

ปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐ
จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Tenants Demand for Housing at Treasury Department
Housing Project, Chiangmai

พรทิพา สาระพันธ์¹ และ จิราคม ศิริศรีสกุลชัย²
Pornthipa saraphan¹ and Jirakom Siririsukulchai²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มี ผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบ บังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t-test และ F-test ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least-Significant Different) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

ผลการวิเคราะห์ความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกแบบบ้านเป็นบ้านเดี่ยว ขนาดพื้นที่ที่อยู่อาศัยที่ต้องการขนาด 100 ตารางเมตร จำนวนชั้นของที่อยู่อาศัยที่ต้องการ 2 ชั้น และจำนวนห้องนอนที่ต้องการ 2 ห้องนอน ด้านราคา (Price) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีงบประมาณในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยตั้งแต่ 5 แสนบาทขึ้นไปถึง 1 ล้านบาท และต้องการชำระหนี้ มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์กรมธนารักษ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการ ให้โครงการอยู่ใกล้ตลาดมากที่สุด และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมากที่สุดคือระบบการรักษาความปลอดภัย

ผลการวิเคราะห์ความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยการรับรู้พบว่าโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อแยกออกเป็นรายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังนี้ ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ ต้องการความปลอดภัย/ความมั่นคงในชีวิต ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มีรายได้เพิ่มขึ้น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาได้แก่ มีการจัดทำรายงานผลกระทบ ทางด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) และปัจจัยด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ได้แก่ หากผู้เช่าถึงแก่กรรมทายาทของผู้เช่าที่ถึงแก่กรรมขอเช่าแทนต่อได้ ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้กรมธนารักษ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ ช่องทางโทรทัศน์ Face book e-mail และสื่อออนไลน์ เหตุผลเนื่องจาก มีความรวดเร็ว สะดวก และเข้าใจง่าย

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐ จังหวัดเชียงใหม่ มีความต้องการไม่สัมพันธ์กับโครงการนำร่องของกรมธนารักษ์ที่กำหนดแบบของที่อยู่ อาศัยเป็นแบบ ทาวน์เฮ้าส์และห้องชุดพักอาศัย แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเป็นแบบบ้านเดี่ยว ขนาด 100 ตารางเมตร ใน

ระดับราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท ดังนั้นการกำหนดโครงการกรมธนารักษ์จะต้องคำนึงถึงภายใต้ความพอดีหลายๆ ด้าน อาทิ ด้านจิตใจต้องดำเนินการโดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิดความเข้าใจระหว่างภาครัฐกับประชาชนให้เกิดความเป็นธรรม ร่วมมือร่วมแรงกัน ด้านสังคมต้องพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและพัฒนาสังคมไปพร้อมๆ กันมิให้เกิดประโยชน์กับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะกลุ่มนายทุนพร้อมกับเปิดกว้างรับความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม และที่สำคัญด้านการใช้ทรัพยากรต้องเป็นการใช้ประโยชน์ในที่ดินให้เกิดประโยชน์เพิ่มมูลค่าสูงสุดโดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษหรือเกิดมลภาวะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

บทคัดย่อ

This independent study aimed to 1) investigate economic and social characteristics affecting the demands for housing at Treasury Department Housing Project, Chiangmai, and 2) examine the factors affecting the demands for housing at Treasury Department Housing Project, Chiangmai. The samples, from accidental sampling, used in the study were 400 people residing in Chiangmai. In addition, the data collection method was a questionnaire survey. The statistical analysis tools employed were frequency, average, standard deviation, T-test, and F-test. In case of statistical differences, LSD (Least-Significant Different) was used. The data was presented in tables.

The results revealed that the demands for housing at Treasury Department Housing Project, Chiangmai, in terms of Product (according the marketing mixed or 4P), the majority of the respondents, or 262 people (65.5%), chose detached houses, 124 respondents (31.0%) wanted 100 square meters of land, 214 respondents (53.3%) wanted two-story houses, and 228 respondents (57.0%) wanted 2 bedrooms. For Price, it was found that most of the respondents, or 317 people (70.3%), had a budget of 500,000 to 1,000,000 Bath to purchase a house. Also 198 respondents (49.5%) wanted to pay off a mortgage in more than 30 years. In terms of Place, 194 respondents (23.3%) learned about the Project from the Treasury Department's website (www.treasury.go.th). Finally, for Promotion, most of the respondents, or 364 people (23.1%), wanted the Project to be near a market. Moreover, for facilities, 356 respondents (14.9%) wanted a security system.

In terms of the analysis of the demands for housing at Treasury Department Housing Project, Chiangmai, according to the perception factors, it was found that the overall level, including all 4 factors, was high. Furthermore, for the social factor, having the highest average, the security of life had the highest result. For economic factor, the increase income had the highest result. For psychological factor, the environmental impact assessment (EIA) had the highest result. Also, for regulations and law related to state property factor, the

ability of the heirs to sublease the land after the tenants deceased had the highest level. Finally, it was suggested that the Treasury Department should disseminate the information concerning the Project through television, Facebook, email, and online because they were quick, convenient, and easy to understand.

The data also revealed that the demands for housing at Treasury Department Housing Project, Chiangmai did not have any correlation with the Treasury Department's pilot Project which consisted of townhouses and apartments since the majority of the respondents wanted detached houses with 100 square meters of land and cost less than 1,000,000 Baht. Therefore, the Treasury Department had to consider several factors when commissioning the Project. For example, for psychological factor, the Project should aim at creating a mutual understanding between the state agencies and the people to create fairness and collaboration. For social factor, the Project should aim at improving the quality of life of the people and the society to avoid a conflict of interest, especially for the capitalists. The Treasury Department should also collect comments from other agencies for the benefits of the people. Finally, for the resource factor, the lands should be used for the maximum benefits and not create any pollution.

ที่มาและความสำคัญ

การสร้างความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัยแก่ประชาชนนับเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในทุกประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ปัจจุบันยังมีครัวเรือนที่ไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเป็นจำนวนมาก ซึ่งการช่วยเหลือครัวเรือนเหล่านี้ให้สามารถซื้อบ้านเป็นของตนเองได้นั้นนอกจากจะช่วยให้ครอบครัวของผู้มีรายได้น้อยมีความมั่นคงในการดำรงชีวิต มีกำลังใจในการประกอบอาชีพและช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคมแล้ว ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้นถึงปานกลางด้วย เนื่องจากการสร้างที่อยู่อาศัยจะช่วยกระตุ้นอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนมาก เช่น วัสดุก่อสร้าง วัสดุตกแต่งทั้งภายนอกและภายในอาคาร รวมถึงเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน เป็นต้น อีกทั้งยังช่วยการจ้างงานสร้างรายได้และกำลังซื้อของแรงงาน อันนำไปสู่การหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจต่อไป

เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นแต่ที่ดินไม่เพิ่มตามสัดส่วน มีผลสะท้อนทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา เช่น การอพยพของชาชนบทเข้ามาทำงานในเมืองมีการแออัดอาชีพคนในเมืองทำให้เกิดความแออัดหรือขาดแคลนที่อยู่อาศัยรัฐไม่สามารถให้บริการสาธารณสุขบุคคล สาธารณูปการได้ทั่วถึงคนที่มีรายได้น้อยหรือคนว่างงานอาจหันไปทำงานทางทุจริต เกิดปัญหาความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อื่น

กรมธนารักษ์เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวกับการปกครอง ดูแล การบำรุงรักษาและบริหารจัดการทรัพย์สินภาครัฐในการใช้และการจัดหาประโยชน์ในราชพัสดุการพัฒนาศักยภาพที่ราชพัสดุในการบริหารจัดการที่ราชพัสดุวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์ในทางราชการ แต่ถ้าที่ราชพัสดุแปลงใดไม่ได้ใช้ประโยชน์ในทางราชการหรือไม่ได้สงวนไว้เพื่อประโยชน์ในราชการกรมธนารักษ์จะนำมาจัดหาประโยชน์โดยการจัดให้เช่าหรือโดย

วิธีการจัดทำสัญญาต่างตอบแทนอื่นนอกเหนือจากการจัดให้เช่าก็ได้ สำหรับการจัดหาประโยชน์ในลักษณะใด ขึ้นอยู่กับสภาพทำเลของที่ดินราชพัสดุโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญและดำเนินการในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับที่ดินราชพัสดุให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติที่ดินราชพัสดุ พ.ศ. 2518

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2559 เห็นชอบกรอบการดำเนิน “โครงการบ้าน ธารน้ำรักษ์ ประชากรรัฐ” โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองบนที่ดินราชพัสดุในระดับราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท (2) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีที่อยู่อาศัยเป็นการชั่วคราว (3) เพื่อให้ผู้ที่ต้องการซ่อมแซมและหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยที่ปลูกสร้างบนที่ดินราชพัสดุในวงเงินไม่เกิน 5 แสนบาท (4) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศผ่านการพัฒนาโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์สำหรับคุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าร่วมโครงการฯ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนที่ไม่เคยมีกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยมาก่อนรวมทั้งผู้ที่ต้องการซ่อมแซมและหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยที่ปลูกสร้างบนที่ดินราชพัสดุโดยธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารออมสินทำหน้าที่คัดกรองคุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าร่วมโครงการ

รูปแบบของโครงการฯ เป็นบ้านแถว/บ้านเดี่ยว มีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 48 ตารางเมตรต่อหน่วย และอาคารชุดพักอาศัยมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 24 ตารางเมตรต่อหน่วย ราคาไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อหน่วย ได้กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยและสิทธิการเช่าที่ดินราชพัสดุระยะเวลา 30 ปีกรณีการซ่อมแซมและหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยบนที่ดินราชพัสดุ เป็นการให้สินเชื่อเพื่อไป ดำเนินการซ่อมแซมและหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยบนที่ดินราชพัสดุ วงเงินไม่เกิน 500,000 บาทต่อหน่วย โดยกรม ธารน้ำรักษ์เป็นผู้รับรองสิทธิ

มาตรการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (Post Finance) แบ่งออกเป็น 2 กรณี คืออัตราดอกเบี้ยผ่อนปรนพิเศษสำหรับกรณีวงเงินสินเชื่อเพื่อซื้อ เช่าซื้อ ก่อสร้าง ราคาไม่เกิน 7 แสนบาทต่อหน่วยและวงเงิน สินเชื่อเพื่อซ่อมแซมและ/หรือต่อเติมที่อยู่อาศัย วงเงินไม่เกิน 5 แสนบาทต่อหน่วย ซึ่งนโยบายดังกล่าว รัฐบาลคาดว่าจะการดำเนินโครงการบ้านประชากรรัฐจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมโดยการเพิ่มโอกาสให้ประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยครอบคลุมทั้งผู้มีรายได้ประจำได้แก่ ข้าราชการ พลเรือน ทหาร ตำรวจ และบุคลากรทางการศึกษา และผู้ที่มีรายได้ไม่แน่นอนหรืออาชีพอิสระสามารถมีที่อยู่อาศัยหลังแรก เป็นของตนเอง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยตรง เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ (Value Chain) ที่เกี่ยวข้องจำนวนมากนอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจอีกด้วย

สำหรับแปลงที่ 3 ตัวแทนของโรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่ โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย และโรงเรียนสวนเด็กเชียงใหม่ พร้อมทั้งตัวแทนชาวบ้านชุมชนใกล้เคียงร่วมกันลงความร่วมมือในการยื่นหนังสือคัดค้านการใช้พื้นที่ของกรมธารน้ำรักษ์ในตำบลช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพราะกังวลว่าอาจเกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและปัญหาการจราจรติดขัดอีกทั้งกรมธารน้ำรักษ์ยังได้พิจารณาศึกษาผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมบริเวณรอบๆ พื้นที่แต่ประการใด ประกอบกับในพื้นที่ดังกล่าวมีต้นไม้ขนาดใหญ่เต็มพื้นที่ ซึ่งเป็นปอดขนาดใหญ่แห่งเดียวกลางเมืองเชียงใหม่จึงขอให้นำพื้นที่บริเวณนี้สร้างเป็นสวนขนาดใหญ่เพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่สีเขียวเพื่อการนันทนาการต่อไป ซึ่งกรมธารน้ำรักษ์พิจารณาแล้วเห็นว่า หากจะให้มีการดำเนินการโครงการนี้ต่อไป ก็จะทำให้เกิดกระแสการคัดค้าน และคาดว่าจะทวีความรุนแรงมากขึ้น การดำเนินโครงการอาจต้องหยุดชะงัก และเกิดความเสียหายอย่างมากทั้งต่อภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นเพื่อเป็นการลดกระแสการคัดค้านโครงการ ป้องกันมิให้เกิดปัญหามวลชน และขจัดปัญหาในเรื่องความขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับประชาชน

จึงยกเลิกการประกวดโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐ แปลง ชม.35, 1698 ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ จากปัญหาแปลงที่ได้มีการยกเลิกโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐ แปลง ชม.35, 1698 ตำบล ช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ กรมธนารักษ์ จึงได้ดำเนินการสำรวจที่ดินราชพัสดุที่มีศักยภาพ เหมาะสมเพื่อรองรับโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐเพิ่มเติมใหม่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ พื้นที่ราชพัสดุ แปลงหมายเลข ชม.1745 เป็นพื้นที่อยู่บริเวณติดกับศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ประมาณ 14 ไร่ ตั้งอยู่ในตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ (ที่มา : กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง, 2559)

ตารางที่ 1 แสดงโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐเพิ่มเติม

แปลง	แขวง/ตำบล	เขต/อำเภอ	จังหวัด	เนื้อที่ (ไร่-งาน-วา)
ชม.1745	ช้างเผือก	เมืองเชียงใหม่	เชียงใหม่	14-0-00

ที่มา : กรมธนารักษ์ (2559)

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเรื่องที่ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับ นโยบายภาครัฐที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยได้มีที่อยู่อาศัย เป็นของตนเองและเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศผ่านการพัฒนาโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์ อีกทั้งจะได้นำผลการวิจัยไปเสนอแนะให้กับหน่วยงานเพื่อให้การบริหารจัดการและการจัดระเบียบที่อยู่อาศัยให้ถูกต้องตาม ระเบียบกฎหมายในที่ราชพัสดุตามหลักธรรมาภิบาลและการแก้ไขปัญหาทางสังคมและความยากจนเชิงบูรณาการ อันเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

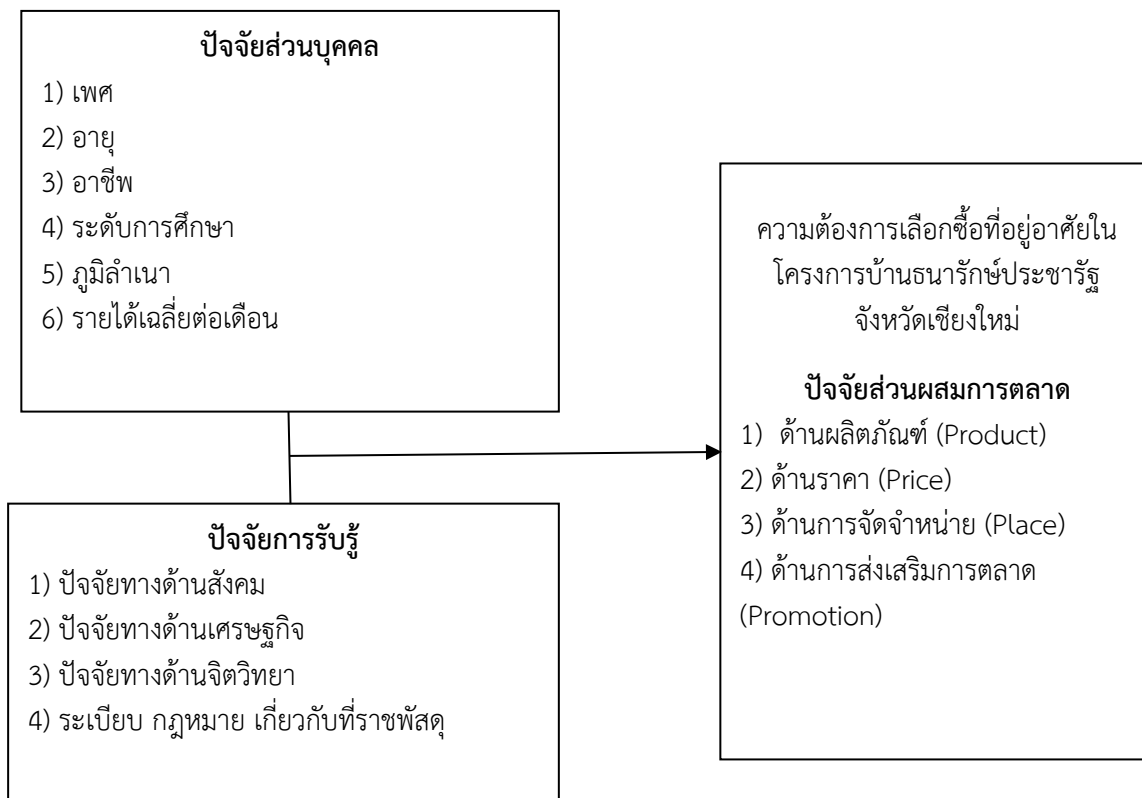
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านนารักษ์พระราชรัฐใน จังหวัดเชียงใหม่” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการ วิจัยตามลำดับหัวข้อตามลำดับดังต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาจากประชากรที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1,738,810 คน (สถิติจำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูล ณ เมษายน 2560 : ระบบสถิติทางทะเบียนกรมการปกครอง)โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamanee) ในการคำนวณตามสูตร คือ

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

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคาดเคลื่อน (ไม่เกิน 5% หรือ 0.05)

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามสูตรคือ

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

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)

N = จำนวนประชากร (1,738,810 คน)

e = ค่าความคาดเคลื่อน (ไม่เกิน 5% หรือ 0.05)

แทนค่าตามสูตร ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{1,738,810}{1+(1,738,810) (0.05)^2} \\ &= 399.91 \text{ คน} \end{aligned}$$

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่การคำนวณ และตัวอย่างที่ได้ สามารถเป็นตัวแทนของประชากร ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่พักอาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือการออกแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามให้เลือกและลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ลักษณะคำถามให้เลือกและลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ลักษณะคำถามให้เลือกระดับ

หลังจากได้มีการออกแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วจะมีการทำทดสอบ (Pre-test) แบบทดสอบ ก่อน เพื่อให้เกิดความแม่นยำและเที่ยงตรงของเครื่องมือ จากนั้นเป็นการนำแบบทดสอบออกสุ่มแจกให้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่” มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลแบบสอบถามแต่ละชุดจนครบตามจำนวน

4.2 ทำการลงรหัสโดยการนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

4.3 ทำการบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

4.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสามารถจำแนกการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปตารางพรรณนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัด

จำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปตารางพรรณนา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์พระราชวัง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ทางด้านสังคม ทางด้านเศรษฐกิจ ทางด้านจิตวิทยา และระเบียบ กฎหมายเกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออ่านค่าผล

สำหรับส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ผู้วิจัยกำหนดระดับมาตราส่วนที่เป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลขเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดเจตคติลิเคิร์ต (Likert scale) จำแนกระดับความสำคัญดังนี้

คะแนน	ระดับความมีอิทธิพล
1	น้อยที่สุด
2	น้อย
3	ปานกลาง
4	มาก
5	มากที่สุด

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย มาทำการวิเคราะห์หาลำดับโดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ระดับ 0.05 ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยปัจจัยการรับรู้ ได้แก่ ทางด้านสังคม ทางด้านเศรษฐกิจ ทางด้านจิตวิทยา และระเบียบ กฎหมายเกี่ยวกับที่ราชพัสดุโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วอ่านค่าแปรผล โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปรผลในแต่ละช่วงคะแนนจากระดับชั้นเท่ากับ 5 ชั้น (คะแนน 1-5) คำนวณได้จากสูตรการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ยแล้วกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	มาก
4.21 – 5.00	มากที่สุด

5.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ

5.3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันใช้การทดสอบด้วยค่า (t-test Independent) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ เพศ

5.3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้การทดสอบแบบวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัว (one-way ANOVA) หรือค่า F-Test ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อทดสอบสมมุติฐานกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Different) เป็นวิธีการเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรของกลุ่มตัวอย่างเพื่อจะได้ทราบว่าประชากรกลุ่มไหนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แล้วแสดงผลการทดสอบสมมุติฐานหากพบว่าค่า Sig. (p-value) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หรือหากพบว่าค่า Sig. (p-value) มีค่ามากกว่า 0.05 จะยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0)

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0

1.1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกแบบบ้านเป็นบ้านเดี่ยว จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ขนาดพื้นที่ที่อยู่อาศัยที่ต้องการขนาด 100 ตารางเมตร จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 จำนวนชั้นของที่อยู่อาศัยที่ต้องการ 2 ชั้น จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และจำนวนห้องนอนที่ต้องการ 2 ห้องนอน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0

ด้านราคา (Price) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีงบประมาณในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยตั้งแต่ 5 แสนบาทขึ้นไปถึง 1 ล้านบาท จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และต้องการชำระหนี้มากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์กรมธนารักษ์ www.treasury.go.th จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้โครงการอยู่ใกล้ตลาดมากที่สุด จำนวน 364 คนคิดเป็นร้อยละ 23.1 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการมากที่สุดคือระบบการรักษาความปลอดภัย จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

1.2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยการรับรู้

ปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40) และเมื่อแยกออกเป็นรายด้านพบว่า มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางด้านสังคม พบว่าปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ด้านสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ต้องการความปลอดภัย/ความมั่นคงในชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.83) ซึ่งมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ พบว่าปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีรายได้เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.74) ซึ่งมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา พบว่าปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ด้านจิตวิทยาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีการจัดทำรายงานผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) (ค่าเฉลี่ย 4.62) ซึ่งมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ พบว่าปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ด้านระเบียบ กฎหมายเกี่ยวกับที่ราชพัสดุ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ หากผู้เช่าถึงแก่กรรมทายาทของผู้เช่าที่ถึงแก่กรรมขอเช่าแทนต่อได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ซึ่งมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้กรมธนารักษ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้นำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้กรมธนารักษ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ อันดับที่ 1 ได้แก่ ต้องการให้เผยแพร่ช่องทางโทรทัศน์ จำนวน 28 คน รองลงมาต้องการให้เผยแพร่ช่องทางผ่าน Face book และ e-mail จำนวน 28 คน และต้องการให้เผยแพร่ช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 9 คน เหตุผลเนื่องจาก อันดับที่ 1 ได้แก่ มีความรวดเร็ว จำนวน 22 คน รองลงมา มีความสะดวก จำนวน 12 คน และเข้าใจง่าย จำนวน 6 คน

1.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมุติฐานการวิจัยไว้ว่าประชาชนที่มี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันไป มีผลการทดสอบสมมุติฐานปรากฏดังตารางต่อไปนี้

H_0 : เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Different)

สมมุติฐาน	ปัจจัย	ตัวแปร	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบ	ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่
สมมุติฐานที่ 1	ส่วนผสมทางการตลาด โดยรวมทั้ง 4 ด้าน	เพศ	T-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 2	การรับรู้โดยรวมทั้ง 4 ด้าน	เพศ	T-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 3	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 4	ด้านราคา (Price)	อายุ	F-test	ปฏิเสธ H_0	แตกต่างกันจำนวน 3 คู่
สมมุติฐานที่ 5	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 6	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 7	ด้านสังคม	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 8	ด้านเศรษฐกิจ	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 9	ด้านจิตวิทยา	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 10	ด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ	อายุ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 11	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 12	ด้านราคา (Price)	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 13	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	อาชีพ	F-test	ปฏิเสธ H_0	แตกต่างกันจำนวน 4 คู่
สมมุติฐานที่ 14	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 15	ด้านสังคม	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 16	ด้านเศรษฐกิจ	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 17	ด้านจิตวิทยา	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 18	ด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ	อาชีพ	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 19	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับการศึกษา	F-test	ยอมรับ H_0	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 20	ด้านราคา (Price)	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H_0	แตกต่างกันจำนวน 6 คู่

สมมุติฐาน	ปัจจัย	ตัวแปร	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบ	ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่
สมมุติฐานที่ 21	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 2 คู่
สมมุติฐานที่ 22	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 4 คู่
สมมุติฐานที่ 23	ด้านสังคม	ระดับการศึกษา	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 24	ด้านเศรษฐกิจ	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 3 คู่
สมมุติฐานที่ 25	ด้านจิตวิทยา	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 6 คู่
สมมุติฐานที่ 26	ด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ	ระดับการศึกษา	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 2 คู่
สมมุติฐานที่ 27	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 28	ด้านราคา (Price)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 2 คู่
สมมุติฐานที่ 29	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 30	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 31	ด้านสังคม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน
สมมุติฐานที่ 32	ด้านเศรษฐกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 4 คู่
สมมุติฐานที่ 33	ด้านจิตวิทยา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ปฏิเสธ H ₀	แตกต่างกันจำนวน 4 คู่
สมมุติฐานที่ 34	ด้านระเบียบ กฎหมาย เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	ยอมรับ H ₀	ไม่แตกต่างกัน

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท พบข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยอันดับ 1 ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ ประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นภาครัฐต้องคำนึงถึงระดับราคาที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการแก้ไขปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัยให้ผู้มีรายได้น้อยมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

2. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P) ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มี

ความสัมพันธ์กันหากสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ก็จะส่งผลให้การดำเนินโครงการ ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐต้องคำนึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้พร้อมทั้งควรมีการบูรณาการ กับส่วนราชการที่มีภารกิจในลักษณะเดียวกัน ร่วมศึกษาหาวิธีการดำเนินโครงการอย่างละเอียดเพื่อนำมาเป็น ต้นแบบในการดำเนินโครงการให้เป็นรูปธรรม

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของโครงการผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ กรมธนารักษ์เผยแพร่โครงการผ่านช่องทางโทรทัศน์ Facebook e-mail และทางสื่อออนไลน์โดยให้เหตุผลว่า มีความสะดวก รวดเร็วและเข้าใจง่าย ทางกรมธนารักษ์ควรนำมาพิจารณาเพื่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความ ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างภาครัฐกับประชาชน

4. ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านธนารักษ์ประชารัฐ จังหวัด เชียงใหม่ มีความต้องการไม่สัมพันธ์กับโครงการนำร่องของกรมธนารักษ์ที่กำหนดแบบของที่อยู่ อาศัยเป็นทาว เฮ้าส์และห้องชุดพักอาศัย แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเป็นแบบบ้านเดี่ยว ขนาด 100 ตารางเมตร ในระดับ ราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท

เอกสารอ้างอิง

- กันยา สุวรรณแสง. 2544. **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์รวมสาสน์.
- บรรยง โตจินดา. 2543. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ. รวมสาสน์.
- พงศ์ภัคธนา วงศ์ไชยลิก. 2555. **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัด เชียงใหม่**. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงศธร จำนงจิตธรรม. 2549. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. แบบฝึกหัดการวิจัยวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- พิชัย สันติวงศ์ 2541. **ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลางในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (กรณีศึกษาผู้กู้สินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- มณีศรี พันธูลภ. 2536. **เศรษฐศาสตร์มหภาควิเคราะห์ : ทฤษฎีและนโยบาย**. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- วัชรโรบล วงศ์สุข. 2555. **อุปสงค์ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่**. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรนิษฐา สิงห์บุตร. 2558. **การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยบนที่ดินขนาดเล็ก จังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรลักษณ์ ศิริจันทร์พงศ์. 2553. **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยจังหวัดเชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรวิทย์ ชันพล. 2556. **ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่**. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์ ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 254-หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร:ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ดวงกลม สมัย จำกัด.

โสภิตา รัตนา. 2548. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่. แบบฝึกหัด การวิจัยวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชาติ สุขสินธ์. 2551. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.