

สรุปอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อ รายได้ระดับปานกลางที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยว่ามีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างไร ได้ใช้กระบวนการในการตัดสินใจซื้ออย่างไร ตลอดจนประเมินความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อภายหลังจากที่ได้เข้าอยู่แล้ว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เคยซื้อที่อยู่อาศัยในระดับราคาปานกลาง (ราคาตั้งแต่ 1,๐๐๐,๐๐๐-2,๐๐๐,๐๐๐ บาท) ที่มีระดับรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 2๐,๐๐๐-5๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง เป็นเขตที่มีการเคลื่อนไหวของการเพิ่มจำนวนที่อยู่อาศัยมากที่สุด ในจำนวน 4 ลำดับแรก ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตบางเขน เขตพระโขนง และเขตภาษีเจริญ โดยใช้จำนวนตัวอย่างจากกลุ่มผู้ซื้อ จำนวน 321 ตัวอย่าง

การได้มาของข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดยตั้งคำถามเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ เช่น ผู้ซื้อที่มีความเข้าใจต่อความหมายของคำว่าบ้าน หรือที่อยู่อาศัย บทบาทของผู้ตัดสินใจซื้อ และกลุ่มผู้มีอิทธิพล หรือกลุ่มอ้างอิง ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และสุดท้ายความพอใจต่อการตัดสินใจซื้อครั้งนี้ และนอกจากได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามการรับรู้ทางด้านผู้ขายมาประกอบการศึกษาครั้งนี้ด้วย โดยการใช้ค่าทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์ คือ การใช้ค่าความถี่เพื่อดูคะแนนความนิยมและการทดสอบค่าความแตกต่างของข้อมูล ซึ่งใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ในการศึกษาการกระจายของข้อมูล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ซื้อ ซึ่งได้แก่ปัจจัยทางด้านสถานภาพทางสังคมและ-เศรษฐกิจของผู้ซื้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้แก่ สามเหตุของการซื้อ ปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อ บทบาทของผู้ซื้อ ผู้มีอิทธิพล และกลุ่มอ้างอิง กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ และการประเมินความพอใจภายหลังการซื้อ

ตอนที่ 1 ปัจจัยทางสถานภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อ

พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าครอบครัว ซึ่งเป็นเพศหญิง แต่งงานแล้ว และกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 28 ของกลุ่มรายได้ครัวเรือนต่อเดือน มีระดับรายได้ระหว่าง 20,000-30,000 บาท และร้อยละ 23 รายได้ครัวเรือนต่อเดือน มีระดับรายได้เกินกว่า 50,000 บาทขึ้นไป อีกทั้งเป็นผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด ประมาณร้อยละ 31.2 และรองลงมาได้แก่ รับจ้างรัฐวิสาหกิจ สำหรับจำนวนสมาชิกในครอบครัวจะอาศัยอยู่ด้วยกันประมาณ 3-5 คน มากที่สุดซื้อบ้านประเภททาวน์เฮ้าส์ ซึ่งมีขนาดเนื้อที่ตั้งแต่ 21-60 ตารางวา และมีเนื้อที่ประโยชน์ใช้สอยในบ้านไม่เกิน 130 ตารางเมตร มีจำนวนห้องนอนประมาณ 3 ห้องนอน ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้ซื้อบ้านหลังที่อยู่ปัจจุบันนี้มาตั้งแต่ปี 2531 ในราคารวมค่า 600,000 บาทขึ้นไป แต่ปัจจุบันนี้ (ในปี 2535) มีมูลค่าราคาบ้านได้เพิ่มขึ้นถึงในระดับราคา 1-3 ล้านบาทขึ้นไป)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. สาเหตุของการซื้อบ้าน

1.1 สาเหตุของการซื้อบ้านปัจจุบัน จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อของโครงการต่าง ๆ ในเขตชั้นกลาง มีสาเหตุมาจากต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง จะแต่งงานแยกครอบครัวใหม่ และถ้ามีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเป็นลำดับต่อไป จากการศึกษาในกลุ่มผู้มีสถานภาพที่แตกต่างกัน พบว่า สาเหตุของการซื้อบ้านในกลุ่มโสดได้ให้เหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองมากที่สุดถึงร้อยละ 46.8 และรองลงมาคือ พ่อแม่ซื้อบ้านไว้ให้ร้อยละ 15 อีกร้อยละ 10 ให้เหตุผลว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นจะมีที่อยู่ที่ดีขึ้น ส่วนเหตุผลที่เป็นปัจจัยหลักของการย้ายออก คือ การเดินทางไม่สะดวก ตามลำดับ สำหรับในกลุ่มที่สมรสแล้ว ได้ให้เหตุผลของการซื้อบ้านเพราะต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองมากที่สุด เช่นเดียวกันคือ ร้อยละ 39 และรองลงมาร้อยละ

35 จะแต่งงานเพื่อแยกครอบครัวใหม่ สำหรับกลุ่มหม้ายมีเหตุผลที่ซื้อบ้านเพราะต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองมากที่สุด ร้อยละ 50 และรองลงมา ร้อยละ 16.7 คือจะแต่งงานใหม่เพื่อแยกครอบครัว และเจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน นอกจากนี้ในกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้มีการศึกษาแตกต่างกัน ได้ให้เหตุผลไม่แตกต่างกันกับสถานการณ์การสมรสเช่นกัน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองมากที่สุดถึง ร้อยละ 38 สำหรับกลุ่มผู้มียาได้แตกต่างกัน มีเหตุผลที่ซื้อบ้านไม่แตกต่างกันคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือนมากที่สุดกว่ากลุ่มอื่น ๆ ถึงร้อยละ 60 ดังแสดงในแผนภูมิที่ 9

1.2 สาเหตุของการซื้อบ้านหลังใหม่ จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อพบว่า ผู้มียาได้ปานกลาง มีความคิดที่ว่าในอนาคตเหตุผลที่จะย้ายออกจากบ้านหลังปัจจุบันเพื่อที่จะซื้อบ้านหลังใหม่ ได้ให้เหตุผลว่า เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้นเป็นลำดับแรก และเหตุผลรองลงมาบอกว่าต้องการแยกครอบครัวใหม่อีก ดังนั้นเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มแล้ว พบว่า ในกลุ่มผู้มีสถานภาพการสมรสและกลุ่มผู้มียาได้ทุกกลุ่ม มีเหตุผลเดียวกันคือ เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น ยกเว้นในกลุ่มอาชีพ มีเหตุผลของการย้ายออกที่ค่อนข้างแตกต่างกัน กล่าวคือ ในกลุ่มผู้มีอาชีพรับราชการ รับจ้างรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัท มีความเห็นต่อเหตุผลที่จะย้ายออกจากบ้านหลังปัจจุบันว่า ถ้ามีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้นกว่าเดิม ส่วนกลุ่มเจ้าของบริษัทเอกชน มีเหตุผลที่จะย้ายออกจากบ้านหลังปัจจุบัน เนื่องจากไม่พอใจในบ้านหลังนี้มากที่สุด สำหรับกลุ่มรับจ้างทั่วไปมีเหตุผลที่จะย้ายออกจากบ้านหลังปัจจุบัน เนื่องจากย้ายที่ทำงานใหม่ ซึ่งกลุ่มนี้มีอาชีพไม่แน่นอน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 10

2. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน

2.1 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านหลังปัจจุบัน จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ในเขตชั้นกลาง การเลือกปัจจัยในการซื้อบ้าน สามารถจัดลำดับ 3 ลำดับแรกที่สำคัญ คือ ปัจจัยแรก ได้แก่ ต้องพิจารณาความสามารถในการจ่าย ปัจจัยที่สอง คือ การพิจารณาเลือกที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี และปัจจัยที่สาม คือ การพิจารณาที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน และโรงเรียนบุตรหลาน ในขณะที่ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น เมื่อมีสถานภาพทางสังคมดีขึ้น อยากจะซื้อบ้านใหม่ เป็นเหตุผลที่ใช้เลือกตัดสินใจน้อยมาก และสำหรับในเรื่องของรูปแบบและการก่อสร้างก็เช่นเดียวกับที่เป็นเหตุผลที่ใช้เลือกตัดสินใจซื้อเป็นลำดับท้าย ๆ ในกลุ่มที่แต่งงานแล้ว พิจารณาความสามารถในการจ่ายมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด สำหรับในกลุ่มผู้มีการศึกษา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับมัธยมต้น จะพิจารณาความสามารถในการจ่ายมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ระดับการศึกษาอื่น ๆ ปัจจัยการพิจารณาเลือกที่ตั้งโครงการในสิ่งแวดล้อมที่ดี ในกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรส เช่น กลุ่มที่แต่งงานแล้ว และกลุ่มโสด ได้เลือกเป็นลำดับรองลงมามีจำนวนใกล้เคียงกัน สำหรับในกลุ่มของระดับรายได้ คือ กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน มากกว่ากลุ่มรายได้อื่น ๆ ส่วนกลุ่มผู้มีการศึกษามีความใกล้เคียงกันในการเลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งโครงการในสิ่งแวดล้อมที่ดี สำหรับปัจจัยเลือกลำดับที่สาม ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ในกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกครัวเรือน 1-2 คน และ 3-4 คน จะเลือกที่ตั้งโครงการใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตรมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสมาชิกเกินกว่า 5 คนขึ้นไป จะคำนึงถึงที่ตั้งโครงการที่อยู่ใกล้ถนนใหญ่ เช่นเดียวกับกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จะเลือกทำเลที่ตั้งโครงการที่อยู่ใกล้ถนนใหญ่ และใกล้ที่ทำงาน มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน และรายได้ครัวเรือน 40,001-50,000 บาทต่อเดือน โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีรายได้เกินกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จะคำนึงถึงที่ตั้งโครงการใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตรมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้มีรายได้ ในกลุ่มเดียวกัน

2.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านหลังใหม่ จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ที่คิดจะย้ายออก ในกลุ่มนี้ได้พบว่า ถ้าจะย้ายออกไปปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านหลังต่อไป คือ ปัจจัยลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือโรงเรียน ปัจจัยรองลงมาก็คือ มีสิ่งแวดล้อมที่ดีภายในโครงการ ปัจจัยที่สาม คือ ปัจจัยทางด้านราคา โดยเฉพาะในกลุ่มรับจ้างทั่วไป ปัจจัยในการเลือกที่ตั้งไม่มีความสำคัญเลย เนื่องจากกลุ่มนี้มักจะย้ายที่ทำงานบ่อยกว่า

กลุ่มอื่น ๆ สำหรับปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ดีของโครงการทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน
ในทุก ๆ กลุ่ม และปัจจัยที่สาม คือ ราคา ในกลุ่มที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปให้ความสำคัญมากที่สุด
ถึงร้อยละ 50 ดังแสดงในแผนภูมิที่ 12

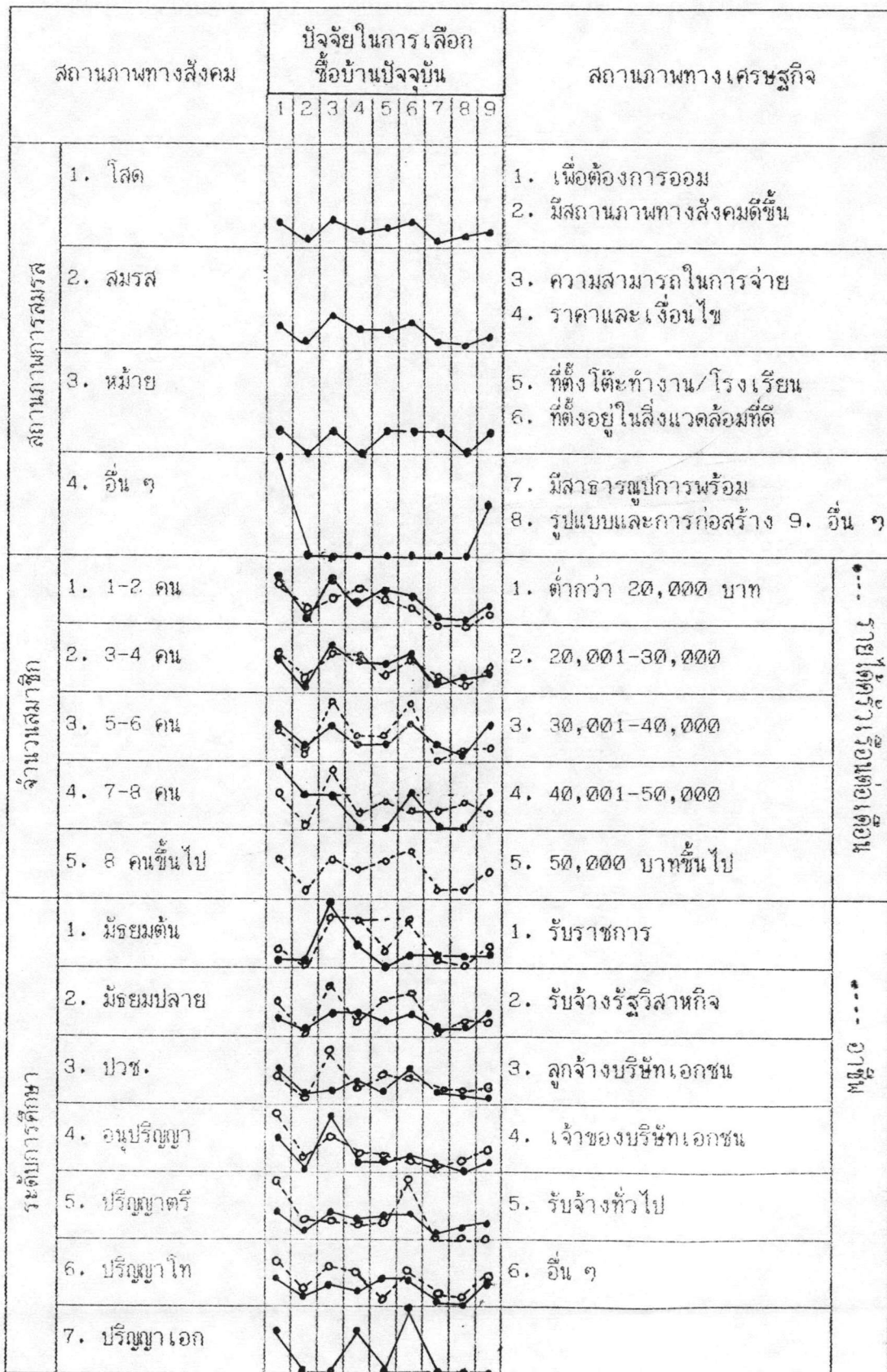
แผนภูมิที่ 9 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับสาเหตุที่ตัดสินใจซื้อบ้านหลังปัจจุบัน

สถานภาพทางสังคม & เศรษฐกิจ		สาเหตุที่ตัดสินใจซื้อบ้านหลังปัจจุบัน							หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	
สถานภาพการสมรส	1. โสด								1. จะแต่งงานแยกครอบครัว
	2. แต่งงาน								2. ต้องการมีที่อยู่ใหม่เป็นของตนเอง
	3. หม้าย								3. มีรายได้เพิ่มขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น
	4. อื่น ๆ								4. สาธารณูปโภค-สาธารณูปการไม่เพียงพอ
การศึกษา	1. มัธยมต้น								5. เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน
	2. มัธยมปลาย								6. การเดินทางไม่สะดวก
	3. ปวช.								7. สิ่งแวดล้อมไม่ดี
	4. อนุปริญญา								8. อื่น ๆ
	5. ปริญญาตรี								
	6. ปริญญาโท								
	7. ปริญญาเอก								
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	1. ต่ำกว่า 20,000 บาท/ด.								
	2. 20,001-30,000 บาท/ด.								
	3. 30,001-40,000 บาท/ด.								
	4. 40,001-50,000 บาท/ด.								
	5. 50,000 บาทขึ้นไป								

แผนภูมิที่ 10 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับสาเหตุที่ซื้อบ้านหลังใหม่

สถานภาพทางสังคม & เศรษฐกิจ		สาเหตุที่ซื้อบ้านหลังใหม่								หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	8	
สถานภาพการสมรส	1. โสด									1. แยกครอบครัว
	2. แต่งงาน									2. ย้ายที่ทำงานใหม่
	3. หม้าย									3. รายได้มากขึ้นต้องการที่อยู่ที่ดีขึ้น
	4. อื่น ๆ									4. ยังไม่พอใจบ้านหลังนี้
อาชีพ	1. รับราชการ									5. เดินทางไม่สะดวก
	2. รับจ้างรัฐวิสาหกิจ									6. ไม่มีความปลอดภัย
	3. ลูกจ้างบริษัทเอกชน									7. ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม
	4. เจ้าของบริษัทเอกชน									8. อื่น ๆ
	5. รับจ้างทั่วไป									
	6. อื่น ๆ									
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	1. ต่ำกว่า 20,000 บาท/ด.									
	2. 20,001-30,000 บาท/ด.									
	3. 30,001-40,000 บาท/ด.									
	4. 40,001-50,000 บาท/ด.									
	5. 50,000 บาทขึ้นไป									

แผนภูมิที่ 11 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังปัจจุบัน



แผนภูมิที่ 12 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังใหม่

สถานภาพทางสังคม & เศรษฐกิจ		ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านหลังใหม่								หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	8	
จำนวนสมาชิก	1. 1-2 คน									1. ราคา
	2. 3-4 คน									2. ที่ตั้ง
	3. 5-6 คน									3. เพื่อนบ้าน
	4. 6-7 คน									4. ความมั่นคงแข็งแรง
	5. 8 คนขึ้นไป									5. การออกแบบบ้านสวย
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	1. ต่ำกว่า 20,000 บาท/ด.									6. มีประโยชน์ใช้สอยมาก
	2. 20,001-30,000 บาท/ด.									7. สิ่งแวดล้อมดี
	3. 30,001-40,000 บาท/ด.									8. อื่น ๆ
	4. 40,001-50,000 บาท/ด.									
	5. 50,000 ขึ้นไป									
อาชีพ	1. รับราชการ									
	2. รับจ้างรัฐวิสาหกิจ									
	3. ลูกจ้างบริษัทเอกชน									
	4. เจ้าของบริษัทเอกชน									
	5. รับจ้างทั่วไป									
	6. อื่น ๆ									

3. บทบาทของผู้ซื้อและกลุ่มอ้างอิง จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่เป็นผู้ตอบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรสแล้ว เป็นผู้ตัดสินใจซื้อบ้าน โดยมีสามีเป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาและสนับสนุนทางการเงิน รองลงมาคือบิดาและมารดาเป็นผู้ให้คำปรึกษา และได้ให้การสนับสนุนการเงินเช่นเดียวกัน สำหรับกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ กลุ่มญาติและเพื่อนฝูง พบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างยิ่ง เพราะเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสนิทสนมและน่าเชื่อถือในข้อมูลมากกว่าแหล่งอื่น ๆ และความสัมพันธ์ทางสังคมไทยยังมีอิทธิพลต่อกันมาก

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ

1. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่น ๆ จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ในทุกกลุ่มสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน คือ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ไม่ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลจากโครงการอื่น ๆ เลย มีถึงร้อยละ 24 และรองลงมาได้เปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่น ๆ ถึง 3 โครงการ อีกร้อยละ 21 ในทุกกลุ่มดังกล่าวข้างต้น

2. การใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อได้ทำการตัดสินใจซื้อบ้านโดยใช้ระยะเวลาเพียง 1 เดือน มากที่สุดถึงร้อยละ 32 ในทุกกลุ่มที่มีอาชีพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน และรองลงมาคือ ชี้อันที่ที่ชมครั้งแรก ร้อยละ 29 สำหรับกลุ่มที่มีอาชีพ การศึกษา รายได้แตกต่างกัน

5. ความพอใจที่อยู่อาศัย

เพื่อให้การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อได้สิ้นสุดลง การวิเคราะห์ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของการวัดผลการตัดสินใจทางหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรทางด้านความพึงพอใจที่อยู่อาศัย และการอยู่อาศัยของผู้ซื้อเป็นตัววิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ความสนใจว่า ในแต่ละสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่อยู่อาศัยที่ได้ตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงใด และแตกต่างกันหรือประการใด พบว่าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจที่อยู่อาศัยและการอยู่อาศัยหลังจากการตัดสินใจซื้อไปแล้ว ส่วนใหญ่มีความพอใจในเกณฑ์มากและมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการ มีความพอใจในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และรองลงมามีความ

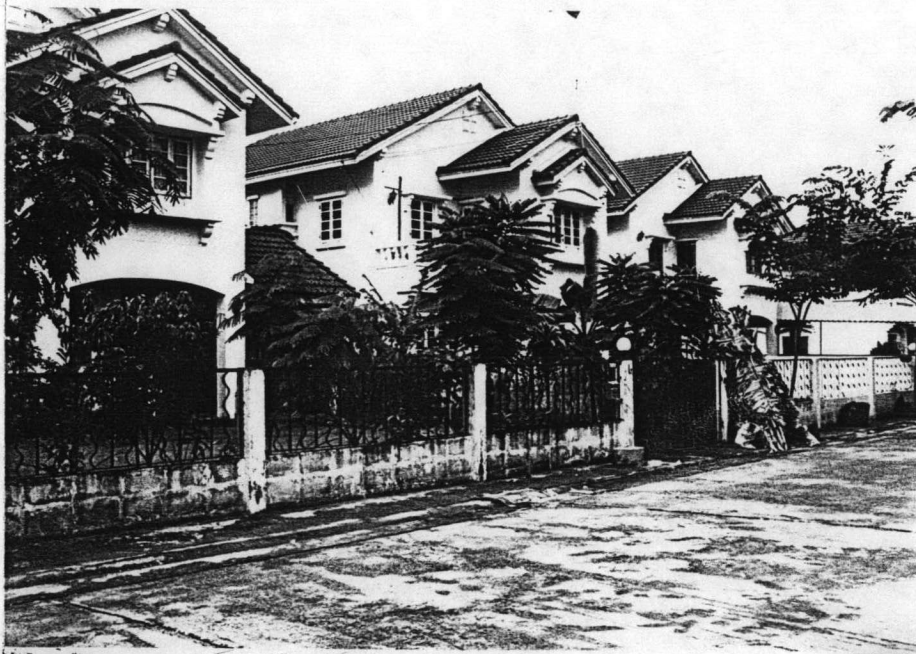
พอใจต่อสภาพแวดล้อม ความสบายน่าอยู่ของที่อยู่อาศัย ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน มีความพอใจค่อนข้างมาก แต่สำหรับในเรื่องการรักษาความปลอดภัย และการดูแลรักษาหมู่บ้านนี้ ผู้ซื้อมีความพอใจปานกลาง ซึ่งปัจจัยใน 2 เรื่อง มิได้เกี่ยวข้องต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมากนัก

1. ความพอใจเกี่ยวกับรูปแบบภายนอกของตัวบ้าน มีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (3.7) อยู่ในระดับความพอใจมาก
2. ประโยชน์ใช้สอยในบ้าน มีคะแนนเฉลี่ยความพอใจเฉลี่ย (3.9) ซึ่งอยู่ในระดับความพอใจมาก
3. คุณภาพการก่อสร้าง มีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (3.4) ซึ่งอยู่ในระดับความพอใจปานกลาง
4. ทำเลที่ตั้ง มีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (4.2) ได้จัดอยู่ในระดับความพอใจมาก
5. สภาพแวดล้อมภายในหมู่บ้าน มีคะแนนเฉลี่ยความพอใจ (3.8) ซึ่งอยู่ในระดับความพอใจมาก
6. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของหมู่บ้าน มีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (3.3) จัดอยู่ในระดับความพอใจปานกลาง
7. การรักษาความปลอดภัย มีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (3.1) จัดอยู่ในระดับความพอใจปานกลาง
8. เพื่อนบ้านมีคะแนนความพอใจเฉลี่ย (3.7) จัดอยู่ในระดับความพอใจมาก
9. ความสงบน่าอยู่อาศัย ค่าคะแนนเฉลี่ยความพอใจต่อความสงบน่าอยู่อาศัยในหมู่บ้าน (3.9) จัดอยู่ในระดับความพอใจมาก
10. การบำรุงดูแลรักษาหมู่บ้าน ค่าคะแนนเฉลี่ยความพอใจต่อการบำรุงดูแลหมู่บ้าน (3.2) จัดอยู่ในระดับความพอใจปานกลาง

จะเห็นว่า การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประเด็นหลักคือ การศึกษาทางด้านผู้ซื้อเป็นสำคัญ ส่วนการซื้อถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ เมื่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสิ้นสุดลงตรงที่มีการซื้อ และมีความพอใจเกิดขึ้น นับได้ว่าการตัดสินใจซื้อครั้งนี้ได้รับประโยชน์สูงสุดต่อรายได้ของผู้ซื้อ อีกทั้งยังพบว่าผู้ซื้อที่มีความพอใจต่อบ้านที่ซื้อในขณะนี้อย่างมาก และไม่คิดจะย้ายออกไปในขณะนี้ จึงถือได้ว่าการเลือกตัดสินใจซื้อครั้งนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด

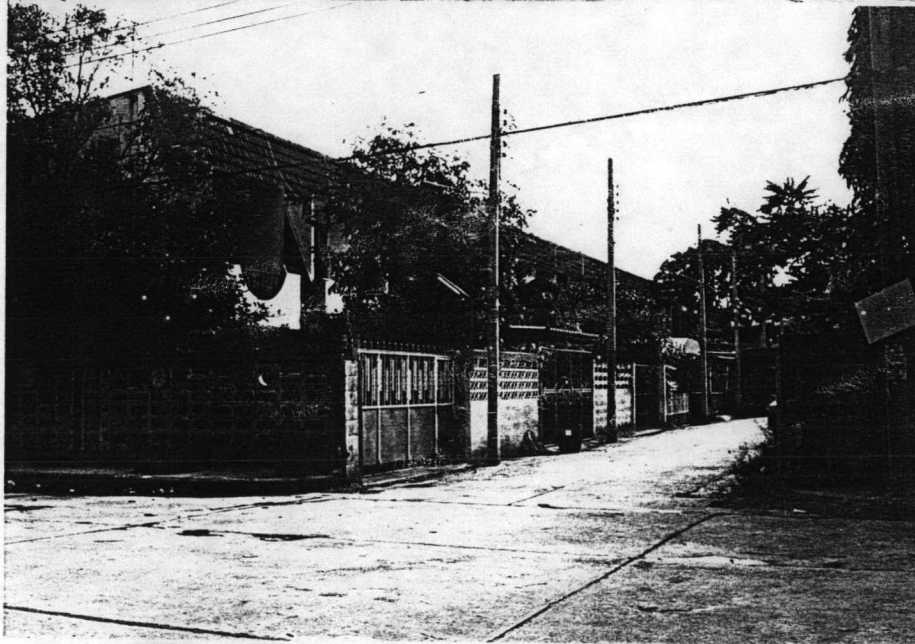
ภาพที่ 4

แสดงสภาพแวดล้อมในชุมชน
บริเวณอาคารพักอาศัย
แบบบ้านเดี่ยว



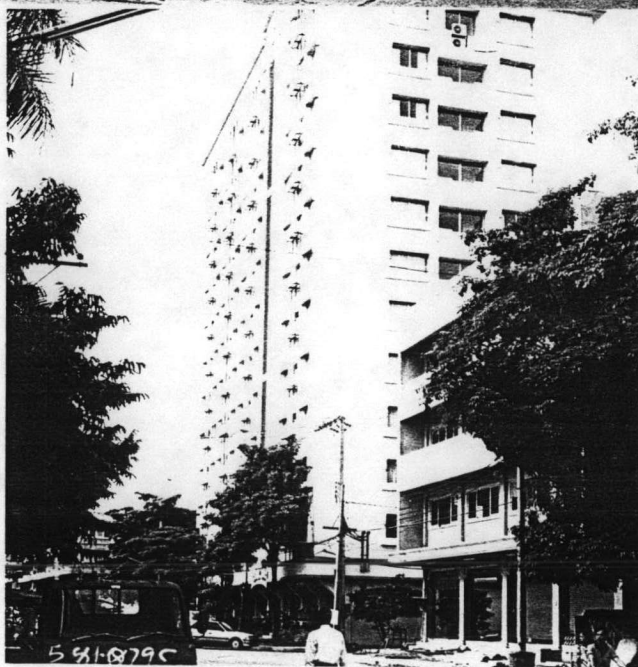
ภาพที่ 5

แสดงสภาพแวดล้อมในชุมชน
บริเวณอาคารพักอาศัย
แบบทาวน์เฮ้าส์



ภาพที่ 6

แสดงสภาพแวดล้อมในชุมชน
บริเวณอาคารพักอาศัย
แบบคอนโดมิเนียม



ผลที่ได้จากการศึกษา

สมมติฐาน

ผู้ซื้อที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน น่าจะมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันในประเด็นดังนี้ สาเหตุของการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน ปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน

จากการศึกษาความแตกต่างของตัวแปรทางด้านผู้ซื้อ ซึ่งได้พิจารณาจากสถานภาพทางสังคมของผู้ซื้อ ได้แก่ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิก การศึกษา และสถานภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ อาชีพ กับตัวแปรทางด้านการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้แก่ สาเหตุของการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่เลือกตัดสินใจซื้อบ้านหลังเดิม และบ้านในอนาคต ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้สรุปจากการทดสอบตารางการไขว้ (Crosstabulation Test) ดังแสดงในตารางที่ 70 และ 71

1. เพศ จากการศึกษพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศ คือ เพศชายและเพศหญิง ต่อการเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ ผู้ที่เป็นสามีหรือภรรยา บิดาหรือมารดา รวมทั้งตัวผู้ตอบเองทั้งหญิงและชายเป็นผู้ตัดสินใจได้เท่า ๆ กัน

2. สถานภาพการสมรส พบว่าความแตกต่างกันระหว่างสถานภาพการสมรส มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน และแตกต่างกันมีดังนี้ คือ

2.1 กรณีไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ มีการตัดสินใจที่ใกล้เคียงกันได้แก่ ปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อบ้าน กล่าวคือ ผู้มีสถานภาพเป็นโสด แต่งงานแล้ว และหม้าย ได้พิจารณาปัจจัยในการซื้อบ้านที่มีเหตุผลที่ใกล้เคียงกัน คือ

- (1) พิจารณาความสามารถในการจ่าย
- (2) พิจารณาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดี
- (3) ต้องการออมทรัพย์ในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าออมเป็นเงินสด
- (4) พิจารณาที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน
- (5) พิจารณาและเงื่อนไขการชำระเงิน

2.2 กรณีที่มีความแตกต่างกันต่อการตัดสินใจ ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน กล่าวคือ ผู้มีสถานภาพเป็นโสด แต่งงาน และ หม้าย มีเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อบ้าน ด้วยสองปัจจัยหลัก คือ

- (1) ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง
- (2) จะแต่งงานแยกครอบครัว

สำหรับปัจจัยในเรื่องมีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น สาธารณูปโภคไม่เพียงพอ เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน การเดินทางไม่สะดวก สิ่งแวดล้อมไม่ดี เป็นเหตุผลที่ให้ความสำคัญน้อยมาก

ลักษณะบ้านที่ซื้อ ผู้มีรายได้ปานกลางที่มีสถานภาพเป็นโสด แต่งงาน และหม้าย จะเลือกซื้อบ้านที่มีลักษณะเป็น 2 ประเภท คือ แบบบ้านเดี่ยว และแบบบ้านทาวน์เฮ้าส์ สำหรับลักษณะแบบบ้านอื่น ๆ เช่น แบบตึกแถว คอนโดมิเนียมและแบบอื่น ๆ ได้ให้ความสนใจน้อยมาก

3. ขนาดจำนวนสมาชิก ได้พบว่าถึงจำนวนสมาชิกในครอบครัวจะมีขนาดแตกต่างกันเพียงใด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยการเลือกซื้อบ้าน ผู้มีขนาดจำนวนสมาชิกครอบครัวแตกต่างกัน จะเลือกซื้อบ้าน โดยมีตัวแปรใกล้เคียง เช่น ในเรื่องความสามารถในการจ่าย ทำเลที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ต้องการออมทรัพย์ในรูปของอสังหาริมทรัพย์ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน รูปแบบการก่อสร้าง และระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม

3.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านหลังต่อไป แม้ขนาดจำนวนสมาชิกครอบครัวแตกต่างกัน ปัจจัยที่จะใช้สำหรับการเลือกซื้อบ้านหลังใหม่ ใช้ตัวแปรที่ใกล้เคียงกัน คือจะพิจารณาทำเลที่ตั้ง พิจารณาราคาขาย พิจารณาสีสิ่งแวดล้อมที่ดีของโครงการ พิจารณาการมีประโยชน์ใช้สอยมาก ความมั่นคงแข็งแรง และการออกแบบบ้านสวย ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยในการเลือกจำนวนห้องนอน พบว่า แม้ขนาดจำนวนสมาชิกครอบครัวแตกต่างกันก็ตาม การเลือกจำนวนห้องนอนมีจำนวนที่ใกล้เคียง ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนห้องนอนกับราคาเป็นตัวแปรตาม ทำให้ผู้มีรายได้ปานกลางมีความพอใจต่อจำนวนห้องตามที่ได้จ่ายเงิน

3.4 นอกจากนี้ยังมีปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ การเลือกรูปแบบและการก่อสร้าง จะใช้การพิจารณาที่มีตัวแปรใกล้เคียงกันเช่นกัน

4. การศึกษา พบว่า ผู้มีรายได้ปานกลาง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ปัญหาไม่มีความแตกต่างและแตกต่างกัน ดังนี้

4.1 กรณีที่ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การใช้เหตุผลที่ใกล้เคียง คือ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่น ๆ การเลือกปรึกษาคณะต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อบ้าน ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน และความคิดเห็นต่อบ้านในอุดมคติ

4.2 กรณีที่มีความแตกต่างกัน การศึกษาแตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันในเรื่องของการใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ผู้มีการศึกษาระดับแตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะเลือกใช้เวลาในการตัดสินใจไม่เกิน 1 เดือน กล่าวคือ ตั้งแต่มาชมบ้านตัวอย่างจนกระทั่งตัดสินใจซื้อ

5. รายได้ จากการศึกษานพบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีดังนี้ คือ

5.1 กรณีที่ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องสาเหตุของการซื้อบ้าน การเลือกปรึกษาคณะก่อนตัดสินใจซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ การใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง ปัจจัยเลือกสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และปัจจัยในการเลือกรูปแบบและการก่อสร้าง

5.2 กรณีที่มีความแตกต่างกันจะแตกต่างกันในเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่น ๆ ผู้มีระดับรายได้แตกต่างกัน ส่วนใหญ่การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลจากโครงการอื่น ๆ คือ กลุ่มที่ไม่ศึกษาเปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ เลย และกลุ่มจะทำการศึกษาระดับเทียบเท่ากับโครงการอื่น ๆ มีถึง 3 โครงการ

6. อาชีพ พบว่า ในกลุ่มของผู้มีอาชีพแตกต่างกันมีความแตกต่างกันในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องต่อไปนี้ คือ

- การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลโครงการอื่น ๆ กลุ่มของผู้มีอาชีพแตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อเลย ได้แก่กลุ่มอาชีพลูกจ้างบริษัท รับจ้างทั่วไป และเจ้าของกิจการ ส่วนกลุ่มอาชีพรับจ้างรัฐวิสาหกิจจะทำการศึกษาระดับเทียบถึง 3 โครงการ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

- ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง ในกลุ่มอาเซียนรับราชการ รับจ้างรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างเอกชน จะเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ในขณะที่เจ้าของบริษัทและอาเซียนแม่บ้าน ต้องการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ถนนใหญ่

ตารางที่ 70 สรุปความสัมพันธ์ของตัวแปร

	เพศ	สภาพภาพ สมรส	จำนวน สมาชิกใน ครอบครัว	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
ผู้ตัดสินใจซื้อ	NO	-	-	NO	NO	NO
สาเหตุที่ตัดสินใจซื้อ	-	YES	-	NO	-	-
ปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อ	-	NO	NO	NO	NO	NO
ลักษณะบ้านปัจจุบัน	-	YES	-	-	-	-
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	-	-	NO	-	YES	NO
ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ	-	-	NO	-	NO	NO
ปัจจัยด้านรูปแบบและการก่อสร้าง	-	-	NO	NO	NO	NO
ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	-	-	NO	NO	-	-
ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	-	-	NO	-	-	-
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	-	-	NO	-	NO	-
จำนวนห้องนอน	-	-	NO	-	-	-
ก่อนซื้อเปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่น ๆ	-	-	-	NO	YES	YES
ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	-	-	-	YES	NO	NO
ปรึกษาคูคลองอื่นก่อนตัดสินใจ	-	-	-	NO	-	NO
เหตุผลที่ต้องปรึกษา	-	-	-	NO	-	-
บ้านในอุดมคติ	-	-	-	NO	NO	-
คิดจะย้ายออกจากบ้านปัจจุบัน	-	-	-	NO	NO	YES
เหตุผลที่คิดจะย้ายออกจากบ้านปัจจุบัน	-	-	-	ไม่ได้สรุปไว้	YES	NO
ปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อบ้านใหม่	-	-	NO	-	NO	NO

YES : มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

NO : ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 71 สรุปการทดสอบตารางการไขว้ (Crosstabulation Tests)

ตัวแปรตามผู้ซื้อ	ตัวแปรในการตัดสินใจซื้อ	ชั้นอิสระ	ไคสแควร์ (คำนวณ)	ไคสแควร์ (วิกฤต)	นัยสำคัญ ร้อยละ 95
1. เพศ					
(หญิง, ชาย)	1. ความเข้าใจคำว่า "บ้าน"	6	3.6067	12.59	ไม่แตกต่าง
	2. ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	5	7.2851	11.07	ไม่แตกต่าง
2. สถานภาพการสมรส					
(โสด สมรส	1. สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน	21	46.6057	32.67	แตกต่าง
หม้าย และอื่น ๆ)	2. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน	24	17.6975	36.42	ไม่แตกต่าง
	3. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านใหม่	21	40.6086	32.67	แตกต่าง
	4. ลักษณะบ้านที่ซื้อ	12	22.7860	21.03	แตกต่าง
3. จำนวนสมาชิก					
(1-2 คน,	1. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน	24	20.7383	36.42	ไม่แตกต่าง
3-5 คน	2. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านใหม่	21	19.1123	32.67	ไม่แตกต่าง
6-8 คน	3. ปัจจัยในการคำนึงถึงที่ตั้ง	24	23.5571	36.42	ไม่แตกต่าง
และ 8 คนขึ้นไป)	4. ปัจจัยในการคำนึงถึง	15	15.88	25.00	ไม่แตกต่าง
	สาธารณูปโภค-สาธารณูปการ				
	5. ปัจจัยในการคำนึงรูปแบบ	21	21.5727	32.67	ไม่แตกต่าง
	การก่อสร้าง				
	6. ปัจจัยในการคำนึงสิ่งอำนวยความสะดวก	15	24.5860	25.00	ไม่แตกต่าง
	7. ปัจจัยในการคำนึงการจำหน่าย	15	6.0803	25.00	ไม่แตกต่าง
	8. ปัจจัยในการพิจารณาราคาและเงื่อนไข	15	13.3871	25.00	ไม่แตกต่าง
	9. ปัจจัยในการเลือกจำนวนห้อง	12	18.6617	21.03	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 70 (ต่อ)

ตัวแปรตามผู้ซื้อ	ตัวแปรในการตัดสินใจซื้อ	ชั้นอิสระ	โคสแควร์ (คำนวณ)	โคสแควร์ (วิกฤต)	นัยสำคัญ ร้อยละ 95
4. การศึกษา (มัธยมต้น, มัธยมปลาย, ปวช. อนุปริญญา, ปริญญาโท และ ปริญญาเอก)	1. สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน	40	35.1799	57.76	ไม่แตกต่าง
	2. สาเหตุที่คิดจะย้ายออก	40	39.0112	43.77	ไม่แตกต่าง
	3. การเปรียบเทียบข้อมูล โครงการอื่น ๆ	30	31.9857	43.77	ไม่แตกต่าง
	4. การใช้ระยะเวลาในการ ตัดสินใจ	18	33.8635	28.57	แตกต่าง
	5. การเลือกบุคคลที่ปรึกษา ก่อนตัดสินใจ	40	40.1602	55.76	ไม่แตกต่าง
	6. เหตุผลที่เลือกบุคคลที่ปรึกษา	40	47.9608	55.76	ไม่แตกต่าง
	7. ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	24	27.2277	36.42	ไม่แตกต่าง
	8. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านปัจจุบัน	50	46.1906	67.50	ไม่แตกต่าง
	9. ปัจจัยเลือกสาธารณูปโภค- สาธารณูปการ	30	33.1748	43.77	ไม่แตกต่าง
	10. ปัจจัยเลือกรูปแบบ&ก่อสร้าง	40	39.3643	55.76	ไม่แตกต่าง
	11. บ้านในอุดมคติ	40	44.5876	55.76	ไม่แตกต่าง
5. รายได้ (<20,000 20,001-30,000 30,001-40,000 40,001-50,000 50,000 บาทขึ้นไป)	1. สาเหตุทำให้ตัดสินใจซื้อ	24	31.3864	36.42	ไม่แตกต่าง
	2. การเลือกบุคคลที่ปรึกษา ก่อนตัดสินใจซื้อ	28	29.3547	46.34	ไม่แตกต่าง
	3. ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	16	16.7065	26.30	ไม่แตกต่าง
	4. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูล	20	33.2032	31.41	แตกต่าง
	5. การใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ	12	11.41639	21.03	ไม่แตกต่าง
	6. ปัจจัยเลือกตัดสินใจซื้อบ้าน	30	38.6203	40.26	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 70 (ต่อ)

ตัวแปรตามผู้ซื้อ	ตัวแปรในการตัดสินใจซื้อ	ชั้นอิสระ	โคสแควร์ (ค่ารวม)	โคสแควร์ (วิกฤต)	นัยสำคัญ ร้อยละ 95
	7. ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง	30	40.8385	43.77	ไม่แตกต่าง
	8. ปัจจัยการเลือกสาธารณูปโภค สาธารณูปการ	20	25.1605	31.41	ไม่แตกต่าง
	9. ปัจจัยการเลือกรูปแบบและ การก่อสร้าง	28	18.1618	41.34	ไม่แตกต่าง
	10. ปัจจัยเลือกตัดสินใจซื้อบ้านใหม่	28	27.0924	41.34	ไม่แตกต่าง
	11. สาเหตุที่คิดจะย้ายออกจากบ้าน ปัจจุบัน	28	36.3533	41.34	ไม่แตกต่าง
6. อาชีพ (รับราชการ, รับจ้างรัฐวิสาหกิจ, ลูกจ้างเอกชน, เจ้าของบริษัทเอกชน, รับจ้างทั่วไป, อื่น ๆ)	1. การศึกษาเปรียบเทียบ โครงการอื่น	25	44.6717	37.65	แตกต่าง
	2. ระยะเวลาในการตัดสินใจ	15	19.1530	25.00	ไม่แตกต่าง
	3. บ้านในอุดมคติ	40	39.8447	55.76	ไม่แตกต่าง
	4. ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	25	36.6696	37.65	แตกต่าง
	5. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน	40	37.8164	55.76	ไม่แตกต่าง
	6. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านใหม่	40	18.5928	55.76	ไม่แตกต่าง
	7. ปัจจัยในการคำนึงถึงทำเล	40	61.2225	55.76	แตกต่าง
	8. ปัจจัยในการคำนึงถึง สาธารณูปโภค	25	25.2338	37.65	ไม่แตกต่าง
	9. ปัจจัยในการคำนึงถึงรูปแบบ และการก่อสร้าง	40	51.3708	55.76	ไม่แตกต่าง
	10. ปัจจัยในการคำนึงการชำระเงิน	40	33.8551	55.76	ไม่แตกต่าง
	11. สาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านปัจจุบัน	40	51.2938	55.76	แตกต่าง

อภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ซื้อ พบว่า สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นหญิง สมรสแล้ว มีจำนวนสมาชิกอาศัยอยู่ในครอบครัวโดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 คน และมีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี อีกทั้งมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ซึ่งจากการศึกษาเรื่องชั้นของสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลาง (ชั้นกลางส่วนบนและชั้นกลางส่วนล่าง) ของ ธงชัย (2535; 212-213) พบว่ากลุ่มเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง คือ มีระดับปริญญา โดยการศึกษาที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประกอบอาชีพและการทำงานด้วย นอกจากนี้มีอาชีพที่ใช้แรงงานน้อยสำหรับกลุ่มชั้นกลางส่วนบนในการศึกษานี้ได้กำหนดเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป โดยกลุ่มนี้จะมีการบริโภคหรือหมายถึงการซื้อเป็นไปโดยมีเหตุผลและรอบคอบ อยากรมีบ้านขนาดย่อมที่น่ารัก มีการแต่งกายดี แม่บ้านจะเป็นผู้จัดการในเรื่องต่าง ๆ โดยพ่อบ้านจะเป็นผู้จัดหาบ้านและรถยนต์ ซึ่งเป็นเครื่องที่แสดงถึงความสำเร็จ และความสามารถของพ่อบ้าน ส่วนกลุ่มชั้นกลางส่วนล่าง การศึกษานี้ได้กำหนดเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ 20,001-40,000 บาทลงมา กลุ่มนี้มักจะใช้ความพยายามที่จะมีบ้านเป็นของตนเอง แม้จะมีขนาดเล็กแต่จะพยายามตกแต่งให้ดีกว่าที่จะทำได้ ชอบซื้อของดีราคาถูก แม่บ้านของกลุ่มนี้มักจะทำหน้าที่ในการซื้อด้วยตนเอง และมักนิยมนับเปรียบเทียบโดยละเอียด ในเรื่องดังกล่าวนี้ผลการศึกษาดังกล่าวได้พบว่า

1. กลุ่มชั้นกลางมักจะใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยได้วิเคราะห์เจาะในกลุ่มผู้มีระดับรายได้แตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อต่อการใช้เหตุผลในการเลือกปัจจัย คือ นิยามถึงความสามารถในการจ่ายของตนเองมาเป็นลำดับแรก เช่นเดียวกันในทุกกลุ่มระดับรายได้ และในกลุ่มนี้เองที่คิดจะมีบ้านหลังใหม่เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น จะใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยจะคำนึงถึงทำเลที่ตั้งที่ใกล้ที่ทำงานอีกเป็นลำดับแรก เพื่อประหยัดในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเดินทางไปทำงาน

2. กลุ่มชั้นกลางจะทำการศึกษเปรียบเทียบข้อมูลโดยละเอียด

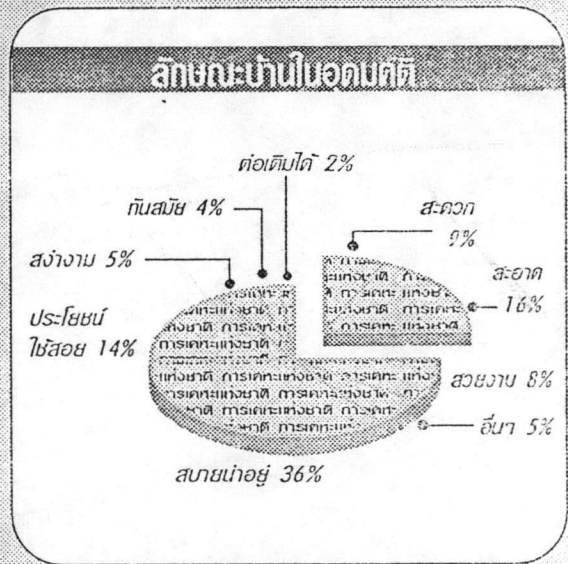
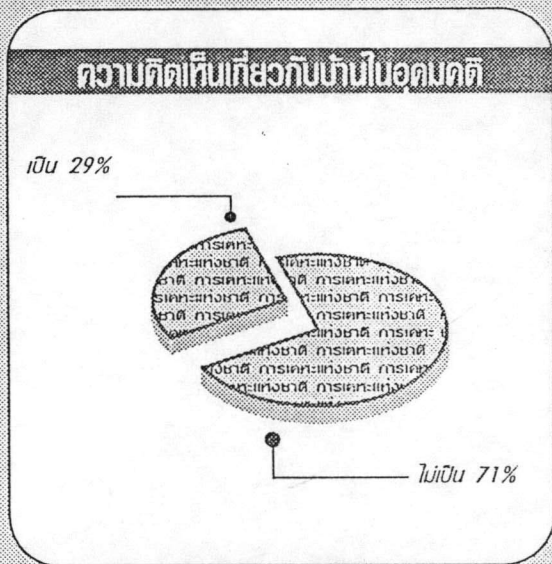
จากการศึกษากลุ่มสถานภาพต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกัน และการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าในกลุ่มนี้มีได้อาศัยกระบวนการศึกษาเปรียบเทียบ เช่น การศึกษาข้อมูลจากโครงการต่าง ๆ กัน หรือการใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ ดังจะเห็นได้ว่าในเรื่องของการศึกษาเปรียบเทียบ

ข้อมูลจากโครงการอื่น ๆ ในทุก ๆ กลุ่มพบว่า ส่วนใหญ่จะไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลจากโครงการอื่นใดเลย ส่วนการใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ก็เช่นเดียวกันคือใช้ระยะเวลาเพียงไม่เกิน 1 เดือนเท่านั้น อีกทั้งการเลือกชมสินค้าในโครงการ ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการเลือกชมสินค้าเพียงครั้งเดียว และทำการตัดสินใจซื้อ โดยมีพฤติกรรมเช่นนี้เหมือนกันในทุก ๆ สถานภาพ ซึ่งในเรื่องนี้สามารถอธิบาย พฤติกรรมดังกล่าวได้จากปัจจัยตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดยทางตลาดเรียกว่ากลุ่มอ้างอิงหรือผู้แนะนำ ซึ่งได้แก่ ญาติ เพื่อนฝูง เป็นกลุ่มที่มีความเคารพนับถือ และเป็นกลุ่มถือว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ในการอยู่อาศัยมาก่อน จึงมีความเชื่อมั่นในข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิงมาก

3. บ้านในอุดมคติ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางได้ ส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่อยากจะได้บ้านในอุดมคติ เป็นบ้านที่สบายน่าอยู่อาศัยมากที่สุด และต้องเป็นบ้านที่มีความสะอาดสะอ้าน เพื่อให้บ้านอยู่อาศัยมากที่สุด โดยที่ยังไม่คำนึงถึงการออกแบบที่สวยงาม ทันสมัย หรือสง่างาม ซึ่งตรงกับที่ ธงชัย (2535: 212-213) ได้กล่าวว่า ผู้มีรายได้ปานกลางกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อยากมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ถึงแม้จะเล็กและคับแคบแต่อยากจะตกแต่งให้สวยงามน่าอยู่อาศัย มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงซึ่งมีความปรารถนาอยากได้บ้านหลังใหญ่ สวยงาม และทันสมัย ซึ่งเรื่องนี้ เบตต์ (1974: 299) เคยกล่าวไว้ว่า บ้านในอุดมคติ โดยทั่วไปแล้วมักจะคิดว่า ถ้าผู้มีบ้านอยู่ในปัจจุบันไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติแล้ว จะทำให้เกิดความไม่พอใจ เรื่องนี้เบคเคอร์ได้ให้เหตุผลว่า โดยแท้จริงแล้ว พื้นฐานในการตัดสินใจเกี่ยวกับบ้านหรือที่อยู่อาศัยนั้น มนุษย์จะคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ มาประกอบ เช่น ลักษณะของครอบครัว และข้อจำกัดอื่น ๆ เช่น ราคาก่อน รายได้ของครัวเรือนมาประกอบด้วย ดังนั้นบ้านในอุดมคติจึงเป็นเพียงเป้าหมายในเรื่องที่อยู่อาศัย และถึงแม้ว่าที่อยู่อาศัยจะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติ แต่เมื่อมีข้อจำกัดอื่น ๆ แปรเปลี่ยนไป อาจจะทำให้ความไม่พอใจกลายเป็นความพอใจ รายได้ ปัจจัย 3 ประการ คือ ภาพพจน์บ้านในอุดมคติ เจือปนไปตามสถานการณ์และกลไกในการแก้ปัญหาส่วนตัว ซึ่งปัจจัยทั้งสามนี้ ได้รับอิทธิพลมาจากประวัติการอยู่อาศัยในอดีต เช่น สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของครอบครัว ราคา ที่ตั้ง ตลอดจนสิ่งแวดล้อมมาประกอบด้วย อีกทั้งยังพบว่า ในขณะที่กลุ่มรายได้ปานกลางมีความเข้าใจและมีภาพพจน์ของคำว่าบ้านว่า เป็นสิ่งที่ให้ความมั่นคง และบ้านเป็นสิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว และให้ความอบอุ่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดดังกล่าวของเบคเคอร์ด้วย จึงสรุปได้ว่าบ้านในอุดมคติของผู้มีรายได้ปานกลางจะเป็นบ้านที่สบายน่าอยู่อาศัย สะอาด และมีประโยชน์ใช้สอย

มากกว่า การคำนึงถึงรูปแบบความสวยงาม สว่างและทันสมัย เพราะบ้านเป็นสิ่งที่ให้ความมั่นคง ความอบอุ่น และความเป็นส่วนตัว ดังแสดงในแผนภูมิที่ 13

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบ้านในอนาคต



แผนภูมิที่

จากการสำรวจข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัยราคาปานกลาง ในเขตชั้นกลาง มกราคม 2536

ตอนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

1. สาเหตุในการตัดสินใจซื้อบ้าน จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อบ้านที่มีรายได้ปานกลาง มีสาเหตุที่ตัดสินใจซื้อบ้าน ส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากการต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อความขาดแคลนที่อยู่อาศัยแต่ประการใด แต่เกิดจากความต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่และแต่งงานเพื่อแยกครอบครัว ทั้งนี้พบว่ากลุ่มรายได้ปานกลางนี้มีสถานภาพการครอบครองบ้านเดิม คือเป็นเจ้าของบ้านส่วนใหญ่ และบ้านเดิมมีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว และบ้านแถวมากที่สุด ดังนั้นจากเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อบ้านหลังนี้ ฉัตรชัย (ฉัตรชัย: 2531) ได้กล่าวว่า การค้นหาที่อยู่อาศัยใหม่ขึ้นอยู่กับค่านิยม วิถีชีวิตและสถานภาพของที่อยู่อาศัยเดิมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนการจะเลือกว่าต้องการบ้านหลังใหญ่ หรือหลังเล็ก จำนวนห้อง ราคา นั้นมาจากมูลเหตุความจำเป็นอื่น ๆ เช่น ถูกไล่ที่ ค่าเช่าแพง มีการปรับเปลี่ยนฐานะทางสังคม เช่น จะแต่งงาน หย่าร้าง หรือการเปลี่ยนงานใหม่ อีกทั้งรายได้ของครัวเรือนเปลี่ยนไป เช่น มีขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้น ต้องการขยายครอบครัวใหม่

แต่จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถอธิบายว่า ผู้มีรายได้ปานกลางต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ เป็นเพราะค่านิยม และวิถีชีวิตของสังคมเมือง ได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมที่สมัยใหม่ คือ ต้องแยกครอบครัวจากครอบครัวเดิม มาสร้างครอบครัวใหม่ และต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มโสด ต้องการแยกครอบครัว และต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองมากกว่าอยู่อาศัยรวมกันกับครอบครัวเดิม สำหรับกลุ่มที่แต่งงานแล้วก็เช่นเดียวกัน คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง เพื่อสร้างครอบครัวใหม่

แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับขนาดของกลุ่มรายได้ปานกลางที่มีความต้องการจะย้ายที่อยู่อาศัยอีกครั้ง ได้ให้เหตุผลว่า ถ้ามีรายได้เพิ่มขึ้น จะมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้นกว่าเดิมมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการค้นหาที่อยู่อาศัยใหม่ที่ไดกล่าวไว้เช่นกัน

2. ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน จากการศึกษาได้พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางได้พิจารณาในการเลือกซื้อบ้าน คือ คำนึงถึงความสามารถในการจ่ายของตนเองมากที่สุดเป็นลำดับแรก และรองลงมา จะเลือกที่ตั้งโครงการอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี และต้องการออมไว้ใน

รูปของอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเงินสด แต่จากการศึกษาของเดชะ (เดชะ, 2530) และ
 ถนนอม (ถนนอม, 2534) พบว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน คือ คำนึงถึงทำเลที่ตั้งมากที่สุด
 จากตารางจะเห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยในการเลือกตัดสินใจ
 ซื้อบ้านดังกล่าวแล้ว ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยสำคัญอันดับแรก คือ ความสามารถในการ
 จ่ายของผู้ซื้อ และที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่ 2 ในการเลือกซื้อซึ่งสำคัญมากที่สุด สำหรับ
 การตัดสินใจ แต่ในขณะที่ผลการศึกษาก่อน 2 ท่าน พบว่า ที่ตั้งโครงการเป็นปัจจัยสำคัญมาก
 ที่สุด ทั้งนี้สามารถจะอธิบายได้ว่า อาจจะขึ้นอยู่กับวิธีการศึกษาของแต่ละผู้วิจัย สำหรับในวิธี
 การศึกษาครั้งนี้ของผู้วิจัย ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาเฉพาะเขตชั้นกลางของกรุงเทพ-
 มหานคร ดังนั้นที่ตั้งของโครงการจึงเป็นปัจจัยคงที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก และ
 การศึกษาของท่านอื่น ได้กำหนดขอบเขตของหน่วยข้อมูลตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีความต้องการที่อยู่
 อาศัย และยังไม่ได้ซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งทำให้ผลการวิเคราะห์ปรากฏออกมาว่าเป็นที่ตั้งของ
 โครงการมาลำดับแรก แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากวิธีการศึกษาจะแตกต่างกันแล้ว แต่สำหรับ
 เรื่องปัจจัยในการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ซึ่งจะสรุปได้ว่ากลุ่ม
 รายได้ปานกลางมักจะคำนึงถึงความมีเหตุผลที่สอดคล้องกับฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองก่อน
 เป็นลำดับแรก และความสวยงามหรือความนุ่มนวลจะ ไม่ถูกนำมาใช้เป็นเหตุผลของการ
 ตัดสินใจในขณะที่ซื้อ

3. กระบวนการตัดสินใจ จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของ
 ผู้มีรายได้ปานกลาง ได้พบว่า การตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่มีได้อาศัยกระบวนการตัดสินใจที่ได้
 ศึกษาจากทฤษฎีต่าง ๆ มากนัก ผู้ศึกษาได้ใช้ตัวแปร เช่นในเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูล
 กับโครงการอื่น ๆ การใช้ระยะเวลาในการเลือกตัดสินใจซื้อ และการชมสินค้าตัวอย่างมา
 วิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยสถานภาพทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อ แต่ปรากฏว่าในกลุ่ม
 ดังกล่าวได้ให้เหตุผลส่วนใหญ่ต่อการตัดสินใจซื้อว่า มิได้ศึกษาเปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ
 เลย และมีความสอดคล้องกับทางด้านผู้ประกอบการที่รับทราบข้อมูลจากผู้ซื้อว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่
 มาซื้อที่อยู่อาศัยตามญาติ พ่อแม่ และเพื่อนฝูง ส่วนการใช้ระยะเวลาในการเลือกตัดสินใจ
 ซื้อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อได้ใช้ระยะเวลาอย่างมากที่สุดเพียงเดือนเดียวในทุก ๆ กลุ่ม
 ส่วนการเลือกชมสินค้าตัวอย่าง ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะชมสินค้าเพียงครั้งเดียวแล้วตัดสินใจซื้อ ใน
 ขณะที่บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) เห็นว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกในระหว่าง
 ทางเลือกต่าง ๆ และจะต้องมีเทคนิควิธีการที่จะลดจำนวนทางเลือกให้เหลือเพียงทางเลือก

เดียว ซึ่งในทางเลือกนั้นจะต้องมีขั้นตอนที่สำคัญหลาย ๆ ขั้นตอน เช่น ทางด้านเซวอนปัญหา ทางด้านการออกแบบและทางด้านการคัดเลือก เพื่อนำไปสู่ทางเลือกที่ดีที่สุดนำไปปฏิบัติจริง ฉะนั้นจากการศึกษาครั้งนี้จะเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจที่ข้ามขั้นตอน จากทฤษฎีที่ได้กล่าว อ่างมา ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ซื้อในกลุ่มรายได้ปานกลาง ได้อาศัยข้อมูลอ้างอิงที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ทำให้กระบวนการตัดสินใจได้ถูกลดขั้นตอนลงไป ด้วยเหตุผลที่มาจาก พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของสังคมไทยที่กำลังจะเปลี่ยนไป กล่าวคือ แต่เดิมลักษณะของ คริวเรือนเดี่ยว ในปัจจุบันได้เริ่มเปลี่ยนไปเป็นคริวเรือนขยาย ซึ่งเกิดจากคนที่แต่งงานจะ แยกคริวเรือนออกไป ถึงแม้จะย้ายออกไปแต่ก็อยากอยู่ใกล้พ่อแม่ และญาติพี่น้อง และ เพื่อนฝูง ดังนั้นข้อมูลผู้ซื้อที่กล่าวมาข้างต้นจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทที่อยู่ อาศัยสูงมาก และนอกจากนี้อิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจ คือ โครงสร้าง บทบาทของ ครอบครัว จากการศึกษาพบว่า บทบาทของครอบครัวของผู้มีรายได้ปานกลาง บทบาทของ เพศหญิงและเพศชาย จะเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจซื้อที่เท่า ๆ กัน ทั้งนี้จะอยู่ภายใต้การ ปรึกษาหารือจากสามีและภรรยา หรือบิดามารดา ก่อนตัดสินใจเสมอ

4. ความพอใจต่อการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาประเมินผลผู้ซื้อที่อยู่อาศัย ครั้งนี้ พบว่า ภายหลังจากที่ได้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแล้ว ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความพอใจต่อที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความพอใจต่อทำเลที่ตั้งมากที่สุด และประโยชน์ใช้สอยภายในบ้านเป็น ลำดับรองลงมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง มีความพอใจต่อทำเล ที่ตั้งสูงมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง ได้บริโภคสินค้าที่ได้ ประโยชน์ส่วนเกินสูงสุด แต่อย่างไรก็ตามการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลางส่วนใหญ่ คิดว่าที่อยู่อาศัยที่ซื้อมานี้ยังไม่เป็นบ้านในอุดมคติของตนเอง แต่อย่างไรก็ตามบ้านในอุดมคติ เป็นเพียงเป้าหมายของเรื่องที่อยู่อาศัยที่จะก้าวสู่ที่อยู่อาศัยในอุดมคติให้ได้ในอนาคต ซึ่ง เบคเคอร์ ได้อธิบายไว้ว่า จะต้องอยู่ภายใต้ปัจจัย 3 ประการ คือ ภาพพจน์ที่มองเรื่องที่อยู่ อาศัย เจื่อนไซตามสภาพการณ์ และกลไกการแก้ปัญหาของตัวบุคคล จากการศึกษาได้พบว่า ผู้ซื้อมองภาพพจน์ของเรื่องที่อยู่อาศัย คือ เครื่องหมายแสดงความมั่นคงในครอบครัวมากที่สุด และรองลงมา คือ เป็นที่ที่ให้ความเป็นส่วนตัว ส่วนเจื่อนไซตามสภาพการณ์และกลไกการ แก้ปัญหาของตัวบุคคลนั้น ๆ ได้พบว่า ผู้ซื้อได้พยายามใช้เหตุผล และได้ทำการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาสิ่งแรก คือ พิจารณาจากความสามารถในการจ่ายของตนเองเป็นสำคัญ ประกอบ กับราคา จึงทำให้เกิดการยอมรับในความพอใจต่อการเลือกตัดสินใจซื้อครั้งนี้ เพราะผู้ซื้อ

ยังไม่คิดจะย้ายออกไปจากบ้านหลังนี้ จนกว่าจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จึงจะขยับขยายต่อไป

5. เนื่องจากการศึกษากลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ซื้อบ้านทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม และกลุ่มอื่น ๆ ได้พบว่าผู้อยู่อาศัยคิดว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการจะย้ายไปอยู่ในพื้นที่ที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ซึ่งเรื่องนี้โลว์รี (Lowry, 1968: 364-365) พบเช่นเดียวกันว่า ครอบครัวที่มีฐานะดีขึ้นมีความต้องการย้ายออกไปอยู่อาศัยในสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นเช่นเดียวกัน และจะมีครอบครัวใหม่ที่มีฐานะเศรษฐกิจที่ดีกว่าเข้ามาอยู่อาศัยแทนที่ในลักษณะการเช่า หรือเป็นเจ้าของ ทั้งนี้อาจจะไม่สนใจต่อสภาพแวดล้อมของตัวบ้าน และสภาพแวดล้อมของชุมชนภายในโครงการ ซึ่งมีผลทำให้ราคาที่ดิน และตัวบ้านลดราคาลง หรือที่เรียกว่าเสื่อมค่าของตัวบ้าน จนทำให้ผู้มีฐานะดีจะย้ายออกไปเรื่อย ๆ และจะมีผู้มีรายได้น้อยเข้ามาแทนที่ ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า กระบวนการเสื่อมสภาพที่อยู่อาศัย (Filtering down process) ในที่สุดจะทำให้เกิดชุมชนเก่าขึ้นมากทุกขณะ โดยโครงสร้างทางกายภาพและสังคมของชุมชนเข้าสู่การเสื่อมค่าอย่างเต็มที่ (Obsolescence หรือ Deterioration) ค่าเช่าจะถูก และมีความหนาแน่น และแออัดต่อหลังมีอัตราส่วนสูง แต่ในทางกลับกันก็จะเกิดอุปทานของที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นในลักษณะที่ด้อยคุณภาพ

ดังนั้นในโครงการบ้านจัดสรรที่ตั้งอยู่ในเขตชั้นกลาง ซึ่งอยู่ติดกับแหล่งงาน และย่านการค้าของกรุงเทพมหานคร จะเริ่มประสบปัญหาดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโครงการที่มีอายุเกินกว่า 10 ปี จะเกิดลักษณะชุมชนเข้าสู่ความเสื่อมค่า ถึงแม้ว่าราคาที่ดินจะเพิ่มสูงขึ้นก็ตาม ดังแสดงในภาพที่ 8

แสดงสภาพบริเวณที่พักอาศัยที่
ที่เริ่มเสื่อมสภาพ



ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ได้ค้นพบประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจที่จะนำไปสู่การพิจารณา และปรับปรุงเพื่อวางแผนการตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้อานกลางต่อไป เพื่อให้เกิด การพัฒนาได้ยิ่ง ๆ ขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านผู้ประกอบการ

1. เนื่องจากพบว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้อานกลางมิได้ เกิดจากปัจจัยที่มาจากความขาดแคลนที่อยู่อาศัย แต่เกิดจากปัจจัยที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็น ของตนเอง หรือความต้องการความเป็นส่วนตัว ดังนั้นลักษณะการทำโครงการเพื่อตอบสนอง ของผู้มีรายได้อานกลาง มีดังนี้ คือ

1. รูปแบบประเภทที่อยู่อาศัย เป็นแบบบ้านเดี่ยว หรือทาวน์เฮ้าส์
2. ขนาดเนื้อที่ของที่อยู่อาศัย ควรมีเนื้อที่ไม่เกิน 50 ตารางวา เพราะขนาดพื้นที่จะสอดคล้องกับราคาได้
3. การออกแบบที่อยู่อาศัย ควรคำนึงถึงการมีประโยชน์ใช้สอยให้มาก ส่วนการออกแบบบ้านควรให้สบายน่าอยู่อาศัย
4. ที่ตั้งโครงการ กลุ่มรายได้อานกลางมีพฤติกรรมที่จะเลือกที่อยู่อาศัยในสิ่งแวดล้อมที่มีบรรยากาศที่ดี ร่มรื่น สบายน่าอยู่อาศัย
5. ราคา ราคาสำหรับที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้อานกลาง ควรอยู่ใน ระดับ 1-3 ล้านบาท (สามารถยืมราคาไม่เกินปี 2539)

2. ผู้มีรายได้อานกลาง มีพฤติกรรมต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน หรือมีพฤติกรรมที่ใกล้เคียงกันในการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ มีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลกับ โครงการอื่น ๆ มีการใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ มีการปรึกษาบุคคลที่สำคัญก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้เหตุผล (Rationality) ของการตัดสินใจ ดังนั้นแนวความคิด ในการพัฒนาโครงการกับสินค้าที่นำสู่ตลาดควรมีความสอดคล้องกัน ทั้งราคาและคุณภาพ และนอกจากนี้ที่ตั้งโครงการที่มีความใกล้เคียง ไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ควรให้ความสำคัญเหมาะสมในการวางรูปแบบของการพัฒนาในแนวทางที่ถูกต้อง

3. วางกลยุทธ์สำหรับกลุ่มอ้างอิง จากการศึกษาค้นพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อสูงมาก ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจต่อการวางกลยุทธ์ทางด้านการตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้อย่างดียิ่ง เนื่องจากสินค้าประเภทที่อยู่อาศัยมีลักษณะที่ไม่แตกต่างและเป็นสินค้าคงทน ซึ่งกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลมากกว่าสินค้าประเภทไม่คงทนถาวร ซึ่งกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลน้อยกว่า ดังนั้นนักวางแผนการตลาดควรวางกลยุทธ์และกลุ่มอ้างอิง และมีการติดต่อข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโครงการใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มอ้างอิงตลอดเวลา และควรจะให้แรงจูงใจในกลุ่มนี้ด้วย

2. ด้านนโยบาย

เนื่องจากตลาดที่อยู่อาศัยราคาปานกลางในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ซึ่งอยู่ใกล้แหล่งงาน สภาพของชุมชนได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการอยู่อาศัยเพื่อทำการค้า และโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ในบริเวณที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเกิดจากผู้มีรายได้ปานกลางเริ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีฐานะดีขึ้นคิดจะย้ายออก และมีครอบครัวใหม่ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าเข้ามาแทนที่ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทอภิปรายผล ดังนั้นรัฐบาลควรให้ความสนใจต่อการพัฒนาที่อยู่อาศัย ดังนี้คือ

1. ควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยอย่างเคร่งครัด ไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน
2. เพื่อไม่ให้เกิดสภาพเสื่อมโทรมของที่อยู่อาศัย และชุมชนที่เป็นไปตามกลไกของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงจากอยู่อาศัยมาทำการค้าหรือโรงงาน โดยการจัดให้มีนิติบุคคลเพื่อดูแลชุมชน ในโครงการที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ซึ่งผู้อยู่อาศัยจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย
3. สำหรับโครงการเก่าที่มีอายุโครงการเกินกว่า 10 ปี รัฐบาลควรมีนโยบายการให้สินเชื่อสำหรับการปรับปรุงที่อยู่อาศัย (Improvement Loan Programme) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานของที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ สามารถรองรับความต้องการได้ระยะหนึ่ง เพื่อให้เกิดการสนับสนุนทางการเงินในรูปของการให้กู้เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย บำรุงรักษา และซ่อมแซมสาธารณูปโภคของโครงการให้มีสภาพดี
4. ทางด้านผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดิน จะต้องช่วยกันแรงค้ำดูแลละแวกบ้านของตนเอง และชุมชน เพื่อมิให้เพื่อนบ้านทำลายสภาพแวดล้อมที่ไม่น่าอยู่ เช่น การปล่อยทิ้งร้าง การมีขยะ ป้องกันมิให้ราคาของที่ดินลดลงกว่าที่ควรจะเป็น เพื่อเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่อาศัย จะทำให้ราคาที่ดินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3. การศึกษาในแนวทางเดียวกันต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การศึกษาการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในโครงการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร เน้นวิธีการที่น่าสนใจ และให้ผลจากการศึกษาที่ตอบข้อสงสัยทั่วไปในข้อที่ว่า ครอบครัวที่มีชั้นทางด้านสถานภาพทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อต่างกัน มาร์ติเนอ (Martineau, 1958) แต่จากการศึกษาวิจัยสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน แต่มีบางปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มของผู้มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเหตุผลที่เลือกตัดสินใจซื้อบ้านแตกต่างกัน และการใช้ปัจจัยเลือกตัดสินใจซื้อบ้านครั้งต่อไปมีความแตกต่างกันด้วย ส่วนใหญ่กลุ่มของผู้มีการศึกษาแตกต่างกัน และรายได้แตกต่างกันจะมีกระบวนการเลือกตัดสินใจซื้อ เช่น ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ แตกต่างกัน นอกจากนี้ในกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันหลายประเด็น เช่น ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง ปัจจัยในการเลือกรูปแบบบ้าน และการก่อสร้าง และปัจจัยในทางด้านราคาและการชำระเงิน มีความแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ปานกลาง และอยู่ในเขตชั้นกลางกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเท่านั้น ผลที่ได้จากการศึกษาจึงไม่สามารถจะครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อของตลาดที่อยู่อาศัยของทั้งระบบได้ และไม่สามารถเจาะลึกในรายละเอียดของการเลือกที่อยู่อาศัยได้

ดังนั้น สำหรับนักวิจัยจึงมีแนวคิดว่าการศึกษาลักษณะดังกล่าวนี้ น่าจะเป็นการดีในการศึกษาความต้องการของตลาดที่อยู่อาศัย และทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะสามารถนำไปใช้ปรับปรุงแนวทางการออกแบบ และการวางแผนการตลาดสำหรับพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยได้ ฉะนั้นแนวทางวิจัยขั้นต่อไปที่จะขอเสนอแนะไว้ดังนี้

1. การศึกษาการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ที่มีประวัติความเป็นอยู่ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยในด้านต่าง ๆ เช่น ลักษณะประเภทของที่อยู่อาศัย ลักษณะของโครงการ การออกแบบที่อยู่อาศัยเป็นอย่างไร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถจะลงลึกในรายละเอียดได้

2. การศึกษาการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวนี้มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพชีวิต และมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง คือ 3-5 ปี ซึ่งทำให้สามารถศึกษาปัจจัย

ต่าง ๆ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และได้ข้อมูลที่ทันสมัย รู้ปัญหาที่เกิดขึ้น จะสามารถปรับการวางแผนและออกแบบได้ทันกับความต้องการ

3. การศึกษาปัจจัยทางด้านสังคม และเศรษฐกิจของผู้ที่มีรายได้สูง ที่มีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มรายได้อื่น ๆ และการใช้แรงจูงใจที่มีเหตุผล เป็นปัจจัยรองลงมา แต่จะใช้แรงจูงใจด้านอารมณ์ โดยไม่จำเป็นต้องมีการใคร่ครวญหาเหตุผลมาก่อน เพียงแต่ขอให้สินค้าที่มีลักษณะเป็นที่น่าพอใจ เพื่อการความเป็นผู้นำ เพื่อความสะดวกสบาย เพื่อการพักผ่อน และเพื่อความมีชื่อเสียงทะเยอทะยานตามที่ทูลสเลย์ และคณะ (Tousley and Others, 1962: 112) กล่าวไว้ว่า การศึกษานี้จะทำให้ได้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้สูงได้ชัดเจน

4. การศึกษาปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้มีรายได้น้อยที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อได้ไม่มากนัก เนื่องจากถูกจำกัดด้วยรายได้ แต่การเลือกตัดสินใจซื้อมิได้คำนึงถึงอนาคต แต่จะคำนึงถึงปัจจุบันกับอดีต และการเลือกซื้อสินค้าจะตัดสินใจซื้อทันทีที่สินค้าเดิมใช้ไม่ได้ หรือไม่มี มาร์ตีโน (Martineau, 1958) กล่าวไว้ กลุ่มผู้มีรายได้น้อยเป็นประชากรที่มีกลุ่มใหญ่ที่สุดของสังคม ดังนั้นการศึกษาในลักษณะเจาะลึกในกลุ่มรายได้น้อยจะทำให้มีการออกแบบได้สอดคล้องกัน และเพิ่มคุณภาพชีวิตในกลุ่มนี้ได้ด้วย

5. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสำคัญของตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื่อว่า ตัวแปรอะไรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่ากัน ทั้งนี้ อาจจะใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น Factor Analysis หรือการคำนวณด้วยการคำนวณค่าความสำคัญ (Weighting) เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ไม่สามารถจะได้คำตอบว่า ตัวแปรทางด้านสังคม หรือเศรษฐกิจ ตัวแปรอะไรมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มากกว่ากัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้วิจัยได้กำหนดศึกษากลุ่มของตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ตัดสินใจซื้อบ้านแล้วเท่านั้น มิได้สนใจกลุ่มผู้ที่คิดจะซื้อบ้านหรือกำลังจะซื้อ เพราะผู้วิจัยมุ่งจะศึกษาให้ทราบกระบวนการตัดสินใจซื้อ จึงมิได้นำกลุ่มของผู้ที่คิดจะซื้อบ้านมาศึกษาพิจารณาด้วย ดังนั้น ผลการศึกษาที่จะวัดว่าตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจตัวแปรใดมีความสำคัญมากกว่ากันนั้นจึงไม่สามารถวิเคราะห์ออกมาชัดเจนได้นัก อีกทั้งมิได้มุ่งเน้นตัวแปรทางด้านกายภาพ เพราะผู้วิจัยถือว่าตัวแปรทางกายภาพนั้น เช่น การออกแบบภายในบ้าน ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกในการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ภายใน จะเป็นผลของความต้องการภายหลังที่ตัดสินใจซื้อแล้ว