

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ในโครงการบ้านเอื้ออาทร  
ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อูรารักษ์ ศรีประเสริฐ  
: กมลทิพย์ ศรีเดช

หน่วยงาน/คณะ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ปีที่ได้รับทุน : ปี พ.ศ. 2550

ปีที่แล้วเสร็จ : ปี พ.ศ. 2551

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ คือ

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใน โครงการบ้านเอื้ออาทร รวมทั้งแนวทางการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่มีปัจจัยที่มีความต้องการซื้อ ที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จำนวน 499 คน เฉพาะผู้ครอบครองที่อยู่อาศัย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้การศึกษาโดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 217 ชุด ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการเก็บรวบรวมข้อมูลคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณหาค่าสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แหล่งความแปรปรวน T - test , F - test วิธีการศึกษาวิจัยประกอบด้วยการศึกษาข้อมูล จากเอกสาร ตำราและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 58.99 อายุของผู้อยู่อาศัยอยู่ระหว่าง 35 - 39 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 35.02 สถานภาพสมรส จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 68.66 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา

ตรี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.15 อาชีพพนักงาน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 34.56 มีรายได้/เดือน 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 52.07 และมีขนาดของครอบครัว 3 - 5 คน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 72.81

การเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีความคงทนและความมั่นคงของตัวบ้าน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง และด้านราคามีความเหมาะสมด้านราคา มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย ด้านการจัดจำหน่าย มีระยะเวลาในการเดินทางจากบ้านสู่ที่ทำงาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้รับการบริการจากการจองสิทธิจากโครงการฯ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยวัดระดับแรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จากระดับแรงจูงใจมากไปหาน้อย พบว่าด้านการจัดจำหน่าย มีแรงจูงใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา ส่วนผลจากการทดสอบสมมติฐานของผู้อยู่อาศัยที่มีความต้องการซื้อบ้านในโครงการบ้านเอื้ออาทร พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่มีความต้องการซื้อบ้านในโครงการบ้านเอื้ออาทรที่มี เพศ อายุ และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีความต้องการซื้อบ้านในโครงการบ้านเอื้ออาทร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดครอบครัวที่แตกต่างกันมีความต้องการซื้อบ้านในโครงการบ้านเอื้ออาทรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบ้านในโครงการฯ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีความคงทนแข็งแรง มั่นคงของตัวบ้านและควรเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ขนาดของบ้านเล็กน้อยที่บริเวณบ้านไม่เหมาะสม และควรมีการออกแบบบ้านให้ทันสมัย ด้านราคา ควรปรับปรุงในเรื่องของความเหมาะสมด้านราคาและควรมีการให้บริการจากธนาคารด้านเงินกู้ทุกสถาบันการเงิน โดยไม่ผูกขาดเพียงแห่งเดียว เงินผ่อนค่างวดโครงการบ้านเอื้ออาทรต่อเดือนควรปรับให้เหมาะกับรายได้ของผู้อยู่อาศัยและปรับระดับอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บกับผู้กู้ของโครงการบ้านเอื้ออาทรให้มีความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดผังโครงการบ้านเอื้ออาทรโดยการเพิ่มสิ่งสาธารณูปโภค การคมนาคมยังไม่สะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ควรได้รับการดูแลเอาใจใส่จากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงมาดูแลโครงการฯ อยู่สม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง และควรให้สิทธิสำหรับคนที่มียาได้น้อยได้รับการบริการสิทธิจากโครงการ ฯ

**Title** : Influential Factors Impacting on Demand in Buying Accommodation of Eua-Arthorn Project, Muang Municipality, Maha Sarakham Province

**Researchers** : Assistant Professor Urarak Sriprasert  
Ms. Kamontip Treedet

**Organization** : Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University

**Year Granted:** 2007  
**Year Published:** 2008

### Abstract

The study of factors impacting on demand in buying accommodation of Eua-Arthorn Project, Muang Municipality, Maha Sarakham Province, is to find ways in developing the Project. This conduct aims to study factors that have impacts on buying demand for accommodation of Eua-Arthorn Project, and to compare demographical factors influencing demand for accommodation of Eua-Arthorn Project, as well as, to find ways in developing the Project in Muang Municipality, Maha Sarakham Province.

Materials used in this research are demographical information of 499 people who are interested in buying accommodation of the Project, and living in Muang Municipality, Maha Sarakham province. Purposive Sampling was used through 217 questionnaires. In collecting the data, the researchers statistically analyzed it by using SPSS in calculating its statistics. The statistics used in this study were percentage, statistic, standard deviation, variation, T-Test, and F-Test. The method used in this research as well was studying information in related documents, textbooks, and websites. The results of this research are concluded as below.

Gathering from information in general of the people living in the accommodation of the Eua-Arthorn Project, Muang Municipality, Maha Sarakham Province, 128 of the people are female: 58.98%. 76 are in between 35-39 years of age: 35.02%. 149 are married: 68.66%. 111 hold Bachelor's degrees: 51.15%. 75 are office workers: 34.56%. 113 earn 5,001-10,000 Baht per month: 52.07%. There are 158 3-5 members families: 72.8%.

Comparison of demographical factors impacting on buying demand for the accommodation of the Eua-Arthorn Project, there are opinions regarding marketing strategies. For the houses and their stability, buying demand persuasion is at medium level. For the pricing and its suitability, the persuasion is at low level. For the distribution and time taken from the houses and workplace, the persuasion is at medium level. As for the marketing promotion and reservation service, the buying demand persuasion is at medium level. In general, the Eua-Arthorn Project has buying demand persuasion at low level. If compared from high level to low level, it is found that the distribution of the Project has highest buying demand persuasion. The nexts are the houses, marketing promotion, and pricing, in order. After the study of buying demand of the people living in the accommodation of the Project, it is found that people living in the houses, with different age ranges, genders, and marital statuses, also have different level of demand in buying the accommodation at level 0.5. With

different educational levels, careers, monthly earnings, and family sizes, their buying demands for the Project are not different at level 0.05.

Opinions, regarding the accommodation and service, of the people living in the houses of Eua-Arthorn Project are as follow. For the houses, they should be improved to be more structurally strong, and built with better quality materials. The houses are small with tiny space around them and should be built with more up to date styles. For the pricing, it should be more reasonable and the buyers should be financially credited by every bank, instead of a specific one, in order to help support them in buying the asset. The monthly billing for the accommodation of the Project should be adjusted for monthly earnings of the people living in the houses and the interest rate should be changed upon current economics situations. For the promotion of the Project, there should be more management of the Project's plan with more facilities included. Also, transportation in the areas of the Project isn't yet convenient. As for the Project's marketing, it should be better focused and taken care, gradually, by the government or concerned units. People with lower monthly earnings should also be able to get services from the Project.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY