	11
ตารางที่ 2.2 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลศูนย์ยะลา.....	16
ตารางที่ 2.3 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลสิโรรส.....	16
ตารางที่ 2.4 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์.....	17
ตารางที่ 2.5 อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัย.....	19
ตารางที่ 3.1 การกระจายกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับการเก็บข้อมูล.....	34
ตารางที่ 3.2 การกระจายกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการเก็บข้อมูล.....	35
ตารางที่ 4.1 แสดงถึงการนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	45
ตารางที่ 4.2 แสดงถึงการแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	46
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	51
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	54
ตารางที่ 4.7 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามเพศ.....	55
ตารางที่ 4.8 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ.....	56
ตารางที่ 4.10 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสายงาน/วิชาชีพ.....	56
ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน.....	57
ตารางที่ 4.12 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	58
ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านประเภทของบ้านจัดสรร.....	59
ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร...60	
ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	61
ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร.....	62
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation).....	63
ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร.....	64
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสามารถในการพยากรณ์.....	64
ตารางที่ 4.20 แสดงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร.66	
ตารางที่ 4.21 แสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปี 2561 ปริมาณการจัดสร้างอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยที่เปิดขายใหม่ มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.2 คิดเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.2 โดยอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรรที่เปิดขายใหม่ มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.7 คิดเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 66.9 แต่ในปี 2562 และปี 2563 ปริมาณการจัดสร้างอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดขายใหม่ ประเภทบ้านจัดสรรและอาคารชุด มีจำนวนและมูลค่าลดลง ซึ่งแนวโน้มในปี 2564 คาดว่าจะมีปริมาณการจัดสร้างอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยที่เปิดขายใหม่ มีการอัตราการสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 โดยอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรมีอัตราการสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 และประเภทอาคารชุดมีอัตราการสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.1 ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 การจัดสร้างอสังหาริมทรัพย์ขึ้นใหม่ในปี 2563 และแนวโน้มในปี 2564

ประเภท อสังหาริมทรัพย์	จำนวนการจัดสร้างขึ้นใหม่ (หลัง)				มูลค่าการจัดสร้างขึ้นใหม่ (ล้านบาท)			
	ปี2561	ปี2562	ปี2563	ปี 2564	ปี2561	ปี2562	ปี2563	ปี 2564
บ้านจัดสรร	75,191	76,589	50,004	52,044	326,472	314,031	268,178	235,900
	70.7%	1.9%	-34.7%	4.1%	66.9%	-3.8%	-14.6%	-12.0%
อาคารชุด	95,677	72,050	29,404	36,784	389,751	294,696	154,065	202,634
	43.3%	-24.7%	-59.2%	25.1%	51.6%	-24.4%	-47.7%	31.5%
รวมทั้งประเทศ	170,868	148,639	79,408	88,828	716,222	608,727	422,243	438,534
	54.2%	-13.0%	-46.6%	11.9%	58.2%	-15.0%	-30.6%	3.9%

หมายเหตุ จากข้อมูลสำรวจ ณ ครั้งแรกปี โดย ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2563)

ตารางที่ 1.2 จำนวนและยอดการขายอสังหาริมทรัพย์ในปี 2563 และแนวโน้มในปี 2564

ประเภท อสังหาริมทรัพย์	จำนวนการขาย (หลัง)				มูลค่าการขาย (ล้านบาท)			
	ปี2561	ปี2562	ปี2563	ปี 2564	ปี2561	ปี2562	ปี2563	ปี 2564
บ้านจัดสรร	67,591	60,715	59,026	60,191	272,089	237,735	242,400	256,587
	29.2%	-10.2%	-2.8%	2.0%	24.9%	-12.6%	2%	5.9%
อาคารชุด	91,073	59,958	31,241	33,881	350,372	236,184	150,797	148,471
	36.5%	-34.2%	-47.9%	8.4%	42.4%	-32.6%	-36.2%	-1.5%
รวมทั้งประเทศ	158,664	120,673	90,267	94,072	622,461	473,919	393,198	405,058
	33.3%	-23.9%	-25.2%	4.2%	34.2%	-23.9%	-17.0%	3.0%

หมายเหตุ จากข้อมูลสำรวจ ณ ครั้งแรกปี โดย ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2563)

ในปี 2562 การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรลดลงอาจจะมีสาเหตุมาจากมาตรการกำหนดวงเงินกู้ของผู้ซื้อบ้าน (LTV) และในปี 2563 ลดลงอาจจะมีสาเหตุมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้จำนวนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรมีอัตราการขายลดลงร้อยละ 2.8 และประเภทอาคารชุดมีอัตราการขายลดลงร้อยละ 47.9 ซึ่งแนวโน้มในปี 2564 มีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่ขายได้มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 และมูลค่ายอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 โดยคาดว่าจำนวนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรที่ขายได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 และประเภทอาคารชุดจะมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 ดังตารางที่ 1.2 (วิชัย วิรตกพันธ์, 2563)

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรตัวอย่างเช่นในจังหวัดยะลา เป็นต้น จัดว่าเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรและสถาบันการเงิน รวมทั้งภาษีเงินได้ของรัฐบาลตลอดจนผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้างและการมีงานทำของประชากรในพื้นที่เป็นจำนวนมาก โดยพบว่าในปี 2561 มีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น 3,100 หลัง ในปี 2562 มีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น 2,606 หลัง และในปี 2563 มีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น 2,954 หลัง ซึ่งมีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นในทุกปี (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2563)

สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเริ่มเกิดขึ้นในปลายปี 2562 ถึงปัจจุบันส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก และทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไป มีความเข้มงวดในเรื่องสุขอนามัยเป็นอย่างมาก ทำให้หลายธุรกิจมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หนึ่งในนั้นคือกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรร ต้องมีการปรับตัวของธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปด้วย โดยที่ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้ออสังหาริมทรัพย์น้อยลง แต่ต้องการพื้นที่อสังหาริมทรัพย์ ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้

ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรแต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนและนำกลยุทธ์ต่าง ๆ เพิ่มเข้ามา เพื่อใช้ในการดึงดูดผู้บริโภค เช่น การเพิ่มขนาดพื้นที่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้น การปรับลดราคาต่อตารางเมตรของบ้านจัดสรรลง การเพิ่มวัสดุในการสร้างบ้านจัดสรรที่สามารถป้องกันการติดเชื้อ และการแบ่งเขตพื้นที่ส่วนกลางให้มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2563)

อย่างไรก็ตามพบว่าจังหวัดยะลา เป็นจังหวัดที่กำลังพัฒนาและมีแนวโน้มความเจริญเติบโตในอนาคต เป็นแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในประเทศไทย และมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นในทุกปี (สำนักงานแรงงานจังหวัดยะลา, 2561) ประกอบกับเศรษฐกิจที่เติบโตและมีผลกระทบในวงกว้างมาจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรดังที่กล่าวมาข้างต้นจึงเห็นว่าจะที่จะมีการวิจัยศึกษาการเลือกซื้อบ้านจัดสรรตามความต้องการของประชากรที่ทำงานในจังหวัดยะลาที่ประกอบอาชีพบุคลากรทางการแพทย์ ว่ามีความต้องการบ้านจัดสรรในลักษณะอย่างไร เนื่องจากบ้านเป็นที่อยู่อาศัยที่มีความจำเป็นอย่างมาก อีกทั้งบุคลากรทางการแพทย์สามารถกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัยในวงเงินที่ค่อนข้างสูงและอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างต่ำ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564 อ้างถึงใน บริษัท แสสนศิริ จำกัด (มหาชน), 2564) ซึ่งในปัจจุบันสถาบันการเงินตัวอย่างเช่นธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีการลดอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2564) ทั้งนี้อาจจะนำแนวทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาของโลกเพื่อวัตถุประสงค์การบรรลุการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตามเป้าหมายที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาพและความปลอดภัยที่ดี โดยมุ่งเน้นด้านสภาพแวดล้อมของบ้านจัดสรรที่ปราศจากมลพิษต่าง ๆ อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย คือ บ้านจัดสรรมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย และเป้าหมายที่ 16 การส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม โดยมีกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบเพื่อการอยู่ร่วมกันที่ดี และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง(สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) มาเป็นแนวทางในการศึกษาการเลือกซื้อบ้านจัดสรรร่วมกับแนวคิดอื่น ๆ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และนำไปสู่การวางแผนธุรกิจ

1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ได้แนวทางการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการสร้างบ้านจัดสรรให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ
- 1.3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรสามารถสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ
- 1.3.3 เมื่องานนี้เสร็จแล้วได้หัวข้อใหม่ เพื่อต่อยอดและพัฒนาหัวข้อเดิมให้ดีขึ้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตเนื้อหา : การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร
- 1.4.2 ขอบเขตประชากร : ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาจารย์แพทย์ และกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา
- 1.4.3 ขอบเขตพื้นที่ : อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
- 1.4.4 ขอบเขตระยะเวลา : ระยะเวลาดำเนินการวิจัย มีนาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2565

1.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

- 1.5.1 บุคลากรทางการแพทย์มีเวลาในการให้ข้อมูลที่จำกัด ทำให้มีการติดต่อนิ่งท้าน อาจจะใช้เวลาหลายครั้ง
- 1.5.2 การเข้าไปยังพื้นที่โรงพยาบาลเพื่อเก็บข้อมูลจากบุคคลทางการแพทย์มีความเคร่งครัด ทำให้ต้องมีการขออนุญาตและได้รับการรับรองเพื่อเข้าไปเก็บข้อมูลอย่างเคร่งครัด เนื่องจากอยู่ในช่วงโรคระบาด

1.6 นิยามศัพท์

- บุคลากรทางการแพทย์ หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาลวิชาชีพ นักเทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด
- บ้านจัดสรร หมายถึง สถานที่หรือบริเวณที่ผู้ประกอบการทำการจัดสรรสำหรับการปลูกสร้างบ้านหรือที่อยู่อาศัยเพื่อขายให้แก่ผู้บริโภค

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่ง การศึกษาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 ประเภทบ้านจัดสรร
- 2.2 ประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดยะลา
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 บุคลากรทางการแพทย์
- 2.6 สินเชื่อที่อยู่อาศัย
- 2.7 การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
- 2.8 ปัจจัยการประกอบธุรกิจบ้านอสังหาริมทรัพย์
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.11 สมมติฐานการวิจัย

2.1 ประเภทบ้านจัดสรร

การอยู่อาศัยของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาของแต่ละยุคสมัยและความขึ้น ขอบที่แตกต่างกันออกไป ประเภทของบ้านมีความหลากหลายแบบมากขึ้น ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2563 สถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มเข้ามาในประเทศไทย ทำให้ผู้คนเรียนรู้และมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้คนใช้เวลาในแต่ละวันอยู่กับ บ้านหรือที่อยู่อาศัยมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าบ้านกลับมามีบทบาทกับผู้คนและคนก็เริ่มกลับมามองบ้าน ประเภทที่เหมาะสมกับตัวเอง โดยเน้นไปที่รายละเอียดของพื้นที่ใช้สอยกันมากขึ้น เพราะต้องใช้เวลา อยู่บ้านมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาก่อนเกิดสถานการณ์ ซึ่งสามารถแบ่งประเภทบ้านออกได้เป็น 6 ประเภทหลัก ๆ (บริษัท เดอะลีฟวิ่งโอเอส จำกัด, 2564) ดังนี้

1. บ้านเดี่ยว เป็นบ้านที่ให้ความเป็นส่วนตัวมากกว่าบ้านประเภทอื่น ๆ มีพื้นที่ของตัวเอง ไม่มีผนังส่วนใดของตัวบ้านที่ติดกับผนังของบ้านหลังอื่น มีพื้นที่ว่างรอบตัวบ้าน มีรั้วล้อมรอบ มีพื้นที่ สำหรับปลูกต้นไม้ สามารถทำบ่อปลาหรือตกแต่งได้ตามที่ต้องการ และขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 50

ตารางวาตามกฎหมาย บ้านเดี่ยวมีราคาที่ย่อมแพงสูงรวมไปถึงมีค่าดูแลรักษาในระยะยาวที่ต้องใช้เงินค่อนข้างมาก เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็ก หรือคู่สมรสที่มีแผนสร้างครอบครัวในอนาคต

2. บ้านแฝด เป็นบ้านแบบสองหลังติดกัน ซึ่งจะมีผนังบ้านด้านใดด้านหนึ่งหรือตัวโครงสร้างที่ติดกัน ประเภทบ้านแฝดจะมีความเป็นส่วนตัวที่ลดน้อยลง และขนาดพื้นที่จะมีขนาดเล็กกว่าประเภทบ้านเดี่ยว ส่วนที่ติดกันมักจะเป็นส่วนที่ไม่ได้มีการใช้งานตลอดเวลา เช่น ห้องครัว ผนังบริเวณลานซักล้าง เป็นต้น บ้านแฝดมีราคาถูกกว่าบ้านเดี่ยวประมาณร้อยละ 30 และมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา ตามกฎหมาย เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็กจนถึงครอบครัวขนาดปานกลาง หรือคู่สมรสที่วางแผนมีบุตรในอนาคต

3. ทาวน์เฮ้าส์หรือทาวน์โฮม บ้านสองประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกัน มีผนังติดกับบ้านหลังอื่นทั้งสองด้าน ยกเว้นบ้านที่อยู่ตำแหน่งท้ายสุดจะมีผนังที่ติดกับบ้านหลังอื่นเพียงด้านเดียว มีราคาที่ย่อมแพงกว่าบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด โดยส่วนมากจะมีที่ตั้งอยู่บริเวณชุมชนเมือง มีความเป็นส่วนตัวลดน้อยลงจากบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด โดยจะมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา ตามกฎหมาย เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็ก หรือพักอาศัยคนเดียว

4. อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว พบเห็นได้ง่ายตามถนนใหญ่หรือในชุมชนเมือง มีลักษณะคล้ายคลึงกับประเภทบ้านแบบทาวน์เฮ้าส์ที่มีผนังติดกับบ้านหลังอื่นทั้งสองด้าน จุดเด่น คือ สามารถทำการค้าขายพร้อมอยู่อาศัยได้ในตัว เหมาะสมในการทำการค้าขายทำให้ที่ตั้งมักจะอยู่ติดถนนใหญ่จึงส่งผลให้มีราคาสูง และจุดด้อย คือ พื้นที่ด้านหน้าของแต่ละตึกจะเชื่อมต่อกันโดยไม่ได้มีรั้วกัน อาจจะทำให้มีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ และเนื่องจากที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ อาจจะทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของเสียงรบกวนได้ เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ที่วางแผนทำการค้าในอนาคต หรือพักอาศัยคนเดียว

5. คอนโดมิเนียมแบบ Low Rise เป็นคอนโดมิเนียมที่มีความสูงต่ำกว่า 23 เมตร ส่วนมากจะเป็นคอนโดมิเนียม 8 ชั้น ที่อยู่อาศัยประเภทนี้จะมีส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยจำนวนผู้อยู่อาศัยที่ไม่มากนัก จึงทำให้มีความเงียบสงบและความเป็นส่วนตัว เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็ก คู่สมรส หรือพักอาศัยคนเดียว

6. คอนโดมิเนียมแบบ High Rise เป็นคอนโดมิเนียมที่มีความสูงมากกว่า 23 เมตร ส่วนมากจะเป็นคอนโดมิเนียม 20-30 ชั้น มักจะมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความสะดวกในเรื่องของการเดินทาง มีพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่ เพื่อบริการผู้อยู่อาศัยที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เหมาะสมกับครอบครัวขนาดเล็ก คู่สมรส หรือพักอาศัยคนเดียว

บ้านหรืออาคารสถานที่สร้างสำหรับเพื่อการอยู่อาศัยของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งมีรูปแบบหรือลักษณะที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้อาศัย แต่ในเชิงกฎหมายในประเทศไทย แบ่งประเภทบ้านออกเป็น 5 ประเภท (บริษัท อุดมราษฎร์ จำกัด, 2564) ดังนี้

1. บ้านเดี่ยว เป็นประเภทบ้านที่ไม่มีส่วนใดส่วนหนึ่งของตัวบ้านติดกับบ้านหลังอื่น มีพื้นที่บริเวณโดยรอบที่สามารถสร้างเป็นพื้นที่สีเขียวในการปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ หรือสามารถต่อเติมบ้านในอนาคตซึ่งมีความเป็นส่วนตัวดีกว่าบ้านประเภทอื่น ตามกฎหมายไม่จำกัดจำนวนชั้นของบ้าน แต่ต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา ข้อดี คือ มีอิสระและความยืดหยุ่นในการใช้งานที่สูง สามารถต่อเติมบ้านได้ ส่วนข้อเสีย คือ ราคาค่อนข้างสูง

2. บ้านแฝด เป็นบ้านที่มีส่วนของโครงสร้างบ้านบางส่วนเชื่อมโยงติดกันกับบ้านหลังอื่น เช่น รั้วบ้าน ส่วนหลังคา ห้องน้ำ หรือห้องเก็บของ มีพื้นที่บริเวณข้างบ้านเพียงข้างเดียว มีขนาดที่ดิน 35 ตารางวา ข้อดี คือ มีอิสระและความยืดหยุ่นในการใช้งานที่สูง สามารถต่อเติมบ้านได้ ส่วนข้อเสีย คือ ราคาค่อนข้างสูง

3. ทาวน์เฮ้าส์ และทาวน์โฮม ประเภทของบ้านที่มีโครงสร้างอาคารต่อเนื่องกันหลายหลัง กั้นแบ่งตัวอาคารด้วยผนังอาคาร จึงทำให้มีความเป็นส่วนตัวน้อย มีตั้งแต่ชั้นเดียวจนถึงสี่ชั้น ซึ่งมีบริเวณภายนอกเพียงพื้นที่สำหรับการจอดรถทางด้านหน้าและพื้นที่บริเวณด้านหลังประมาณ 2 เมตร ขนาดที่ดิน 16 ตารางวา ข้อดี คือ ราคาที่ไม่สูงและมีพื้นที่ใช้สอย สามารถดูรักษาได้ง่าย ส่วนข้อเสีย คือ ความเป็นส่วนตัวน้อยและไม่มีความยืดหยุ่นในการต่อเติมในอนาคต

4. อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว ประเภทของบ้านที่ส่วนมากจะมีที่ตั้งอยู่บริเวณถนนใหญ่ มีลักษณะคล้ายทาวน์เฮ้าส์ เป็นกลุ่มอาคารที่มีโครงสร้างเชื่อมต่อกัน ไม่เกิน 10 หลัง แต่มีขนาดที่ดิน ขนาดอาคาร ระยะถอยร่นจากแนวที่ดินแตกต่างกัน เนื่องจากคำนึงถึงการใช้งานเชิงพาณิชย์ ข้อดี คือ เหมาะสำหรับการประกอบธุรกิจและมีโอกาสที่ราคาจะสูงขึ้น ส่วนข้อเสีย คือ ความเป็นส่วนตัวน้อย

5. คอนโดมิเนียม เป็นที่อยู่อาศัยมีลักษณะคล้ายกับอพาร์ทเมนท์ แต่มีเอกสารสิทธิ์เป็นโฉนดแสดงถึงการครอบครองคล้ายกับที่ดินทั่วไป โดยมากมีที่ตั้งใจกลางเมือง มีค่าส่วนกลางที่ค่อนข้างสูงกว่าโครงการประเภทบ้านอื่น ขนาดพื้นที่ของห้องประมาณ 20 ตารางวา ข้อดี คือ มีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีความปลอดภัยและดูแลรักษาง่าย ส่วนข้อเสีย คือ ค่าส่วนกลางและราคาที่ค่อนข้างสูง

ประเภทบ้าน จำแนกออกเป็น 5 ประเภท (บริษัท ช.อุทิศ คอนสตรัคชั่น จำกัด, 2564) ดังนี้

1. บ้านเดี่ยว เป็นประเภทบ้านที่ไม่มีส่วนใดที่ติดกับบ้านหลังอื่น มีพื้นที่บริเวณรอบตัวบ้าน พื้นที่ของตัวบ้านมีขนาดตั้งแต่ 50 ตารางวา ขึ้นไป ซึ่งส่วนมากจะมีรั้วล้อมรอบบ้าน เป็นประเภทบ้านที่มีความเป็นส่วนตัว สามารถต่อเติมหรือตกแต่งบ้านได้ตามความต้องการ

2. บ้านแฝด จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับบ้านเดี่ยว แต่มีผนังบ้านด้านในด้านหนึ่งที่ติดกับบ้านหลังอื่น ซึ่งเชื่อมติดกันเป็นเพียงแคบบางส่วน เช่น ผนังติดกันเฉพาะบริเวณห้องครัว ผนังติดกันเฉพาะบริเวณห้องเก็บของ เป็นต้น โดยพื้นที่ของตัวบ้านมีขนาดประมาณ 35-45 ตารางวา

3. ทาวน์เฮ้าส์ เป็นประเภทบ้านที่มีผนังบ้านทั้งสองด้านติดกับบ้านหลังอื่น ส่วนมากบ้านจะมีรูปแบบเป็นเพียงบ้าน 1-2 ชั้น บริเวณหน้าบ้านมักจะสามารถจอดรถได้เพียงคันเดียว ส่วนบริเวณหลังบ้านจะมีพื้นที่ยื่นออกไปไม่เกิน 3 เมตร โดยพื้นที่ของตัวบ้านมีขนาดน้อยกว่า 35 ตารางวา

4. ทาวน์โฮม เป็นประเภทบ้านที่มีผนังบ้านทั้งสองด้านติดกับบ้านหลังอื่น รูปแบบของบ้านเป็นบ้านตั้งแต่ 3 ชั้นขึ้นไป สามารถนำมาต่อเติมหรือตกแต่งเพื่อทำเป็นสำนักงานได้ ส่วนมากพื้นที่ของบ้านจะมีขนาดมากกว่าทาวน์เฮ้าส์ แต่มีขนาดน้อยกว่า 35 ตารางวา

5. คอนโดมิเนียม หรืออาคารชุด มีลักษณะเป็นตึกสูงหลายชั้น โดยจะแบ่งเป็นหลาย ๆ ห้อง ซึ่งหนึ่งห้องเปรียบเสมือนกับบ้าน 1 หลัง จะประกอบไปด้วย ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ห้องครัว พื้นที่ซักล้าง และระเบียง มักจะมีที่ตั้งอยู่เมืองใหญ่ ใจกลางเมือง ใกล้กับแหล่งที่มีความเจริญ มีประชากรหนาแน่น และสามารถเดินทางได้สะดวก

จากการศึกษารรณกรรมเกี่ยวกับประเภทบ้านจัดสรร แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว และคอนโดมิเนียม ซึ่งมีขนาดของที่ดิน ลักษณะของบ้าน และความเหมาะสมในการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้อาศัย

2.2 ประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดยะลา

ประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดยะลา แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (สำนักงานที่ดินจังหวัดยะลา, 2564) ดังนี้

1. บ้านเดี่ยว หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรืออาคารที่ก่อสร้างเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลังเดี่ยว โดยไม่มีโครงสร้างหลักติดต่อกับอาคารหลังอื่น ได้แก่ บ้านพักอาศัยไม้ชั้นเดียว บ้านพักอาศัยไม้สองชั้น บ้านพักอาศัยไม้ชั้นเดียวใต้ถุนสูง บ้านทรงไทยไม้ชั้นเดียวใต้ถุนสูง บ้านพักอาศัยครึ่งตึกไม้สองชั้น บ้านทรงไทยครึ่งตึกไม้สองชั้น บ้านพักอาศัยชั้นเดียว บ้านพักอาศัยตึกสองชั้น บ้านพักอาศัยตึกสามชั้น บ้านพักอาศัยแฝดตึกชั้นเดียว บ้านพักอาศัยแฝดตึกสองชั้น และบ้านพักอาศัยแฝดตึกสามชั้น โดยบ้านเดี่ยวมีขนาดพื้นที่กว้างหรือยาวไม่ต่ำกว่า 10 เมตร เนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา

2. บ้านแฝด หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรืออาคารที่ก่อสร้างเพื่อการอยู่อาศัย ติดต่อกันสองอาคาร มีผนังเป็นตัวแบ่งอาคาร มีที่ว่างระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับรอบด้านของตัวอาคาร มีทางเข้าออกของแต่ละอาคารแยกจากกันเป็นสัดส่วน โดยบ้านแฝดมีขนาดพื้นที่กว้างไม่ต่ำกว่า 8 เมตร เนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา

3. บ้านแถว (ทาวน์เฮ้าส์) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรืออาคารที่ก่อสร้างเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป ซึ่งมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูหา และมีความสูงไม่เกินสามชั้น โดยบ้านแถวมีขนาดพื้นที่กว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร เนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา

4. อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรืออาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่ โดยอาคารพาณิชย์มีขนาดพื้นที่กว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร เนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา

จากการศึกษารรณกรรมเกี่ยวกับประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดยะลา พบว่าบ้านจัดสรรที่นิยมสร้างขึ้นเพื่อการอยู่อาศัย แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว (ทาวน์เฮ้าส์) และอาคารพาณิชย์หรือตึกแถว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจซื้อ

บรรยงค์ โตจินดา (2548) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การที่ผู้บริหาร หรือผู้ที่มีอำนาจในการสั่งการ ได้พิจารณาตัดสินใจและสั่งการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยการตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นการเลือกทางเลือกในการดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในบรรดาทางเลือกทั้งหมด

Kotler (2000) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งกิจกรรมที่ผู้บริโภคมีส่วนเกี่ยวข้องจะมีความสัมพันธ์กับข้อมูลและสุดท้ายคือ การประเมินค่าของทางเลือก

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)

Schiffman and Kanuk (1994) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีทางเลือกในการเลือกซื้อหลายทาง พฤติกรรมของผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนของกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และด้านกายภาพ โดยการเลือกซื้อเป็นกิจกรรมทั้งด้านจิตใจ และด้านกายภาพ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นตัวช่วยให้นักการตลาดสามารถเข้าใจถึงขั้นตอนของการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคได้อย่างละเอียด ทำให้สามารถวางแผนการผลิตสินค้าหรือบริการ การวางแผนการตลาด จนสามารถดึงดูดผู้บริโภคและก่อให้เกิดกิจกรรมทางการขายขึ้น สามารถแบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้เป็น 6 ขั้นตอน (ปรีดี นุกุลสมปรารณา, 2564) ได้แก่

1. การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition)

ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงเหตุผลที่ลูกค้าจะต้องเชื่อ (Reason to Believe) ในการซื้อสินค้าหรือบริการอยู่เสมอ โดยนักการตลาดมักจะกำหนดปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่หรือยังไม่ได้เกิดขึ้น ด้วยการทำหัวข้อเรื่องหรือคอนเทนต์ที่เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามผ่านการนำเสนอข้อมูลของสินค้าหรือบริการ และอาจแนะนำเสนอการรับรองคุณภาพสินค้าหรือบริการ (Testimonials) ของผู้บริโภคที่เคยได้ใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาสู่กระบวนการซื้อสินค้าหรือบริการ และทำให้ผู้บริโภครู้สึกและตระหนักได้ว่าสินค้าหรือบริการที่ได้นำเสนอนั้นสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้จริง

2. การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (Information Search)

เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความอยากรู้และนำไปสู่การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมว่าสิ่งใดคือสิ่งที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาเหล่านั้นที่เกิดขึ้น และมีวิธีการใดในการเข้ามาแก้ไขปัญหาที่ผู้บริโภคเผชิญอยู่ โดยขั้นตอนการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมนี้ นักการตลาดจำเป็นต้องแสดงความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลเชิงลึก หรือแสดงวิธีการที่ช่วยปัญหาต่าง ๆ ผ่านสื่อโฆษณาทั้งออนไลน์และออฟไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค และต้องนำเสนอให้แตกต่างจากคู่แข่งทางการค้าอยู่เสมอ

3. ประเมินทางเลือกอื่น ๆ (Evaluation of Alternatives)

การสร้างความแตกต่างหรือความโดดเด่นในการนำเสนอสินค้าจากคู่แข่งทางการค้าเพียงอย่างเดียว ยังไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการได้ในทันที เพราะผู้บริโภคยังคงต้องทำการหาข้อมูลสินค้าหรือบริการจากหลายแหล่งเพื่อทำการเปรียบเทียบอยู่เสมอ เพื่อหาสิ่งที่จะตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด เช่น การนำเสนอบริการประกันภัยที่บริโภคต้องหาข้อมูลของราคาและผลประโยชน์จากผู้ให้บริการประกันภัยกันแต่ละแหล่งมาเปรียบเทียบ เพื่อให้ทราบว่าผู้ให้บริการแหล่งไหนตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด โดยการประเมินทางเลือกเป็นขั้นตอนที่มีความยากต่อนักการตลาด เพราะนักการตลาดต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และยังต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคอีกด้วย เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคสนใจในตัวสินค้าหรือบริการ

4. เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

เมื่อผู้บริโภคค้นหาข้อมูลและทำการเปรียบเทียบข้อมูลจนสามารถตัดสินใจได้แล้ว อาจจะทำให้ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการในทันทีหรือเกิดการยุติการซื้อสินค้าหรือบริการได้ทันทีเช่นกัน ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้บริโภคอาจจะเกิดความลังเลหรือยังไม่มี ความมั่นใจ ทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความปลอดภัยหรือสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งต้องพยายามโน้มน้าวใจด้วยข้อมูลที่สำคัญที่สุด คือ สินค้าหรือบริการสามารถแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างไร ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าหากซื้อสินค้าหรือบริการของนักการตลาดไม่ได้ และหาก

ผู้บริโภคไม่ได้เลือกสินค้าหรือบริการนั้นจำเป็นต้องดึงดูดผู้บริโภคกลับมาด้วยการกระตุ้นให้บริโภคนึกถึงสินค้าหรือบริการ (Retargeting) เช่น การส่งอีเมล หรือข้อความให้แก่ผู้บริโภค

5. ซื้อสินค้าหรือบริการ (Purchase)

เมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและกลายเป็นลูกค้า แต่ยังคงมีโอกาสที่ลูกค้าจะยกเลิกหรือไม่เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ การทำการตลาดขั้นตอนมีความสำคัญด้วยการตรวจสอบว่าลูกค้ามีการยืนยันสั่งซื้อและชำระเงินแล้วเสร็จจริงทั้งการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งปัญหาส่วนมากที่ทำให้ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อมักเกิดจากปัญหาของความยุ่งยากในการสั่งซื้อหรือขั้นตอนที่มากจนเกินไป ทำให้นักการตลาดยังคงต้องคำนึงถึงกระบวนการในขั้นตอนนี้

6. การประเมินหลังการซื้อสินค้า (Post-Purchase Evaluation)

การประเมินหลังการซื้อสินค้าเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่มีความสำคัญที่สุดขั้นตอนหนึ่ง เพราะ เมื่อมีการซื้อขายสินค้าหรือบริการแล้วเสร็จ จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำใหม่ในอนาคต ซึ่งหมายถึงการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและรู้สึกดีกับประสบการณ์จากสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการบริการหลังการขายและการขายของพนักงาน โดยทำแบบสำรวจความคิดเห็นบ้างตามโอกาสหรือนำเสนอสิทธิพิเศษบางอย่างให้แก่ลูกค้า และขั้นตอนนี้ยังสามารถทำให้ลูกค้ากลายเป็นลูกค้าที่จงรักภักดี (Loyal Customer) และเกิดกระบวนการการบอกต่อ (Advocacy) ให้ผู้บริโภครายอื่นมาอุดหนุนสินค้าหรือบริการต่อไป

2.3.3 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Buyer Decision Process) กับการซื้อบ้าน

จากหลักการของ John Dewey ที่ถูกคิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1910 แล้วกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สามารถนำหลักการนี้มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่มีขนาดใหญ่ อย่างเช่น “บ้าน” แบ่งกระบวนการออกเป็น 5 ขั้นตอน (รวีศ หาญอุตสาหะ, 2562) ได้แก่

1. รับรู้ปัญหา/ความต้องการ (Problem/Need-Recognition)

ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ขั้นตอนแรกต้องสามารถถึงปัญหาที่ผู้บริโภคพบเจอว่าปัญหานั้นคือสิ่งใด

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่าง ปัญหา/ความต้องการ

ปัญหาของบ้านหลังปัจจุบัน	สิ่งที่ต้องการจากบ้านหลังใหม่
พื้นที่ใช้สอยมีขนาดเล็ก	พื้นที่ใช้สอยมีขนาดกว้างขึ้น
ความสะดวกสบายไม่ดีพอ	ความสะดวกสบายที่ดีกว่าเดิม
จำนวนห้องไม่เพียงพอ	จำนวนห้องที่เพิ่มขึ้น
ไม่มีพื้นที่ส่วนกลาง	มีพื้นที่ส่วนกลางที่ดี
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	จอดรถได้เพียงพอกับสมาชิก

2. ค้นหาข้อมูล (Information Search)

เมื่อรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ จะนำมาสู่ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อบ้านใช้เวลามากที่สุด ข้อมูลที่ผู้บริโภคส่วนมากจะค้นหาครั้งนี้

2.1 สถานที่ตั้ง (Location) เป็นทำเลตามที่ต้องการหรือไม่ แนวโน้มการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์ในย่านนั้นในอนาคตเป็นอย่างไร

2.2 ชื่อเสียงบริษัท (Brands) ความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ทำการสร้างบ้าน

2.3 บริการหลังการขาย (After Sale Service) บริการที่ได้รับทั้งก่อนและหลังการซื้อขายบ้านเป็นอย่างไร

2.4 คุณภาพ (Quality) คุณภาพของบ้านเป็นอย่างไรในภาพรวม

2.5 ทัศนคติของผู้บริโภค (Customer reviews) ผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในปัจจุบันมีความคิดเห็นอย่างไรต่อบ้าน

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

เป็นการประเมินทางเลือกจากข้อมูลทั้งหมดที่ค้นหา เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการเปรียบเทียบทางเลือกให้สมเหตุสมผลมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคพยายามประเมินทางเลือกหรือให้คะแนนในด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงสิ่งที่มีผลต่อการอยู่อาศัยอยู่จริง (และคำนึงถึงในระยะยาวด้วย)

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

หากปัจจัยต่าง ๆ ของบ้านตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และไม่เกิดเหตุการณ์ที่ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนใจในการยกเลิกการซื้อขาย จะนำไปสู่ขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior)

ความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อตัวบ้านและบริการในการซื้อขายบ้านไม่ว่าจะเป็นทั้งด้านบวกและด้านลบ จะส่งผลต่อเจ้าของธุรกิจหรือบริษัทที่ขายบ้านไม่ว่าจะเป็นทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังเป็นเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้บริโภคอื่น ๆ ที่เข้ามาสู่ในขั้นตอนของการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือก

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยสรุปความหมายของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งภายในคือความรู้สึกนึกคิด และภายนอกคือ ด้านกายภาพ เมื่อมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และนำไปสู่กระบวนการซื้อขาย ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเมื่อผู้บริโภคทราบถึงปัญหาของบ้านที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันและทราบว่าบ้านที่ต้องการเป็นลักษณะใดจะนำไปสู่การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้าน อีกทั้งผู้บริโภคยังคำนึงถึงการบริการหลังการขายของผู้ขาย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชัยพร ไคร้ทอง (2550) กล่าวว่า ลักษณะของความต้องการในการซื้อ การซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของผู้บริโภค โดยเกิดจากแรงจูงใจหรือสิ่งเร้าที่กระตุ้นทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนทำให้เกิดกระบวนการการตัดสินใจซื้อ

ดลยา ไชยวงศ์ (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อและประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมถึงการบริการที่พึงเจอบุคคลและกลุ่มบุคคลในปัจจุบันและอนาคต

ชนิภรณ์ แก้วเนิน, ณัฐนรี สมิตร และอรรถเวทย์ พุกฤษสถาพร (2563) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของผู้บริโภคในการตอบสนองความต้องการของตนในการเลือกซื้อ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมถึงการบริการตามกระแส

2.4.2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการกระตุ้นการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมถึงเลือกใช้บริการ แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย (ดลยา ไชยวงศ์, 2562) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม รวมถึงความเชื่อ ความรู้ และการศึกษา เนื่องจากการมีความเชื่อและความรู้ที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีความแตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังรวมถึงตำแหน่งทางสังคมที่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อแบ่งออกเป็น 6 ชั้น ได้แก่

- 1.1 กลุ่มคนที่มีชื่อเสียงหรือเกิดมาในครอบครัวที่มีฐานะร่ำรวย
- 1.2 กลุ่มคนที่มีตำแหน่งสูงในด้านการบริหาร
- 1.3 กลุ่มคนที่จบการศึกษาระดับสูง
- 1.4 กลุ่มคนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว
- 1.5 กลุ่มคนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัททั่วไป
- 1.6 กลุ่มคนชนชั้นแรงงานหรือผู้ที่ทำงานโดยไม่อาศัยความเชี่ยวชาญ

2. ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วยกลุ่มคน ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ ซึ่งจะมีการรับรู้ข่าวสาร และการแสดงบทบาททางสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อที่แตกต่างกันออกไป เช่น ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีราคาสูงจะสามารถสร้างการรับรู้ข่าวสารได้ในกลุ่มคนที่มีสถานะทางสังคมระดับสูง เป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล บ่งบอกถึงคุณสมบัติส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ อายุ ความรู้สึกนึกคิด หรือความต้องการ ซึ่งบุคคลที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมถึงการบริการของผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลในด้านดีหรือด้านลบขึ้นอยู่กับแต่ละผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6W1H เป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อศึกษาและทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2563) ประกอบด้วย

1. Who หรือผู้บริโภคคือใคร วิเคราะห์ลักษณะของผู้บริโภค ทั้งด้านประชากร ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยาและพฤติกรรม

2. What หรือความต้องการของผู้บริโภค วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค ทั้งลักษณะผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการที่ผู้บริโภคร้องขอ

3. Where หรือสถานที่ที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ วิเคราะห์ถึงช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ

4. When หรือผู้บริโภคต้องการซื้อเมื่อไร วิเคราะห์ช่วงเวลา que ผู้บริโภคมีความต้องการหรือมีโอกาสซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ

5. Why หรือเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อ วิเคราะห์แรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการซื้อ

6. Whom หรือบุคคลที่มีส่วนร่วมหรือมีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค วิเคราะห์หาบุคคลที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ และเกิดกระบวนการซื้อ

7. How หรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค วิเคราะห์สิ่งที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ

จากการศึกษารรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่ผู้บริโภคตอบสนองต่อความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริการ ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล และผู้วิจัยศึกษาปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ประเภทบ้านจัดสรรที่ผู้บริโภคร้องขอ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กระบวนการตัดสินใจ แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรที่ผู้บริโภคได้รับ และโอกาสในการซื้อบ้าน

2.5 บุคลากรทางการแพทย์

2.5.1 ความหมายของบุคลากรทางการแพทย์

บุบผชาติ อุไรรักษ์ และ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2557) กล่าวว่า บุคลากรทางการแพทย์ หมายถึง บุคลากรการแพทย์ที่จัดตั้งโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติและอยู่ในหน่วยงานองค์กรวิชาชีพ ได้แก่ องค์กรแพทย์ (แพทย์และทันตแพทย์) องค์กรพยาบาล (พยาบาลวิชาชีพ) และองค์กรสหวิชาชีพ

รุ่งอรุณ พึ่งแย้ม (2554) กล่าวว่า บุคลากรทางการแพทย์ หมายถึง ผู้ที่ส่วนเกี่ยวข้องในการบริการการรักษาพยาบาล และการสนับสนุนการรักษาพยาบาล ประกอบด้วย แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกรพยาบาลวิชาชีพ นักกายภาพบำบัด นักเทคนิคการแพทย์ นักรังสีการแพทย์ และนักวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2555) กล่าวว่า บุคลากรของโรงพยาบาล หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลและสถานพยาบาลทั้งบุคคลที่ทำงานตามเวลาและบางเวลา แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ระดับบริหาร คือ บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในด้านการบริหาร ได้แก่ ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าแผนก หัวหน้าตึก และผู้ตรวจการ

2. เจ้าหน้าที่รักษาพยาบาล คือ บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในด้านการให้บริการตรวจและรักษาโรคโดยตรง ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาลวิชาชีพ พยาบาลเทคนิค ผู้ช่วยพยาบาล พนักงานผู้ช่วยเหลือพยาบาล ผดุงครรภ์ และพนักงานพยาบาลอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาล

3. เจ้าหน้าที่บริการทางการแพทย์ คือ บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในด้านการให้บริการทางการแพทย์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่เอ็กซเรย์ นักกายภาพบำบัด นักเทคนิคการแพทย์ เภสัชกร และเจ้าหน้าที่ประจำแผนกที่ให้บริการทางการแพทย์

4. เจ้าหน้าที่บริการโรงพยาบาล คือ บุคคลนอกเหนือจากเจ้าหน้าที่รักษาพยาบาลและเจ้าหน้าที่บริการทางการแพทย์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน เจ้าหน้าที่งานพัสดุ พนักงานจ่ายยา พนักงานขับรถ พนักงานทำความสะอาด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับบุคลากรทางการแพทย์ ผู้วิจัยสรุปความหมายของบุคลากรทางการแพทย์ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการการรักษาพยาบาล และการสนับสนุนการรักษาพยาบาล ประกอบด้วย แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาลวิชาชีพ นักเทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด และผู้วิจัยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ เพศ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

2.5.2 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ในจังหวัดยะลา

โรงพยาบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา (สำนักงานจังหวัดยะลา, 2564) มีดังนี้

1. โรงพยาบาลศูนย์ยะลา

ตารางที่ 2.2 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลศูนย์ยะลา

สายงาน/วิชาชีพ	จำนวน
แพทย์	128
ทันตแพทย์	22
เภสัชกร	37
พยาบาลวิชาชีพ	662
นักเทคนิคการแพทย์	10
นักกายภาพบำบัด	12
อาจารย์แพทย์	128

หมายเหตุ จากข้อมูลฝ่ายบุคคล โดย โรงพยาบาลศูนย์ยะลา (2564)

2. โรงพยาบาลสิโรรส

ตารางที่ 2.3 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลสิโรรส

สายงาน/วิชาชีพ	จำนวน
แพทย์	7
ทันตแพทย์	-
เภสัชกร	4
พยาบาลวิชาชีพ	59
นักเทคนิคการแพทย์	5
นักกายภาพบำบัด	2
อาจารย์แพทย์	-

หมายเหตุ จากข้อมูลฝ่ายบุคคล โดย โรงพยาบาลสิโรรส (2564)

3. โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์

ตารางที่ 2.4 จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์

สายงาน/วิชาชีพ	จำนวน
แพทย์	3
ทันตแพทย์	2
เภสัชกร	2
พยาบาลวิชาชีพ	45
นักเทคนิคการแพทย์	3
นักกายภาพบำบัด	3
อาจารย์แพทย์	1

หมายเหตุ จากข้อมูลฝ่ายบุคคล โดย โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์ (2564)

2.6 สินเชื่อที่อยู่อาศัย

2.6.1 ความหมายของสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) (2564) กล่าวว่า สินเชื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง จำนวนเงินก้อนที่สถาบันการเงิน อาทิเช่น ธนาคาร ปล่อยกู้ให้แก่ผู้ขอสินเชื่อหรือผู้กู้นำไปใช้ซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งบ้านใหม่ บ้านมือสอง คอนโดมิเนียม หรือสิ่งปลูกสร้างบ้าน ซึ่งโดยทั่วไปธนาคารจะอนุมัติวงเงินกู้ อยู่ที่ร้อยละ 70-90 ของราคาประเมินบ้านหรือทรัพย์สิน และผู้ขอสินเชื่อหรือผู้กู้จะต้องเข้าทำสัญญา กู้กับธนาคารและต้องจ่ายดอกเบี้ยตามที่กำหนดไว้ตามสัญญา ซึ่งทางธนาคารจะมีการกำหนดระยะเวลาของการผ่อนชำระหนี้ที่แน่นอน และทำการผ่อนชำระเป็นงวด

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (2564) กล่าวว่า สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สินเชื่อหรือเงินกู้ที่ทางธนาคารปล่อยให้กู้ยืม เพื่อไปนำซื้อ หรือปลูกสร้างบ้าน หรือรับโอนสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินอื่น มีวัตถุประสงค์เพื่ออยู่อาศัย โดยผู้กู้ต้องจำนองที่อยู่อาศัยดังกล่าวเป็นหลักประกัน ซึ่งอัตราดอกเบี้ยมีทั้งแบบคงที่ และลอยตัว

เชษฐพล มานิตย์ (2564) สินเชื่อบ้าน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ให้บริการจากสถาบันการเงิน ซึ่งมีอยู่หลายแห่ง สถาบันการเงินแต่ละแห่งจะมีเงื่อนไขและข้อเสนอสำหรับผู้กู้ที่แตกต่างกันออก ทำให้ผู้กู้มีการเปรียบเทียบเงื่อนไขของสถาบันการเงินแต่ละแห่งและทำการตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่เหมาะสมและก่อเกิดประโยชน์ต่อตัวผู้กู้สูงสุด

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับสินเชื่อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยสรุปความหมายของสินเชื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สินเชื่อหรือเงินกู้ที่สถาบันการเงินปล่อยให้กู้ยืม เพื่อนำไปใช้ในการซื้อที่อยู่อาศัย คือ บ้านใหม่ บ้านมือสอง คอนโดมิเนียม หรือสิ่งปลูกสร้างบ้าน ซึ่งวงเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยที่ต้อง

ชำระตามสัญญาในแต่ละสถาบันการเงินมีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับข้อมูลการเงินของแต่ละบุคคล

2.6.2 วิธีการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย

สามารถแบ่งขั้นตอนในการกู้ยืมสินเชื่อที่อยู่อาศัย ออกเป็น 4 ขั้นตอน (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด, 2564) ได้แก่

1. การเตรียมเอกสารการกู้เงิน

โดยทั่วไปทางสถาบันการเงินหรือธนาคารจะขอข้อมูลและเอกสาร ๆ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล อาชีพ รายได้ของผู้กู้ ปริมาณวงเงินที่ต้องการกู้ยืมสินเชื่อ บ้าน ตำแหน่งที่ตั้งของบ้านที่ผู้กู้ต้องการซื้อ ดังนั้นผู้กู้จำเป็นต้องเตรียมเอกสารให้ครบถ้วน ประกอบด้วย สำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน สลิปเงินเดือน และบัญชีเงินฝากย้อนหลังอย่างน้อย 6 เดือน และรวมไปถึงข้อมูลของบ้านที่ผู้กู้ต้องการซื้อ ไม่ว่าจะเป็นแผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้ง โฉนดที่ดิน สัญญาซื้อขายหรือเงินมัดจำ

2. การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมของแต่ละธนาคาร

สถาบันการเงินหรือธนาคารแต่ละแห่งมีอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้กู้ทำการเปรียบเทียบและคำนวณความคุ้มค่าของแต่ละเงื่อนไขหรือข้อกำหนดของธนาคารแต่ละแห่ง เช่น อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาในการกู้ ร้อยละวงเงินกู้ของราคาประเมินหรือราคาซื้อขาย ค่างวดของการผ่อนชำระ เป็นต้น

3. การยื่นเอกสารและรอผลสรุปจากทางธนาคาร

เมื่อยื่นเอกสารแก่สถาบันการเงินหรือธนาคาร ธนาคารจะทำการพิจารณาดอกเบี้ยและวงเงินตามความเสี่ยงและภาระของผู้กู้ โดยพิจารณาจากข้อมูลและเอกสารที่ผู้กู้ได้ยื่นในขั้นตอนแรก หากผู้กู้มีภาระหนี้สินในชีวิตน้อย มีรายได้ที่มากและมั่นคงอยู่ตลอดเวลา มีที่มาของรายได้ชัดเจน ธนาคารก็จะทำการอนุมัติวงเงินกู้ที่สูง รวมไปถึงอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ แต่หากผู้กู้มีความเสี่ยงทางการเงิน เนื่องจากมีรายได้ไม่มั่นคง ธนาคารอาจจะปฏิเสธคำขอหรืออาจจะให้วงเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้กู้

4. ตรวจสอบการโอนบ้านและจดจำนอง

เมื่อได้รับการอนุมัติการขอสินเชื่อจากธนาคาร ผู้กู้หรือผู้ซื้อ ผู้ขายทรัพย์สิน และธนาคาร ที่ให้กู้ยืมสินเชื่อ จะดำเนินการเรื่องการซื้อขายและจดจำนองที่สำนักงานที่ดินของอำเภอ โดยธนาคารจะชำระเงินให้กับผู้ขาย ผู้ขายจะทำการโอนกรรมสิทธิ์บ้านให้กับผู้กู้ โดยผู้กู้ต้องทำการจดจำนองว่าธนาคารเป็นผู้ชำระเงินและผู้กู้ถือเป็นลูกหนี้ของธนาคาร โฉนดฉบับจริงธนาคารจะเป็นผู้ถือครองและเก็บไว้จนกว่าผู้กู้จะผ่อนชำระทรัพย์สินครบถ้วนตามสัญญาระหว่างผู้กู้กับธนาคาร

2.6.3 อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 2.5 อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 3 ปี (ร้อยละ)	วงเงินกู้สูงสุด (ร้อยละของราคาประเมิน)	ระยะเวลากู้ (ปี)
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.)	1.99	1.20 ล้านบาท	40
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	2.55	90	30
ธนาคารกรุงไทย	2.80	100	40
ธนาคารกรุงเทพ	2.73	70-100	35
ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 3 ปี (ร้อยละ)	วงเงินกู้สูงสุด (ร้อยละของราคาประเมิน)	ระยะเวลากู้ (ปี)
ธนาคารออมสิน	3.64	10 ล้านบาท	40
ธนาคารกสิกรไทย	7.72	90	30
ธนาคารไทยพาณิชย์	5.95	100	30

หมายเหตุ จากอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบ้านและคอนโด ณ วันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ.2564 โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564 อ้างถึงใน บริษัท แอสเสริ จำกัด (มหาชน) (2564)

2.7 การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development: SDGs)

การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง แนวทางในการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชากร โดยไม่ทำให้ความสามารถในการตอบสนองความต้องการลดลง โดยการพัฒนาที่ยั่งยืนมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ความครอบคลุมทางสังคม (Social Inclusion) และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (Environmental Protection) และมีเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 เป้าหมาย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ได้แก่

เป้าหมายที่ 1 การยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่ โดยปัญหาความยากจนเป็นอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากปัญหาความยากจนส่งผลกระทบต่อพัฒนาทุนมนุษย์และความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งการแก้ไขปัญหาความยากจนถือเป็นการพัฒนาหลักของหลายประเทศและรวมถึงประเทศไทย

เป้าหมายที่ 2 การยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน ความมั่นคงในด้านอาหารและโภชนาการมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ช่วยในการพัฒนาการทางร่างกายและสติปัญญา หากมีสุขภาพที่ดีจะส่งเสริมความสามารถในการมีส่วนร่วมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาหารและโภชนาการจำเป็นต้องมีความปลอดภัยและมีโภชนาการที่สำคัญ เพื่อป้องกันการเกิดภาวะที่ร่างกายได้รับสารอาหารไม่เหมาะสมทั้งปริมาณและความครบถ้วน อีกทั้งควรสนับสนุนให้มีระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของเกษตรกร เนื่องจากภาคการเกษตรเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการก่อให้เกิดความมั่นคงทางอาหาร

เป้าหมายที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาพที่ดี และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี สำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย การมีสุขภาพที่ดีสามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน โดยผ่านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการดูแลรักษาสุขภาพและการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเจ็บป่วยอย่างถูกต้อง อีกทั้งการกระจายบุคลากรด้านสาธารณสุขให้มีความเพียงพอและครอบคลุมทุกพื้นที่ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขที่อาจเกิดจากโรคติดต่อและไม่ติดต่อ โรคอุบัติใหม่ อุบัติเหตุ และสาธารณสุขภัยอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมายที่ 4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาเปรียบเสมือนฟันเฟืองสำคัญในการพัฒนาประเทศ การส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาอย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ถือเป็นตัวช่วยในการยกระดับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้างความเป็นธรรมโดยการลดความเหลื่อมล้ำในทุกด้าน ซึ่งให้เด็กทั้งเพศชายและหญิงสามารถเข้าถึงการศึกษาตั้งแต่ระบบปฐมวัยจนถึงระดับมัธยมศึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เยาวชนและผู้ใหญ่สามารถเข้าถึงการฝึกอบรมทักษะอาชีพในราคาที่เหมาะสมอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อขจัดความไม่เสมอภาคทางเพศและความเหลื่อมล้ำ

เป้าหมายที่ 5 การบรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและเพิ่มบทบาทของสตรี และเด็กหญิงทุกคน โดยการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศและการเพิ่มบทบาทสำหรับผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน เพื่อให้เกิดการยุติการกระทำเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อเพศหญิง การใช้ความรุนแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ รวมไปถึงการส่งเสริมการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสิทธิมนุษยชนของเพศหญิง การพัฒนาศักยภาพและเข้าถึงองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ อีกทั้งส่งเสริมให้มีบทบาททางการเมืองและการทำงานอย่างเท่าเทียม

เป้าหมายที่ 6 การสร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาล ให้มีการจัดการอย่างยั่งยืนและมีสภาพพร้อมใช้สำหรับทุกคน โดยการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการด้านน้ำและสุขาภิบาล และการบริหารทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากน้ำถือเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับมนุษย์ที่ใช้ในการดำรงชีวิตและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

เป้าหมายที่ 7 การสร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่สามารถซื้อได้ เชื่อถือได้และมีความยั่งยืน พลังงานมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ อีกทั้งยังใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งปริมาณพลังที่ต้องการมีขนาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พลังงานหมุนเวียนถือเป็นพลังงานสะอาดที่เป็นหนึ่งในทางเลือกในการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการพลังงานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากฟอสซิล เพื่อให้ประชาชนสามารถหาซื้อพลังงานหมุนเวียนได้ง่ายขึ้น อีกทั้งสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต

เป้าหมายที่ 8 การส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม และมีความยั่งยืน โดยส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนด้วยการยกระดับประสิทธิภาพแรงงานและการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในการผลิต ซึ่งให้ความสำคัญในการสร้างความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างแรงงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อนำไปสู่การจ้างงานอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการมีงานที่มีคุณภาพ

เป้าหมายที่ 9 การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมอย่างครอบคลุมและยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมใหม่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนในการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมมากขึ้น

เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ ในประเทศไทยมีปัญหาในเรื่องความเหลื่อมล้ำซึ่งถือเป็นอุปสรรคในการพัฒนาประเทศที่เป็นปัญหามาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านรายได้ การเข้าถึงสวัสดิการของภาครัฐ และเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำมีความชัดเจนมากขึ้น

เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน เมืองมีความสำคัญต่อการจ้างงาน อีกทั้งเมืองระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคม และสวัสดิการขั้นพื้นฐาน การพัฒนาเมืองให้มีคุณภาพส่งผลให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ

เป้าหมายที่ 12 การสร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน การส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ตระหนักถึงต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติให้

มีประสิทธิภาพ รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปหรือขั้นตอนการผลิตและบริการของบริษัท องค์กร และการปรับเปลี่ยนแนวคิดและพฤติกรรมให้มีความสอดคล้องกับความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ

เป้าหมายที่ 13 การปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของมนุษย์ สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งเกิดการสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน

เป้าหมายที่ 14 การอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยประเทศไทยได้บูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลกลับสู่ความอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและครอบคลุมในทุกด้าน เพื่อสร้างความยั่งยืนของท้องทะเลของประเทศไทยให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

เป้าหมายที่ 15 การปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรทางธรรมชาติ จึงส่งเสริมให้ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศอนุรักษ์ทรัพยากร เพื่อฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้และระบบนิเวศบนบก อีกทั้งระดมทรัพยากรจากภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก

เป้าหมายที่ 16 การส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นการจัดความขัดแย้ง การข่มเหง การแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ถูกต้อง การใช้ความรุนแรงในทุกรูปแบบ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง ความปลอดภัยและทรัพย์สินให้แก่ประชาชน รวมถึงสร้างความยุติธรรมและความเท่าเทียมของประชาชนในประเทศและส่งเสริมการพัฒนาเชิงสถาบันให้มีประสิทธิภาพ มีการบังคับใช้กฎหมายและนโยบายที่ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 17 การเสริมความแข็งแกร่งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมการยกระดับความร่วมมือระดับโลก เพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยจึงศึกษาตามเป้าหมายข้อที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาวะที่ดี และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย เป้าหมายข้อที่ 8 การส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม และมีความยั่งยืน ข้อที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ

2.8 ปัจจัยการประกอบธุรกิจบ้านอสังหาริมทรัพย์

2.8.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location)

การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพราะทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน และสภาพแวดล้อมหรือสภาพของเศรษฐกิจ ณ บริเวณโดยรอบของตำแหน่งที่ตั้ง เพราะอสังหาริมทรัพย์เป็นสิ่งปลูกสร้างที่ต้องปลูกสร้างลงบนดิน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่ง หากเลือกทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสมอาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการซื้อขายหรือปัญหาในการเข้าใช้งานพื้นที่ ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งสามารถใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยคำนึงปัจจัยทางกายภาพ (PACET Model) (กุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, 2562) ดังนี้

1. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (Public Utilities: P)

ทำเลที่ตั้งควรมีตำแหน่งใกล้กับแหล่งมีสาธารณูปโภคที่มีคุณภาพและเพียงพอ ได้แก่ อยู่ใกล้กับแหล่งไฟฟ้า น้ำประปา ระบบสื่อสาร อยู่ใกล้กับแหล่งการค้า อยู่ใกล้กับโรงพยาบาลหรือศูนย์อนามัย เป็นต้น และมีระบบสำรองหากเกิดปัญหากับระบบหลัก เช่น เมื่อระบบไฟฟ้าหลักเกิดปัญหาไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ ควรมีแหล่งไฟฟ้าสำรองเพื่อทำหน้าที่แทนแหล่งไฟฟ้าหลัก

2. การเข้าสู่พื้นที่ที่ตั้ง (Accessibility: A)

การเข้าสู่พื้นที่โครงการอสังหาริมทรัพย์ส่งผลต่อราคาหรือมูลค่าซื้อขายที่ดิน หากไม่มีทางเข้าออกตามกฎหมาย ถือเสมือนว่าที่ดินนั้นไม่มีตาเข้าออกหรือเป็นที่ดินตาบอด ส่งผลให้ราคาประเมินมีมูลค่าลดลงและมักจะไม่มีการซื้อขายที่ดินนั้น (การุณย์ เดชพันธุ์, 2557 อ้างถึงใน สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, 2564) การเข้าออกสามารถแบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

2.1 การเข้าออกตามกฎหมาย (Legal Accessibility) หมายถึง ที่ดินมีด้านในด้านหนึ่งติดกับทางสาธารณะหรือแม่น้ำ ถ้าคลองสาธารณะ ถือได้ว่ามีทางเข้าออกสาธารณะตามกฎหมาย หากที่ดินไม่มีทางเข้าออกตามกฎหมาย (ที่ดินตาบอด) ผู้ประกอบต้องทำการจดทะเบียนภาระจำยอมหรือหาทางจำเป็นร่วมกับเจ้าของที่ดินที่ขวางกั้นสู่ทางสาธารณะ

2.2 คุณภาพการเข้าออก (Access's Quality) การออกแบบพื้นที่เข้าออกต้องคำนึงถึงความกว้างของถนนผ่านหน้า หน้ากว้างของที่ดิน หากออกแบบอย่างสมบูรณ์ส่งผลให้มีความสะดวกสบายต่อการเข้าออกของยานพาหนะ ถือว่ามีทางเข้าออกมีคุณภาพ

3. ชุมชนบริเวณโดยรอบที่ดิน (Community: C)

ลักษณะพื้นฐานของชุมชนบริเวณโดยรอบที่ดินถือเป็นปัจจัยด้านสังคม หากผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งโดยไม่พิจารณาปัจจัยด้านสังคมอาจส่งผลกระทบต่อความเสียหายของชุมชนบริเวณโดยรอบที่ดิน

4. สิ่งแวดล้อม (Environment: E)

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สภาพของกายภาพบริเวณโดยรอบที่ดิน ทั้งสภาพทางภูมิศาสตร์ และภูมิอากาศของที่ดิน ต้องพิจารณาเรื่องความสูงต่ำของที่ดินจากระดับถนนหรือระดับน้ำทะเล เนื่องจากอาจจะได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมหรือน้ำขัง และพิจารณาผลกระทบจากสารพิษที่ก่อเกิดจากพื้นที่โดยรอบตัว

5. การคมนาคมขนส่ง (Transportation: T)

ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งใกล้กับบริเวณที่มีระบบการขนส่งมวลชน (ภาครัฐและเอกชน) เช่น รถประจำทาง เรือ สถานีรถไฟ เพื่อความสะดวกในการเดินทางและการขนส่งของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

2.8.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การวางแผนการตลาดและการขายอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อพัฒนาโครงการหรือธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (โสภณ พรโชคชัย, 2564) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์สินค้าหรืออสังหาริมทรัพย์ (Product) คือ รายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วยลักษณะโครงสร้าง ทำเลที่ตั้ง และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคพิจารณาหรือวางแผนเพื่อการซื้อขาย และยังส่งผลต่อราคาหรือมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์และการแข่งขันทางธุรกิจ

2. ราคา (Price) คือ ราคาหรือมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ เป็นสิ่งที่แปรผันตามราคาตลาด การกำหนดราคาหรือค่าเช่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อจูงใจการซื้อจากผู้บริโภค ดังนี้

2.1 กำหนดราคาตามผู้บริโภค ทำการสำรวจหรือทำแบบสอบถามผู้บริโภค เพื่อทราบถึงราคาตามที่ต้องการ

2.2 กำหนดราคาตามตลาด เปรียบเทียบราคาจากผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกัน

2.3 กำหนดราคาโดยคำนวณจากต้นทุน กำไรและค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่มีที่ตั่งแน่นอนไม่สามารถเคลื่อนย้าย โดยทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคตัดสินใจลงทุนและซื้อขาย สถานที่หรือทำเลที่ตั้งยังรวมถึงสถานที่ในการนำเสนอหรือแนะนำอสังหาริมทรัพย์ เช่น จัดกิจกรรมนำเสนอในศูนย์การค้าต่าง หรืออาจนำเสนอในต่างประเทศ (Road Show) เป็นต้น

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ การทำกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการขาย โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีตลาดการแข่งขันแบบสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market) และเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูง ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการตัดสินใจและการเก็บออมเงินเพื่อ

ซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ การนำส่วนประสมทางการตลาดเพียง 4Ps อาจจะไม่เพียงพอในการมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรเพิ่มปัจจัยในด้านอื่นเข้ามาช่วยในการวางแผน (สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล, 2564) ได้ดังนี้

1. กระบวนการบริการ (Process) การที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงการบริการผู้บริโภค และจัดกระบวนการบริการผู้บริโภคที่มีคุณภาพ อาจจะทำให้เกิดความประทับใจ ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการบอกต่อผู้บริโภคคนอื่น

2. สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Evidence) การพัฒนาหรือตกแต่งเพิ่มเติมในส่วนกลางที่ใช้ร่วมกันของผู้บริโภค เช่น สระว่ายน้ำ พื้นที่ออกกำลังกาย เป็นต้น ให้มีคุณภาพมีส่วนในการช่วยการตัดสินใจเลือกซื้อโครงการของผู้บริโภคมากขึ้น

3. บุคลากร (People) การจัดหาบุคลากรที่มีคุณภาพในการให้บริการและให้ความรู้หรือรายละเอียดครบถ้วนถูกต้อง สามารถสร้างความมั่นใจในอสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภค เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์มีราคาสูง

จากการศึกษารรณกรรมเกี่ยวกับของปัจจัยการประกอบธุรกิจบ้านอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยจึงศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภา ธีระโสภณ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ซื้อบ้านจัดสรรในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 428 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) T-test F-test แบบ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี วุฒิปริญญาตรี สถานภาพสมรส เป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน และผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยเองและครอบครัว รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเก็งกำไรจากการขายต่อ โดยแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลมาจากป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ รองลงมาคือ งานมหกรรมหรือบูธประชาสัมพันธ์ และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

มากกว่า 4 สัปดาห์ ระดับราคาบ้านจัดสรรที่เลือกซื้ออยู่ในช่วง 5,000,001-6,000,000 บาท ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด โดยเหตุผลสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ชื่อเสียงของโครงการ รองลงมาคือทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรพื้นที่เขตกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

วีณา ศรีเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จังหวัดนนทบุรี โดยมีตัวแปรต้นคือ ทำเลที่ตั้ง ภาพลักษณ์ของสินค้า การออกแบบ เพื่อนบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวกและเครือข่ายออนไลน์ และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจที่เคยซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 280 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี วุฒิปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ มีรายได้ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ตามลำดับ

ธัช สหเมธาพัฒน์ และ นลินี เหมาะประสิทธิ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ต้นแปรต้นคือ ปัจจัยพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรที่มีอายุระหว่าง 22-60 ปี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) F-test แบบ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี วุฒิมัธยมศึกษาตอนต้น เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามการเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยและเป็นความมั่นคงของครอบครัวตนเอง รูปแบบบ้านที่ต้องการคือบ้านเดี่ยว ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด โดยเหตุผลสำคัญที่ใช้ประกอบการ

ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ทำเลที่ตั้งใกล้เส้นทางการคมนาคมที่สะดวก และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ได้แก่ ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

นพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในพื้นที่อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค พื้นที่เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 140 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส วุฒิปริญญาตรี ทำธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และมีสมาชิกภายในครอบครัวที่อยู่อาศัยร่วมกันจำนวน 1-3 คน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ในพื้นที่อำเภอละงู จังหวัดสตูล คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และจำนวนสมาชิกภายในครอบครัวที่อยู่อาศัยร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปรัชญาภรณ์ เพโร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค พื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เป็นวิจัยแบบผสม มีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยลักษณะบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และมีตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อบ้าน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สินเชื่อบ้านจำนวน 6 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) T-test F-test แบบ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน และมีสมาชิกภายในครอบครัวที่อยู่อาศัยร่วมกันจำนวน 3-4 คน เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยเอง ตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง ต้องการ

เลือกซื้อบ้านเดี่ยวชั้นเดียว มีขนาดที่ดิน 21-30 ตารางวา มีงบประมาณในการซื้อ 1,000,001-2,000,000 บาท ใช้ระยะเวลาตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรด้วยตนเอง 7-12 เดือน แหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรมาจากป้ายโฆษณา โดยเหตุผลสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของโครงการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการออกแบบบ้านมากที่สุด คือ ประหยัดพลังงาน มีการถ่ายเทอากาศที่ดี มีความทันสมัยในการออกแบบ ส่วนการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ด้านกระบวนการและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีระดับความสำคัญมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทักษกร สิงห์รัตนกร และวอนชนก ไชยสุนทร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮาส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อทาวน์เฮาส์ของผู้บริโภค โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 402 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) T-test F-test แบบ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี วุฒิปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง สถานภาพโสด มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮาส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

นราธิป แนวคำดี, ประพัฒสอน เปี้ยกสอน, กฤษณ์ ทัพพญา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม มีตัวแปรต้นคือ คุณลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) การทดสอบ T-test การทดสอบ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุวิธี จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด วุฒิปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่

ความแตกต่างของอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด รองลงมาคือ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ทั้งนี้เพศและระดับการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จรรยา กองสุก (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท บีซี คอนเนคชั่น จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจซื้อ และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในบริษัท บีซี คอนเนคชั่น จำกัด ในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีประชากรผู้พักอาศัยจำนวน 320 คน โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-40 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเพื่อความมั่นคงในชีวิต การประเมินผลทางเลือกจากการเปรียบเทียบในแต่ละโครงการบ้านจัดสรร พิจารณาจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ความสะดวกสบายในการเดินทางและสภาพแวดล้อมของทางโครงการและทางด้านราคาโปรโมชั่นของแถมส่วนลด โดยมีระยะเวลาในการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ 1-6 เดือน ราคาที่ตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 2,600,000 - 2,800,000 บาท พื้นที่ตัวบ้านอยู่ระหว่าง 50-60 ตารางวา ในการประเมินทางเลือกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรทางด้านทำเลที่ตั้งของบ้านและราคาบ้าน

เจนจิรา ปราณิ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรพื้นที่เขตจังหวัดชลบุรี มีตัวแปรต้นคือ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) การทดสอบ Independent Sample T-test F-test แบบ One-Way ANOVA และ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด วุฒิปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนสมาชิกครอบครัว 3-4 คน เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยเอง รูปแบบบ้านที่ต้องการคือ บ้านเดี่ยว ราคาที่ตัดสินใจซื้ออยู่ในช่วง 1,500,001-2,500,000 บาท ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง โดยมีระยะเวลาในการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ 1-2 ปี แหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรมาจากทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อคือ ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พลช เพชรปานวงศ์, แหลมทอง เหล่าคงถาวร และพีรกันต์ แก้ววงศ์วัฒนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของคนเจนเนอเรชันวาย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 450 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรสามารถเรียงลำดับความมีอิทธิพลได้ดังนี้ ด้านทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 10.35) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ร้อยละ 10.24) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ร้อยละ 10.24) ด้านมุมมองของคนเจนเนอเรชันวาย (ร้อยละ 10.24) ด้านกระบวนการ (ร้อยละ 10.14) ด้านบุคคล (ร้อยละ 10.14%) ด้านราคา (ร้อยละ 9.71) ด้านสาธารณูปโภค (ร้อยละ 9.71) ด้านผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 9.61) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ร้อยละ 9.61) ซึ่งเรียงตามน้ำหนักความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญจากมากไปน้อย โดยปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

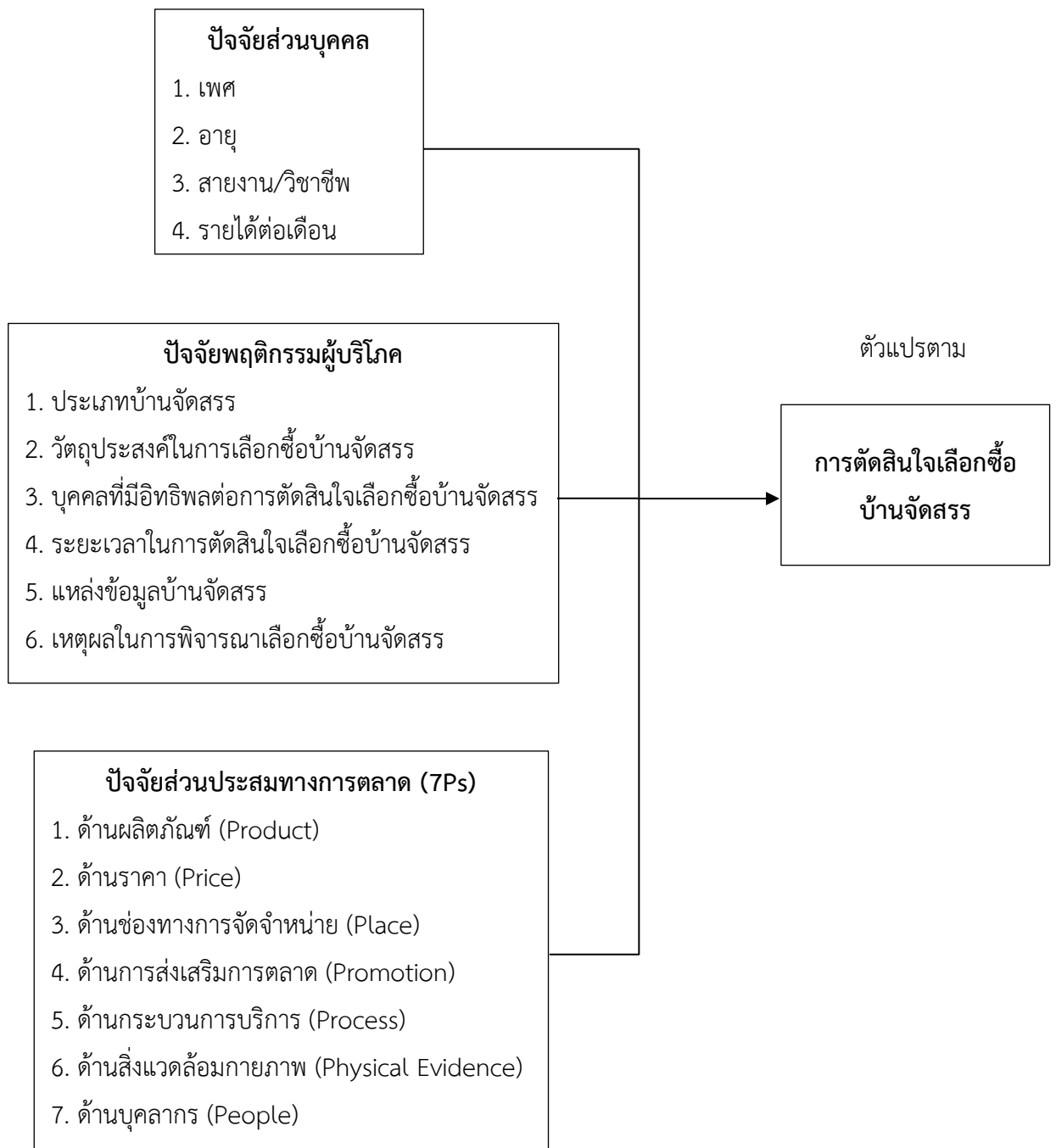
สยาม อรุณศรีมรกต และยงยุทธ วัชรดุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติเพื่อโลกอนาคต ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ผ่านมามีการกำจัดความยากจน การมีอาหารที่ปลอดภัยและเพียงพอต่อความต้องการ ปัจจุบันแนวคิดต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไป โดยประเด็นที่สำคัญเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ ความยั่งยืนในเชิงสิ่งแวดล้อม หัวใจหลักคือการพัฒนาด้านเศรษฐกิจต้องคำนึงถึงทรัพยากรเพื่อเหลือไปถึงคนรุ่นหลัง นอกจากนี้ยังมีประเด็นสำคัญที่ต้อง พิจารณา คือ ความมั่นคงทางด้านน้ำ อาหาร และพลังงาน อีกทั้งเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้สังคมโลกอยู่อย่างปลอดภัย อยู่ด้วยกันอย่างสันติ และเกิดความยั่งยืนของอารยธรรมของมนุษย์ให้ยาวนานที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นในเรื่องของการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษสำหรับอนุชนรุ่นหลัง

จากการศึกษาวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ศึกษาในปัจจัยด้านประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4Ps และ 7Ps ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ประเภทบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร เพื่อศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยใด

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น



2.11 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ และใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และนำไปสู่การวางแผนธุรกิจ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย
- 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย
- 3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลและมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาจารย์แพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 129 คน (โรงพยาบาลศูนย์ยะลา โรงพยาบาลสิโรตส และโรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์, 2564)

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาลวิชาชีพ เทคนิคการแพทย์ กายภาพบำบัด จำนวน 1,006 คน (โรงพยาบาลศูนย์ยะลา โรงพยาบาลสิโรตส และโรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์, 2564)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อาจารย์แพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 6 คน (Morse, 1994)

ตารางที่ 3.1 การกระจายกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับการเก็บข้อมูล

ประชากรทั้งหมด	กลุ่มที่เป็นตัวอย่าง	จำนวนประชากร (ราย)	สัดส่วนประชากร (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่างที่จะศึกษา (ราย)
อาจารย์แพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล ศูนย์ยะลา	128	99.22 %	5
	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล สิโรรส	-	-	-
	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล ยะลาสิริรัตนรักษ์	1	0.44 %	1
	รวมทุกกลุ่ม	129	100 %	6

การวิจัยเชิงปริมาณ

จากการกำหนดขอบเขตของประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 1,006 คน สามารถคำนวณเป็นกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน วิณา ธิระโสภณ, 2558) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,006}{1 + (1,006) (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1,006}{1 + 2.515}$$

$$n = 286.20 \text{ คน}$$

โดย N คือ จำนวนประชากร
n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
e คือ ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 286.20 หรือ 287 คน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากจำนวนประชากรที่ได้กำหนดขอบเขตไว้

ตารางที่ 3.2 การกระจายกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการเก็บข้อมูล

ประชากรทั้งหมด	กลุ่มที่เป็นตัวอย่าง	จำนวนประชากร (ราย)	สัดส่วนประชากร (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่างที่จะศึกษา (ราย)
อาจารย์แพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล ศูนย์ยะลา	871	86.58 %	248
	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล สิโรรส	77	7.65	22
	อาจารย์แพทย์ โรงพยาบาล ยะลาสิริรัตนรักษ์	58	5.77 %	17
	รวมทุกกลุ่ม	1,006	100 %	287

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยกำหนดการเลือกตัวอย่างจากวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ อาจารย์แพทย์ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในโรงพยาบาล เขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยกำหนดการเลือกตัวอย่างจากวิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ในโรงพยาบาล เขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ที่ยินดีในการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษาการวิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือในการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วน 1 สถานภาพทั่วไป โดยถามในประเด็น คือ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ สายงาน/วิชาชีพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และช่องทางที่สามารถติดต่อได้

ส่วน 2 สัมภาษณ์ลักษณะคำถามปลายเปิดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ จำนวน 2 ข้อ คือ 1) ในการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่าแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ข้อใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพราะเหตุใดจึงเลือกข้อดังกล่าว 2) นอกจากแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่ามีหลักการใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร

3.2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามชนิดเลือกตอบ (Check List) โดยรายละเอียดของคำถามมีการปรับปรุงมาจากปรัชญาภรณ์ เพ็โร (2559)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประเภทบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร เป็นคำถามชนิดเลือกตอบ (Check List) โดยรายละเอียดของคำถามมีการปรับปรุงมาจากปรัชญาภรณ์ เพ็โร (2559)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร โดยรายละเอียดของคำถามมีการปรับปรุงมาจากปรัชญาภรณ์ เพ็โร (2559), วิภา ธิระโสภณ (2558) และนพคุณ เสียงประสิทธิ์ (2559)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรายละเอียดของคำถามมีการปรับปรุงมาจากเจนจิรา ปราณี (2562)

ทั้งนี้สำหรับคำถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลด้วยอันตรภาค (Interval Scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) โดยแบ่งเป็นระดับการประเมิน (อรัญญา พิมพ์สรายุ. 2553 อ้างถึงใน นพคุณ เลียงประสิทธิ์, 2559) ดังนี้

ระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
ระดับการให้ความสำคัญมาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ระดับการให้ความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
ระดับการให้ความสำคัญน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ระดับการให้ความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

กำหนดค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้นในการแปลผลของข้อมูล โดยสมการทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณและอธิบายความหมายในแต่ละอันตรภาคชั้น (ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข. 2547 อ้างถึงใน นพคุณ เลียงประสิทธิ์, 2559) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาหาคะแนนเฉลี่ย จะสามารถแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายความว่า	ส่งผลในระดับที่มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายความว่า	ส่งผลในระดับที่มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายความว่า	ส่งผลในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายความว่า	ส่งผลในระดับที่น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายความว่า	ส่งผลในระดับที่น้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสามารถสร้างแบบสัมภาษณ์การวิจัยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร มาสร้างแบบสัมภาษณ์

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) โดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์ และขอคำแนะนำเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ นำเสนอแบบสัมภาษณ์แก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ และปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความถูกต้องมากที่สุด

5. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพื่อกำหนดตัวแปรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยและสามารถสร้างแบบสอบถามการวิจัยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร มาสร้างแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) โดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องของแบบสอบถาม และขอคำแนะนำเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม นำเสนอแบบสัมภาษณ์แก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ และปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้องมากที่สุด

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ทั้งเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพและเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ การตรวจสอบเครื่องมือแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) หมายถึง การนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ชัดเจน ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

- +1 คะแนน หมายถึง แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 คะแนน หมายถึง แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 คะแนน หมายถึง ไม่มีความแน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) หากค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ยเกินกว่า 0.5 จึงถือว่าแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สามารถนำไปใช้สอบถามได้ ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องคำนวณ (Rovinelli & Hambleton. 1977 อ้างถึงใน เศรษฐวิสุทธิ์ พรหมสิทธิ์, 2564) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย	IOC	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง
	$\sum R$	คือ	ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ
	N	คือ	จำนวนของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

หากค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ยเกินกว่า 0.5 จึงถือว่าแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สามารถนำไปใช้สอบถามได้ (เศรษฐวิสุทธิ์ พรหมสิทธิ์, 2564)

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) หมายถึง การตรวจสอบความคงที่แน่นอนของข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล สามารถหาค่าความเชื่อมั่นของเนื้อหา โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับบุคลากรทางการแพทย์ 30 ตัวอย่าง จากนั้นทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค หากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่คำนวณได้มีตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป แบบสอบถามสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคสามารถคำนวณ (Cronbach. 1970 อ้างถึงใน เศรษฐวิสุทธิ์ พรหมสิทธิ์, 2564) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

โดย	α	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค
	n	คือ	จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเชื่อมั่นของเนื้อหา โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ในภาพรวม เป็นดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00
2. แบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.99 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค เท่ากับ 0.947

3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 1 ยื่นหนังสือแนะนำตัวของผู้วิจัยและหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ถึงฝ่ายบุคคลของโรงพยาบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัยพร้อมแนบกำหนดการนัดหมายสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้รับการอนุญาตในการเข้าสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสัมภาษณ์ให้แก่ผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนการสัมภาษณ์ประมาณหนึ่งสัปดาห์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตรงตามกำหนดการนัดหมาย สัมภาษณ์เป็นเวลา 30-40 นาที ต่อ 1 คน

ขั้นตอนที่ 3 ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการขออนุญาตบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่อนุญาตให้มีการบันทึกเสียง ผู้วิจัยจะไม่ทำการบันทึกเสียง หรือล๊อคอบบันทึกเสียง

ขั้นตอนที่ 4 รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ทำการจัดพิมพ์ข้อมูลการสัมภาษณ์ จากนั้นส่งให้ผู้สัมภาษณ์ทำการยืนยัน หรือแก้ไขความถูกต้องของข้อมูลการสัมภาษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 1 ยื่นหนังสือแนะนำตัวของผู้วิจัยและหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ถึงฝ่ายบุคคลของโรงพยาบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้รับการอนุญาต ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยตัวเอง หากไม่สามารถส่งแบบสอบถามด้วยตัวเองได้ ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามให้แก่ตัวอย่างผ่านฝ่ายบุคคลของโรงพยาบาล พร้อมทั้งขอความร่วมมือให้ส่งแบบสอบถามคืนแก่ผู้วิจัยภายใน 15 วัน นับตั้งแต่ได้รับแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้รับแบบสอบถาม นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากนั้นทำการสังเคราะห์ข้อมูลโดยการจับประเด็นข้อมูลที่เหมือนกันในแต่ละประเด็นออกเป็นหมวดหมู่

ขั้นตอนที่ 2 นำประเด็นข้อมูลที่แบ่งออกเป็นหมวดหมู่มาให้ระดับความเห็นจากมากไปน้อย คำนวณเป็นร้อยละ และบรรยายถึงรายละเอียดที่พบ

การวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ประกอบด้วย เพศ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ อัตราร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม (t-test) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 การทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนตั้งแต่กลุ่มสองกลุ่มขึ้นไปหรือทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่กลุ่มตัวอย่างสามกลุ่มขึ้นไป (F-test) โดยเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 2.11.1 และสมมติฐานข้อที่ 2 และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

โดยการแปลผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ สามารถพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1 (บุญศรี พรหมมาพันธุ์, 2561) โดยแสดงขนาดของความสัมพันธ์ ดังนี้

$r = 0$	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
$r < 0.40$	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันน้อย
$0.40 \leq r < 0.60$	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
$r \geq 0.60$	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันมาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 287 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในสถิติที่ทดสอบที (t-distribution)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Mean Squares)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในสถิติที่ทดสอบเอฟ (F-distribution)
r	แทน	ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Unstandardized)
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Standardized)
S.E.	แทน	ค่าความคลื่อนคลาตามาตรฐาน (Standard Error)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation)
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (Multiple Determination)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตอนที่ 2 การนำแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกอาจารย์แพทย์ จำนวน 6 คน โดยคำถามเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อแสดงทัศนะเกี่ยวกับการนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบกับการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงถึงการนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	จัดอันดับการนำมาประกอบการพิจารณา
เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย	1
เป้าหมายที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี	2
เป้าหมายที่ 6 การสร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาล	3
เป้าหมายที่ 16 การส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม	4

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าอาจารย์แพทย์เลือกนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรรเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากต้องการสภาพแวดล้อมและชุมชนที่ดี มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังต้องการความปลอดภัยในเรื่องความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสุขภาพ อาจารย์แพทย์เลือกนำเป้าหมายที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีเป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตและสุขภาพเป็นอย่างมาก จึงต้องการการควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และสภาพแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษต่าง ๆ เพราะเมื่อสุขภาพดี การใช้ชีวิตจะดีด้วย อาจารย์แพทย์เลือกนำเป้าหมายที่ 6 การสร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาลเป็นอันดับที่ 3 เนื่องจากน้ำเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากที่อยู่อาศัยมีน้ำที่เพียงพอต่อการใช้งานและน้ำมีความสะอาด ก็จะทำให้มีความน่าอยู่อาศัย อีกทั้งยังทำให้สุขภาพของผู้อยู่อาศัยดีด้วย และอาจารย์แพทย์เลือกนำเป้าหมายที่ 16 การส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเป็น อันดับที่ 4 เนื่องจากต้องการอยู่ในชุมชนหรือพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่สงบสุข ไม่มีความขัดแย้ง มีกฎเกณฑ์เพื่อการอยู่ร่วมกันที่ดี อีกทั้งต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน

ตอนที่ 2 การนำแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกอาจารย์แพทย์ จำนวน 6 คน โดยคำถามเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อแสดงทัศนะเกี่ยวกับการนำแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบกับการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงการแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	จัดอันดับการนำมาประกอบการพิจารณา
ทำเลที่ตั้ง	1
วัตถุประสงค์การใช้งานบ้านจัดสรร	2
องค์ประกอบของบ้านจัดสรร	3
รายได้	4

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าอาจารย์แพทย์พิจารณาการเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากทำเลที่ตั้งเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยหลักในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยพิจารณาถึงตำแหน่งบ้านจัดสรรว่าอยู่ในตัวเมืองหรือนอกเมือง สภาพแวดล้อมโดยรอบ ความสะดวกในการเดินทาง อาจารย์แพทย์พิจารณาวัตถุประสงค์การใช้งานบ้านจัดสรรเป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากวัตถุประสงค์การใช้งานของอาจารย์แพทย์ คือ การใช้เพื่ออยู่อาศัยหรือการใช้เพื่อประกอบการเป็นปัจจัยในการเลือกประเภทของบ้านจัดสรรให้ตรงตามวัตถุประสงค์ อาจารย์แพทย์พิจารณาองค์ประกอบของบ้านจัดสรร เป็นอันดับที่ 3 โดยพิจารณาในเรื่องขนาดที่ดิน ขนาดพื้นที่ใช้สอย วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างบ้านจัดสรร และอาจารย์แพทย์พิจารณารายได้เป็นอันดับที่ 4 เนื่องจากรายได้เป็นตัวพิจารณาขนาดของบ้านจัดสรรและโครงการที่ตัดสินใจเลือกซื้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกตามเพศ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่และอัตราร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	71	24.70
หญิง	216	75.30

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
21 – 30ปี	89	31.00
31 – 40ปี	142	49.50
41 – 50 ปี	41	14.30
51 ปีขึ้นไป	15	5.20
3. สายงาน/วิชาชีพ		
แพทย์	49	17.10
ทันตแพทย์	25	8.70
เภสัชกร	33	11.50
พยาบาลวิชาชีพ	137	47.70
นักเทคนิคการแพทย์	31	10.80
นักกายภาพบำบัด	12	4.20
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,001 บาท	52	18.10
20,001 – 30,000 บาท	104	36.20
30,001 – 40,000 บาท	73	25.50
40,001 – 50,000 บาท	42	14.60
50,001 – 60,000 บาท	9	3.20
มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	7	2.40

จากตารางที่ 4.3 พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 และเป็นเพศชาย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20

สายงาน/วิชาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพยาบาลวิชาชีพ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมา คือ แพทย์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 เกษีกร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 นักเทคนิคการแพทย์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ทันตแพทย์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และนักกายภาพบำบัด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 104 คนคิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา คือ รายได้ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รายได้ต่ำกว่า 20,001 บาทต่อเดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 รายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 รายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกตามประเภทบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยใช้สถิติหาการแจกแจงความถี่และอัตราร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทบ้านจัดสรร		
บ้านเดี่ยว	149	51.90
บ้านแฝด	41	14.30
ทาวน์เฮาส์	20	7.00
ทาวน์โฮม	28	9.70
อาคารพาณิชย์(ตึกแถว)	12	4.20
คอนโดมิเนียม	37	12.90

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
2. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร		
เพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง	110	38.30
เพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว	112	39.00
ซื้อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร	24	8.40
เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว	19	6.60
เพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร	22	7.70
3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร		
ตัดสินใจด้วยตนเอง	108	37.60
คู่สมรส	70	24.40
ครอบครัว	107	37.30
เพื่อน	2	0.70
4. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร		
น้อยกว่า 3 เดือน	17	5.90
3 – 6 เดือน	86	30.00
6 – 12 เดือน	73	25.40
มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป	111	38.70
5. แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร		
ป้ายโฆษณา	68	23.70
สื่อออนไลน์	76	26.50
สื่อวิทยุ	23	8.00
แผ่นพับหรือโบชัวร์	60	20.90
การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก	60	20.90
6. เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร		
ชื่อเสียงของโครงการหรือเจ้าของโครงการ	38	13.20
การออกแบบของบ้าน	42	14.60
ทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง	82	28.60
ใกล้สถานที่ทำงาน	51	17.80
ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก	45	15.70
การบริการหลังการขายมีความครบถ้วน	18	6.30
โปรโมชั่นของโครงการ	11	3.80

จากตารางที่ 4.4 พบว่า

ประเภทบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 รองลงมา คือ บ้านแฝด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 คอนโดมิเนียม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ทาวน์โฮม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ทาวเฮาส์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอาคารพาณิชย์(ตึกแถว) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมา คือ เพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 ซื้อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 เพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 และเพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 คู่สมรส จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และเพื่อน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 – 6 เดือน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระยะเวลา 6 – 12 เดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 และระยะเวลาน้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90

แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลบ้านจัดสรรจากสื่อออนไลน์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 แผ่นพับหรือโบชัวร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 และสื่อวิทยุ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมา คือ ใกล้สถานที่ทำงาน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 การออกแบบของบ้าน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 ชื่อเสียงของโครงการหรือเจ้าของโครงการ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 การบริการหลังการขายมีความครบถ้วน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และโปรโมชั่นของโครงการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ตอนที่ 5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร โดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
ชื่อโครงการหรือเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรมีความน่าเชื่อถือ	4.25	0.637	มากที่สุด
การออกแบบบ้านจัดสรรทั้งภายในและภายนอกมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.18	0.646	มาก
วัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้างมีคุณภาพ	4.16	0.658	มาก
ความปลอดภัยของโครงการมีความน่าเชื่อถือ	4.08	0.670	มาก
การให้สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคมีความเหมาะสม	4.14	0.706	มาก
การรับประกันบ้านมีความเหมาะสม	4.02	0.717	มาก
รวม	4.14	0.514	มาก
2. ด้านราคา			
ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับคุณภาพ	4.21	0.723	มากที่สุด
ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	4.17	0.698	มาก
ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับขนาดของที่ดิน	4.05	0.685	มาก
ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.02	0.721	มาก
เงื่อนไขในการชำระเงินมีความถูกต้อง	4.03	0.719	มาก
รวม	4.10	0.603	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
มีพนักงานประจำสำนักงานขายให้ บริการการติดต่อทางโทรศัพท์ และทางออนไลน์ อย่างน้อย ช่วงเวลาทำงานทั้ง 7 วัน	3.95	0.845	มาก
โครงการมีการออกบูธในงานแสดงต่าง ๆ เกี่ยวกับการแสดงสินค้า	3.87	0.811	มาก
มีเว็บไซต์แสดงตัวอย่างบ้านจัดสรรแบบ สามมิติ หมุนได้รอบด้าน ทั้งด้านบนและด้านข้างของบ้าน จัดสรร สามารถเลือกชมและทำการจอง	3.92	0.741	มาก
มีนายหน้าบ้านจัดสรรตัวอย่างไปนำเสนอขาย ธนาคารที่เป็นพันธมิตรนำบ้านจัดสรรตัวอย่างวาง แสดงที่ธนาคาร	3.90	0.759	มาก
รวม	3.92	0.657	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
การส่งเสริมการตลาดมีความน่าสนใจ	4.14	0.723	มาก
การโฆษณามีความเหมาะสม	4.10	0.722	มาก
ระยะเวลาของประกันมีความเหมาะสม	4.06	0.692	มาก
มีพนักงานให้คำแนะนำทางการเงิน	3.99	0.687	มาก
รวม	4.07	0.624	มาก
5. ด้านกระบวนการบริการ			
ระบบการให้บริการมีความเหมาะสม	4.05	0.746	มาก
พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการ ของลูกค้า	3.95	0.751	มาก
ขั้นตอนการทำสัญญาและโอนกรรมสิทธิ์บ้าน จัดสรรมีความถูกต้อง	4.08	0.794	มาก
ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง	4.07	0.743	มาก
รวม	4.04	0.614	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
6. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ			
โครงการมีบริการสถานที่ออกกำลังกาย และ สวนสาธารณะที่เป็นส่วนกลาง	3.98	0.724	มาก
สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสงบ ร่มรื่น เหมาะสมแก่การพักอาศัย	4.02	0.712	มาก
รูปแบบบ้านจัดสรรตัวอย่างมีความน่าสนใจ	3.98	0.722	มาก
ลักษณะชุมชนโดยรอบเหมาะสมแก่การอยู่อาศัย	3.93	0.709	มาก
รวม	3.98	0.610	มาก
7. ด้านบุคลากร			
พนักงานมีความเต็มใจและใส่ใจในการให้บริการ	4.15	0.721	มาก
พนักงานกระตือรือร้นต่อการให้บริการ	4.10	0.687	มาก
พนักงานมีการบริการก่อนและหลังการขายที่ดี	4.06	0.676	มาก
พนักงานด้านการขายมีความรู้เกี่ยวกับบ้านจัดสรร เป็นอย่างดี	3.99	0.679	มาก
พนักงานด้านการเงินมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเป็น อย่างดี	3.98	0.709	มาก
รวม	4.06	0.609	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงประเภทบ้าน	4.00	0.910	มาก
ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงขนาดพื้นที่ใช้สอย	3.98	0.813	มาก
ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงวัสดุที่ใช้ในการสร้าง	3.87	0.852	มาก
ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงระบบสาธารณูปโภค	3.84	0.850	มาก
รวม	3.92	0.783	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.92 หากพิจารณาแยกตามลำดับข้อ พบว่า ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงประเภทบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา คือ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงขนาดพื้นที่ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงวัสดุที่ใช้ในการสร้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงระบบสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกตามเพศ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม (t-test) และการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนตั้งแต่กลุ่มสองกลุ่มขึ้นไปหรือทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่กลุ่มตัวอย่างสามกลุ่มขึ้นไป (F-test) โดยเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามเพศ

	ชาย (n=71)		หญิง (n=216)		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	3.86	0.77	3.95	0.79	-0.840	0.402

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า เพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3	10.511	3.504	6.016	0.001*
	ภายในกลุ่ม	283	164.803	0.582		
	รวม	286	175.314			
สายงาน/วิชาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	5	18.597	3.719	6.669	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	156.717	0.558		
	รวม	286	175.314			
รายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	5	24.810	4.962	9.264	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	150.504	0.536		
	รวม	286	175.314			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ		21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}	4.09	3.94	3.48	4.00
21 – 30 ปี	4.09	-	0.155	0.000*	0.683
31 – 40 ปี	3.94		-	0.001*	0.773
41 – 50 ปี	3.48			-	0.250
51 ปี ขึ้นไป	4.00				-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 21 – 30 ปี มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าอายุช่วง 31 – 40 ปี และอายุช่วง 31 – 40 ปี มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าอายุช่วง 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสายงาน/วิชาชีพ

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสายงาน/ วิชาชีพ		แพทย์	ทันตแพทย์	เภสัชกร	พยาบาล วิชาชีพ	นักเทคนิค การแพทย์	นักกายภาพ บำบัด
	\bar{X}	3.59	3.67	3.67	4.18	3.83	3.85
แพทย์	3.59	-	0.650	0.635	0.000*	0.156	0.267
ทันตแพทย์	3.67		-	0.987	0.002*	0.424	0.483
เภสัชกร	3.67			-	0.000*	0.381	0.457
พยาบาลวิชาชีพ	4.18				-	0.020*	0.150
นักเทคนิคการแพทย์	3.83					-	0.926
นักกายภาพบำบัด	3.85						-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า พยาบาลวิชาชีพ มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าแพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร และนักเทคนิคการแพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	20,001 –	30,001 –	40,001 –	50,001 –	มากกว่า
		20,001	30,000	40,000	50,000	60,000	60,000
	\bar{X}	4.11	4.02	4.00	3.46	2.81	4.36
ต่ำกว่า 20,001	4.11	-	0.499	0.420	0.000*	0.000*	0.403
20,001 – 30,000	4.02		-	0.837	0.000*	0.000*	0.248
30,001 – 40,000	4.00			-	0.000*	0.000*	0.223
40,001 – 50,000	3.46				-	0.015*	0.003*
50,001 – 60,000	2.81					-	0.000*
มากกว่า 60,000 ขึ้นไป	4.36						-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทต่อเดือน มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่ารายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่ารายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่ารายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่ารายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน และมากกว่ารายได้ 60,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 – 60,000 บาทต่อเดือน มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่ารายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน

จัดสรร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกตามประเภทบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนตั้งแต่กลุ่มสองกลุ่มขึ้นไปหรือทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่กลุ่มตัวอย่างสามกลุ่มขึ้นไป (F-test) โดยเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ตารางที่ 4.12 การทดสอบค่า F (F-test) ของการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ประเภทของบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	5	15.222	3.044	5.344	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281	160.092	0.570		
	รวม	286	175.314			
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	4	12.271	3.068	5.306	0.000*
	ภายในกลุ่ม	282	163.042	0.578		
	รวม	286	175.314			
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.348	0.783	1.280	0.281
	ภายในกลุ่ม	283	172.966	0.611		
	รวม	286	175.314			
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	3	10.870	3.623	6.236	0.000*
	ภายในกลุ่ม	283	164.444	0.581		
	รวม	286	175.314			
แหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	4	22.564	5.641	10.414	0.000*
	ภายในกลุ่ม	282	152.750	0.542		
	รวม	286	175.314			

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระหว่างกลุ่ม	6	4.993	0.832	1.368	0.227
	ภายในกลุ่ม	280	170.321	0.608		
	รวม	286	175.314			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ประเภทของบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านประเภทของบ้านจัดสรร

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านประเภทของบ้านจัดสรร	\bar{X}	บ้านเดี่ยว				อาคารพาณิชย์ (ตึกแถว)		คอนโดมิเนียม
		บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	ทาวน์เฮาส์	ทาวน์โฮม	พาณิชย์	คอนโด	
	\bar{X}	4.06	3.45	3.99	3.63	4.17	4.02	
บ้านเดี่ยว	4.06	-	0.000*	0.706	0.007*	0.624	0.800	
บ้านแฝด	3.45		-	0.010*	0.324	0.004*	0.001*	
ทาวน์เฮาส์	3.99			-	0.111	0.516	0.876	
ทาวน์โฮม	3.63				-	0.042*	0.042*	
อาคารพาณิชย์(ตึกแถว)	4.17					-	0.560	
คอนโดมิเนียม	4.02						-	

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่ต้องการเลือกซื้อบ้านแฝด และที่ต้องการเลือกซื้อทาวน์โฮม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเลือกซื้อบ้านแฝด มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่ต้องการเลือกซื้ออาคารพาณิชย์(ตึกแถว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการเลือกซื้อทาวน์โฮม มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่ต้องการเลือกซื้ออาคารพาณิชย์(ตึกแถว) และคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือก ซื้อบ้านจัดสรร	เพื่ออยู่ อาศัยด้วย ตนเอง	เพื่ออยู่ อาศัยกับ ครอบครัว	ซื้อให้ญาติ พี่น้อง หรือบุตร	เพื่อการ อยู่อาศัย ชั่วคราว	เพื่อการ ลงทุนหรือ การเก็งกำไร	
	\bar{X}	3.90	4.00	3.35	3.83	4.33
เพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง	3.90	-	0.350	0.001*	0.689	0.017*
เพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว	4.00		-	0.000*	0.365	0.064
ซื้อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร	3.35			-	0.043*	0.000*
เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว	3.83				-	0.036*
เพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร	4.33					-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อให้ญาติพี่น้องหรือบุตร แต่น้อยกว่าที่เลือกบ้านจัดสรรเพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อให้ญาติพี่น้องหรือบุตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรน้อยกว่าที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว และที่เลือกบ้านจัดสรรเพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรน้อยกว่าที่เลือกบ้านจัดสรรเพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านระยะเวลาในการ ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	\bar{X}	น้อยกว่า	3 – 6 เดือน	6 – 12 เดือน	มากกว่า 12
		3 เดือน			เดือนขึ้นไป
	3.90		4.00	3.35	3.83
น้อยกว่า 3 เดือน	4.04	-	0.078	0.327	0.623
3 – 6 เดือน	3.68		-	0.198	0.000*
6 – 12 เดือน	3.84			-	0.010*
มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป	4.14				-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรมากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากกว่าที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร 3 – 6 เดือน แต่น้อยกว่าที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร 6 – 12 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ (LSD) เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านแหล่งข้อมูล	ป้ายโฆษณา	สื่อออนไลน์	สื่อวิทยุ	แผ่นพับหรือ โบชัวร์	การบอกต่อ จากบุคคล ที่รู้จัก	
	\bar{X}	4.10	4.04	3.83	3.40	4.14
ป้ายโฆษณา	4.10	-	0.587	0.120	0.000*	0.791
สื่อออนไลน์	4.04		-	0.231	0.000*	0.426
สื่อวิทยุ	3.83			-	0.019*	0.086
แผ่นพับหรือโบชัวร์	3.40				-	0.000*
การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก	4.14					-

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรจากแผ่นพับ หรือโบชัวร์ มีระดับการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรน้อยกว่าที่ทราบแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรจากป้ายโฆษณา สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ และการบอกต่อจากบุคคลที่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 287 คน จำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตัวแปร	ค่าสถิติ	การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร
ด้านผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.301**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านราคา	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.437**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.486**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.390**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านกระบวนการบริการ	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.426**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.393**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287
ด้านบุคลากร	Pearson Correlation (<i>r</i>)	0.606**
	Sig. (2-tailed)	0.000*
	N	287

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร ทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในลักษณะไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาแยกตามลำดับข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มี

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับน้อย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับปานกลาง และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมาก

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตัวแบบ (Model)		df	SS	MS	F	Sig.
1	Regression	7	76.008	10.870	30.563	0.000*
	Residual	279	99.225	0.356		
	total	286	175.314			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร ทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสามารถในการพยากรณ์

ตัวแบบ (Model)	R	R Square	Adjusted R Square	S.E.
1	0.659	0.434	0.420	0.596

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร สามารถทำการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ได้ร้อยละ 43.4 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ตารางที่ 4.20 แสดงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.116	0.332		0.350	0.727
ด้านผลิตภัณฑ์	-0.108	0.090	-0.071	-1.195	0.233
ด้านราคา	0.168	0.085	0.129	1.969	0.050*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.266	0.075	0.223	3.507	0.001*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.049	0.073	0.039	0.664	0.507
ด้านกระบวนการบริการ	-0.010	0.087	-0.008	-0.119	0.905
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	-0.022	0.080	-0.018	-0.281	0.779
ด้านบุคลากร	0.605	0.075	0.471	8.123	0.000*

R = 0.659 R Square = 0.434 Adjusted R Square = 0.420 S.E. = 0.596

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คืออาจารย์แพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และนำไปสู่การวางแผนธุรกิจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 287 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire)

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่กลุ่มตัวอย่างนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุดคือ เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย รองลงมาคือ เป้าหมายที่ 3 การสร้างหลักประกันการมีสุขภาพและความปลอดภัย เป้าหมายที่ 6 การสร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาล และเป้าหมายที่ 16 การส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม ตามลำดับ

5.1.2 การแนวคิดอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แนวคิดอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง รองลงมาคือ วัตถุประสงค์การใช้งานบ้านจัดสรร องค์กรประกอบของบ้านจัดสรร และรายได้ ตามลำดับ

5.1.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน มีอายุช่วง 31 – 40 ปี เป็นพยาบาลวิชาชีพ และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

5.1.4 ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนต้องการเลือกซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ คือ เพื่อยู่อาศัยกับครอบครัว โดยตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป ทราบข้อมูลบ้านจัดสรรจากสื่อออนไลน์ และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง

5.1.5 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก

5.1.6 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ อายุ สายงาน/วิชาชีพ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

5.1.7 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ ประเภทของบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัด และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

5.1.8 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

5.2 อภิปรายผล

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่บุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา นำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด คือ เป้าหมายที่ 11 การส่งเสริมให้เมืองและถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย เพราะต้องการสภาพแวดล้อมและชุมชนที่ดี มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังต้องการความปลอดภัยในเรื่องความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สยาม อรุณศรีมรกด และยงยุทธ วัชรกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติเพื่อโลกอนาคต พบว่า ความยั่งยืนในเชิงสิ่งแวดล้อม หัวใจหลักคือการพัฒนาด้านเศรษฐกิจต้องคำนึงถึงทรัพยากรเพื่อหลีกเลี่ยงไปถึงคนรุ่นหลัง นอกจากนี้ยังมีประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาคือ ความมั่นคงทางด้านน้ำ อาหาร และพลังงาน อีกทั้งเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้สังคมโลกอยู่อย่างปลอดภัย อยู่ด้วยกันอย่างสันติ และเกิดความยั่งยืนของอารยธรรมของมนุษย์ให้ยาวนานที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นในเรื่องของการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษสำหรับอนุชนรุ่นหลัง

หลักการหรือแนวคิดอื่น ๆ ที่บุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา นำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรรมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยหลักในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยจะพิจารณาถึงเรื่องตำแหน่งของบ้านจัดสรรว่าอยู่ในตัวเมืองหรือนอกเมือง สภาพแวดล้อมโดยรอบเป็นอย่างไร และทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เพื่อการเป็นอยู่ที่ดีและตรงตามความต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการซื้อบ้านจัดสรรคือ เพื่ออยู่อาศัยหรือเพื่อการประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา กองสุก (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท พีซี คอนเนคชั่น จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า พนักงานบริษัทเอกชนมีรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ด้านการประเมินผลทางเลือกจากการเปรียบเทียบในแต่ละโครงการบ้านจัดสรร พิจารณาจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ความสะดวกสบายในการเดินทางและสภาพแวดล้อมของทางโครงการและทางด้านราคาโปรโมชั่นของแถมส่วนลด แต่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกันคือ เพื่อการอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว

ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ อายุ สายงาน/อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ทั้งนี้ อาจเพราะบุคลากรทางการแพทย์ที่มีอายุ สายงาน/อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความชื่นชอบในคุณสมบัติของบ้านจัดสรรและมีการพิจารณาสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา ปรานี (2562) ได้ศึกษา

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี พบว่า อายุและอาชีพของผู้ที่มีความสนใจที่จะซื้อบ้านหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อบ้านจัดสรรส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ส่วนเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญาภรณ์ เพโร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า รายได้ของผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อบ้านจัดสรรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ส่วนเพศไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ ประเภทของบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรร ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรรไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรทางการแพทย์มีความต้องการและกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกัน จึงทำให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ปรัชญาภรณ์ เพโร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประเภทบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้าน ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ และการรับรู้โครงการบ้านจัดสรรเป็นสื่อการขายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรทางการแพทย์ให้ความสำคัญต่อราคา การจัดจำหน่ายของโครงการ และการบริการของพนักงานในแต่ละแผนกของโครงการ จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราธิป แนวคำดี, ประพัฒน์ เปี้ยกสอน, กฤษณ์ ทักษุฬา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในพื้นที่จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ ปัจจัยด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลช เพชรปานวงศ์, เหล่าคงถาวร และพีรกันต์ แก้ววงศ์วัฒนา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของคนเจนเนอเรชั่นวาย

พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรร้อยละ 10.14 ด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรร้อยละ 9.71 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรร้อยละ 9.61 โดยปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคในภายภาคหน้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.3.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรร ควรมีความห่วงใยในการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประกอบการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีนโยบายการส่งเสริมให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย อีกทั้งส่งเสริมการสร้างระบบสุขภาพ และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้ผู้อยู่อาศัยมีสุขภาวะที่ดี เพื่อช่วยขับเคลื่อนการบรรลุการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในประเทศ

5.3.1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรวางนโยบายในการสร้างบ้านเดี่ยวมากขึ้น โดยมีขนาดพื้นที่ให้เหมาะสมกับการอาศัยอยู่กับครอบครัว อีกทั้งทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายช่องทาง โดยมุ่งเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ได้ตรงจุด

5.3.1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรวางนโยบายในการกำหนดราคาบ้านจัดสรรให้เหมาะสมกับคุณภาพ แหล่งทำเลที่ตั้ง และขนาดของที่ดิน มีพนักงาน นายหน้าในการนำเสนอขายบ้านจัดสรร และมีการออกบูธในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยมีการให้ข้อมูลบ้านจัดสรร และคำแนะนำเกี่ยวกับด้านการเงิน อีกทั้งควรส่งเสริมให้พนักงานในแต่ละแผนกมีความเต็มใจและเอาใจใส่ในการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ได้ตรงจุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรมีศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเทคโนโลยี เพื่อที่ผลการศึกษาอาจนำไปอยู่การวางแผนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรร ได้ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้บริโภคในทุกประเด็น เป็นต้น

5.3.2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรมีศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น พนักงานราชการ พนักงานเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

- กุลพัฒน์ คุ่มไพศาล. (2562). *วิธีการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ สำหรับนักพัฒนา*
มือใหม่. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก
<https://today.line.me/th/v2/article/QWxgm0>
- จรรยา กองสุก. (2561). *การศึกษารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค*
กรณีศึกษา บริษัท บีซี คอนเนคชั่น จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.
นครราชสีมา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ นครราชสีมา.
สืบค้นจาก
<http://www.baabstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/135.ru>
- เจนจิรา ปราณี (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี*.
กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สืบค้นจาก
<https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309262.pdf>
- ชนิภรณ์ แก้วเนิน, ณัฐนรี สมิตร และอรรถเวทย์ พฤกษ์สถาพร. (2563). *พฤติกรรม การรับรู้ และ*
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าและการใช้บริการ ตามกระแสเกาหลีนิยม. *วารสาร*
วิทยาลัยดุสิตธานี, 14(3), 277-294. สืบค้นจาก
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldttc/article/view/245515>
- ชัยพร ไคร้ทอง. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ*
เหล็กในเขตอำเภอหล่มสัก และอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. กรุงเทพมหานคร.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Chaiyaporn_K.pdf
- เชษฐพล มานิตย์. (2564). *เลือกสินเชื่อบ้านอย่างไร ให้ผ่อนสบาย และได้ประโยชน์สูงสุด*. สืบค้นเมื่อ
24 พฤศจิกายน 2564, จาก [https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/เลือก](https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/เลือกสินเชื่อบ้านอย่างไร-ให้ผ่อนสบาย-4265)
[สินเชื่อบ้านอย่างไร-ให้ผ่อนสบาย-4265](https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/เลือกสินเชื่อบ้านอย่างไร-ให้ผ่อนสบาย-4265)
- ดลยา ไชยวงศ์. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงอะไร อยากสร้างยอดขายให้ได้กำไร จำเป็นต้องรู้*.
สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก
<https://www.moneywecan.com/what-consumer-behavior/>
- ทักษกร สิงห์รัตนกร และวอนชนก ไชยสุนทร. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล*
ต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮาส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
วารสารบริหารธุรกิจสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 8(2),
211-26. สืบค้นจาก
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/view/207129>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2563). *ปรับตัวให้พร้อมไปกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New Normal*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2564 จาก, https://krungthai.com/Download/Economyresources/EconomyResourcesDownload_448Residential_Market_Outlook_2020-2021.pdf
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด. (2563). *รู้จักทฤษฎี 6W1H ตัวช่วยค้นหาลูกค้าของธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/known-theory-6w1h-help-find-customers-online-businesses>
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด. (2564). *สินเชื่อที่อยู่อาศัย*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2564 จาก, https://krungthai.com/Download/product/MediaFile_10960home_loan_salesheet_v102021-11.pdf
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด. (2564). *4 Steps กู้ซื้อบ้านอย่างไรให้ผ่านฉลุย*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2564 จาก, <https://www.krungsri.com/th/planyourmoney/must-stories/credit-plan/4-steps-to-success-home-loan>
- ธนาคารยูโอบี จำกัด(มหาชน). (2564). *7 ศัพท์สินเชื่อที่อยู่อาศัยที่มือใหม่กู้บ้านควรรู้*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2564 จาก, <https://www.uob.co.th/homeloan/articles/article-1/index.page>.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2564). *ธอส. แบ่งเบาภาระให้ “บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข” ลดดอกเบี้ยเงินกู้เหลือ 1.00% ต่อปี*. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.ghbank.co.th/news/detail/public-relations/press-04-08-2021>
- ธัช สหเมธาพัฒน์ และ นลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. โครงการนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564, 84-99*. สืบค้นจาก http://www.bec.nu.ac.th/NPSC/files/NPSC_2021.pdf
- นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล*. สงขลา. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นจาก https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/11312/4/noppakun_Fulltext.pdf
- นราธิป แนวคำดี, ประพัฒน์สอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุฬา และธัญพร เลี้ยงรักษา. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 7(1), 121-134*. สืบค้นจาก <https://doi.org/10.14456/jmsnpru.2020.9>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บรรยงค์ โตจินดา. (2548). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น.
- บริษัท ช.ฤกษ์ คอนสตรัคชั่น จำกัด. (2564). *บ้านมีที่ประเภท*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.chrconstruction.co.th/ข่าวสาร/บ้านมีที่ประเภท>
- บริษัท เดอะลีฟวิ่งโอเอส จำกัด. (2564). *6 ประเภทบ้าน*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.thelivingos.com/6-ประเภทบ้าน-เลือกได้-ไม่/>
- บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน). (2564). *อพเททล่าสุด อัตราดอกเบี้ย สินเชื่อบ้าน-คอนโด ปี 2564*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.sansiri.com/content/view/คำแนะนำกู้บ้าน-อพเททล่าสุด-อัตราดอกเบี้ย-สินเชื่อบ้าน-คอนโด-ปีนี้/th>
- บริษัท อุบลน่าอยู่ จำกัด. (2564). *ประเภทบ้านที่เหมาะสมกับคุณ เลือกบ้านอย่างไรให้โดนใจกับ “อุบลน่าอยู่”*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://nayoo.co/ubon/blogs/ubonnayoo-blogs-types-of-houses>
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2561). เทคนิคการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการใช้สหสัมพันธ์และการถดถอยในการวิจัย , *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 11(1), 32-45. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/edjour_stou/article/view/131213
- บุบผชาติ อุไรรักษ์ และ สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพบริการของบุคลากรทางการแพทย์ ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ. *วารสารพยาบาลตำรวจ*, 6(1), 88-101. สืบค้นจาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/policenser/article/view/22033/19985>
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), 31-48. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/69461>
- ปรัชญาภรณ์ เฟโร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี ภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน*. ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56710298.pdf
- ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2564). *กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พลช เพชรปานวงศ์, แผลมทอง เหล่าคงถาวร และพีรกันต์ แก้ววงศ์วัฒนา. (2564). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของคนเจนเนอเรชั่นวาย. การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ*, 26(1, CEM-04-1-CEM-04-8. สืบค้นจาก <https://conference.thaince.org/index.php/ncce26/issue/view/4>
- รวีศ หาญอุตสาหะ. (2562). *หลักของ Buyer decision process กับการซื้อบ้าน*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://missiontothemoon.co/decision-process/>
- รุ่งอรุณ พิงแยม. (2554). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับเขาวงกตสุขภาพของบุคลากรทางการแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. สืบค้นจาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/App_Beh_Sci_Res/Rungaroon_P.pdf
- โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์. (2564). *ฝ่ายบุคคล โรงพยาบาลยะลาสิริรัตนรักษ์*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.yala.policehospital.com>
- โรงพยาบาลศูนย์ยะลา. (2564). *ฝ่ายบุคคล โรงพยาบาลศูนย์ยะลา*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก <http://118.174.45.27/yrhweb/>
- โรงพยาบาลสิโรรส. (2564). *ฝ่ายบุคคล โรงพยาบาลสิโรรส*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.siroroshospitalcoltd.com>
- วิชัย วิตกพันธ์. (2563). *REIC ประเมินตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปี2564 แนวโน้มหน่วยขายได้ใหม่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.2*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.prop2morrow.com/2020/12/30/reic-ประเมินตลาดอสังหาปี64-แนวโน้มหน่วยขายได้ใหม่เพิ่มขึ้นถึง-4-2/>
- วีณา ธีระโสภณ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5502031726_2829_1766.pdf
- วีณา ศรีเจริญ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัด นนทบุรี. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2010/1/weena_sric.pdf
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2563). *สภาสถาบันกเปิด 5 เทรนด์ ที่อยู่อาศัยยุค New Normal*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.reic.or.th/News/RealEstate/442760>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2563). *Annual Report 2020*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2564, จาก https://www.reic.or.th/Upload/REICAnnualReport2020_896_1628142428_44149.pdf
- เศรษฐวิสุภุ พรมสิทธิ์. (2564). *กาวิต การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ*. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2564, จาก <https://bri.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2021/08/หมวด-5-เศรษฐวิสุภุ-11-8-64.pdf>
- สยาม อรุณศรีมรกต และยงยุทธ วัชรกุล. (2559). เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติ เพื่อโลกอนาคต. *วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย*, 11(3), 1-7. สืบค้นจาก <https://doi.org/10.14456/jtir.2016.3>
- สำนักงานจังหวัดยะลา. (2564). *สำนักงานจังหวัดยะลา*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.yala.go.th>
- สำนักงานที่ดินจังหวัดยะลา. (2564). *สำนักงานที่ดินจังหวัดยะลา*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.dol.go.th/yala/Pages/default2.aspx>
- สำนักงานแรงงานจังหวัดยะลา. (2561). *รายงานสถานการณ์และดัชนีภาวะแรงงานจังหวัดยะลา ไตรมาส 2 ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2564, จาก https://yala.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/85/2019/01/6-_2.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2555). *การสำรวจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2564, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/file/privatehostpital55.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *เกี่ยวกับ SDGs*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://sdgs.nesdc.go.th/เกี่ยวกับ-sdgs/>
- สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล. (2564). *ปัจจัยสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.terrabbk.com/articles/199674/ปัจจัยสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์>
- โสภณ พรโชคชัย. (2564). *การวิเคราะห์ตลาดอสังหาริมทรัพย์*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก https://www.trebs.ac.th/th/news_detail.php?nid=163
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey : Prentice –Hall, Inc.
- Morse, J. M. (1994). *Designing funded qualitative research*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 220-235). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). Consumer Behavior. 5 th ed.
Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผลประเมินคุณภาพแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

แบบสัมภาษณ์

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC)

ท่านที่ 1 ดร. ภูมิเรศ จันทร์สว่าง

ท่านที่ 2 ดร. วีณา กรแก้ว

ท่านที่ 3 ดร. จิตติมา ปฎิมาประกร

โดยตัวเลขในแต่ละระดับ มีความหมายดังนี้

1 หมายถึง คำถามตรงหรือมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อ	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้การสัมภาษณ์	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	ชื่อ-นามสกุล	1	1	1	1.00
2	สายงาน/วิชาชีพ	1	1	1	1.00
3	อายุ	1	1	1	1.00
4	อายุงาน	1	1	1	1.00
5	ระดับการศึกษา	1	1	1	1.00
6	ช่องทางที่สามารถติดต่อได้				
	6.1 เบอร์โทรศัพท์	1	1	1	1.00
	6.2 อีเมล (E-mail)	1	1	1	1.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรตามความต้องการของผู้สัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goal : SDGs) และแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรตามความต้องการของผู้สัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	ในการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่าแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ข้อใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพราะเหตุใดจึงเลือกข้อดังกล่าว	1	1	1	1.00
2	นอกจากแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่ามีหลักการใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร	1	1	1	1.00

แบบสอบถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC)

ท่านที่ 1 ดร. วีรฉัตร อรรถ

ท่านที่ 2 ดร. ศรีสุดา อัญญาวัชระ

ท่านที่ 3 ดร. สมศักดิ์ สุวรรณสุขกุล

โดยตัวเลขในแต่ละระดับ มีความหมายดังนี้

1 หมายถึง คำถามตรงหรือมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	เพศ				
	1.1 ชาย	1	1	1	1.00
	1.2 หญิง	1	1	1	1.00
2	อายุ				
	2.1 21 - 30 ปี	1	1	1	1.00
	2.2 31 - 40 ปี	1	1	1	1.00
	2.3 41 - 50 ปี	1	1	1	1.00
	2.4 51 ปี ขึ้นไป	1	1	1	1.00
3	สายงาน/วิชาชีพ				
	3.1 แพทย์	1	1	1	1.00
	3.2 ทันตแพทย์	1	1	1	1.00
	3.3 เกษีษกร	1	1	1	1.00
	3.4 พยาบาลวิชาชีพ	1	1	1	1.00
	3.5 นักเทคนิคการแพทย์	1	1	1	1.00
	3.6 นักกายภาพบำบัด	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
4	รายได้ต่อเดือน				
	4.1 ต่ำกว่า 20,001	1	1	1	1.00
	4.2 20,001 – 30,000	1	1	1	1.00
	4.3 30,001 – 40,000	1	1	1	1.00
	4.4 40,001 – 50,000	1	1	1	1.00
	4.5 50,001 – 60,000	1	1	1	1.00
	4.6 มากกว่า 60,000 ขึ้นไป	1	1	1	1.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ข้อ	ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจ เลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	ประเภทของบ้านจัดสรรที่ท่านต้องการเลือกซื้อคือประเภทใด				
	1.1 บ้านเดี่ยว	1	1	1	1.00
	1.2 บ้านแฝด	1	1	1	1.00
	1.3 ทาวน์เฮาส์	1	1	1	1.00
	1.4 ทาวน์โฮม	1	1	1	1.00
	1.5 อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว	1	1	1	1.00
	1.6 คอนโดมิเนียม	1	1	1	1.00
	1.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
2	วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของท่านคือ				
	2.1 เพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง	1	1	1	1.00
	2.2 เพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว	1	1	1	1.00
	2.3 ซื้อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร	1	1	1	1.00
	2.4 เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว	1	1	1	1.00
	2.5 เพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร	1	1	1	1.00
	2.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	1.00
3	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของท่านคือ				
	3.1 ตัดสินใจด้วยตนเอง	1	1	1	1.00
	3.2 คู่สมรส	1	1	1	1.00
	3.3 ครอบครัว	1	1	1	1.00
	3.4 เพื่อน	1	1	1	1.00
	3.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	1.00
4	ท่านใช้ระยะเวลาานเท่าใด ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร				
	4.1 น้อยกว่า 3 เดือน	1	1	1	1.00
	4.2 3 – 6 เดือน	1	1	1	1.00
	4.3 6 – 12 เดือน	1	1	1	1.00
	4.4 มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป	1	1	1	1.00
5	ท่านทราบถึงข้อมูลบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลาจากแหล่งข้อมูลใด				
	5.1 ป้ายโฆษณา	1	1	1	1.00
	5.2 สื่อออนไลน์	1	1	1	1.00
	5.3 สื่อวิทยุ	1	1	1	1.00
	5.4 แผ่นพับหรือโบชัวร์	1	1	1	1.00
	5.5 การบอกต่อจากบุคคลที่ท่านรู้จัก	1	1	1	1.00
	5.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
6	เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพราะเหตุใด				
	6.1 ชื่อเสียงของโครงการหรือเจ้าของโครงการ	1	1	1	1.00
	6.2 การออกแบบของบ้าน	1	1	1	1.00
	6.3 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง	1	1	1	1.00
	6.4 ใกล้สถานที่ทำงาน	1	1	1	1.00
	6.5 ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก	1	1	1	1.00
	6.6 การบริการหลังการขายมีความครบถ้วน	1	1	1	1.00
	6.7 โปรโมชันของโครงการ	1	1	1	1.00
	6.8 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1	1	1	1.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	ด้านผลิตภัณฑ์สินค้า				
	1.1 ชื่อโครงการหรือเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1.00
	1.2 การออกแบบบ้านจัดสรรทั้งภายในและภายนอกมีรูปแบบที่เหมาะสม (การตกแต่ง การจัดสรรพื้นที่)	1	1	1	1.00
	1.3 วัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้างมีคุณภาพ	1	1	1	1.00
	1.4 ความปลอดภัยของโครงการมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1.00
	1.5 การให้สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคมีความเหมาะสม (ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต)	1	1	1	1.00
	1.6 การรับประกันบ้านมีความเหมาะสม (ระยะเวลาประกัน เงื่อนไขการรับประกัน)	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
2	ด้านราคา				
	2.1 ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับคุณภาพ	1	1	1	1.00
	2.2 ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	1	1	1	1.00
	2.3 ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับขนาดของที่ดิน	1	1	1	1.00
	2.4 ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	1	1	1	1.00
	2.5 เงื่อนไขในการชำระเงินมีความถูกต้อง (การวางเงินมัดจำ การทำสัญญา)	1	1	1	1.00
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	3.1 มีพนักงานประจำสำนักงานขาย ให้ บริการการติดต่อทางโทรศัพท์ และทางออนไลน์ อย่างน้อยช่วงเวลาทำงานทั้ง 7 วัน	1	1	0	0.67
	3.2 โครงการมีการออกบูธในงานแสดงต่าง ๆ เกี่ยวกับการแสดงสินค้า	1	1	1	1.00
	3.3 มีเว็บไซต์แสดงตัวอย่างบ้านจัดสรรแบบสามมิติหมุนได้รอบด้าน ทั้งด้านบนและด้านข้างของบ้านจัดสรรสามารถเลือกชมและจอง	1	1	1	1.00
	3.4 มีนายหน้านำบ้านจัดสรรตัวอย่างไปนำเสนอขาย	1	1	1	1.00
	3.5 ธนาคารที่เป็นพันธมิตรนำบ้านจัดสรรตัวอย่างวางแสดงที่ธนาคาร	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด				
	4.1 การส่งเสริมการตลาดมีความน่าสนใจ (แถมอุปกรณ์ภายในบ้าน ส่วนลด)	1	1	1	1.00
	4.2 การโฆษณามีความเหมาะสม (สื่อออนไลน์ ป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ)	1	1	1	1.00
	4.3 ระยะเวลาของประกันมีความเหมาะสม	1	0	1	0.67
	4.4 มีพนักงานให้คำแนะนำทางด้านการเงิน	1	1	1	1.00
5	ด้านกระบวนการบริการ				
	5.1 ระบบการให้บริการมีความเหมาะสม (การให้ข้อมูลและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับบ้านจัดสรรและด้านการเงิน)	1	1	1	1.00
	5.2 พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของลูกค้า	1	1	1	1.00
	5.3 ขั้นตอนการทำสัญญาและโอนกรรมสิทธิ์บ้านจัดสรรมีความถูกต้อง	1	1	1	1.00
	5.4 ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง	1	1	1	1.00
6	ด้านสิ่งแวดล้อม				
	6.1 โครงการมีบริการสถานที่ออกกำลังกาย และสวนสาธารณะที่เป็นส่วนกลาง	1	1	1	1.00

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
6	ด้านสิ่งแวดล้อม (ต่อ)				
	6.2 สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสงบ ร่มรื่น เหมาะสมแก่การพักอาศัย	1	1	1	1.00
	6.3 รูปแบบบ้านจัดสรรตัวอย่างมีความน่าสนใจ (แสดงการตกแต่งวัสดุที่ใช้สร้าง และสภาพแวดล้อมตรงกับบ้านจัดสรรจริง)	1	1	0	0.67
	6.4 ลักษณะชุมชนโดยรอบเหมาะแก่การอยู่อาศัย	1	1	1	1.00
7	ด้านกระบวนการบริการ				
	7.1 พนักงานมีความเต็มใจและใส่ใจในการให้บริการ	1	1	1	1.00
	7.2 พนักงานกระตือรือร้นต่อการให้บริการ	1	1	1	1.00
	7.3 พนักงานมีการบริการก่อนและหลังการขายที่ดี	1	1	1	1.00
	7.4 พนักงานด้านการขายมีความรู้เกี่ยวกับบ้านจัดสรรเป็นอย่างดี	1	1	1	1.00
	7.5 พนักงานด้านการเงินมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเป็นอย่างดี	1	1	1	1.00

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1	ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงประเภทบ้าน	1	1	1	1.00
2	ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงขนาดพื้นที่ใช้สอย	1	1	1	1.00
3	ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงวัสดุที่ใช้ในการสร้าง	1	1	1	1.00
4	ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงระบบสาธารณูปโภค	1	1	1	1.00

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ แบบแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรตามความต้องการของผู้สัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ

โดยคำตอบที่ได้รับจากแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นายภัทร ลิ้มกาญจนา

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. สายงาน/วิชาชีพ
3. อายุ 4. อายุงาน
5. ระดับการศึกษา.....
6. ช่องทางที่สามารถติดต่อได้
 - 6.1 โทร
 - 6.2 อีเมล (E-mail)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรตามความต้องการของผู้สัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goal : SDGs) และแนวคิดอื่น ๆ

1. ในการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่าแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ข้อใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร เพราะเหตุใดจึงเลือกข้อดังกล่าว

.....

.....

.....

.....

.....

2. นอกจากแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ท่านคิดว่ามีหลักการใดบ้างที่สามารถนำมาประกอบการพิจารณาสำหรับการสร้างหรือเลือกซื้อบ้านจัดสรร

.....

.....

.....

.....

.....



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และแนวทางในการสร้างบ้านจัดสรรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ตลอดจนนำไปสู่การวางแผนธุรกิจ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามครั้งนี้ จะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นายภัทร ลิ้มกาญจนา

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 ปี ขึ้นไป

3. สายงาน/วิชาชีพ

แพทย์

ทันตแพทย์

เภสัชกร

พยาบาลวิชาชีพ

นักเทคนิคการแพทย์

นักกายภาพบำบัด

4. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 20,001 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

40,001 – 50,000 บาท

50,001 – 60,000 บาท

มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. ประเภทของบ้านจัดสรรที่ท่านต้องการเลือกซื้อคือประเภทใด
 - บ้านเดี่ยว
 - บ้านแฝด
 - ทาวน์เฮาส์
 - ทาวน์โฮม
 - อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว
 - คอนโดมิเนียม
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
2. วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของท่านคือ
 - เพื่ออยู่อาศัยด้วยตนเอง
 - เพื่ออยู่อาศัยกับครอบครัว
 - ซื้อให้ญาติพี่น้อง หรือบุตร
 - เพื่อการอยู่อาศัยชั่วคราว
 - เพื่อการลงทุนหรือการเก็งกำไร
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของท่านคือ
 - ตัดสินใจด้วยตนเอง
 - คู่สมรส
 - ครอบครัว
 - เพื่อน
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ท่านใช้เวลานานเท่าใด ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร
 - น้อยกว่า 3 เดือน
 - 3 – 6 เดือน
 - 6 – 12 เดือน
 - มากกว่า 12 เดือน ขึ้นไป
5. ท่านทราบถึงข้อมูลบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลาจากแหล่งข้อมูลใด
 - ป้ายโฆษณา
 - สื่อออนไลน์
 - สื่อวิทยุ
 - แผ่นพับหรือโบชัวร์
 - การบอกต่อจากบุคคลที่ท่านรู้จัก
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. เหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร
 - ชื่อเสียงของโครงการหรือเจ้าของโครงการ
 - การออกแบบของบ้าน
 - ทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง
 - ใกล้สถานที่ทำงาน
 - ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก
 - การบริการหลังการขายมีความครบถ้วน
 - โปรโมชันของโครงการ
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์สินค้า					
1. ชื่อโครงการหรือเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรมีความน่าเชื่อถือ					
2. การออกแบบบ้านจัดสรรทั้งภายในและภายนอกมีรูปแบบที่เหมาะสม (การตกแต่งการจัดสรรพื้นที่)					
3. วัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้างมีคุณภาพ					
4. ความปลอดภัยของโครงการมีความน่าเชื่อถือ					
5. การให้สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคมีความเหมาะสม (ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต)					
6. การรับประกันบ้านมีความเหมาะสม (ระยะเวลาประกัน เงื่อนไขการรับประกัน)					
ด้านราคา					
1. ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง					
3. ราคาบ้านจัดสรรเหมาะสมกับขนาดของที่ดิน					
4. ค่าส่วนกลางมีความเหมาะสมกับคุณภาพ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านราคา (ต่อ)					
5. เงื่อนไขในการชำระเงินมีความถูกต้อง (การวางเงินมัดจำ การทำสัญญา)					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. มีพนักงานประจำสำนักงานขายให้ บริการการติดต่อทางโทรศัพท์ และทาง ออนไลน์ อย่างน้อยช่วงเวลาทำงานทั้ง 7 วัน					
2. โครงการมีการออกบูธในงานแสดงต่าง ๆ เกี่ยวกับการแสดงสินค้า					
3. มีเว็บไซต์แสดงตัวอย่างบ้านจัดสรรแบบ สามมิติหมุนได้รอบด้าน ทั้งด้านบนและ ด้านข้างของบ้านจัดสรร สามารถเลือกชม และทำการจอง					
4. มีนายหน้าบ้านจัดสรรตัวอย่างไป นำเสนอขาย					
5. ธนาคารที่เป็นพันธมิตรนำบ้านจัดสรร ตัวอย่างวางแสดงที่ธนาคาร					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การส่งเสริมการตลาดมีความน่าสนใจ (แถมอุปกรณ์ภายในบ้าน ส่วนลด)					
2. การโฆษณามีความเหมาะสม (สื่อ ออนไลน์ ป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ)					
3. ระยะเวลาของประกันมีความเหมาะสม					
4. มีพนักงานให้คำแนะนำทางการเงิน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านกระบวนการบริการ					
1. ระบบการให้บริการมีความเหมาะสม (การให้ข้อมูลและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับบ้านจัดสรรและด้านการเงิน)					
2. พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของลูกค้า					
3. ขั้นตอนการทำสัญญาและโอนกรรมสิทธิ์บ้านจัดสรรมีความถูกต้อง					
4. ขั้นตอนการชำระเงินมีความถูกต้อง					
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ					
1. โครงการมีบริการสถานที่ออกกำลังกายและสวนสาธารณะที่เป็นส่วนกลาง					
2. สภาพแวดล้อมภายในโครงการมีความสงบ ร่มรื่น เหมาะสมแก่การพักอาศัย					
3. รูปแบบบ้านจัดสรรตัวอย่างมีความน่าสนใจ (แสดงการตกแต่ง วัสดุที่ใช้สร้าง และสภาพแวดล้อมตรงกับบ้านจัดสรรจริง)					
4. ลักษณะชุมชนโดยรอบเหมาะแก่การอยู่อาศัย					
ด้านบุคลากร					
1. พนักงานมีความเต็มใจและใส่ใจในการให้บริการ					
2. พนักงานกระตือรือร้นต่อการให้บริการ					
3. พนักงานมีการบริการก่อนและหลังการขายที่ดี					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านบุคลากร (ต่อ)					
4. พนักงานด้านการขายมีความรู้เกี่ยวกับบ้านจัดสรรเป็นอย่างดี					
5. พนักงานด้านการเงินมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงประเภทบ้าน					
2. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงขนาดพื้นที่ใช้สอย					
3. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงวัสดุที่ใช้ในการสร้าง					
4. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโดยพิจารณาถึงระบบสาธารณูปโภค					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	ภัทระ ลิ้มกาญจนา
วุฒิการศึกษา	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำเร็จการศึกษา 2563
ประวัติการทำงาน	2563 - ปัจจุบัน กิจการร่วมค้า ซี.เอส. แอนด์คองม้นคอนสตรัคชั่น ตำแหน่ง วิศวะไฟฟ้า