

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัยของประชากร
เขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

Factors Affecting the Purchase of Residential Property for People
in Mueang District, Lampang Province

นัฐวิทย์ สุวรรณวงศ์¹ วรัททยา ชินนกรม² และ กัญญ์สุดา นิมานุสรณ์กุล³

Nutthawit Suwannawong, Waratthaya Chinnakum and Kunsuda Nimanussornkul

* Corresponding author. E-mail: nutthawit03@gmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²และ³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัย และประเมินความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และแบบจำลอง Binary Logistic Regression ร่วมกับวิธี Stepwise ในการคัดเลือกตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะคุณภาพงานก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภค และวัสดุที่ใช้ รองลงมาคือปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม บุคลากร จิตวิทยา การส่งเสริมการตลาด ราคา และการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัยของทำเล และข้อมูลที่ชัดเจน มากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว แบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่า Pseudo R² เท่ากับ 0.4625 แสดงถึงความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยได้ในระดับที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์ Marginal Effects พบว่า อายุและจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียม ขณะที่ความต้องการทำเลใกล้ตัวเมืองมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่มีอายุน้อยและครัวเรือนขนาดเล็กมีแนวโน้มเลือกคอนโดมิเนียมมากกว่า ส่วนครัวเรือนขนาดใหญ่มีแนวโน้มเลือกที่อยู่อาศัยแนวราบ สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านโครงสร้างครัวเรือนและลักษณะทำเลมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคอสังหาริมทรัพย์ที่ให้ความสำคัญกับทำเล คุณภาพโครงการ และศักยภาพทางการเงินของผู้ซื้อ ทั้งยังช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยในบริบทของเมืองรองอย่างจังหวัดลำปาง โดยผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาเมือง การกำหนดนโยบายด้านที่อยู่อาศัย และการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ABSTRACT

This study aimed to analyze the factors affecting residential property purchasing decisions and to evaluate the probability of consumers choosing different types of housing in Mueang District, Lampang Province. The study employed data collected from questionnaires distributed to 400 respondents and analyzed the data using descriptive statistics and a Binary Logistic Regression model with the Stepwise method for selecting statistically significant variables. The results revealed that consumers placed the highest importance on product-related factors, particularly construction quality, utility systems, and building materials, followed by physical and environmental factors, personnel, psychological factors, marketing promotion, price, and distribution, respectively. Consumers were found to prioritize quality, location safety, and clear information rather than considering price alone. The model was statistically significant at the 0.01 level, with a Pseudo R² value of 0.4625, indicating an acceptable level of explanatory power for housing selection behavior. The Marginal Effects analysis showed that age and household size negatively affected the probability of choosing condominiums, while preference for locations near the city center had a significantly positive effect. Younger consumers and smaller households were more likely to choose condominiums, whereas larger households tended to prefer low-rise housing. These findings indicate that household structure and location characteristics play important roles in determining housing type selection. The findings are consistent with previous studies on real estate consumer behavior, which emphasize the importance of location, project quality, and consumers' financial capability. Moreover, this study contributes to the limited body of knowledge regarding housing type selection in secondary cities such as Lampang Province. The results can be applied as guidelines for urban planning, housing policy formulation, and real estate project development in order to better align with consumer behavior and housing demand in urban areas in an effective and sustainable manner.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อสังหาริมทรัพย์เป็นภาคเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการลงทุน การจ้างงาน และการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจต่าง ๆ เช่น การก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง และภาคบริการ โดยในช่วงปี 2552–2562 ดัชนีราคาที่อยู่อาศัยของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอาคารชุดที่เพิ่มขึ้นสูงถึง 83.7% หรือเฉลี่ยปีละ 8.4% สะท้อนถึงการขยายตัวของความต้องการที่อยู่อาศัยและการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเมือง ขณะที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงปี 2561–2567 แม้จะ

ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์ COVID-19 แต่ตลาดเริ่มมีแนวโน้มฟื้นตัว โดยจำนวนหน่วยขายใหม่และมูลค่าการซื้อขายปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ แนวโน้มราคาที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบ้านเดี่ยวมีราคาสูงที่สุด ขณะที่ทาวน์เฮ้าส์เป็นทางเลือกของกลุ่มรายได้ปานกลาง ส่วนคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มคนวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับทำเลและความสะดวกในการเดินทาง สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้น และไม่ได้พิจารณาเพียงด้านราคา แต่ยังรวมถึงคุณภาพโครงการ สภาพแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิต

สำหรับภาคเหนือ ตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2567 มีแนวโน้มฟื้นตัว โดยมีจำนวนหน่วยขายใหม่เพิ่มขึ้น 12.5% และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง แม้จังหวัดเชียงใหม่จะเป็นศูนย์กลางหลักของตลาดอสังหาริมทรัพย์ภาคเหนือ แต่จังหวัดลำปางยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของภูมิภาค ทั้งด้านการคมนาคม การลงทุน และการขยายตัวของเขตเมือง ประกอบกับจังหวัดลำปางมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เพิ่มขึ้นจากประมาณ 30,807 ล้านบาท ในปี 2538 เป็นประมาณ 41,689 ล้านบาท ในปี 2565 สะท้อนถึงศักยภาพด้านเศรษฐกิจและความสามารถในการรองรับการขยายตัวของเมืองในระยะยาว

นอกจากนี้ จังหวัดลำปางยังมีจุดเด่นด้านอุตสาหกรรม พลังงาน การท่องเที่ยว และเกษตรกรรม รวมถึงมีค่าครองชีพที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับเมืองขนาดใหญ่ ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงที่อยู่อาศัยได้มากกว่า อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาในเมืองขนาดใหญ่หรือศึกษาเฉพาะที่อยู่อาศัยบางประเภท ทำให้ยังขาดการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกประเภทที่อยู่อาศัยในบริบทของเมืองรองอย่างจังหวัดลำปาง ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ การวางแผนพัฒนาเมือง และการกำหนดนโยบายด้านที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เทียบกับที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์/อาคารพาณิชย์ ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยประกอบด้วยหลายด้าน ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ราคา คุณภาพโครงการ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทาง โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพงานก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภค ความคุ้มค่าในระยะยาว และคุณภาพชีวิต มากกว่าการพิจารณาด้านราคาเพียงอย่างเดียว (สุธินันท์ คิดหา, 2558; สมทิพ เอิบ, 2557; Dwi Rachmawati et al., 2019)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านพฤติกรรมและจิตวิทยา เช่น ความมั่นคงในชีวิต รูปแบบการใช้ชีวิต แรงจูงใจ การรับรู้ความคุ้มค่า และลักษณะของครัวเรือน ยังมีอิทธิพลต่อการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยแตกต่างกันตามอายุ รายได้ และโครงสร้างครอบครัว โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานและครัวเรือนขนาดเล็กที่มักให้ความสำคัญกับความสะดวกและทำเลในเขตเมืองมากขึ้น (Mohammad Mujaheed Hassan et al., 2021; Saraf et al., 2025; Nguyen Thi Thanh Chau, 2024)

ในด้านวิธีการศึกษา งานวิจัยส่วนใหญ่นิยมใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ เช่น Logistic Regression และ Multinomial Logit เพื่อวิเคราะห์ความน่าจะเป็นในการเลือกที่อยู่อาศัย โดยใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นตัวแปรอธิบาย ซึ่งช่วยให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภคได้อย่างเป็นระบบ และสะท้อนขนาดของผลกระทบของแต่ละปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย (Phan, 2012; Dwi Rachmawati et al., 2019)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาในเมืองขนาดใหญ่ หรือศึกษาเฉพาะที่อยู่อาศัยบางประเภท เช่น คอนโดมิเนียม ทำให้ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยในภาพรวม โดยเฉพาะในบริบทของเมืองรองที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจ กำลังซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างจากเมืองขนาดใหญ่ ดังนั้น การศึกษาคั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และกำหนดนโยบายด้านที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ต่อไป

วิธีที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไป และระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ โดยแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนนำไปใช้จริง

กรอบแนวคิด

การศึกษาคั้งนี้มุ่งอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยอาศัยแนวคิดเศรษฐศาสตร์จุลภาค ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix – 7Ps) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งอธิบายว่าผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดด้านรายได้ ราคา และลักษณะการดำเนินชีวิต โดยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทที่อยู่อาศัย (Kotler, 2012; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรตามเป็นการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยแบบสองกลุ่ม ได้แก่ ที่อยู่อาศัยกลุ่มบ้านแนวราบ (บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด/ทาวน์เฮ้าส์/อาคารพาณิชย์) และคอนโดมิเนียม

โดยใช้แบบจำลอง Binary Logistic Regression เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมเมื่อเปรียบเทียบกับที่อยู่อาศัยแนวราบ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีความสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นประชากรขนาดใหญ่ที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน (Infinite Population) ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 384 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจริงจำนวน 400 ตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชาชนหรือผู้ที่มีความสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยกระจายการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เพื่อลดความเอนเอียงของข้อมูลและสะท้อนลักษณะของผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ แบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถประมวลผลได้จำนวน 400 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้กำหนดตัวแปรเพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การเลือกประเภทที่อยู่อาศัย ซึ่งกำหนดในรูปแบบตัวแปรทวิภาค ได้แก่ บ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮ้าส์ และ คอนโดมิเนียม

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 7 ด้านหลัก ได้แก่

(1) **ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์** เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

(2) **ปัจจัยด้านจิตวิทยา** ได้แก่ การซื้อเพื่ออยู่อาศัยระยะยาว ฮวงจุ้ยและทิศทางบ้าน และการรับรู้ความคุ้มค่า

(3) **ปัจจัยด้านราคา** ได้แก่ ราคาขายและความคุ้มค่า เงื่อนไขการผ่อนชำระ อัตราดอกเบี้ย และความสะดวกในการขอสินเชื่อ

(4) **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค คุณภาพงานก่อสร้าง และวัสดุที่ใช้

(5) **ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม** ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง และความปลอดภัยของพื้นที่

(6) **ปัจจัยด้านการตลาด** ได้แก่ ความสำคัญของโฆษณาดิจิทัล ชื่อเสียงของผู้ขาย ข้อมูลที่ชัดเจน เงื่อนไขและโปรโมชั่น และความน่าเชื่อถือของข้อมูล

(7) **ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและบุคลากร** ได้แก่ ช่องทางการเข้าถึงโครงการ ความสะดวกในการเยี่ยมชมโครงการ ความสามารถของพนักงานขาย และการให้บริการและคำแนะนำ

ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านถูกนำมาสร้างเป็นดัชนีรวม (Composite Index) โดยใช้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรย่อย เพื่อสะท้อนภาพรวมของปัจจัย และลดปัญหาความสัมพันธ์สูงระหว่างตัวแปร (multicollinearity) ในการวิเคราะห์แบบจำลอง นอกจากนี้ ตัวแปรเชิงคุณลักษณะ (Nominal และ Ordinal) ได้ถูกแปลงเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variables) ก่อนนำไปวิเคราะห์ เพื่อให้เหมาะสมกับแบบจำลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) และ (2) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารมัทรีพย์เพื่ออยู่อาศัย ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา ราคา ผลิตภัณฑ์ ภายนอกและสิ่งแวดล้อม การตลาด และการจัดจำหน่าย โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการทั้งอธิบายระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ และประเมินความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

ในส่วนการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ร่วมกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยา เพื่ออธิบายพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้ออาหารมัทรีพย์เพื่ออยู่อาศัย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยเฉพาะคุณภาพงานก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภค และวัสดุที่ใช้ รองลงมาคือปัจจัยด้านภายนอกและสิ่งแวดล้อม เช่น ความปลอดภัยของทำเลและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ขณะที่ปัจจัยด้านบุคลากร จิตวิทยา การส่งเสริมการตลาด ราคา และการจัดจำหน่าย ล้วนได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากเช่นกัน สะท้อนว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ความมั่นคง และความคุ้มค่าในระยะยาว มากกว่าการพิจารณาด้านราคาเพียงอย่างเดียว

สำหรับการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ ผู้วิจัยใช้แบบจำลอง Binary Logistic Regression เพื่อประเมินความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมเมื่อเทียบกับที่อยู่อาศัยแนวราบ และใช้วิธี Stepwise Selection ในการคัดเลือกตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติเข้าสู่แบบจำลองสุดท้าย โดยเหตุผลเชิงวิชาการของการใช้วิธีดังกล่าว เนื่องจากงานวิจัยมีตัวแปรอิสระจำนวนมาก ทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งบางตัวแปรอาจมีความสัมพันธ์กันสูงหรือสะท้อนแนวคิดในลักษณะใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธี Stepwise Selection เพื่อคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่สามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และลดปัญหา Multicollinearity ภายในแบบจำลอง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และ การวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสังฆาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัย โดยสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สร้างดัชนีตัวแปร (Composite Index) จากการนำตัวแปรย่อยในแต่ละด้านที่สะท้อนแนวคิดเดียวกันมาคำนวณค่าเฉลี่ยรวม เพื่อใช้เป็นตัวแทนของปัจจัยในภาพรวม และช่วยลดปัญหาความสัมพันธ์สูงระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ที่อาจเกิดขึ้นในการวิเคราะห์แบบจำลอง

2. การวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ (Econometric Analysis)

ในการศึกษานี้ ตัวแปรตามเป็นการเลือกประเภทที่อยู่อาศัย ซึ่งในเบื้องต้นมีลักษณะเป็นตัวแปรหลายทางเลือก ผู้วิจัยจึงเริ่มต้นด้วยการประมาณค่าแบบจำลอง Multinomial Logit (MNL) แต่เมื่อ Hausman test พบว่าไม่เป็นตามสมมติฐาน Independence of Irrelevant Alternatives (IIA) จึงปรับเป็น Binary Outcome และใช้ Binary Logistic Regression ดังนั้น เนื่องจากทางเลือกประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์มีลักษณะร่วมกันในฐานะที่อยู่อาศัยแนวราบ ผู้วิจัยจึงจัดกลุ่มตัวแปรตามใหม่เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ คอนโดมิเนียมและที่อยู่อาศัยแนวราบ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงปรับตัวแปรตามให้อยู่ในรูปแบบตัวแปรทวิภาค (Binary Outcome) โดยกำหนดให้ $Y = 1$ หมายถึง เลือกคอนโดมิเนียม $Y = 0$ หมายถึง ที่อยู่อาศัยแนวราบ (บ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮ้าส์หรืออาคารพาณิชย์) และทำการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Binary Logistic Regression เพื่อประมาณความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัย โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$P(Y_i = 1 | X) = \frac{1}{1 + e^{(-z)}}$$

โดยที่

Y_i คือ ตัวแปรตาม

$Y_i = 1$ หมายถึง เลือกซื้อคอนโดมิเนียม

$Y_i = 0$ หมายถึง เลือกซื้อบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์/อาคารพาณิชย์

X_i คือ ตัวแปรอิสระ

e คือ ค่าคงที่

$-z$ คือ ค่าฟังก์ชันเชิงเส้นของตัวแปรอิสระ

ในการคัดเลือกตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยใช้วิธี Stepwise Selection โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อให้ได้แบบจำลองที่เหมาะสมและลดปัญหาการใส่ตัวแปรที่ไม่จำเป็น

หลังจากนั้น ได้ทำการวิเคราะห์ค่า Marginal Effects เพื่ออธิบายผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียม โดยค่า Marginal Effect แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของความน่าจะเป็นเมื่อค่าของตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ภายใต้เงื่อนไขที่ตัวแปรอื่นคงที่ ซึ่งช่วยให้สามารถตีความผลลัพธ์ในเชิงนโยบายและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

ผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และผลการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน และเพศชาย จำนวน 173 คน โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี รองลงมาคือ 21–30 ปี มีสถานภาพโสด และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน รองลงมาคือข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001–40,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพในการซื้อสังหาริมทรัพย์ระดับราคาปานกลาง

2. พฤติกรรมและความต้องการด้านที่อยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสังหาริมทรัพย์ในช่วงราคา 1,000,001–3,000,000 บาท รองลงมาคือช่วง 3,000,001–5,000,000 บาท สะท้อนถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อในระดับราคาปานกลาง ในด้านขนาดพื้นที่ใช้สอย พบว่าส่วนใหญ่นิยมพื้นที่ 101–200 ตารางเมตร และ 51–100 ตารางเมตร ซึ่งสอดคล้องกับโครงสร้างครัวเรือนขนาดกลาง ด้านทำเล พบว่าส่วนใหญ่นิยมทำเลใกล้สถานศึกษา รองลงมาคือใกล้ตัวเมือง และชานเมือง ขณะที่ทำเลใกล้สถานที่ทำงานมีสัดส่วนต่ำ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตและครอบครัวมีความสำคัญมากกว่าความใกล้สถานที่ทำงาน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ (7Ps)

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับ “มาก” โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพและสิ่งแวดลอม ด้านบุคลากร ด้านจิตวิทยา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย โดยมีประเด็นสำคัญในแต่ละด้านดังนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์: เน้น “คุณภาพงานก่อสร้าง” และระบบสาธารณูปโภค
- (2) กายภาพและสิ่งแวดลอม: ความปลอดภัยของทำเลสำคัญที่สุด
- (3) บุคลากร: ความสามารถของพนักงานขายสำคัญกว่าการบริการทั่วไป
- (4) จิตวิทยา: เน้นการอยู่อาศัยระยะยาว
- (5) การตลาด: ให้ความสำคัญกับ “ข้อมูลที่ชัดเจน” มากกว่าโฆษณา
- (6) ราคา: เน้น “ความคุ้มค่า” มากกว่าระดับราคา
- (7) จัดจำหน่าย: ความสะดวกในการเข้าถึงโครงการสำคัญที่สุด

ด้านช่องทางการรับรู้ข้อมูล พบว่า Facebook เป็นช่องทางหลัก รองลงมาคือ Instagram และ TikTok

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทที่อยู่อาศัย

จากตารางที่ 1 เพื่อประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Hosmer-Lemeshow Goodness-of-Fit Test โดยกำหนดจำนวนกลุ่มเท่ากับ 10 กลุ่ม ผลการทดสอบพบว่า มีค่า Hosmer-Lemeshow เท่ากับ 5.93 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.6552 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานว่างได้ จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองไม่มีความแตกต่างจากข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความเหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินความสามารถในการจำแนกกลุ่มของแบบจำลอง (Classification Accuracy) พบว่าแบบจำลองสามารถจำแนกประเภทที่อยู่อาศัยได้ถูกต้องร้อยละ 85.75 โดยมีค่า Sensitivity เท่ากับร้อยละ 65.12 และค่า Specificity เท่ากับร้อยละ 91.40 สะท้อนว่าแบบจำลองมีประสิทธิภาพในระดับดีในการพยากรณ์และจำแนกผู้ที่เลือกคอนโดมิเนียมและผู้ที่เลือกที่อยู่อาศัยแนวราบ

ตารางที่ 1 การประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง Binary Logistic Regression

รายการ	ค่า
Hosmer-Lemeshow $\chi^2(8)$	5.93
p-value	0.6552
Classification Accuracy (%)	85.75
Sensitivity (%)	65.12
Specificity (%)	91.40
จำนวนตัวอย่าง	400

ที่มา: จากการวิเคราะห์โดยผู้วิจัย

ในขั้นตอนการคัดเลือกตัวแปรด้วยวิธี Stepwise Logistic Regression ผู้วิจัยได้พิจารณาตัวแปรอิสระจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา ราคา ผลิตภัณฑ์ ภายนอกและสิ่งแวดล้อม การตลาด และการจัดจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ตัวแปรหลายรายการไม่ผ่านเกณฑ์นัยสำคัญทางสถิติและถูกตัดออกจากแบบจำลองในขั้นตอนการประมาณค่า โดยคงเหลือเฉพาะตัวแปรที่สามารถอธิบายความแตกต่างในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และทำเลใกล้ตัวเมือง ทั้งนี้ การที่ตัวแปรบางรายการไม่ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลอง ไม่ได้หมายความว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ แต่สะท้อนว่าปัจจัยเหล่านั้นไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อพิจารณาพร้อมกับตัวแปรอื่นในแบบจำลอง เช่น ปัจจัย 7Ps ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย แต่เนื่องจากทั้งในการเลือกคอนโดมิเนียม และที่อยู่อาศัยแนวราบ พิจารณาเหมือนกันจึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลอง

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าแบบ Binary Logit ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	Coef.	p-value	OR= exp(Coef.)	สรุปผล
เพศ	-0.983	0.038	0.374	มีนัยสำคัญ
อายุ	-0.329	0.000	0.720	มีนัยสำคัญ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	-1.396	0.000	0.248	มีนัยสำคัญ
ทำเลใกล้ตัวเมือง	1.483	0.002	4.405	มีนัยสำคัญ
Pseudo R ²	0.4625			

ที่มา: จากการวิเคราะห์โดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 ในขั้นต้นใช้แบบจำลอง Binary Logistic Regression โดยใช้วิธี Stepwise ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติผลการประมาณค่าพบว่า แบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติโดยรวม โดยมีค่า P-value = 0.0000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีค่า Pseudo R² = 0.4625 แสดงว่าสามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้ในระดับค่อนข้างดี ดังตารางที่ 2 ส่วนการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัวจะนำเสนอในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ Marginal Effects

ตัวแปร	Marginal Effect	Std. Err.	z	p-value
เพศ	-0.033	0.021	-1.56	0.118
อายุ	-0.010	0.003	-3.30	0.001
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	-0.042	0.016	-2.64	0.008
ทำเลใกล้ตัวเมือง	0.060	0.028	2.17	0.030

ที่มา: จากการวิเคราะห์โดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่า Marginal Effects ภายหลังจากการประมาณค่าแบบจำลอง Binary Logistic Regression พบว่า เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และทำเลใกล้ตัวเมือง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. อายุ มีค่า Marginal Effect เท่ากับ -0.0100 (P-value = 0.001) แสดงว่า เมื่ออายุเพิ่มขึ้น 1 ปี ความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมจะลดลงประมาณ 1.00 จุดร้อยละ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่ สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีอายุมากขึ้นมีแนวโน้มเลือกที่อยู่อาศัยแนวราบมากกว่าคอนโดมิเนียม

2. จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีค่า Marginal Effect เท่ากับ -0.0423 ($P\text{-value} = 0.008$) แสดงว่าเมื่อจำนวนสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น 1 คน ความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมจะลดลงประมาณ 4.23 จุดร้อยละ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่ สะท้อนว่าครัวเรือนขนาดใหญ่มีแนวโน้มต้องการพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น จึงเลือกที่อยู่อาศัยแนวราบมากกว่าคอนโดมิเนียม

3. ทำเลใกล้ตัวเมือง ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) มีค่า Marginal Effect เท่ากับ 0.0601 ($P\text{-value} = 0.030$) แสดงว่า ผู้ที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลใกล้ตัวเมือง จะมีความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นประมาณ 6.01 จุดร้อยละ เมื่อเทียบกับผู้ที่ต้องการทำเลประเภทอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่ สะท้อนว่าทำเลในเขตเมืองมีบทบาทสำคัญต่อการเลือกที่อยู่อาศัยแนวตั้ง

4. เพศ มีค่า Marginal Effect เท่ากับ -0.0327 ($P\text{-value} = 0.118$) ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า แม้ผลจากแบบจำลองอาจสะท้อนว่าเพศมีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในบางระดับ แต่เมื่อพิจารณาในรูปของ Marginal Effect ซึ่งสะท้อนผลกระทบต่อความน่าจะเป็นโดยตรง พบว่าเพศไม่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

ผลการคัดเลือกตัวแปรพบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลองสุดท้าย ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และทำเลใกล้ตัวเมือง ขณะที่ปัจจัยด้าน 7Ps หลายด้าน แม้จะมีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับสูงจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนา แต่ไม่ได้ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองสุดท้าย เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญใกล้เคียงกัน ทั้งในการเลือกคอนโดมิเนียมและที่อยู่อาศัยแนวราบจึงไม่สามารถจำแนกความแตกต่างของความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างชัดเจนเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นร่วมกัน

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีลักษณะเป็นการตัดสินใจ ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ความมั่นคง และความเหมาะสมในการอยู่อาศัยระยะยาว มากกว่าการพิจารณาด้านราคาเพียงอย่างเดียว โดยส่วนใหญ่เป็นประชากรวัยทำงานที่มีรายได้ระดับปานกลางและมีขนาดครัวเรือนปานกลาง สะท้อนลักษณะของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการอยู่อาศัยจริงมากกว่าการลงทุนหรือเก็งกำไร โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะคุณภาพงานก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภค และวัสดุที่ใช้ ได้รับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ความปลอดภัยของทำเลและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณา โดย Facebook เป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข้อมูลสังหาริมทรัพย์

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่พบว่า การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากการพิจารณาปัจจัยหลายด้านร่วมกัน ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง คุณภาพโครงการ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค (สมิทธิ์ เงิน, 2557; รสนันท์ คิดทา, 2558; Dwi Rachmawati et al., 2019)

นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับงานของ Hassan et al. (2021) และ Saraf et al. (2025) ที่พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ความมั่นคงในการอยู่อาศัย และลักษณะครัวเรือน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

ในด้านผลการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ ผลการศึกษาพบว่า อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความต้องการทำเลใกล้ตัวเมือง มีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Phan (2012) และ Nguyen Thi Thanh Chau (2024) ที่พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และลักษณะครัวเรือนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัย รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิด Consumer Behavior Model ที่อธิบายว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเป็นผลจากอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยาาร่วมกัน

ขณะเดียวกัน ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Utility Theory ซึ่งอธิบายว่าผู้บริโภคจะเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้ข้อจำกัดด้านรายได้ ขนาดครัวเรือน และความต้องการในการดำรงชีวิต โดยพบว่าผู้ที่มีอายุน้อย ครัวเรือนขนาดเล็ก และต้องการทำเลใกล้ตัวเมือง มีแนวโน้มเลือกคอนโดมิเนียมมากกว่า ขณะที่ผู้ที่มีอายุมากและครัวเรือนขนาดใหญ่มีแนวโน้มเลือกที่อยู่อาศัยแนวราบที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านพื้นที่ใช้สอยได้ดีกว่า

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยบางส่วนที่ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และเมืองขนาดใหญ่ ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านราคา ความสามารถในการลงทุน และความสะดวกในการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญลำดับต้นในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย (สมิทธิ เงิน, 2557; Phan, 2012) ขณะที่ผลการศึกษาของจังหวัดลำปางพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพงานก่อสร้าง ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม และความมั่นคงในการอยู่อาศัยระยะยาวมากกว่า สะท้อนลักษณะเฉพาะของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในเมืองรองที่มีการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริงมากกว่าการซื้อเพื่อการลงทุนหรือเก็งกำไร

สำหรับผลการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ พบว่าแบบจำลอง สามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้ในระดับดี และผ่านการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง รวมทั้งมีความสามารถในการจำแนกประเภทที่อยู่อาศัยได้ถูกต้อง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความต้องการทำเลใกล้ตัวเมือง โดยอายุและจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลเชิงลบต่อการเลือกคอนโดมิเนียม ขณะที่ความต้องการทำเลใกล้ตัวเมืองมีผลเชิงบวกต่อการเลือกคอนโดมิเนียม เมื่อพิจารณา พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวและทำเลใกล้ตัวเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัย สะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นผลจากการผสมผสานระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมร่วมกัน

ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จะไม่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองสุดท้าย แต่ไม่ได้หมายความว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กายภาพและสิ่งแวดล้อม บุคลากร และการส่งเสริมการตลาด ได้รับการประเมินความสำคัญอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพโครงการ ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแบบจำลอง Binary Logistic Regression ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างผู้ที่เลือกคอนโดมิเนียมกับผู้ที่อยู่อาศัยแนวราบ พบว่าปัจจัยด้าน 7Ps มีลักษณะการให้คะแนนในระดับสูงใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวอย่าง จึงไม่สามารถจำแนกความแตกต่างของการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ตัวแปรด้านอายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และความต้องการทำเลใกล้ตัวเมือง สามารถอธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกได้ชัดเจนกว่า จึงได้รับการคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองสุดท้ายผ่านกระบวนการ Stepwise Selection

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในภาพรวม ขณะที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และลักษณะการอยู่อาศัยเป็นปัจจัยในการอธิบายความแตกต่างของการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและผลการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติจึงมีบทบาทที่แตกต่างกันแต่เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาใช้เพื่ออธิบาย “ระดับความสำคัญ” ของปัจจัยที่ผู้บริโภครับรู้ ขณะที่แบบจำลอง Binary Logistic Regression ใช้เพื่อระบุ “ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าจะเป็น” ในการเลือกประเภทที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งในเชิงพฤติกรรมผู้บริโภคและเชิงพยากรณ์ทางเศรษฐมิติ

จากผลการศึกษาดังกล่าว ภาครัฐควรส่งเสริมมาตรฐานคุณภาพโครงการที่อยู่อาศัย การพัฒนาระบบข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่โปร่งใส และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพของทำเลและคุณภาพชีวิตของประชาชน ขณะที่ภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับคุณภาพโครงการ ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม และการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ผ่านช่องทางดิจิทัลที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย สำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังจังหวัดอื่นหรือเปรียบเทียบระหว่างเมืองขนาดต่าง ๆ รวมทั้งใช้ข้อมูลหลายช่วงเวลาและเพิ่มตัวแปรด้านพฤติกรรมเชิงลึก เช่น ทศนคติต่อความเสี่ยง หรือความคาดหวังต่อมูลค่าทรัพย์สินในอนาคต เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยได้ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิติมา สุรสานธิ. (2541). การสื่อสารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิลกะ พันธุ์มณี. (2554). ผลกระทบของการสร้างความรับผิดชอบทางการศึกษา. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI).
- ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล, & ศรีวรรณ เสรีรัตน์. (2542). ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุสนันท์ คิดหา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สมิทธิ์ เงิน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- วราภรณ์ ทองคำ. (2560). เศรษฐศาสตร์จุลภาคสำหรับนักบริหารธุรกิจ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วิรุฬ ศิริขจรเลิศ. (2544). ความสัมพันธ์ของตราयीที่เกี่ยวกับการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี [รายงานการศึกษาศาสตร, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม].
- Bank of Thailand. (2025). Housing price index classified by housing types (single house, townhouse, condominium), 2018–2025.
- Cochran, W. G. (1953). Sampling techniques. John Wiley & Sons.
- Dwi Rachmawati, S., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia. Management and Science University.
- Greene, W. H. (2003). Econometric analysis (5th ed.). Pearson Education.
- Hassan, M. M., Ahmad, N., & Hashim, A. H. (2021). Factors influencing housing purchase decision. University Putra Malaysia.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (9th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). Marketing management (14th ed.). Pearson Education.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396.
- McFadden, D. (1978). Modeling the choice of residential location. Transportation Research Record, 672, 72–77.
- Nguyen Thi Thanh Chau. (2024). Factors influencing residential property purchase decisions in Vietnam.
- Phan, T. S. (2012). Key factors affecting house purchase decision of customers in Vietnam [Master's thesis, University of Economics Ho Chi Minh City].
- Saraf, A., et al. (2025). Factors influencing the decision to buy or rent housing among young consumers in Malaysia.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Consumer behavior (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Train, K. E. (2003). Discrete choice methods with simulation. Cambridge University Press.
- Wooldridge, J. M. (2010). Econometric analysis of cross section and panel data. MIT Press.