

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ที่อยู่อาศัย ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการวิจัย โดยเสนอรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 4 การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	174	43.50
หญิง	226	56.50
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	91	22.80
31-40 ปี	159	39.70

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
41-50 ปี	126	31.50
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	24	6.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	18	4.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	22	5.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	100	25.00
ปริญญาตรี	237	59.25
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
ค้าขาย	77	19.25
ธุรกิจส่วนตัว	56	14.00
รับจ้าง	139	34.75
รับราชการ	89	22.25
พนักงาน	39	9.75
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	24.80
10,001 - 20,000 บาท	250	62.50
20,001 - 30,000 บาท	45	11.20
30,001 - 40,000 บาท	6	1.50
มากกว่า 40,000 บาท	-	-
รวม	400	100.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	160	40.00
สมรส	155	38.80
ม่าย/หย่าร้าง	52	21.20
แยกกันอยู่	-	-
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 139 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.75 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และมีสถานภาพโสด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับที่
1. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	0.60	มาก	1
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.52	0.63	มาก	2
3. ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	0.70	มาก	3
4. ด้านราคา	3.50	0.68	ปานกลาง	4
รวม	3.53	0.59	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าสูงสุด เป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.63) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.70) และด้านราคา มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับที่
1. สามารถต่อเติมปรับปรุงบ้านได้ตามความต้องการ	3.63	0.86	มาก	1
2. คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างบ้าน	3.62	0.93	มาก	2
3. ขนาดและความสวยงามของรูปแบบบ้าน	3.61	0.97	มาก	3
4. ความหลากหลายของรูปแบบบ้านที่มีให้เลือกในโครงการ	3.56	0.92	มาก	4
5. การจัดผังและรูปแบบของโครงการ	3.54	0.90	มาก	5
6. ความเหมาะสมของขนาดและรูปแบบของแปลงที่ดินกับแบบบ้าน	3.53	0.86	มาก	6
7. พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน	3.51	0.96	มาก	7
8. การพัฒนาปรับปรุงโครงการอย่างต่อเนื่อง	3.50	0.96	ปานกลาง	8
9. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมีเพียงพอ	3.41	0.92	ปานกลาง	9
10. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของโครงการ	3.36	0.98	ปานกลาง	10
รวม	3.53	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า สามารถต่อเติมปรับปรุงบ้านได้ตามความต้องการ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างบ้าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.93) ขนาดและความสวยงามของรูปแบบบ้าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.97) และความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของโครงการ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับที่
1. ระบบการชำระเงิน เช่น จำนวนเงินจอง จำนวนเงินดาวน์ และจำนวนเงินทำสัญญา	3.73	0.89	มาก	1
2. ราคาบ้านมีความเหมาะสมกับคุณภาพบ้าน	3.68	0.87	มาก	2
3. ราคาบ้านและที่ดินเหมาะสมกับค่าเงิน	3.63	0.96	มาก	3
4. ราคาบ้านมีความเหมาะสมกับจำนวนเนื้อที่ใช้ สอยของบ้าน	3.61	0.87	มาก	4
5. จำนวนเงินดาวน์มีความเหมาะสมกับแบบ บ้าน	3.59	0.93	มาก	5
6. อัตราค่าสาธารณูปโภคที่จัดเก็บมีความ เหมาะสมและคุ้มค่างบบริการที่ได้รับ	3.51	0.87	มาก	6
7. ราคาที่ดินต่อตารางวามีความเหมาะสมเป็น มาตรฐาน	3.40	0.93	ปานกลาง	7
8. แหล่งเงินทุนในการซื้อบ้านและดอกเบี้ยที่ต้อง จ่ายชำระ	3.19	1.09	ปานกลาง	8
9. ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินเอื้อประโยชน์ ต่อการผ่อนชำระในแต่ละเดือน	3.15	1.03	ปานกลาง	9
รวม	3.50	0.68	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ระบบการชำระเงิน เช่น จำนวนเงินจอง จำนวนเงินดาวน์ และจำนวนเงินทำสัญญา มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.89) รองลงมา คือ ราคาบ้านมีความเหมาะสมกับคุณภาพบ้าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87) ราคาบ้านและที่ดินเหมาะสมคุ้มค่าเงิน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.98) และระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินเอื้อประโยชน์ต่อการผ่อนชำระในแต่ละเดือน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับที่
1. โครงการมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน เพียงพอต่อความต้องการ	3.77	0.73	มาก	1
2. โครงการมีการจัดแสดงนุท ตาม ห้างสรรพสินค้าและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ	3.74	0.91	มาก	2
3. โครงการตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สนามบิน ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	3.66	0.83	มาก	3
4. โครงการมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง และ สะดวกต่อการเดินทาง	3.62	0.90	มาก	4
5. โครงการอยู่ในแหล่งที่น้ำท่วมไม่ถึง	3.55	0.93	มาก	5
6. โครงการอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.42	0.91	ปานกลาง	6
7. โครงการมีทำเลที่ตั้งสะอาดถูกสุขลักษณะ และบรรยากาศดี	3.25	1.07	ปานกลาง	7
8. โครงการมีสำนักงานขายและบ้านตัวอย่าง อยู่ในที่ตั้งโครงการ	3.16	1.05	ปานกลาง	8
รวม	3.52	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า โครงการมีระบบสาธารณูปโภคครบครันเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ โครงการมีการจัดแสดงบูท ตามห้างสรรพสินค้าและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.91) โครงการตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สนามบิน ตลาด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.83) และโครงการมีสำนักงานขายและบ้านตัวอย่างอยู่ในที่ตั้งโครงการ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 1.05) ตามลำดับ

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับที่
1. มีพนักงานขายคอยให้คำปรึกษาและแนะนำด้วยความสุภาพและจริงใจ	4.02	0.80	มาก	1
2. การโฆษณาด้วยสื่อทาง วิทยุกระจายเสียง	3.85	0.82	มาก	2
3. การโฆษณาด้วยสื่อทาง ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามถนน	3.65	0.87	มาก	3
4. การให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้านอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	3.58	0.88	มาก	4
5. การโฆษณาด้วยสื่อทาง ใบปลิวแผ่นพับที่แจกทั่วไป	3.57	0.86	มาก	5
6. การแจกหรือแถมอุปกรณ์เพิ่มเติมภายในบ้าน	3.56	0.83	มาก	6
7. การลดราคาบ้าน ที่ดิน และจำนวนเงินค่างวด	3.44	0.99	ปานกลาง	7
8. มียามรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.22	1.00	ปานกลาง	8
9. มีบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง	3.20	0.98	ปานกลาง	9
รวม	3.57	0.60	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า มีพนักงานขายคอยให้คำปรึกษาและแนะนำ ด้วยความสุภาพและจริงใจ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ การโฆษณาด้วยสื่อทาง วิทยุกระจายเสียง มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.82) การโฆษณาด้วยสื่อทาง ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามถนน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.87) และมีบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	ความถี่	ร้อยละ
การรับรู้ปัญหา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รายได้มีเพิ่มขึ้น	369	92.30
ความต้องการเป็นของตนเอง	356	89.00
ความต้องการแยก ครอบครัวเมื่อแต่งงาน	332	83.00
คุณสมบัติของพื้นที่ในการใช้สอย	275	68.80
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	243	60.80
คมนาคมที่สะดวก	193	48.30
อยู่ใกล้สถานศึกษาของ บุตร-หลาน	172	43.00
อยู่ใกล้บิดา-มารดา	134	33.50
การค้นหาข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
งบประมาณเพียงพอต่อการซื้อ	378	94.50
การกู้เงินกับสถาบันการเงิน	356	89.00
ความน่าเชื่อถือของโครงการ	338	84.50
การชมตัวอย่างบ้านจริง	335	83.80
ทำเลที่ตั้ง	306	76.50
การรับข้อมูลจากสื่อโฆษณา	167	41.80

ตาราง 4.7 (ต่อ)

การประเมินผลทางเลือก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
มีความเหมาะสมต่อตัวผู้ซื้อ	371	92.80
มีการประมวลข้อมูลบ้านจัดสรรก่อนการซื้อ	338	84.50
ความสามารถในการเลือกซื้อ	310	77.50
การตัดสินใจซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
การคำนึงถึงคุณภาพ	380	95.00
เลือกบ้านจัดสรรโดยใช้เหตุผลที่ได้ประเมินทางเลือกไว้	352	88.00
พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ		
พฤติกรรมภายหลังการเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
การแนะนำผู้อื่นต่อ หลังจากได้อยู่อาศัยแล้วได้	355	88.80
การแนะนำผู้อื่นต่อ หลังจากตัดสินใจเลือกซื้อ	354	88.50
ความถี่		
ร้อยละ		

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีการรับรู้ปัญหาหารายได้มีเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 92.30 มีการค้นหาข้อมูลจากงบประมาณเพียงพอต่อการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 94.50 มีการประเมินผลทางเลือก โดยมีความเหมาะสมต่อตัวผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 92.80 การตัดสินใจซื้อ คำนึงถึงคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 95.00 และพฤติกรรมภายหลังการเลือกซื้อด้วยการแนะนำผู้อื่นต่อ หลังจากได้อยู่อาศัยแล้ว คิดเป็นร้อยละ 88.80

ตอนที่ 4 การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมและรายด้าน

การตอบสนองการตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ	อันดับที่
1. ด้านเวลาในการซื้อ	3.81	0.65	มาก	1
2. ด้านการเลือกตรา	3.67	0.72	มาก	2
3. ด้านการเลือกผู้ขาย	3.65	0.61	มาก	3
4. ด้านปริมาณในการซื้อ	3.55	0.76	มาก	4
5. ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์	3.36	0.78	ปานกลาง	5
รวม	3.61	0.53	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านเวลาในการซื้อ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.65) รองลงมา คือ ด้านการเลือกตรา มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.72) ด้านการเลือกผู้ขาย มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสาม ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.61) และด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์

การตอบสนองการเลือกผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ	อันดับที่
1. แบบบ้านมีความสวยงาม ทันสมัย	4.05	0.75	มาก	1
2. พื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง	3.06	1.04	ปานกลาง	2
3. จำนวนห้องนอน ห้องน้ำ	2.97	1.12	ปานกลาง	3
รวม	3.36	0.78	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า แบบบ้านมีความสวยงาม ทันสมัย มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75)

รองลงมา คือ พื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = 1.04) และจำนวนห้องนอน ห้องน้ำ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 1.12) ตามลำดับ

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการเลือกตรา

การตอบสนองการเลือกตรา	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับที่
1. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้มีห้อยที่เชื่อถือได้	3.70	0.95	มาก	1
2. โครงการบ้านจัดสรรมีขนาดใหญ่	3.66	0.87	มาก	2
3. เจ้าของโครงการสร้างบ้านมีความน่าเชื่อถือ	3.64	0.85	มาก	3
รวม	3.67	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้มีห้อยที่เชื่อถือได้ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ โครงการบ้านจัดสรรมีขนาดใหญ่ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.87) และเจ้าของโครงการสร้างบ้านมีความน่าเชื่อถือ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตาราง 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการเลือกผู้ชาย

การตอบสนองการเลือกผู้ชาย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับที่
1. เลือกจากตัวแทนขายของโครงการบ้านจัดสรร	4.14	0.76	มาก	1
2. เลือกจากสำนักงานขายที่มั่นคง	3.47	0.96	ปานกลาง	2
3. เลือกจากการโฆษณา	3.36	1.01	ปานกลาง	3
รวม	3.65	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า เลือจากตัวแทนขายของโครงการบ้านจัดสรร มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.76) รองลงมา คือ เลือจากสำนักงานขายที่มั่นคง มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.96) และเลือกจากการโฆษณา มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ

ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านเวลาในการซื้อ

การตอบสนองด้านเวลาในการซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับที่
1. อายุของท่าน	4.25	0.84	มาก	1
2. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	3.61	0.97	มาก	2
3. ระยะเวลาการเลือกผ่อน	3.56	0.92	มาก	3
รวม	3.81	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า อายุของท่าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.97) และระยะเวลาการเลือกผ่อน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านปริมาณในการซื้อ

การตอบสนองด้านปริมาณในการซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ	อันดับที่
1. ขนาดของบ้าน	3.62	0.93	ปานกลาง	1
2. ขนาดของห้องนอน-ห้องน้ำ	3.53	0.86	มาก	2
3. ขนาดของพื้นที่ว่างภายใน-ภายนอกตัวบ้าน	3.51	0.96	มาก	3
รวม	3.55	0.76	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การตอบสนองการตัดสินใจที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ขนาดของบ้าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ขนาดของ ห้องนอน-ห้องน้ำ มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.86) และขนาดของพื้นที่ว่าง ภายใน-ภายนอกตัวบ้าน มีค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตอบสนองการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ในทางบวก

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตอบสนองการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Moment Correlation Coefficient)

ตัวแปร	b	β	t
1. ด้านราคา	-0.068	-0.088	-1.033
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.122	0.145	2.220*
3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.221	0.250	5.032**
4. ด้านผลิตภัณฑ์	0.312	0.270	6.015**
ค่าคงที่ (a)	=	0.564	
R	=	0.918	
R ²	=	0.843	
S.E.	=	0.211	
F	=	530.598**	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตอบสนองการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลทางบวก ยกเว้น ปัจจัยด้านราคา โดยภาพรวมส่งผลร้อยละ 84.30 มีความคลาดเคลื่อน 0.211