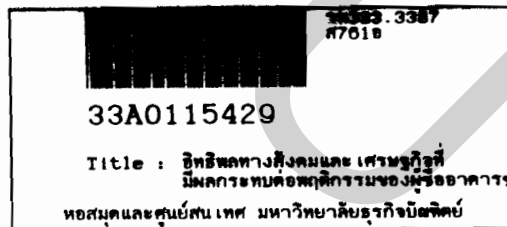


อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ
อาคารชุดเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร
ในช่วงปี 2533-2536



นายสุชาติ ลัทธรักษา



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2539

ISBN 974-281-082-6

**SOCIOECONOMIC FACTORS AFFECTING BUYER'S BEHAVIOR OF
CONDOMINIUM IN CENTER BANGKOK METROPOLITAN AREA;
DURING B.E. 2533-2536**

MR.SUCHAT LUPTHIRUKSA

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS
DEPARTMENT OF ECONOMICS
GRADUATE SCHOOL DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY**

1996

ISBN 974-281-082-6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ อธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุด
เพื่ออยู่อาศัยในเขตชั้นกลางกรุงเทพมหานครในช่วงปี ๒๕๓๓ - ๒๕๓๖


โดย นายสุชาติ ลัทธิรักษา

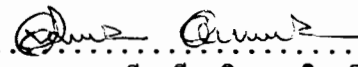
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จිරเกียรติ อภิบุญโยภาส

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

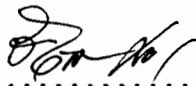
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

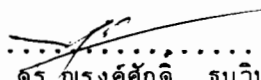
 ประธานกรรมการ
(ดร.พิมล จิตต์หมั่น)

 กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ดร.จिरเกียรติ อภิบุญโยภาส)

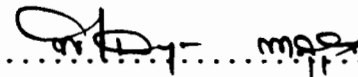
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

 กรรมการ ผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(ดร.ชัยวัฒน์ คงสิง)

 กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รศ.ดร.นรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

 คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๓๙

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.พิมล จิตต์หมั่น
คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ และผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท
ศาสตร ที่ได้ช่วยผลักดัน และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณของ รองศาสตราจารย์ ดร.จิรเกียรติ์ อภิภูณโย
กาส ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ และแนวทางในการศึกษาวิจัย ตลอด
จนตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในการเขียนวิทยานิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะ
ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการเขียนวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้นจนจบ รวมทั้ง ดร.พิมล จิตต์
หมั่น ประธานกรรมการ รศ.ดร.ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย และ ดร.ชัยวัฒน์ คนจริง กรรมการ
การผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย ที่ได้ให้ความกรุณาชี้แนะ และตรวจแก้ไขเพิ่มเติม ทำให้
วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาจากอาจารย์ อรพรรณ สิทธิชัย ที่ได้
กรุณาดูแลและแนะนำในการติดต่อประสานงานด้านการสอบวิทยานิพนธ์นี้เป็นอย่างดีตลอด
มา และผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่าง ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์เรื่องแบบสอบถาม รวมถึง
ถึงกลุ่มวิชาการและวางแผน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในเรื่อง
ต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ซึ่งให้แนวทางประกอบ
วิชาชีพ และการดำรงชีวิต และคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้เขียนทุก
ท่านที่ทำให้ผู้เขียนมีโอกาสในการศึกษามาจนบัดนี้

สุชาติ ลัทธิรักษา

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ฅ |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ฐ |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| ความสำคัญของการศึกษา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์การศึกษา..... | 5 |
| สมมติฐานการวิจัย..... | 5 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 6 |
| วิธีการศึกษา..... | 7 |
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 12 |
| ข้อจำกัดของการศึกษา..... | 13 |
| คำนิยามศัพท์..... | 16 |
| 2. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์..... | 19 |
| 2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย..... | 20 |
| 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่อยู่อาศัย..... | 26 |
| 2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ของที่อยู่อาศัย..... | 28 |
| 2.3.1 องค์ประกอบของอุปสงค์ที่อยู่อาศัย..... | 28 |
| (1) ความต้องการที่อยู่อาศัยเกิดขึ้น..... | 28 |
| (2) ต้องมีอำนาจซื้อที่อยู่อาศัย..... | 30 |
| 2.3.2 ความต้องการของผู้บริโภคทางด้านที่อยู่อาศัย..... | 32 |

| | |
|---|----|
| (1) ความต้องการที่เป็นจริง..... | 33 |
| (2) ความต้องการฉาบฉวย | 33 |
| 2.4 แนวความคิดด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย..... | 34 |
| 2.4.1 ด้านพฤติกรรมผู้ซื้อและผู้บริโภค..... | 34 |
| 2.4.2 ด้านการศึกษาการตัดสินใจ | 38 |
| 2.4.2.1 การตัดสินใจซื้อกับชนชั้นของสังคม..... | 38 |
| 2.4.2.2 อิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจ | 38 |
| 2.4.2.3 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค | 39 |
| 2.4.2.4 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ | 46 |
| 2.4.2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย | 49 |
| 2.5 การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test)..... | 50 |
| 3. ลักษณะทั่วไปของตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร | 52 |
| 3.1 สถานการณ์และแนวโน้มการเติบโตของเมืองกับความต้องการ ที่อยู่อาศัย..... | 53 |
| 3.1.1 ภาพรวมการเติบโตของกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล | 53 |
| (1) การขยายตัวของประชากร | 53 |
| 1) จำนวนประชากร และการเปลี่ยนแปลงของ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล | 53 |
| (2) การขยายตัวทางเศรษฐกิจ | 55 |
| 1) การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร | 55 |
| 3.1.2 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร | 56 |
| (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของเมือง | 56 |
| 1) การย้ายถิ่นฐานเข้าเมือง..... | 56 |
| 2) การเพิ่มขึ้นของประชากรตามธรรมชาติ..... | 57 |

| | |
|--|----|
| 3) เส้นทางการคมนาคม..... | 57 |
| 4) การเพิ่มขึ้นของผู้มีรายได้ปานกลาง..... | 58 |
| 5) การเข้ามาให้ความช่วยเหลือรัฐบาล | 58 |
| 6) การใช้ที่ดินอย่างขาดประสิทธิภาพ | 58 |
| (2) ลักษณะการกระจายตัวที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ... | 59 |
| 1) เขตชั้นใน..... | 59 |
| 2) เขตชั้นกลาง..... | 60 |
| 3) เขตชั้นนอก..... | 60 |
| 3.1.3 สถานการณ์และการขยายตัวของที่อยู่อาศัย | 61 |
| (1) การขยายตัวของที่อยู่อาศัย | 61 |
| (2) ระบบการผลิตที่อยู่อาศัยและตลาดที่อยู่อาศัย | 62 |
| (3) พื้นที่ที่มีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัย..... | 63 |
| 3.2 ลักษณะของการลงทุนของอาคารชุด | 68 |
| 3.2.1 วิวัฒนาการของอาคารชุด..... | 68 |
| (1) ยุคแรกของธุรกิจอาคารชุด (2525-2526)..... | 69 |
| (2) ยุคที่สองของธุรกิจอาคารชุด (2531-2532) | 70 |
| 3.2.2 ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดภาวะอุปสงค์ | 71 |
| (1) จำนวนประชากร | 71 |
| (2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเหมือนกัน | 72 |
| (3) ความต้องการคอนโดมิเนียม | 72 |
| (4) สภาวะทางด้านการเงิน..... | 74 |
| (5) ราคาห้องชุดที่มีการปรับราคาสูงขึ้น..... | 74 |
| 3.2.3 ภาวะอุปทานของอาคารชุด..... | 75 |
| 3.3 สภาพและลักษณะความต้องการของอาคารชุดในเขตชั้นกลาง | 76 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 3.3.1 | ศักยภาพทางเศรษฐกิจในเขตชั้นกลาง..... | 76 |
| | (1) ปริมาณรายได้ของประชากรระหว่างปี 2534-2536..... | 76 |
| | (2) จำนวนและการกระจายตัวของประชากรเขต ชั้นกลาง..... | 77 |
| 3.3.2 | สภาพการณ์และการขยายตัวของอาคารชุดในเขตชั้นกลาง.... | 81 |
| | (1) ความต้องการอาคารชุดในช่วงปี 2530-2536..... | 81 |
| | (2) รูปแบบการกระจายตัวของอาคารชุดจำแนกตามพื้นที่ เขตการปกครอง..... | 84 |
| 4. | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 88 |
| 4.1 | ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดเพื่อยู่อาศัย..... | 89 |
| 4.1.1 | การศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ซื้อ..... | 89 |
| | (1) สถานภาพทางสังคม..... | 91 |
| | (2) สถานภาพทางเศรษฐกิจ..... | 92 |
| 4.1.2 | ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยหลังเดิม..... | 93 |
| 4.1.3 | ลักษณะที่พักอาศัยหลังเดิม..... | 95 |
| 4.1.4 | ลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบัน..... | 97 |
| 4.1.5 | บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ..... | 99 |
| 4.1.6 | กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ..... | 100 |
| 4.1.7 | เหตุผลที่สำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ..... | 103 |
| 4.1.8 | ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ..... | 106 |
| 4.1.9 | การประเมินทัศนคติต่ออาคารชุด..... | 106 |
| 4.2 | ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ..... | 110 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.2.1 | กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ..... | 110 |
| | (1) สาเหตุในการตัดสินใจซื้อ..... | 110 |
| | (2) เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ..... | 110 |
| 4.2.2 | กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ..... | 111 |
| | (1) ปัจจัยทำเลที่ตั้ง..... | 111 |
| | (2) ปัจจัยราคาและเงื่อนไขการชำระ..... | 111 |
| | (3) ปัจจัยสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ..... | 112 |
| | (4) ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก..... | 112 |
| 4.2.3 | กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... | 113 |
| | (1) การเลือกปรึกษานักคิด..... | 113 |
| | (2) เหตุผลที่เลือกปรึกษานักคิด..... | 113 |
| | (3) การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ..... | 114 |
| | (4) ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ..... | 114 |
| 4.2.4 | กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ..... | 114 |
| | (1) เหตุผลที่คิดจะย้าย..... | 114 |
| 5. | สรุปและข้อเสนอแนะ..... | 116 |
| 5.1 | ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อ..... | 116 |
| 5.2 | ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ..... | 117 |
| 5.3 | ข้อเสนอแนะ..... | 119 |
| | บรรณานุกรม..... | 123 |
| | ภาคผนวก..... | 129 |
| | ภาคผนวก ก. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 130 |

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

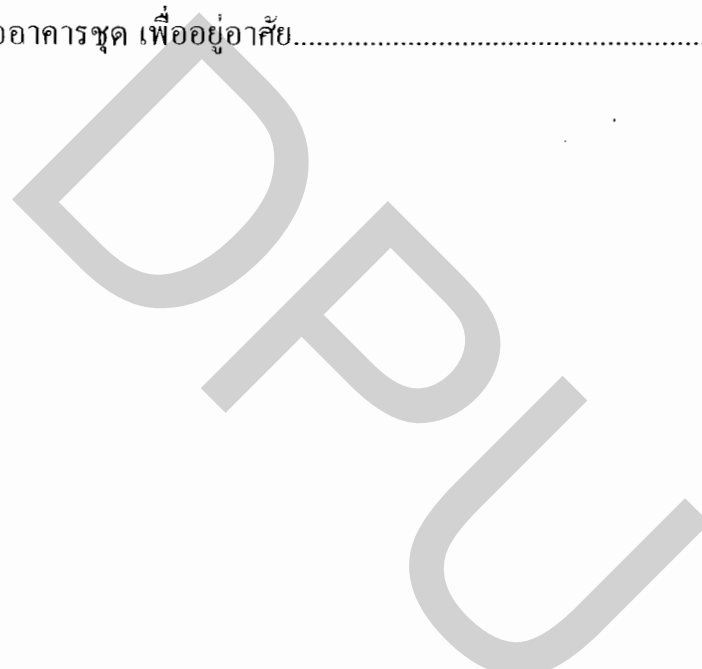
| | |
|---|----|
| 1. แสดงประเภทที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มขึ้นใน กทม.และปริมณฑล | 3 |
| 2. เปรียบเทียบการจดทะเบียนอาคารชุดในเขตชั้นกลาง ระหว่างปี 2533-2536 | 10 |
| 3. ตัวอย่างอาคารชุดที่ถูกเลือกพิจารณาศึกษาที่จดทะเบียนอาคารชุด ระดับปานกลางในเขตชั้นกลาง (7 เขต)..... | 11 |
| 4. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง Yamane ที่ 25%..... | 12 |
| 5. เปรียบเทียบจำนวนประชากรใน กทม.และปริมณฑลระหว่างปี 2513 กับ 2526 และ 2526 กับ 2533..... | 55 |
| 6. การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์รายได้ประชาชาติใน กทม.และปริมณฑล ในปี 2524 และ 2534..... | 57 |
| 7. การเปรียบเทียบที่อยู่อาศัยทั้งหมดในเขต กทม.และปริมณฑลปี 2517,2527 และ 2531..... | 62 |
| 8. จำนวนที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นใน กทม.และ 3 จังหวัดใน ปริมณฑลในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 | 63 |
| 9. โครงการที่เปิดตัวในเขต กทม.และปริมณฑล 2534-2536 แยกตาม ประเภทที่อยู่อาศัย | 65 |
| 10. โครงการที่เปิดตัวในเขต กทม.และปริมณฑลปี 2534-2536 แยกตาม ทำเลที่ตั้ง..... | 65 |
| 11. การประมาณประชากรในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในปี พ.ศ.2533- 2534 | 72 |
| 12. เปรียบเทียบจำนวนเงินได้จากภาษีอากรแต่ละเขตตั้งแต่ปีงบ ประมาณ 2534-2536 ใน กรุงเทพมหานคร | 78 |

ตารางที่

| | |
|--|-----|
| 13. เปรียบเทียบจำนวนเงินได้จากภาษีอากรในเขตชั้นกลาง ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2534-2536..... | 79 |
| 14. เปรียบเทียบจำนวนประชากรในเขตต่าง ๆ ระหว่างปี 2532-2536..... | 80 |
| 15. การขยายตัวของที่อยู่อาศัยจดทะเบียนใน กทม.และปริมณฑล | 82 |
| 16. สัดส่วนจำนวนโครงการที่เปิดตัวในช่วงปี 2534-2536 จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย..... | 83 |
| 17. สัดส่วนการขายที่อยู่อาศัยตามประเภทที่อยู่อาศัย ปี 2536..... | 84 |
| 18. เปรียบเทียบอาคารชุดที่จดทะเบียนใน กทม.ระหว่างปี 2524-2536..... | 86 |
| 19. การขยายตัวของอาคารชุดที่ในเขตชั้นกลาง ระหว่างปี 2533-2536..... | 87 |
| 20. สัดส่วนสถานภาพทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม | 89 |
| 21. สัดส่วนสถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม | 92 |
| 22. สัดส่วนสถานภาพการครอบครัวยุคเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 93 |
| 23. สัดส่วนลักษณะที่อยู่อาศัยหลังเดิม | 93 |
| 24. สัดส่วนลักษณะการครอบครองห้องชุดปัจจุบัน | 96 |
| 25. ลำดับที่ทำให้ตัดสินใจซื้อห้องชุด | 98 |
| 26. สัดส่วนของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อห้องชุด..... | 99 |
| 27. สัดส่วนของผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ | 101 |
| 28. การเปรียบเทียบกับโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อโครงการ | 101 |
| 29. สัดส่วนการสอบถามและห้องชุดตัวอย่าง..... | 102 |
| 30. สัดส่วนการใช้เวลาในการเลือกซื้อ | 103 |
| 31. สัดส่วนเหตุผลที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ..... | 103 |
| 32. ปัจจัยที่สำคัญและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ..... | 104 |

ตารางที่

| | |
|--|-----|
| 33. ทักษะติดต่อสภาพการอยู่อาศัยในห้องชุด..... | 107 |
| 34. สัดส่วนความพึงพอใจ/ไม่พอใจ และเหตุการณ์ย้ายของผู้สัมภาระ..... | 109 |
| 35. สรุปปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ ใช้อาคารชุด เพื่ออยู่อาศัย..... | 117 |



| | |
|-------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ อออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยในเขตชั้นกลาง กรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2533-2536 |
| ชื่อนักศึกษา | นายสุชาติ ลัทธิรักษา |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์ ดร.จีรเกียรติ อภิภูณโยภาส |
| สาขาวิชา | เศรษฐศาสตร์ |
| ปีการศึกษา | 2538 |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อจะวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย ตลอดจนศึกษาสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเหตุผลภายหลังการซื้อ โดยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและวิเคราะห์การทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมของผู้ซื้อจะเกี่ยวกับการศึกษาและรายได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับด้านอาชีพและระดับรายได้และปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ได้แก่ การศึกษาและอาชีพ

สำหรับพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยเป็นผลจากความปรารถนาของผู้พักอาศัยเอง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยทำเลที่ตั้ง บริการต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก และรูปแบบและการก่อสร้าง

ทางด้านปัจจัยสำคัญที่ใช้พิจารณาการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อจะคำนึงถึงการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร เป็นลำดับแรก ทั้งนี้เพราะปัญหาการจราจรติดขัด รongลงมาเป็นบริการต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากสามารถตอบสนองของผู้พักอาศัยในแง่ความสะดวกสบายได้อย่างเพียงพอ ส่วนปัจจัยด้านรูปแบบและการก่อสร้างจะคำนึงถึงคุณภาพในการก่อสร้าง โดยเฉพาะพื้นที่ใช้สอยอย่างพอเหมาะและคุณภาพของวัสดุในการก่อสร้าง

สำหรับความสามารถในการซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยนั้น ถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะบทบาทการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่สำคัญเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และทุกครั้งที่ทำการเลือกซื้อ ผู้ซื้อจะเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาดอาคารชุด โดยก่อนการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยจะขอคำแนะนำจากญาติและเพื่อนฝูง และการตัดสินใจซื้อจะทำการปรึกษาจากบิดา มารดา และคู่สมรสก่อนเสมอ ทั้งนี้ก็เพราะผู้ซื้อรู้สึกพอใจในด้านความรู้และด้านการเกื้อหนุนทางการเงิน

Thesis Title Socioeconomic Factors Affecting Buyer's Behavior of Condominium in Central Bangkok Metropolitan Area During B.E. 2533-2536

Name Mr. Suchat Lupthiruksa

Thesis Advisor Associate. Professor. Dr.Jeerakiat Apibunyopas

Department Economics

Academic Year 1995

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the buyer's in buying condominium, which includes reasons for buying decision factors, affecting buying decision and reasons for moving out after buying. The methodology used in the annalysis includes, frequency distribution analysis and chi-square test.

The results of the study reveal that the reasons for buying and behavior of buyers involle their education and income. The decision factors are based mainly on occupation and income earnings. The factors which affect the buying decision buyers include marital status, occupation and income,and behavior after buying to their education and occupation.

The behavior of condominium buyers derived from their wish to be condominium owner. There are three factors influence their decision making, namely location, services and public utilities and design.

For location, the first important factor is the distance close to working place or schools because of traffic problems. The second factor is the avilability adequacy of servics and public utilities. For architectural design it emphasizes utilization space and quality of construction materials.

Affordability is the most important economic factor in their decision making. Especially, man plays greater role than woman in decision making. Condominium buyers did make a comparison on the same type of condominium available in the market at the time of the buying. They obtained information from relatives and friends and sought advice from their parents or spouses. condominium buyers are satisfied with their buying decision as they have knowledge and money to buy.

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ที่อยู่อาศัยนับเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน การพัฒนาที่อยู่อาศัยให้เพียงพอต่อความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้น และให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นั้นเป็นปัญหาพื้นฐานประการหนึ่งของแต่ละสังคม โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาซึ่งมีทรัพยากรจำกัดอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพยายามให้การจัดสรรทรัพยากรเพื่อการพัฒนาที่อยู่อาศัยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ในสังคม

โดยโครงการอาคารชุดพักอาศัยได้เริ่มขึ้นในประเทศไทย โครงการแรกตั้งแต่ปี 2513 โดยเป็นรูปแบบการพักอาศัยที่อาศัยแนวคิดจากต่างประเทศ ต่อมาในปี 2516 ก็มีกลุ่มนักลงทุนไทยที่ร่วมมือกับบริษัทพัฒนาที่ดินสิงคโปร์และฮ่องกงทำโครงการอาคารชุดขึ้นมาอีกครั้ง ซึ่งอาคารชุดมีการพัฒนารูปแบบการขายโดยมีลักษณะในเชิงการเช่าซื้อระยะยาวและพอในวันที่ 18 เมษายน 2522 การดำเนินการธุรกิจอาคารชุดได้ถูกกำหนดให้ดำเนินการภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 และมีการจดทะเบียนอาคารชุดเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2524 และเริ่มได้รับสนใจเรื่อยมา

ในช่วงปี 2534 โครงสร้างตลาดที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนจากบ้านเดี่ยวมาเป็นอาคารสูงมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าในปี 2530 จำนวนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65

และได้มีสัดส่วนลดลงมาโดยตลอด โดยลดลงเป็นร้อยละ 54, 51 และ 38 ในปี 2531, 2532 และ 2533 ตามลำดับ และในปี 2534 มีสัดส่วนลดลงอย่างมากเหลือเพียงร้อยละ 28 ในขณะที่แพลตฟอร์มและห้องชุดมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในลักษณะก้าวกระโดดกล่าวคือ ในปี 2532 สัดส่วนแพลตฟอร์มและห้องชุดมีเพียงร้อยละ 9 พอปี 2533 มีสัดส่วนสูงขึ้นเป็นร้อยละ 20 และในปี 2534 มีสัดส่วนสูงขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นทั้งหมดในเขตกทม. และ 3 จังหวัดในปริมณฑล ส่วนบ้านแบบทาวน์เฮ้าส์สัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงมากนักจากร้อยละ 39 ในปี 2532 เป็นร้อยละ 42 และ 40 ในปี 2533 และ 2534

ตลอดช่วง 5 ปี (2530-2534) หรือ ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 ที่ผ่านมามีที่อยู่อาศัยสะสมจำนวน 432,585 หน่วย มีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุดโดยมีจำนวน 187,204 หน่วย (43.2%) รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 168,543 หน่วย (38.9%), แพลตฟอร์มและห้องชุดจำนวน 71,739 หน่วย (16.6%) และบ้านแฝดจำนวน 5,372 หน่วย (1.2%) เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ที่อยู่อาศัยประเภทแพลตฟอร์มและคอนโด มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุดถึงร้อยละ 118.8 รองลงมาได้แก่ ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 41.2, 33.4 และ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

จากการที่โครงการอาคารชุดที่เปิดตัวอย่างมากในปี 2533-2534 จึงทำให้มีโครงการ ก่อสร้างแล้วเสร็จและจดทะเบียนที่กรมที่ดินเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพิ่มมากที่สุดในปี 2535 จำนวน 369 โครงการ คิดเป็นห้องชุดทั่วประเทศ 71,293 หน่วย สำหรับปี 2536 มีจำนวนห้องชุดจดทะเบียนเพิ่มขึ้นทั่วประเทศจำนวน 57,315 หน่วย คิดเป็นอัตราเพิ่มที่ลดลงจากปี 2535 ร้อยละ -19.6 ในจำนวนนี้เป็นห้องชุดในเขตกทม. จำนวน 31,486 หน่วย หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 54.9 ของจำนวนห้องที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นทั้งหมด โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2536 ประมาณร้อยละ -5.5

ตารางที่ 1 แสดงประเภทที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มขึ้นใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

หน่วย : หลัง

| ประเภท | ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 | | | | | สัดส่วน ขายตัวเฉลี่ย/ปี | | | |
|--------------|-------------------------|--------|--------|---------|---------|-------------------------|------|-------|-------|
| | 2530 | 2531 | 2532 | 2533 | 2534 | รวม | % | 33-34 | 30-34 |
| บ้านเดี่ยว | 34,683 | 36,575 | 40,844 | 38,693 | 36,409 | 187,204 | 43.3 | -5.9 | 1.2 |
| ทาวน์เฮ้าส์ | 16,314 | 26,741 | 31,280 | 42,510 | 51,698 | 168,543 | 38.9 | 21.6 | 33.4 |
| แฟลตและคอนโด | 1,699 | 3,680 | 7,062 | 20,327 | 38,971 | 71,739 | 16.6 | 91.7 | 118.8 |
| บ้านแฝด | 657 | 455 | 845 | 805 | 2,610 | 5,372 | 1.2 | 224.2 | 41.2 |
| รวม | 53,353 | 67,451 | 80,301 | 102,335 | 129,688 | 432,585 | 100 | 26.7 | 24.9 |

ที่มา: คณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย

ด้วยเหตุที่การพัฒนาเมืองเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ โดยทั่วไปประชากรในเมืองจะมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้นและการเพิ่มประชากรนี้ก็จะเกาะกลุ่มแออัดกันแน่นในย่านใจกลางเมืองแล้วกระจายตัวเบาบางลงไปตามระยะทางที่ไกลออกไปจนถึงชานเมือง ทั้งนี้สืบเนื่องจากสภาพปัญหาสภาพแออัด ความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ มีมากขึ้น ที่อยู่อาศัยได้ขยายตัวสู่ชานเมืองอย่างรวดเร็วประกอบกับสภาพการติดขัดของการจราจรในกรุงเทพฯ ทำให้ผู้อยู่ชานเมืองต้องเสียเวลานานและค่าใช้จ่ายมากในการเดินทางเข้าสู่แหล่งงาน ปัญหาการเดินทางจึงนับว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน จากสภาพปัญหาทำให้เกิดการพัฒนาที่อยู่อาศัยในเมืองเพื่อประหยัดและร่นระยะเวลาในการเดินทาง แต่เนื่องจากที่ดินในเมืองมีราคาสูงจึงเริ่มมีการเปลี่ยนรูปแบบที่อยู่อาศัยมาเป็นแนวสูงมากขึ้น

ซึ่งในปัจจุบันผลของการเปลี่ยนแปลงในสังคมเศรษฐกิจของระบบการผลิตเป็นสาเหตุให้แนวความคิดทางด้านตลาดต้องเปลี่ยนแปลงไปจากการให้ความสำคัญกับการผลิต (Production-Oriented) มาเป็นการให้ความสำคัญต่อการตลาด (Marketing-Oriented) โดยการเน้นทางด้านผู้บริโภคที่เป็นสำคัญ (Consumer-Oriented) ดังนั้นการสำรวจดูความต้องการของตลาด เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้อาศัยรากฐานของข้อสมมุติฐานที่ว่า พฤติกรรมทางผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่สามารถศึกษาได้ มีทางที่จะเข้าใจได้ อีกทั้งยังสามารถปรับ หรือชักนำได้อีกด้วยการศึกษาการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค จึง

เป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้สามารถนำไปสู่การวางแผนทางด้านตลาดได้เป็นอย่างดี โดยที่การศึกษาครั้งนี้ได้เจาะกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางเป็นสำคัญ

ธงชัย สันติวงษ์ (2535 : 212) ได้กล่าวว่า กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางเป็นกลุ่มที่มีอาชีพและรายได้ดี ซึ่งถือว่าเป็นส่วนของตลาดที่ดี (Quality Market) สำหรับสินค้าหลาย ๆ ประเภท ทางด้านการตัดสินใจซื้อของกลุ่มนี้จะเป็นไปอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ และได้พบว่ากลุ่มดังกล่าวนี้ พยายามอยากมีบ้านเป็นของตนเอง ถึงแม้ว่าจะสามารถมีบ้านขนาดเล็ก แต่จะพยายามตกแต่งบ้านให้ดีกว่าที่จะทำได้ อีกทั้งชอบซื้อของดีแต่ต้องราคาถูก ตลอดจนมักจะพิถีพิถันเปรียบเทียบอย่างละเอียด ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้สูงการตัดสินใจซื้อเพื่อการบริโภคมักจะเป็นไปอย่างฟุ่มเฟือย เพื่อแสดงความมั่งคั่ง เช่น ซื้อบ้านหลังใหญ่ ๆ ราคาแพง ๆ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ส่วนทางด้านกลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะค่อยโอกาสในการเลือกตัดสินใจซื้อ เพราะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการจ่าย การตัดสินใจซื้อต่าง ๆ มักจะทำโดยไม่มีการวางแผน ในการซื้อและมักอยู่อาศัยในบ้านเช่าหรือมีบ้านแต่มีขนาดเล็กมาก

มาติโน (Martineau.1958: 121-130) ได้พบว่าคนระดับกลางมักมีสิ่งจูงใจที่มีเหตุผลมากกว่าอีกทั้งยังคิดถึงอนาคตมากกว่าคนระดับที่ต่ำกว่า ซึ่งคำนี้ตั้งแต่ปัจจุบันและอดีตเท่านั้น จึงเป็นสาเหตุทำให้เลือกกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางในกรุงเทพมหานคร เพราะเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญทั้งทางด้านการเมือง และเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลุ่มผู้นำทางสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นอกจากนี้ในเรื่องการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อที่แท้จริง ภายใต้อาณัติความเข้าใจถึงพฤติกรรมเลือกซื้อและรสนิยม ล้วนเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ(Quality Study) ซึ่งยังการศึกษาไว้น้อย ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษากลุ่มของผู้ซื้อในการเลือกตัดสินใจซื้อ น่าจะเป็นกุญแจสำคัญทางด้านตลาดได้เป็นอย่างดี ในการศึกษาเรื่องนี้ต้องอาศัยพื้นฐานความเข้าใจต่อพฤติกรรมเลือกซื้อ พฤติกรรมอยู่อาศัยเป็นหลักในการวิเคราะห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะความแตกต่าง (Discrimination) ของประชากรเช่น สถานภาพทางครอบครัว ประเภทของขนาดของครอบครัว อาชีพ รายได้ อาชีพ และการศึกษาจะมีผลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมากน้อยเพียงใด

ดังนั้นหากได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวในการเลือกซื้ออาคารชุดเพื่ออาศัยจะทำให้สามารถวางกลยุทธ์ทางด้านตลาด และการผลิต ได้อย่างเหมาะสมทั้งในรูปแบบ ราคา ความพึงพอใจและการให้บริการต่อผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ในอันที่จะส่งเสริม และปรับปรุงคุณภาพชีวิต และคุณภาพของอาคารชุดเพื่อพักอาศัยอย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพตลาดและแนวโน้มการขยายตัวของที่อยู่อาศัยอาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย

สมมติฐานการศึกษา

ผู้ซื้อที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน น่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยแตกต่างกัน ใน 4 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ และเหตุผลในการเลือกซื้อ
2. กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยราคาและเงื่อนไขชำระ ปัจจัยสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การเลือกปรึกษาบุคคล เหตุผลที่เลือกปรึกษามูลค่า การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ และระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ

4. กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ เหตุผลที่คิดจะย้าย

อนึ่งปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังกล่าวทั้ง 11 พฤติกรรมประกอบด้วย สถานภาพทางสังคม ได้แก่ สถานภาพการสมรส การศึกษา และอาชีพ ส่วนด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ ซึ่งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ กำหนดให้ดังนี้

H_0 : ตัวแปรทั้ง 2 เป็นอิสระต่อกัน หรือตัวแปรทั้งสองไม่ขึ้นต่อกัน

H_a : ตัวแปรทั้ง 2 ไม่เป็นอิสระต่อกัน หรือตัวแปรทั้งสองขึ้นต่อกัน

และในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวมีเงื่อนไขในการยอมรับสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. หากทดสอบค่าไคสแควร์แล้ว ได้ค่าทดสอบที่มากกว่าค่าในตารางที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่า จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ที่มีระดับนัยสำคัญร้อยละ 5 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรทั้งสอง ไม่เป็นอิสระต่อกันหรือขึ้นต่อกัน

2. ถ้าค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าในตารางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ก็หมายความว่า จะยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธ H_a ซึ่งหมายความว่า ผู้ซื้อที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 หรือ ตัวแปรทั้งสองไม่ขึ้นต่อกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพตลาดอาคารชุด พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางประกอบการพยากรณ์แนวโน้มความต้องการอาคารชุดเพื่อประโยชน์ต่อนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

2. ทำให้สามารถที่จะอธิบายถึงลักษณะความแตกต่างต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้พักอาศัยในอาคารชุดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. เพื่อประโยชน์ต่อนักพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยในการนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์กับแผนงาน และกำหนดกลยุทธ์ศาสตร์ โดยจะนำข้อมูลและผลสรุปมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบอาคารชุดพักอาศัยให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้พักอาศัยต่อไป

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

หนังสือ เอกสารอ้างอิง คำบรรยาย และหาแผนที่ภาพประกอบจากหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาคารชุดพักอาศัย

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ข้อมูลสนาม เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากตัวอย่างหรือประชากรที่ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ พฤติกรรมการเลือกซื้อ กระบวนการตัดสินใจ และทัศนคติของผู้พักอาศัยต่อการบริหารอาคารชุด โดยการออกแบบสำรวจสอบถามความคิดเห็นจากผู้พักอาศัยจากโครงการต่าง ๆ ซึ่งตั้งอยู่เขตพื้นที่ชั้นกลาง โดยที่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจะอาศัยวิธีแบบใช้ตารางสำเร็จรูป (Yamane 95%) พบว่ามีโครงการที่ผ่านการตรวจสอบตามขอบเขตของการศึกษามี 17 โครงการ เป็นผู้ที่พักอาศัยพักอยู่ในอาคารชุดระดับ 1-3 ถ้านบาท และอยู่ในเขตพื้นที่ชั้นกลาง

(1) การเก็บข้อมูลเบื้องต้น

การทดสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะทดสอบแบบสอบถามก่อน (Pre-Test) กับผู้อยู่อาศัยในโครงการชุดพักอาศัยใน ระดับราคา 1-3 ล้านบาท ในกรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามดังกล่าว มาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้มีความเที่ยงตรง ให้มากที่สุด ทั้งในด้านเนื้อหาสาระและภาษาที่ใช้ก่อนนำไปจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามที่ สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงต่อไป

2. การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

2.1 ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างจาก การสำรวจ พบว่าผู้อยู่อาศัยซึ่งถูกกำหนดด้วยลักษณะและเงื่อนไข ประกอบด้วยอาคาร ชุดที่ตั้งอยู่กระจายครอบคลุมอยู่ 7 เขต มีด้วยกัน 17 โครงการ (ตารางที่ 2) โดยมีรายชื่อของอาคารชุดที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากราคาประเมินอาคาร ชุดพักอาศัยระหว่างปี พ.ศ.2533-2536 จากกรมที่ดิน

2.2 การกำหนดตัวแปรในการวิจัย

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษานี้ แยกพิจารณาโดยแบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

(1) ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ตัวแปรดังต่อไปนี้

1) ราคาที่อยู่อาศัย อยู่ระหว่าง 1-3 ล้านบาท (มูลค่าราคา ประเมินจากกรมที่ดิน ระหว่างปี 2533-2536)

2) ที่ตั้งโครงการ โดยได้กำหนดคัดเลือกพื้นที่จากเขตชั้นกลางที่มีอาคารชุดกระจายครอบคลุมอยู่ 7 เขต คือ บางกะปิ บางพลัด ยานนาวา บางเขน พระ โขนง ประเวศ และคลองเตย

3) ขนาดโครงการ คัดเลือกโครงการที่มีขนาดตั้งแต่ 100 หน่วย ขึ้นไป ทั้งนี้ตัวแปรควบคุมจะมีความใกล้เคียงกันทางด้านราคา ที่ตั้ง และขนาดโครงการ

(2) ตัวแปรด้านชื่ออาคารชุด ได้แก่ ตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัย โดยแบ่งเป็นตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ดังนี้

1) ตัวแปรทางด้านสังคม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว การศึกษาและอาชีพ

2) ตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้

3) ตัวแปรด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ประกอบด้วย

3.1) การตัดสินใจซื้อ คือ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อและเหตุผลในการเลือกตัดสินใจซื้อ

3.2) ปัจจัยที่เลือกตัดสินใจซื้ออาคารชุด คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และเงื่อนไขการชำระ ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

3.3) อิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ การเลือกปรึกษาบุคคล เหตุผลที่เลือกปรึกษาบุคคล การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ และระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ

3.4) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ เหตุผลที่คิดจะย้าย

2.3 การสุ่มตัวอย่าง และความเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

ข้อมูลเบื้องต้นจากกรมที่ดิน พบว่าระหว่างปี พ.ศ. 2533-2536 เป็นช่วงยุคการขยายตัวของอาคารชุดพักอาศัย โดยจำนวนอาคารชุดเพิ่มขึ้นจากปี 2533 จากเดิม 39 โครงการเป็น 198 โครงการ คิดเป็น 4 เท่า ในปี 2536 ดังนั้นตลอดช่วงระหว่างปี 2533-2536 มีจำนวนอาคารชุดที่กระจายในเขตชั้นกลางรวมทั้งสิ้น 572 โครงการ (ตารางที่ 2)

แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาภายใต้ขอบเขตของการศึกษา อันได้แก่ ราคาขายระหว่าง 1-3 ล้านบาท (มูลค่าราคาประเมินของกรมที่ดินระหว่างปี 2533-2536) และมีขนาดตั้งแต่ 100 หน่วยขึ้นไป (เพื่อสะดวกต่อการแจกแบบสอบถาม)

ถาม) พบว่า มีโครงการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ที่กระจายในเขตชั้นกลางมี 17 โครงการ และกระจายในเขตชั้นกลาง 7 เขต (ตารางที่ 3)

2.4 ขั้นตอนการคัดเลือกตัวอย่าง

การคัดเลือกรายชื่อกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตนั้น มีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

(1) วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากร ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) (เปิดโอกาสให้ทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากัน)

ในช่วงปีที่ทำการศึกษา พ.ศ. 2524-2536 ปรากฏว่ามีโครงการที่ดำเนินงานในช่วงนั้นเปิดตัวประมาณ 731 โครงการ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพที่จะศึกษา พบว่ามีรายชื่อโครงการในแต่ละเขตที่กระจายตัวในเขตชั้นกลาง ทั้ง 15 เขต นับตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2533 ถึง 2536 มีจำนวนโครงการทั้งหมด 572 โครงการ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการจดทะเบียนอาคารชุดในเขตชั้นกลาง ระหว่างปี 2533-2536

หน่วย : โครงการ

| เขต | ปี พ.ศ. | | | | |
|-----------------|---------|------|------|------|------|
| | 2533 | 2534 | 2535 | 2536 | 2537 |
| 1. ลาดพร้าว | - | 1 | 12 | 6 | 19 |
| 2. ภาษีเจริญ | - | - | 2 | 1 | 3 |
| 3. บางเขน | 8 | 16 | 45 | 10 | 79 |
| 4. ราชบุรีบูรณะ | 2 | 4 | 20 | 44 | 70 |
| 5. พระโขนง | 18 | 20 | 59 | 20 | 117 |
| 6. ประเวศ | - | 3 | 7 | 29 | 39 |
| 7. บางกะปิ | 7 | 45 | 34 | 23 | 109 |
| 8. ดอนเมือง | - | 5 | 5 | 20 | 50 |
| 9. คลองเตย | - | 11 | 21 | 13 | 45 |
| 10. บางคอแหลม | - | - | - | 3 | 3 |
| 11. จตุจักร | - | - | 5 | 7 | 12 |
| 12. บึงกุ่ม | - | 2 | 2 | 9 | 13 |
| 13. ยานนาวา | 3 | 4 | 3 | 6 | 16 |
| 14. บางกอกน้อย | 1 | 1 | 3 | 4 | 9 |
| 15. บางพลัด | - | 1 | 4 | 3 | 8 |
| รวม | 39 | 113 | 222 | 198 | 572 |

ที่มา : กองควบคุมที่ดิน กรมที่ดิน ปี 2536

(2) รายชื่อโครงการในแต่ละเขตที่มีขนาดตั้งแต่ 100 หน่วย

และประกอบด้วยราคาที่อยู่อาศัยที่ประเมินจากกรมที่ดิน มูลค่าระหว่าง 1-3 ล้านบาท ปรากฏว่ามีโครงการที่ผ่านเงื่อนไขจำนวน 17 โครงการ โดยมีจำนวน 3,519 หน่วย และเมื่อใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบง่าย (YAMANE ที่ 95%) จะได้ขนาดของตัวอย่างประมาณ จำนวน 359 หน่วย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ตัวอย่างอาคารชุดที่ถูกเลือกพิจารณาศึกษาที่จดทะเบียนอาคารชุดระดับปานกลางในเขตชั้นกลาง (7 เขต) มีทั้งสิ้น 17 โครงการ

| เขต | ชื่อโครงการ | สถานที่ติดต่อ | จำนวน หน่วย | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง | |
|------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
| | | | | จำนวนที่ได้ | ประมาณร้อยละ ² |
| บางกะปิ | 1. ชาราเรียมเอก | ช. รามคำแหง 43/1 | 174 | 17.85 | 20 |
| บางกอกน้อย | - | - | - | 0 | 0 |
| บางพลัด | 1. คอนเน็ค ทาวเวอร์ | ช. จรัลสนิทวงศ์ 67 | 242 | 24.82 | 26 |
| | | ช. ราชนา-นครชัยศรี | | | |
| บางนา | 1. ฟลอร์จูน คอนโดมิเนียม | ช. วัดโพธิ์แมน อ.สาธุ ประดิษฐ์ | 176 | 18.05 | 20 |
| รวมกรุงเทพมหานคร | - | - | - | 0 | 0 |
| บางเขน | 1. สกายเฮาส์ คอนโดมิเนียม | ช. พหลโยธิน 52 | 112 | 11.49 | 11 |
| ประเวศ | 1. บางนาคอมเพล็กซ์ เรซิดენ เชียล | ช. บางนา อ.บางนาตราด | 282 | 28.93 | 31 |
| | 2. ดี เอส ทาวเวอร์ | สุขุมวิท 39 | 193 | 19.80 | 21 |
| | 3. เซ็นทรัล ซิตี้ นกช-เซาท์ | สุขุมวิท 103 | 375 | 38.46 | 40 |
| | 4. ซี ที โอ พลาซ่า | สุขุมวิท 55 | 297 | 30.46 | 32 |
| | รวม | | 1,147 | 117.65 | 124 |
| ประเวศ | 1. รอยัล คาสเทิล | หมู่บ้านปัญญา | 130 | 13.33 | 15 |
| | 2. ฟลอรวิล์ด | อ.พัฒนาการ ต.สวนหลวง | 320 | 32.82 | 34 |
| | รวม | | 450 | 46.16 | 49 |
| คลองเตย | 1. พี เอส ทาวเวอร์ | อโศก | 110 | 11.28 | 13 |
| | 2. 38 แมนชั่น | สุขุมวิท 38 | 124 | 12.72 | 15 |
| | 3. อาคารเมย์ แกรนด์ ทาวเวอร์ | สุขุมวิท 43 | 100 | 10.15 | 12 |
| | 4. คริสตัมการ์เด้น | | 112 | 11.49 | 13 |
| | 5. แฟรี่ ทาวเวอร์ | สุขุมวิท 50 | 121 | 12.41 | 15 |
| | 6. โอคอน 3 | สุขุมวิท 55 | 161 | 16.51 | 18 |
| | 7. สุภาลัย เฟส | สุขุมวิท 54 | 491 | 50.36 | 52 |
| | รวม | | 1,218 | 124.93 | 138 |
| ภาษีเจริญ | - | - | 0 | 0 | 0 |
| ปิ่นเกล้า | - | - | 0 | 0 | 0 |
| ดอนเมือง | - | - | 0 | 0 | 0 |
| ลาดพร้าว | - | - | 0 | 0 | 0 |
| จตุจักร | - | - | 0 | 0 | 0 |
| บางกอกเหนือ | - | - | 0 | 0 | 0 |
| รวมทั้งสิ้น | | | 3,519 | 360.95 | 390 |

ที่มา : รวบรวมข้อมูลจากราคาประเมินอาคารชุดพักอาศัย ระหว่างปี 2533-2536 จากกรมที่ดิน

หมายเหตุ : 1. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ที่ 95% พบว่าอาคารระดับปานกลางที่ กระจายตัวบริเวณเขตชั้นกลางมีจำนวน 3,519 ห้อง สามารถจำแนกขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ได้ 359 ห้อง

ตารางที่ 4 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ที่ 95%

| ขนาดประชากร | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน | | | | | |
|-------------|--|-------|-------|-----|-----|------|
| | +1% | +2% | +3% | +4% | +5% | +10% |
| 500 | b | b | b | b | 222 | 83 |
| 1,000 | b | b | b | 385 | 286 | 91 |
| 1,500 | b | b | 638 | 441 | 316 | 94 |
| 2,000 | b | b | 714 | 476 | 333 | 95 |
| 2,500 | b | 1,250 | 769 | 500 | 345 | 96 |
| 3,000 | b | 1,364 | 811 | 517 | 353 | 97 |
| 3,500 | b | 1,458 | 843 | 530 | 359 | 97 |
| 4,000 | b | 1,538 | 870 | 541 | 364 | 98 |
| 4,500 | b | 1,607 | 891 | 549 | 367 | 98 |
| 5,000 | b | 1,667 | 909 | 556 | 370 | 98 |
| 10,000 | 5,000 | 2,000 | 1,000 | 588 | 385 | 99 |

ที่มา : ศ.ดร. อุทุมพร อมรมาร., การสุ่มตัวอย่างทางการศึกษา 2536, หน้า 29-30

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) **การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)** ซึ่งเป็นสถิติที่ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลเพื่อบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยจะวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ร้อยละ (Percentage) พร้อมทั้งอธิบายลักษณะการกระจายตัวของข้อมูล โดยมีประเด็นที่ใช้ศึกษา ดังนี้คือ การศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ซื้อ คือ สภาพ

ทางสังคมและสภาพทางเศรษฐกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยหลังเดิม ลักษณะที่พักอาศัยหลังเดิม ลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบัน บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ เหตุผลที่สำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

2) **การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)** จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยเป็นการทดสอบค่าไคสแควร์ของตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาได้ดังนี้ คือ

1. **กำหนดขอบเขตการศึกษา** ได้แก่ โครงการคอนโดมิเนียมที่เป็นที่อยู่อาศัยระดับปานกลางในเขตชั้นกลาง โดยทำการสำรวจจากข้อมูลจากโครงการหน่วยตัวอย่างที่มีระดับราคาขายระหว่าง 1-3 ล้านบาท (มูลค่าราคาประเมินของกรมที่ดินระหว่างปี 2533-2536) โดยที่ขนาดห้องอยู่ระหว่าง (35-304) ตารางเมตร

2. **คอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในเขตชั้นกลาง** ได้แก่ เขตพระโขนง ประเวศ บางเขน ดอนเมือง บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม ภาษีเจริญ จอมทอง และราษฎร์บูรณะ

3. **ขนาดของโครงการ** มีขนาดจำนวนห้องชุดตั้งแต่ 100 หน่วยขึ้นไป และประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่าง ๆ

4. **การใช้งานของอาคาร** เป็นอาคารชุดที่ก่อสร้างในช่วงระหว่างปี 2533-2536 และมีผู้เข้าอยู่อาศัยแล้วมากกว่า 1 ปีขึ้นไป เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางในเขตชั้นกลาง จำนวน 572 โครงการ เมื่อนำมาตรวจสอบตามขอบเขตของการศึกษาคงเหลือโครงการตามขอบเขตที่กำหนดเพียง 17 โครงการ อาทิ ชาราเรือนเอก ออนบัว ทาวเวอร์ ฟอร์จูน คอนโดมิเนียม ดีเอส ทาวเวอร์ เป็นต้น

ข้อจำกัดของการศึกษา

นั้น และจากข้อห้ามของนิติบุคคลอาคารชุดในด้านการเข้าพบผู้พักอาศัย ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสัมภาษณ์ข้อเท็จจริงด้านทัศนคติของสภาพการอยู่อาศัย ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลอาจทำได้ไม่ครอบคลุมในบางประเด็น

การตรวจสอบเอกสาร

จากการสำรวจงานการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาคารชุด นั้น ปรากฏงานที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาคารชุด สรุปได้ 6 ราย โดยมีวัตถุประสงค์ ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษาและผลการศึกษา พอสรุปได้ ดังนี้

1. กิตติ บรรจงรัตนะงาน (2536) ได้ศึกษาการย้ายที่อยู่อาศัยในเขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งมีลักษณะในการย้ายการอพยพและการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย ปัจจัยและเหตุผลในการย้ายที่อยู่อาศัยในเขตสัมพันธวงศ์ โดยวิธีการสำรวจด้านแบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และจำแนกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามตาม 15 ประเภทที่อยู่อาศัย 2 กลุ่มคือ ผู้ที่พักอาศัยในตึกและผู้ที่พักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งผลการวิจัยมีสาระสำคัญ คือ กลุ่มผู้พักอาศัยในเขตสัมพันธวงศ์ไม่เคยย้ายที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ให้เหตุผลเพราะอยู่อาศัยมาตั้งแต่แรกเกิด ทำเลการค้าดี และสะดวกในการเข้าถึงยังสถานที่อื่น ๆ ตามลำดับ และสำหรับผู้ที่เคยย้ายและย้ายที่พักอาศัยไปแล้วให้เหตุผลคือ ขนาดที่อยู่อาศัยเดิมแออัดคับแคบเกินไป และสภาพแวดล้อมในละแวกแออัด

2. กฤษณ เอี่ยมสอาด (2535) ได้ศึกษาลักษณะทั่ว ๆ ไป ของพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และรวมทั้งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดโดยทำการสุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดคือ รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค

3. อรพิน มโนมัยพิบูลย์ (2536) ได้ศึกษาเปรียบเทียบที่อยู่อาศัยในแนวราบกับแนวตั้งที่มีระดับราคาปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเป็นการเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสีย และปัญหาที่อยู่อาศัย ปัญหาด้านการลงทุน และปัญหาในการให้สินเชื่อในแนวราบและแนวตั้ง ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า การมีความเป็นส่วนตัวการมีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน การมีสนาม สามารถย้ายและต่อเติมได้ ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่สำคัญของผู้พักแนวราบ(บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์) และสำหรับผู้พักแนวสูงจะคำนึงถึง การคมนาคม สะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

4. วารีย์ ไตรวัน (2530) ได้ศึกษาแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2529-2534 เพื่อต้องการให้เห็นภาพรวมของอุปสงค์ที่อยู่อาศัยอย่างกว้าง ๆ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการเชิงปริมาณด้วยวิธีการทางสถิติ ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า อุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนในกรุงเทพสัมพันธ์กับจำนวนประชาชนในกรุงเทพมหานครและราคาวัสดุก่อสร้างเทียบกับรายได้เฉลี่ยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันโดยที่จำนวนประชาชนจะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยมากกว่าราคาวัสดุก่อสร้างเทียบกับรายได้เฉลี่ย

5. สมพงษ์ หิรัญศักดิ์ (2537) ได้ศึกษาการประเมินการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางค่อนข้างสูง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้อาศัยในโครงการฯ มีความพึงพอใจในการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดและสำหรับปัญหามี 2 สาเหตุ คือเกิดจากการออกแบบและเกิดจากการจัดการได้แก่โครงการปทุมวันเพลส สยามคอนโดมิเนียม เก้าสยามคอนโดมิเนียม ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจะอาศัยตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ 95% กับจำนวนประชากร

6. ถนน อังคนะวัฒนา (2533) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร ได้เน้นถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ทักษะคดีที่มีต่ออาคารชุดพักอาศัย ตลอดจนปัจจัยและเหตุผลของผู้มีรายได้สูงในการเลือกอาคารชุด ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ซึ่งแยกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้มีรายได้สูงที่ไม่ได้พักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยและผู้มีรายได้สูงที่กำลังพักอาศัยอยู่ในอาคารชุดพักอาศัยราคาสูง โดยผลการวิจัยพบว่าความต้องการที่อยู่อาศัยได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารชุด ตามลำดับ โดยมีปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดพักอาศัย เรียงตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้ง ราคาของห้องชุด แหล่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ระยะเวลาในการเดินทาง และระยะทางไปยังที่ทำงาน

คำนิยามศัพท์

ประเภทที่อยู่อาศัย จำแนกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- บ้านเดี่ยว
- ทาวน์เฮาส์ หรือบ้านแฝด
- อาคารชุด

ที่อยู่อาศัย (Residential) หมายถึง ที่พักอาศัยหรือตัวอาคาร

อาคารชุด หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกไปเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง

ที่อยู่อาศัยในแนวตั้งหรือคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาปานกลาง หมายถึง คอนโดมิเนียม มี 100 กว่ายูนิต ขนาด 80-120 ตารางเมตร ขายยูนิตละ 1,000,000-3,000,000 บาท หรืออยู่ในระดับ 20,000-28,000 บาท/ตารางเมตร (ปี 2532-2533) และราคา 22,000-30,000 บาท/ตารางเมตร (ปี 2534)

เขต หมายถึง พื้นที่ที่แบ่งการปกครองออกเป็นส่วน ๆ ภายในกรุงเทพฯ จำนวน 36 เขต ความพระราชบัญญัติจัดระเบียบการบริหารกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2533 โดยเขตต่าง ๆ ทั้ง 36 เขตได้ถูกจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะการใช้พื้นที่ คือ

(1) เขตชั้นใน (เมือง) จำนวน 14 เขต ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบ สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก บางกอกใหญ่ คลองสาน ธนบุรี ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง และสาทร

(2) เขตชั้นกลาง (ต่อเมือง) จำนวน 15 เขต ได้แก่ พระโขนง ประเวศ บางเขน ดอนเมือง บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ คลองเตย บางคอแหลม จตุจักร ยานนาวา บางกอกน้อย และบางพลัด

(3) เขตชั้นนอก (ชานเมือง) จำนวน 7 เขต ได้แก่ หนองจอก มีนบุรี ตลาดกระบัง บางขุนเทียน ตลิ่งชัน หนองแขม และจอมทอง

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การนำแนวทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไปนำมาตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

พฤติกรรมผู้ซื้อ (Buyer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้า และการใช้บริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีก่อนแล้ว

สิ่งอำนวยความสะดวก มีการแบ่งประเภทไว้ 4 ประเภทคือ

- ประเภทสาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ ฯลฯ
- ประเภทสาธารณูปการ ได้แก่ ร้านค้าย่อย ร้านอาหาร ห้องประชุม ฯลฯ
- ประเภทพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สวนหย่อม สระว่ายน้ำ สนาม ฯลฯ

ทรัพย์สินส่วนบุคคล หมายถึง กรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลในทรัพย์สินที่จัดไว้เพื่อประโยชน์หรือให้เป็นส่วนหนึ่งของบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ

ทรัพย์สินกลาง หมายถึง กรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลางที่มีไว้เพื่อประโยชน์หรือเพื่อใช้ร่วมกัน

ห้องชุด หมายถึง ห้องพักอาศัยภายในอาคารชุดที่มีการออกแบบให้ภายในห้องประกอบด้วยพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องนั่งเล่น และห้องอาหาร เป็นต้น

หนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด หมายถึง หนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิในทรัพย์สินส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลาง โดยจะออกให้แก่เจ้าของห้องชุดนั่นเอง

เจ้าของร่วม หมายถึง เจ้าของห้องชุดในอาคารชุดแต่ละอาคารชุด

นิติบุคคลอาคารชุด หมายถึง นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อทำหน้าที่จัดการดูแลทรัพย์สินส่วนกลางของอาคารชุดเท่านั้น

ข้อบังคับ หมายถึง ข้อบังคับนิติบุคคลอาคารชุด มีไว้เพื่อเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินกิจการซึ่งอยู่ในอำนาจหน้าที่ของนิติบุคคลอาคารชุด

ผู้บริโภคร หมายถึง ผู้ที่มีกรรมสิทธิในห้องชุดและพักอาศัยในห้องชุดนั้น

บทที่ 2

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยในเขตชั้นกลาง กรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2533-2536 ทั้งนี้ได้อาศัยแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาประกอบการพิจารณา โดยแนวความคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้นี้จะเป็นกรอบของการศึกษาในการจัดทำแบบสอบถามในประเด็นของ การตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่เลือกตัดสินใจซื้อ อิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตลอดจนทัศนคติต่อสภาพการอยู่อาศัยในห้องชุดนี้ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อมั่นว่าแนวความคิดและทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายสมมติฐานที่กำหนดไว้ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น กอปรกับเนื้อหาของแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อความเข้าใจถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถสรุปแนวความคิดและทฤษฎีได้ดังนี้

- 2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่อยู่อาศัย
- 2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ของที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย
 - 2.3.1 องค์ประกอบของอุปสงค์
 - 2.3.2 ความต้องการของผู้บริโภค
- 2.4 แนวความคิดด้านกระบวนการในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ประกอบด้วย
 - 2.4.1 ความต้องการและความพึงพอใจ
 - 2.4.2 พฤติกรรมผู้ซื้อและผู้บริโภค
 - 2.4.3 การตัดสินใจซื้อกับชนชั้นของสังคม
 - 2.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

2.5 การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test)

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย

แนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในรูปแบบที่อยู่อาศัยทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึง สภาพแวดล้อมที่ดี ความสามารถในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในระดับภาคต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยอีก เช่น ระยะเวลาในช่วงกลุ่มของเพื่อนบ้านที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้เคียง เป็นต้น นักทฤษฎีหลายท่านศึกษาเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยในหลายด้าน โดยสามารถจัดกลุ่มได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันได้เกิดสภาวะแวดล้อมเป็นพิษจากผลของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปัญหาต่อการอยู่อาศัยภายในเมือง ดังนั้นจึงเกิดแนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ให้มีสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย ดังแนวคิดของนักทฤษฎีปัจจุบันคือ

Harold Carter 1975 : 265, ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่า ควรพิจารณาปัจจัยทั้งทางด้านสภาพแวดล้อมและระยะทางระหว่างที่พักอาศัยและที่ทำงาน

William H. Claire (William H. Claire 1973 : 59-62) ได้อธิบายถึงการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ที่อยู่อาศัยนั้นควรมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติและมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงระหว่าง บ้าน แหล่งงาน และแหล่งธุรกิจ

2. พิจารณาทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย โดยคำนึงถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งงาน ซึ่งเป็นกิจกรรมการเดินทางที่เกิดขึ้นเป็นประจำ นักทฤษฎีที่ได้ให้ความสำคัญของ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยในลักษณะดังกล่าวนี้ คือ

Wingo (Lowdow Wingo, Jr. 1961) ให้ความสำคัญกับการเดินทางไปทำงานมากที่สุด และได้ให้ข้อสรุปจากผลการศึกษาของเขาว่า การย้ายที่อยู่อาศัยเข้าใกล้แหล่งงานมากขึ้นราคาที่ดินก็จะยิ่งสูงขึ้น ขณะที่ค่าเดินทางลดลง แต่ครัวเรือนจะยังคงย้ายที่อยู่เข้าใกล้แหล่งงานเรื่อย ๆ จนกระทั่งพบทำเลที่ตั้งซึ่งเงินที่ประหยัดได้จากการเดินทางที่ลดลงเท่ากับขนาดที่ดินที่ลดลง

Brian Goodall (1975 : 265) ได้กล่าวถึงแนวความคิดในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่า ที่ตั้งนั้นต้องมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งงาน และยิ่งมีการกระจายตัวของแหล่งงานก็จะยิ่งมีการกระจายตัวของที่อยู่อาศัย นอกจากนี้รายได้และสภาพครอบครัวก็มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะครอบครัวที่มีเด็กก็จะยังต้องการที่อยู่อาศัย ซึ่งมีโรงเรียนตั้งอยู่ไม่ไกลนัก โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยจะพิจารณาคูณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ

- 1) ลักษณะของบ้าน ได้แก่ ความเก่าใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับ ขนาดของครอบครัว และคุณสมบัติของส่วนประกอบภายในบ้าน
- 2) ลักษณะของชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มีสภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมเหมือนกับตนเอง
- 3) ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้น ๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

Harold Carter 1962 : 1975 กล่าวถึงปัจจัยด้านระยะ ทางไปยังแหล่งงานที่มีผลต่อที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ กล่าวคือ ระยะทางในการเดินทางไปทำงานจะเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ ผู้มีรายได้สูงที่ทำงานอยู่ในบริเวณศูนย์กลางเมืองมีแนวโน้มในการเดินทางไปทำงานในระยะทางที่ใกล้กว่าและจะอยู่อาศัยในเขตชานเมือง ส่วนผู้มีรายได้ต่ำจะเดินทางในระยะทางที่ไกลกว่า และอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งงานโดยไม่คำนึงว่าแหล่งงานจะอยู่ที่ใด

นอกจากนี้ นักทฤษฎีบางท่านได้พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของระยะห่างระหว่างที่ตั้งของที่อยู่อาศัยกับที่ทำงาน และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว โดยให้ความเห็นว่าเพื่อให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามเลือก

ที่ตั้งของที่อยู่อาศัยให้ใกล้กับแหล่งงานมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง โดยนักทฤษฎีที่ได้ให้แนวความคิดดังกล่าวนี้มี อาทิเช่น

Richard F. Muth (Richard F. Muth 1969 :11) ได้กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และรายได้ต่ำว่า ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีแหล่งที่พักอาศัยในเขตชานเมือง เพราะพอใจที่จะอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นต่ำเนื่องจากต้องการบ้านในบริเวณที่ไม่แออัด แต่ประชากรที่มีรายได้ต่ำจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางของเมืองเพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปทำงานและกิจการอื่น ๆ

W. Lean และ Brian Goodall (W. Lean 1974: 169-172) ได้กล่าวถึงการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยว่าผู้มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อีกด้วย โดยผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามมีที่อยู่อาศัยใกล้กับที่ทำงาน โดยเฉพาะการมีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าเช่าบ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงจะสามารถเลือกที่อยู่อาศัยได้หลายประเภท โดยไม่ต้องสนใจว่าที่อยู่อาศัยกับที่ทำงานต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เพราะผู้มีรายได้สูงจะสามารถเดินทางได้รวดเร็วโดยจะใช้เวลาเท่ากับผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ใกล้แหล่งงาน

Jay Zeisel (1973 : 56-57) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่ามีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 3 ประการคือ

- 1) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)
- 2) คุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น ลักษณะทางสังคมของชุมชน สภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติ บริการสาธารณะสำหรับชุมชน ความพึงพอใจที่ได้รับจากที่ตั้งนั้น เป็นต้น

- 3) ลักษณะที่ดินที่ใช้ในการปลูกบ้านและทำเลที่ตั้ง

3. พิจารณาทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการนักทฤษฎีที่ได้ให้ความสำคัญของบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการมี อาทิเช่น

Brian Goodall (Brian Goodall 1972 : 150-161) กล่าวถึงอิทธิพลของบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการภายในเมืองที่ไม่เท่าเทียมกัน จะมีผลต่อการ

เลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และบริการสาธารณะต่าง ๆ จะเป็นตัวชี้ทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ได้โดยเฉพาะบริเวณชานเมือง

Barrie Needham (Barrie Needham, 1977 : 101-106) กล่าวว่ากรณีที่มิปะทะสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ จะเป็นเหตุให้เกิดการรวมกลุ่มกันของบรรดากิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นได้โดยเฉพาะในด้านของที่อยู่อาศัยจะเกิดการรวมกลุ่มของที่อยู่อาศัยด้วย 2 สาเหตุคือ

1) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) เพราะผู้อยู่อาศัยต้องการการเดินทางอย่างสะดวกสบายไปยังที่ทำงาน ร้านค้า สถานศึกษา ซึ่งสถานที่ดังกล่าวนี้เป็นสถานที่ที่มีการรวมกลุ่มกัน ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีแนวโน้มที่จะตั้งรอบ ๆ กับกลุ่มของสถานที่เหล่านี้ด้วยเช่นกัน

2) การประหยัดจากภายนอก (External Economy) การรวมกลุ่มกันของที่อยู่อาศัยดังกล่าว จะช่วยให้เกิดความประหยัดจากการใช้สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ถนน สถานศึกษา สถานรักษาพยาบาล และบริการทางสังคมอื่น ๆ อีกด้วย

ในสภาพปัจจุบัน ในเมืองใหญ่ต่าง ๆ ที่มีการเพิ่มขึ้นของประชากรภายในเมืองและมีความแออัดคับคั่งของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเมือง ทำให้การบริการทั้งด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการภายในเมืองไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยภายในเมืองโดยรอบ ซึ่งทำให้บรรดาที่อยู่อาศัยและกิจกรรมบริการต่าง ๆ กระจายออกจากเมืองไปตามเส้นทางสาธารณูปโภคเหล่านั้น อันเป็นการพัฒนาพื้นที่ที่ยังมิได้ใช้ประโยชน์ และขยายขอบเขตของเมืองออกไปมากยิ่งขึ้น

สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยจากนักคิดและนักทฤษฎีทั้งหลายนั้น ต่างมีความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยว่าควรมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรพิจารณาถึงคือ สถานสิ่งแวดล้อมที่ติดต่อการอยู่อาศัย อาทิ

- สะดวกในการเดินทางเข้าถึงที่อยู่อาศัย และสะดวกในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะที่ทำงาน
- อยู่ในบริเวณที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการดี

- สภาพทางสังคมวัฒนธรรมของผู้อยู่อาศัยทั้งเดิมในบริเวณดังกล่าว จะเป็นแรงดึงดูดสำคัญ ให้กลุ่มผู้อยู่อาศัยใหม่เดินทางเข้าอยู่อาศัยในบริเวณนั้นด้วย

ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม แต่ในสภาพความเป็นจริงในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก็อาจมีเงื่อนไขอื่น ๆ ในการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยอีกด้วย อาทิเช่น

1) รายได้ของผู้อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับรายได้ของตนเอง ในผู้มีรายได้สูง จะมีความสามารถในการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ดีตามที่ตน ต้องการได้ โดยเฉพาะสามารถเลือกทำเลที่อยู่อาศัยที่ดีได้ตามปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยได้สรุปไว้แล้ว แต่ในผู้มีรายได้น้อย จะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการซื้อ จากสถานะที่รายได้น้อย ทำให้ไม่อาจเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งทำเลที่ตั้งที่ดีในราคาสูง ซึ่งมีบริการทุกด้านครบถ้วน แต่จะต้องการที่อยู่อาศัยราคาถูก (หรือค่าเช่าถูก) และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จะพยายามอยู่ชิดกับแหล่งการค้า หรืออุตสาหกรรมของเมืองอย่างหนาแน่น

2) การเข้าถึงแหล่งงาน อาจจะมีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของประชากรมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ครอบครัวจะต้องพิจารณาระหว่างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงานของหัวหน้าครอบครัวกับความเป็นได้หลาย ๆ ด้านที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากบ้านไปทำงานราคาที่ดินที่เหมาะสมความต้องการด้านอื่น ๆ ในการติดต่อกับเมืองและสิ่งพอใจต่าง ๆ

3) ระยะเวลาในช่วงชีวิตแต่ละช่วง มีผลต่อการเลือกที่ตั้งของผู้อยู่อาศัยผู้เลือกที่อยู่อาศัยในวัยต่าง ๆ กันจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันกล่าวคือ วัยหนุ่มสาว ซึ่งเป็นวัยศึกษาเล่าเรียนหรือเริ่มทำงาน วัยนี้จะมีอิสระในการเลือกที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับความต้องการทางด้านการศึกษาและที่ทำงาน

วัยแต่งงานมีครอบครัว ต้องการที่ตั้งของผู้อยู่อาศัย และรูปแบบให้สัมพันธ์กับ สภาพครอบครัว

วัยที่มีบุตร ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่มากขึ้นและให้เหมาะสมกับ
รายได้

วัยสูงอายุ อาจต้องการที่อยู่อาศัยที่สงบเงียบ กว้างขวางในเขตชาน
เมือง

4) วิธีการดำเนินชีวิต มีบทบาทต่อการเลือกหาที่อยู่อาศัย ให้มีภาวะ
แวดล้อมทางสังคมของชุมชนนั้น ๆ ในทิศทางที่สอดคล้องกับวิถีทางดำเนินชีวิตของตน
ได้ดี อาทิเช่น ครอบครัวมุสลิมเมื่อจะย้ายที่อยู่ใหม่ให้อยู่ในละแวกชุมชนมุสลิมด้วยกัน
ด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังกล่าวทำให้การเลือกที่ตั้งของผู้อยู่อาศัยใน
สภาพจริงแตกต่างกันไปตามสภาพ และฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้อยู่อาศัย
โดยเฉพาะของผู้ตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของครอบครัวเป็นสำคัญ

5) บ้านจะต้องถูกสร้างบนที่ดินที่สะดวกในการเข้าถึงและไปยังสถานที่
ซึ่งเป็นแหล่งงานย่านธุรกิจและร้านค้า และยังคงต้องอยู่แยกห่างจากบริเวณเหล่านี้
เพียงพอที่จะไม่ได้รับผลกระทบจากฝุ่น ควัน เสียง สัตว์เลื้อยคลาน หนู หรือสัตว์ที่จะ
รบกวนหรือทำลายในทำนองเดียวกันนี้

6) การสร้างบ้านเรือนจะต้องหลีกเลี่ยงจากพื้นที่ที่มีสิ่งซึ่งไม่ถูกต้องสุข
ภาพ เช่นที่เปรี้ยวชื้น หรือหนอง บึง มีแมลง สัตว์เลื้อยคลาน หนูหรือสัตว์ที่จะรบกวน
หรือทำลายในทำนองเดียวกันนี้ หรืออยู่ใกล้สถานที่ทิ้งขยะมูลฝอย หรือโรงงานซึ่งก่อ
ให้เกิดผลกระทบที่น่ารังเกียจ เช่น โรงกลั่นน้ำมัน โรงงานเคมี เป็นต้น

7) ที่ตั้งของบ้านจะต้องอยู่ในบริเวณที่ปลอดภัยที่สุดในชุมชน บนพื้นที่
ซึ่งมีการระบายน้ำได้ดี ง่ายต่อการปฏิบัติงานในการสร้างถนน การวางรากฐาน และ
การขุดวางระบบสาธารณูปโภคเป็นที่ตั้งซึ่งสามารถก่อให้เกิดมุมมองออกไปภายนอกได้
และภูมิประเทศตามธรรมชาติหรือบริเวณที่สวยงาม

8) นโยบายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยจะต้องตั้งขึ้นโดยพิจารณาให้การช่วยเหลือ
ในการสร้างที่อยู่อาศัยแก่ประชาชนทั่วไป โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติหรือศาสนา

9) แผนการจัดหาพื้นที่ใหม่จะต้องถูกจัดขึ้นเพื่อสงเคราะห์ครอบครัวที่
ต้องการความช่วยเหลือในการหาที่อยู่อาศัยเพียงพอ นั่นคือ รัฐบาลจะต้องเข้ามามีบทบาท
ในการให้ความช่วยเหลือนี้

10) บริเวณที่ตั้งบ้านจะต้องเลือกให้อยู่ในที่ซึ่งง่ายและมีประสิทธิภาพในการจัดบริการที่เกี่ยวกับเมืองให้ เช่น การป้องกันไฟ การจัดเก็บขยะมูลฝอย 'ประณีต' และสาธารณูปโภคอื่น ๆ

11) หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมจะต้องถูกนำมาใช้ และบังคับเพื่อควบคุมความปลอดภัยและสืบเนื่องความมั่นคงของการลงทุนก่อสร้างบ้านเรือน รวมถึงการกำหนดเขตการใช้ที่ดิน (Zoning Ordinance) ข้อกำหนดปลีกย่อยต่าง ๆ (Subdivision Regulation) หลักเกณฑ์การสร้างบ้านเรือน (Housing Code) และหลักเกณฑ์การก่อสร้างอาคาร (Building Code) รวมทั้งการจัดเตรียมวัสดุและวิธีการใหม่ ๆ ในการก่อสร้างด้วย

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่อยู่อาศัย

การอยู่อาศัยในอาคารชุดที่มีความสูง และความหนาแน่นของห้องชุดมาก การใช้สอยอาคารจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่าง ๆ เช่น ลิฟต์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ เป็นต้น เพื่อให้การใช้สอยอาคารมีความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้ เช่น

1. ที่จอดรถ การออกแบบที่กำหนดจำนวนที่จอดรถไว้ในแบบ ส่วนใหญ่จะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้พักอาศัยได้ เนื่องจากมาตรฐานในการออกแบบมักใช้ข้อบัญญัติท้องถิ่นเป็นตัวกำหนดจำนวนที่จอดรถ เป็นสัดส่วนกับพื้นที่อาคารไม่เหมาะสมกับความต้องการแท้จริงของผู้ใช้สอยประกอบกับของอาคารชุดมีการใช้งานผิดวัตถุประสงค์แรกตั้งของโครงการ เช่น ทำเป็นสำนักงาน ทำให้มีผู้ติดต่อและลูกค้าซึ่งจำเป็นต้องมีที่จอดรถมากขึ้นทำให้เกิดปัญหาที่จอดรถไม่พอเพียง ทำให้มีผู้ติดต่อและลูกค้าซึ่งจำเป็นต้องมีที่จอดรถมากขึ้นทำให้เป็นเกิดปัญหาที่จอดรถไม่พอเพียง หรือในบางโครงการก็มีการกำหนดพื้นที่จอดรถเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง ทำให้ไม่สามารถกำหนดตำแหน่งตายตัวสำหรับการจอดรถของผู้พักอาศัย ทำให้มีการแย่งที่จอดรถกัน แต่ในบางโครงการกำหนดให้ที่จอดรถเป็นทรัพย์สินบุคคลหมายถึงเป็นพื้นที่ซื้อขายให้พร้อมกับพื้นที่ห้องชุด ซึ่งจะแก้ปัญหาเรื่องตำแหน่งของที่จอดรถได้

2. การทิ้งขยะ ผู้อยู่อาศัยจำนวนหนึ่งยังขาดพื้นฐานที่ดีในการอยู่อาศัย ในอาคารชุดการทิ้งขยะควรจะมีการแยกประเภท และเก็บใส่ถุงพลาสติกสีดำก่อนทิ้งลงช่องทิ้งขยะ โดยต้องแยกขยะที่ไม่ต้องการประเภทขวดแก้ว แก้ว กระจก และโลหะที่มีขนคาและน้ำหนักที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายกับคนที่กำลังเก็บขยะในห้องเก็บขยะได้ ควรนำขยะพวกนี้จัดเก็บใส่ถุงให้เป็นระเบียบแล้ววางทิ้งที่บริเวณช่องทิ้งขยะ หรือนำลงลิฟท์มาทิ้งไว้ที่ที่บริเวณเก็บขยะ ในชั้นล่าง

3. ลิฟท์ อาคารที่มีคนหลายกลุ่มหลายระดับทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกันในการใช้งานผู้ที่เป็นเจ้าของก็จะมี ความทะนุถนอมการใช้งาน แต่ผู้ที่เป็นผู้เช่าหรือมาอาศัยอยู่ก็จะมี ความสำคัญในการเป็น เจ้าของน้อยลงทำให้มีความทะนุถนอมใช้งานแตกต่างกัน เช่น การกดปุ่มลิฟท์พร้อมกันหลายตัว โดยไม่ดูว่าลิฟท์ตัวใดขึ้นหรือลง และ โกสลับชั้นที่ตนรอยู่หรือไม่ แต่กลับใช้วิธีกดปุ่มลิฟท์พร้อมกันหลายตัว ทำให้สิ้นเปลืองไฟฟ้าและทำให้ลิฟท์มีการใช้งานมากกว่าที่ควร บางคนก็มีนิสัยทำลายข้าวของ เช่น กดปุ่มลิฟท์รุนแรง ทำความสกปรกในห้องลิฟท์ เป็นต้น ทำให้ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายส่วนกลางในการดูแลรักษามากขึ้น

4. ห้องอาหาร และร้านค้าย่อย อาคารชุดส่วนใหญ่จะมีไว้เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้อยู่อาศัยของโครงการ แต่กรรมสิทธิ์ในพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนบุคคล ประกอบกับไม่มีข้อบังคับตามตัวให้ผู้ประกอบการห้องอาหารและร้านค้าย่อยต้องเปิดบริการตลอดไป ทำให้มีการเลิกกิจการลดขนาดกิจการลง เนื่องจากส่วนมากจะมีผู้มาใช้บริการไม่มากนัก ทำให้ไม่คุ้มทุนจึงต้องหยุดกิจการลง หรือลดขนาด เป็นต้น

5. สระว่ายน้ำ เป็นส่วนเสริมในการขายเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับโครงการแต่เมื่อมีการเข้าพักอาศัย กลับพบว่าปริมาณการใช้งานไม่มากนัก อาจจะทำให้ความสะอาดหรือขนาดของสระว่ายน้ำไม่พอใจให้ใช้ ประกอบกับผู้อาศัยในอาคารชุดกลุ่มที่ทำเป็นสำนักงาน ก็จะไม่มีการใช้งานในส่วนนี้เลย

6. สวนหย่อม สนามเด็กเล่น พื้นที่ที่จัดให้เป็นสวนหย่อมหรือสนามเด็กเล่น มักจะเป็นชั้นล่างสุด หรือไม่มีจะเป็นคาตฟ้าสูงสุด ซึ่งการที่จะให้ผู้ที่อยู่อาศัยนำเด็กไปเล่นก็ต้องไปดูแลด้วยเพื่อความปลอดภัย ทำให้ในบางครั้งที่ต้องทำธุรกิจในห้องซึ่งอยู่คนละชั้นกับสวนหย่อมหรือสนามเด็กเล่นกระทำให้ไม่สามารถดูแลเด็ก ๆ ได้

7. ห้องประชุม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนหนึ่งทำให้โครงการดูมีความสมบูรณ์มากขึ้น แต่จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์จะพบว่า ส่วนใหญ่จะมีการใช้งานบ่อยมากจนดูว่าไม่คุ้มกับการลงทุนสร้างห้องนี้ขึ้นมา บางโครงการเวลาจะประชุมคณะกรรมการก็จะนัดประชุมกันตามโรงแรมชั้นหนึ่ง ซึ่งมีห้องประชุมหลายขนาดให้เลือกได้มากมายและสะดวก ตัดปัญหาการดูแลรักษาได้ดี

การเปลี่ยนแปลงการใช้งานห้องพักรักษาเป็นสำนักงานถ้ามีปริมาณพนักงานมากกว่า 3 คนขึ้นไป มักจะพบว่าพฤติกรรมการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโครงการจะมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ปริมาณการใช้ที่จอดรถ มีความต้องการพื้นที่จอดรถมากขึ้น การใช้ลิฟท์ที่มีปริมาณสูงขึ้น ขยะปริมาณมากขึ้น การใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท ระบายน้ำ ห้องประชุมแทบจะไม่มี อีกทั้งความที่เป็นพนักงาน หรือผู้เช่า ไม่มีสิทธิความเป็นเจ้าของอาคาร ทำให้ขาดความทะนุถนอมในสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีการใช้งานหนักขึ้นทำให้การดูแลรักษาต้องใช้งบประมาณมากขึ้นด้วย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ของที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย

2.3.1 องค์ประกอบของอุปสงค์ที่อยู่อาศัย

อุปสงค์ที่อยู่อาศัยก็เช่นเดียวกับอุปสงค์และบริการอื่น ๆ ก็ต้องมีองค์ประกอบสองประการเกิดขึ้นดังนี้

- (1) มีความต้องการเกิดขึ้น
- (2) ต้องมีอำนาจซื้อ

เมื่อมีองค์ประกอบสองประการเช่นนี้ จึงเกิดมีอุปสงค์ขึ้นได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) ความต้องการที่อยู่อาศัยเกิดขึ้น

ทำไมคนจึงต้องการที่อยู่อาศัย เป็นคำถามที่ควรพิจารณาเพื่อจะได้เข้าใจถึงอุปสงค์ของที่อยู่อาศัย เหตุผลก็คือเนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหนึ่ง

3. ที่อยู่อาศัยถือเป็นสินทรัพย์ที่มีค่ามาก หาได้ยาก ดังนั้นผู้ที่มีบ้านมีที่อยู่อาศัยจึงถือว่าเขาประสบความสำเร็จในชีวิตด้านหนึ่ง

4. ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยจะมีความรู้สึกเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ไม่ต้องคอยเกรงใจผู้ที่เราอาศัยเขาอยู่จะทำกิจการใดในที่อยู่อาศัยอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองต่อครอบครัวก็สามารถทำได้โดยอิสระ

5. ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยจะเกิดความรู้สึกเป็นอาณาจักร อันแสดงถึงความยิ่งใหญ่และการมีสิทธิเสรีภาพอย่างเต็มเปี่ยมเหนืออาณาบริเวณที่ถือครองอยู่ มีบริวารคือคนในครอบครัวและผู้ที่มาอาศัยอยู่ด้วยสมาชิกทั้งหลายในครอบครัวเกิดความรู้สึกเป็นอาณาจักรด้วยโดยมีตนเองเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักร

เมื่อไรคนจึงต้องการที่อยู่อาศัย เป็นอีกคำถามหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัย โดยปกติคนเราเมื่อเกิดมากอาศัยอยู่กับ พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง ตลอดจนผู้ปกครอง แต่เมื่อถึงเวลาหนึ่งจะต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เนื่องจาก

1. มีครอบครัว มีความต้องการแยกบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ ยกเว้นกรณีต้องการอยู่กับพ่อแม่ และพ่อแม่ต้องการให้ลูกซึ่งแต่งงานมีครอบครัวอยู่กับพ่อแม่ต่อไป

2. เมื่อไรเป็นผู้ใหญ่เพียงพอ มีอาชีพเป็นหลักฐานสามารถเลี้ยงตัวเองได้เมื่อรู้สึกว่าสมควรมีบ้านมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

3. เมื่อไม่สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในครอบครัวเดิมหรือที่อยู่อาศัยเดิม

(2) ต้องมีอำนาจซื้อที่อยู่อาศัย

คนเราต้องการที่อยู่อาศัยเมื่อถึงเวลา แต่จะสามารถซื้อหาที่อยู่อาศัยได้ หรือไม่ขึ้นอยู่กับ

1. รายได้ ซึ่งจะต้องมีเพียงพอที่จะจัดหาซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัยได้ หากมองในแง่มหภาค (Macro) นั่นคือ รายได้เฉลี่ยของประชาชนนั่นเอง

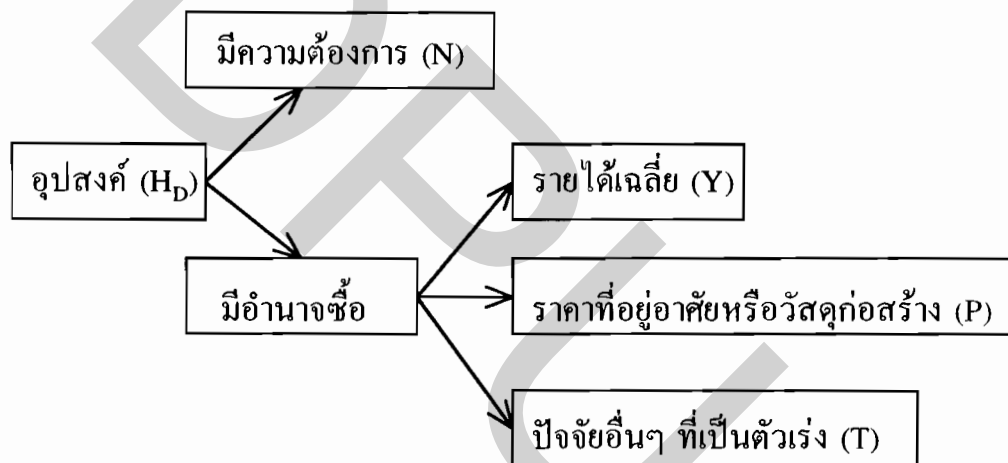
2. ราคาบ้านหรือที่อยู่อาศัย, ราคาที่ดิน ซึ่งราคาบ้านส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาวัสดุก่อสร้างนั่นเอง

3. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยเร่งหรือลดอำนาจซื้อ ได้แก่

- เครดิตจากแหล่งเงินทุน เช่น ธนาคาร
เครดิตฟองซิเอร์
- เครดิตจากบริษัทที่ค้าที่อยู่อาศัย หรือหมู่บ้านจัดสรร
- ความนิยมการมีบ้าน
- เวลา

โครงสร้างอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในแง่เศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณ

แผนผังอุปสงค์ที่อยู่อาศัย



จากแผนผังข้างบนนี้ ตัวกำหนดอุปสงค์ที่อยู่อาศัยมี 2 ตัว คือ

1. มีความต้องการ จากที่กล่าวข้างต้นก็คือ จำนวนประชากร (N) นั่นเอง
2. มีอำนาจซื้อ จากที่กล่าวข้างต้นก็คือ

- รายได้โดยเฉลี่ย (Y)
- ราคาที่อยู่อาศัยหรือราคาวัสดุก่อสร้าง (P)
- ปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวเร่ง เช่น เครดิตจากสถาบันการเงิน รสนิยม ระยะ

เวลา ฯลฯ (T)

ซึ่งจะได้ฟังก์ชันอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ดังนี้

$$Q_H = f(N, P, Y, T)$$

นั่นคือ อุปสงค์ที่อยู่อาศัย (Q_H) จะขึ้นอยู่กับ จำนวนประชากร(N) ราคาวัสดุก่อสร้าง(P) รายได้โดยเฉลี่ย(Y) และปัจจัยอื่น ๆ (T)ที่เป็นตัวเร่งให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัย ดังนั้นอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร ราคาวัสดุก่อสร้าง รายได้โดยเฉลี่ย และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวเร่ง

ลักษณะของอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ขึ้นอยู่กับ

1. ปริมาณ เช่น มีความต้องการที่อยู่อาศัยมาก น้อยแค่ไหนอย่างไร
2. ชนิด เช่น มีความต้องการที่อยู่อาศัยแบบไหน บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านชั้นเดียว บ้าน 2 ชั้น ทาวน์เฮาส์ อาคารชุดพักอาศัย ซึ่งก็ขึ้นกับรสนิยม การคมนาคม ฯลฯ
3. ขนาด เช่น มีความต้องการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก เช่น ถ้าคนต้องการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่อุปสงค์ (Demand) จะน้อย เพราะคนไม่มีอำนาจซื้อ ถ้าต้องการขนาดเล็ก ก็จะมีที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นมากมาย

ในการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงชนิดและขนาดอุปสงค์ ทั้งนี้จะเอื้อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคให้ได้รรถประโยชน์ (utility) สูงสุด ในทำนองเดียวกันทางด้านที่อยู่อาศัย ผู้บริโภคจะต้องเลือกที่อยู่อาศัยที่มีขนาดใหญ่ ใช้วัสดุที่ดี สวยงาม เพื่อก่อให้เกิดรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งเรื่องรรถประโยชน์เป็นเรื่องที่วัดได้ยากเปรียบเทียบได้ยาก ระหว่างคนหนึ่งกับอีกคนหนึ่ง

2.3.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค

ความต้องการของผู้บริโภคทางด้านที่อยู่อาศัย¹

ความต้องการที่อยู่อาศัยมีหลายประเภท นักเศรษฐศาสตร์ได้พยายามแบ่งออกเป็น 2 พวกใหญ่ ๆ คือ

¹ มานพ พงศทัต, “รวมเรื่องอาคารชุดของประเทศไทย” กรุงเทพมหานคร. 4 มกราคม 2527, หน้า 2-13

1) ความต้องการที่เป็นจริง (Housing Need) ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัย 4 ที่ขาดไม่ได้ และขนาดของครอบครัวที่ขยายขึ้น หรือที่มีอยู่ต่ำกว่า ไล้มาตรฐานขั้นต่ำ (Minimum Standard) พวกนี้เป็นพวกที่ต้องการที่อยู่อย่างจริงจัง ในกรุงเทพมหานครถ้าจะเกิดความต้องการอย่างจริงจังคงจะได้แก่พวกที่อยู่ในสลัม ที่แม้จะมีหลังคาคลุมหัว แต่สภาพการเป็นอยู่ต่ำกว่ามาตรฐานการดำรงชีพ

2) ความต้องการฉาบฉวย (Housing Want) ได้แก่ ความต้องการที่จะได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ ก็สามารถมีที่อยู่อย่างเหมาะสมตามอัธยาศัย และไม่ต่ำกว่ามาตรฐานขั้นต่ำโดยทั่วไปความต้องการของพวกนี้ได้แก่ พวกที่ต้องการจะเพิ่มมาตรฐานที่อยู่อาศัยของตัวเองให้สูงขึ้นไปอีก เช่น ที่อยู่อาศัยจากรัฐบาลปลูกสร้างฯ อาจต้องการย้ายไปซื้อบ้านจัดสรรที่มีบริเวณกว้างขึ้นหรือกลุ่มคนรายได้ชั้นกลางที่อาศัยบ้านของพ่อแม่ ต้องการบ้านที่กว้างขึ้น สะดวกขึ้น หรือเศรษฐกิจที่อาศัยอยู่ในห้องแถวในเขาวรรณานานต้องการบ้านชั้นดีตามชานเมือง เป็นต้น พวกนี้มีความเป็นอยู่สูงกว่ามาตรฐานขั้นต่ำแล้วแต่ต้องการเพิ่มมาตรฐานให้ตัวเองหรือพวกที่เข้ามาในตลาดเพื่อการค้ากำไร ซึ่งเราเรียกพวกนี้ว่านักเก็งกำไร (speculator) พวกนี้จะเป็นพวกที่มีเครดิตพอสมควร มีที่อยู่อาศัยของตนเองอยู่แล้ว แต่เข้ามาซื้อเพื่อที่จะขายต่อในราคาที่สูง กลุ่มพวกนี้มีมากในตลาดที่อยู่อาศัย และมีอยู่เสมอซึ่งจะทำให้ไม่สามารถจะคาดคะเนความต้องการที่แท้จริงได้ และพวกนี้จะมีมากในขณะที่ตลาดที่อยู่อาศัยกำลังจะบูมและกลุ่มพวกนี้มักจะเป็นกลุ่มที่ทำรายได้สูงสุดในบรรดาผู้ประกอบการด้านที่อยู่อาศัยกำลังจะบูม และกลุ่มพวกนี้มักจะเป็นกลุ่มที่ทำรายได้สูงสุดในบรรดาผู้ประกอบการด้านที่อยู่อาศัยทั้งหลาย แต่ในด้านความต้องการทั่วไปพวกนี้จะไปกีดกันความต้องการที่อยู่อย่างแท้จริง ทำให้ราคาที่อยู่อาศัยที่ปราศจากคนอยู่ เช่น ห้องแถวทั้งหลายที่มีคนซื้อแต่ปิดเงียบ หรือไม่ก็ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ที่ขายหมดแล้วแต่ไม่มีคนอาศัยทำให้เกิดความเสียหายต่อส่วนรวม

2.4 แนวความคิดด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อหรือผู้บริโภค อาทิ

(1) ครักแมน (Krugmen, 1968:350) นักจิตวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคว่า "เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าลักษณะการใช้ และการยอมรับในสินค้าบริการนั้น" ซึ่งความหมายนี้กว้างขวางพอที่จะทำให้ นักสังคมวิทยานักมนุษยวิทยา และนักพฤติกรรมศาสตร์ที่สนใจในการศึกษาด้านการค้าและการอุตสาหกรรมสามารถยอมรับได้

(2) เองเกิล และคนอื่น ๆ (Engel and Others, 1968) ก็ได้ให้ความหมายว่า "เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้า และบริการซึ่งได้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และที่มีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว"

จากแนวความคิดต่าง ๆ ของผู้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้นนี้ จะทำให้มองเห็นภาพว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ (Human behavior) ซึ่ง "ธงชัย" ได้กล่าวว่า (ธงชัย สันติวงศ์, 2515) เป็นกระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่จะปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอก หรืออีกนัยหนึ่งพฤติกรรมมนุษย์เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับความคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือการแสดงออกของมนุษย์ (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวัน มนุษย์แต่ละบุคคลย่อมมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอ และพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน เพราะว่ามีมนุษย์แต่ละคนย่อมมีทัศนคติ หรือสิ่งจูงใจของตนเองที่ทำให้พฤติกรรมของตนเองแตกต่างกันจากบุคคลอื่น

จากความเห็นต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยอาจสรุปได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่าจะทำการตัดสินใจซื้อและบริการอะไรหรือไม่

พฤติกรรมกรบริโภคนั้น เรามุ่งเน้นถึงการซื้อของผู้ซื้อที่ใช้บริโภคเอง ฉะนั้นการใช้คำว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในความหมายที่ถูกต้อง มิใช่หมายถึงการบริโภค (Consumer) หากแต่หมายถึง การซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค โดยจะเน้นตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญ ส่วนการซื้อเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ

(1) ด้านแรงจูงใจในการซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อ อิทธิพลที่สำคัญ คือ การสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ทูสเลย์ และคนอื่น ๆ (Tousley and Others, 1962: 112) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจในผลิตภัณฑ์ เป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งแทนการเลือกสินค้าอีกชนิดหนึ่งแบบไม่เจาะจง แต่ในขณะที่มีแรงจูงใจในอีกประเภทหนึ่ง เรียกว่า แรงจูงใจในการเลือกซื้อ จะกำหนดว่าจะเลือกสินค้าตราใด ยี่ห้อใด โดยเฉพาะ มีสีสรร หรือมีขนาดใดจึงจะเหมาะสม การตัดสินใจซื้อในขณะนี้สำหรับเลือกซื้อเรียกว่า แรงจูงใจในการเลือกซื้อ

2. แรงจูงใจในอุปถัมภ์ เป็นการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าจะเลือกซื้อจากที่ใด ร้านใด จึงจะเหมาะสม การตัดสินใจดังกล่าวนี้ได้ใช้เหตุผลหลายปัจจัย เช่น ราคา คุณภาพ ความสะดวกสบาย ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม ราคาก็จะไม่เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภค ส่วนใหญ่ในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ราคาต่ำเสมอไป แต่อาจจะใช้เหตุผล ความมีชื่อเสียงในด้านการขาย มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานเป็นที่เชื่อถือได้

แรงจูงใจทางด้านอารมณ์และแรงจูงใจที่มีเหตุผลในเรื่องนี้ ทูสเลย์ และคณะ ได้ให้ข้อสังเกตแก่นักการตลาดที่จะต้องให้ความสนใจทางด้านสรีรวิทยา (Physiological) คือ ให้ทราบว่าแท้จริงแล้วความต้องการทางร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นอย่างไร สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าชนิดหนึ่งแทนสินค้าชนิดหนึ่งเพราะอะไร จึงได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้ คือ

1) แรงจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional Motives) คือ ลักษณะการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เกิดขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องมีการใคร่ครวญหาเหตุผลให้รอบคอบเสียก่อน เป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นโดยทันทีทันใด ขอให้มิสินค้ามี

ลักษณะเป็นที่พอใจ ซึ่งนับว่ามีเหตุผลอันสมควร เช่น เพื่อการแข่งขัน(Emulation) เพื่อการเลียนแบบผู้อื่น (Conformity) เพื่อความเป็นผู้นำ (Distinctiveness) เพื่อความสะดวกสบาย (Desire for Comfort) เพื่อการพักผ่อน (Desire for Pleasure and Recreation) และเพื่อความมีชื่อเสียงและความทะเยอทะยาน

2) แรงจูงใจที่มีเหตุผล (Rational Motives) เข้ามาประกอบการพิจารณาเช่นเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า สินค้าที่ซื้อจะต้องมีประสิทธิภาพตามที่ต้องการการตัดสินใจซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานและมีความสะดวกสบายในการใช้และการซื้อ

ในบางครั้ง การใช้แรงจูงใจทางด้านอารมณ์อาจจะขัดกับแรงจูงใจที่มีเหตุผล เช่น ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ ย่อมอาจจะขัดแย้งกับความประหยัดในการซื้อ หรือความทะเยอทะยานอยากได้สินค้าต่าง ๆ ก็อาจขัดกับการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากมีรายได้จำกัด ซึ่งข้อเท็จจริงในประเด็นนี้บางครั้งก็อาจยากที่จะระบุให้แน่ชัดลงไปเลยว่าอะไรเป็นแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ อะไรเป็นแรงจูงใจที่มีเหตุผล

การวิจัยแรงจูงใจผู้บริโภคที่นิยมศึกษาส่วนมากจะเป็นไปในลักษณะที่จะพยายามศึกษาแรงจูงใจในการซื้อ โดยอาศัยการสังเกตการกระทำของผู้บริโภค เช่น สอบถามผู้บริโภค ทำไมจึงเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ และมีเหตุผลอย่างไร ทั้งนี้ มักจะศึกษาในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1) ใครเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (Who use the products) การจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันเป็นการยากที่จะทำนายหรือทราบได้ว่าใครคือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงของสินค้าตน จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวางแผนทางด้านตลาดให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ใช้ (Relationship between buyer and use) เช่น สามีสื่อของให้ภรรยา บิดามารดาซื้อให้บุตร หรือผู้ซื้อไปใช้เอง การทราบความสัมพันธ์ดังกล่าวจะช่วยให้นักการตลาดสามารถคัดเลือกหรือสรรหาสินค้าเพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น ทราบว่าเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อซื้อไปฝากเด็กและสตรี นักการตลาดย่อมทราบได้ว่าเด็กและสตรีมักโปรดปรานสินค้าที่มีสีสันสวยงาม สะดุดตา หรือเป็นที่น่ารัก

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า (Why do they buy) เพื่อหาเหตุผลของการซื้อว่าซื้อสินค้าด้วยความจำเป็นหรือซื้อสินค้าเพราะมีแรงจูงใจอื่น

4) ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นไปทำอะไร (How a product is used) การทราบว่าลูกค้าซื้อสินค้าไปทำอะไร ย่อมเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ขาย ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ในการขาย เช่น การโฆษณาถึงประสิทธิภาพของการใช้หรือ ลักษณะเด่นจุดอื่น ๆ ของสินค้านั้น

5) วิเคราะห์จำนวนที่ใช้แต่ละครั้ง (Analysis of consumption rate) เพื่อประโยชน์ทางการวางแผนการขายและจัดการทางด้านสินค้าคงคลัง ฯลฯ

6) วิเคราะห์จำนวนที่ซื้อแต่ละครั้ง (Unit analysis) เพื่อการวางแผนทางการหีบห่อ หรือการจัดทำขนาดของถุงกระดาษให้เหมาะสมกับจำนวนซื้อ

7) อุปนิสัยในการซื้อ (Buying habits) เพื่อประโยชน์ในการสร้างสิ่งจูงใจให้เหมาะสม

8) สถานที่ซื้อ (Shopping habits) เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมไปซื้อสินค้าจากที่ใด สถานที่ตั้งของร้านค้าเหล่านี้เหมาะสมหรือไม่ ผู้บริโภคได้รับความสะดวกเพียงใดในการเดินทางมาชมหรือเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้า สถานที่จอดรถมีความสะดวกและปลอดภัยเพียงใด สิ่งเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งนักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ

9) ความเลื่อมใสในตรา (Brand loyalty) การทราบความเลื่อมใสในตราของสินค้าของผู้บริโภคก็จะทำให้ฝ่ายจัดการพยายามคัดเลือกสินค้าที่มีตราที่ผู้บริโภคนิยมมาเสนอขายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

10) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปฏิกิริยาคู่แข่ง (Economic situation and competition) การศึกษาแนวโน้มประชากรว่า มีอัตราเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร รายได้ของประชากรกับการเคลื่อนย้ายประชากรมีเพิ่มขึ้นหรือลดลง ปฏิกิริยาของคู่แข่งที่มีต่อธุรกิจของตนเป็นอย่างไร การศึกษาตัวเลขดังกล่าวนี้ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนการขาย ตลอดจนกำหนดนโยบายในการขาย และวางกลยุทธ์ในทางตลาดเพื่อตอบโต้ต่อการแข่งขันได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

2.4.2 แนวความคิดด้านการศึกษาการตัดสินใจ (Decision Making)

การตัดสินใจ โดยทั่วไปมักจะมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่ทุกคนจะต้องตัดสินใจ จะโดยรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม เพราะฉะนั้นในความรู้สึกทั่ว ๆ ไปจะเห็นว่า การตัดสินใจเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ในที่นี้ผู้วิจัยขอทำความเข้าใจเบื้องต้นก่อน โดยได้ค้นหาคำจำกัดความที่ง่ายและสั้นดังนี้ "การตัดสินใจ เป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่าง ๆ" ในขณะที่ กระบวนการเลือกนั้น ซิมมอน (Simmon) ได้พบว่ามีขั้นตอนที่สำคัญหลายทางเลือก เช่น กิจกรรมทางด้านหาปัญหา (Intelligence Activity) กิจกรรมทางด้านการออกแบบ (Design Activity) และกิจกรรมทางด้านการคัดเลือก (Choice Activity) คือเลือกสิ่งที่ดีนำไปปฏิบัติจริง ดังนั้นการตัดสินใจนั้น ไม่ได้สิ้นสุดที่การเลือก แต่หากไปสิ้นสุดที่การปฏิบัติตนเอง

โดยสรุปแล้ว กระบวนการตัดสินใจคือ การตัดสินใจที่มีเหตุผล (Rationality) แต่ความมีเหตุผลอาจจะมีได้หลายกรณี เซอร์แมนท์ (Churchman, 1968, 16-18) โดยจะมองไปที่ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการ (Mean) ควบคู่กับจุดมุ่งหมาย (End)

(1) การตัดสินใจขึ้นอยู่กับชั้นของสังคม

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการวิจัยของมาร์ติโน (Martineau, 1958) ได้พบว่าคนระดับกลางหรือชั้นกลางมักจะมีสิ่งจูงใจที่เน้นถึงเหตุผลมากกว่า และการคิดถึงอนาคตมากกว่าคนในชั้นต่ำ ซึ่งคำนึงถึงแต่ปัจจุบันและอดีตเท่านั้น และพบว่า การตัดสินใจซื้อของครอบครัวที่แตกต่างกันในชั้นต่าง ๆ อาจจะมีผลทำให้การตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในการซื้อสินค้าประเภทของทนถาวรคนที่อยู่ชั้นต่ำกว่ามักจะทำการซื้อสินค้าทันทีที่ของเดิมใช้ไม่ได้ แต่ตรงข้ามคนที่อยู่ระดับกลางๆ มักจะมีการวางแผนการซื้อสิ่งต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ตลอดจนมีกระบวนการซื้อต่างกัน (Purchasing Process) ฐานะต่ำมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นใกล้ ๆ ในขณะที่คนมีรายได้ปานกลางและค่อนข้างสูง จะมีความมั่นใจในการซื้อและจะทำการเสาะหาเปรียบเทียบจากหลาย ๆ ร้าน และจากที่ไกล ๆ

(2) อิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจ

เองเกิล โคลเลท และแบล็คเวล(Engel,Kollat & Blackwell, 1968;40) ได้อธิบายถึงอิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจว่า โครงสร้างบทบาทของครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชื่อมี 4 แบบ คือ

1. สามีและภรรยามีการตัดสินใจเท่า ๆ กัน
2. สามีเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
3. ภรรยามีอำนาจการตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว
4. สามีและภรรยามีการตัดสินใจร่วมกัน

(3) ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่าผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ อย่างลึกซึ้งเพื่อเป็นประโยชน์ที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยทางจิตใจ โดยมีวัตถุประสงค์คือต้องการสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ายุคใหม่ หมายได้อย่างถูกต้อง ซึ่งผู้วิจัยกล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียดโดยจะแยกออกเป็นหัวข้อ

3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) มีนักวิจัยได้ให้คำจำกัดความหลายท่านในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงคำจำกัดความของนักวิชาการ 2 ท่าน ดังนี้

Alfred L.Kroeber และ Talcott Paersons ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมว่าหมายถึง ค่านิยม ความคิด ทัศนคติ และสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่มีความหมายที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นเพื่อพยายามจัดรูปแบบของพฤติกรรมมนุษย์และรูปแบบของพฤติกรรมเหล่านี้ จะถ่ายทอดจากชั่วอายุหนึ่งไปสู่อีกชั่วอายุหนึ่งเรื่อยไป²

R.Linton ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมว่า หมายถึง รูปแบบการกระทำของพฤติกรรมที่ได้เรียนรู้และผลของพฤติกรรมที่ซึ่งส่วนประกอบต่าง ๆ ได้

² Alfred L.Kroeber and Talcott Paersons, "The Concepts of Culture and Social System", American Sociological Review, Vol. 23, (October 1958, P.583,

ประกอบขึ้นมาจากสมาชิกของสังคมนั้น ๆ และก็ถ่ายทอดต่อเนื่องกันไปด้วยในสังคมเดียวกันนั่นเอง³

กล่าวโดยสรุปได้ว่า วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกันบุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคลดังนั้นในการศึกษาปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมของผู้วิจัยจะขอแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม

- วัฒนธรรม (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เกิดจากการเรียนรู้ การถ่ายทอดจากครอบครัว อุปนิสัยของกลุ่มที่ได้รับเสริมด้วยแรงผลักดันทางสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยชอบความหรูหรา จากลักษณะดังกล่าวจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคสินค้าเพื่อเสริมสร้างฐานตนเอง

- วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง มีพื้นฐานมาจากเชื้อชาติ ชีวิตความเป็นอยู่ สำเนียงภาษา และศาสนาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม ภายในสังคมนั้น ๆ เช่น คนจีนมักเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทตึกแถวมากกว่าบ้านส่วนตัวเพื่อไว้ใช้ในการประกอบธุรกิจ

- ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึงปรากฏการณ์ที่มนุษย์อยู่รวมกันในสังคม ได้มีการแบ่งแยกเป็นกลุ่ม ๆ ที่แตกต่างกันไปตามฐานะ บทบาท หรือค่านิยม โดยมีตำแหน่งที่ตั้งเป็นชั้นเรียงลำดับจากสูงมาต่ำเสมอ⁴ สิ่งที่น่าสนใจในการแบ่งชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคคลิกลักษณะของบุคคล การศึกษา ชั้นของสังคมจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการ

³ R.Linton, The Culture Background of Personality. New York : Appleton-Century Grofts Inc, 1945 , P.32

⁴ ธงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, ไทยวัฒนาพานิช, 2533, หน้า 203

ได้ถูกต้อง ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ และแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ คือ

1) ระดับสูง (Upper Class) แบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม คือ

1.1 ระดับสูงอย่างสูง (Upper Upper Class) ได้แก่ ผู้ดีเก่าและได้รับมรดกจำนวนมาก เนื่องจากกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อพอเพียง สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เพชร รถยนต์ราคาแพง บ้านราคาแพง

1.2 ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower Upper Class) ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง เศรษฐี สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้จะคล้ายคลึงกับ ข้อ 1.1

2) ระดับกลาง (Middle Class) แบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม

2.1 ระดับกลางอย่างสูง (Upper Middle Class) ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จทางอาชีพพอสมควร สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ได้แก่ บ้าน เสื้อผ้า รถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันเฟอร์นิเจอร์และของใช้ในครัวเรือน

2.2 ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower Middle Class) ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติงาน และข้าราชการระดับปฏิบัติงาน สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้เป็นสินค้านานกลาง เช่น สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

3) ระดับต่ำ (Lower Class) แบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม

3.1 ระดับต่ำอย่างสูง (Upper Lower Class) ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานและมีทักษะพอสมควร สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ได้แก่ สินค้าจำเป็นแก่การครองชีพ และราคาประหยัด

3.2 ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower Lower Class) ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับข้อ 3.1

สรุปได้ว่า การแบ่งชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับการแบ่งส่วนตลาดสินค้า การกำหนดการโฆษณา การให้บริการและกิจกรรมของการตลาดต่าง ๆ แต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์เช่น เพชร รถยนต์ราคาแพงบ้านราคาแพง

3.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันเพราะทุกคนจะกระทำตนในลักษณะที่เหมือนกันกับสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในกลุ่มของสังคมเดียวกัน ปัจจัยทางด้านสังคมจะประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้บริโภค

- กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างคนในกลุ่มและขณะเดียวกันก็จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในกลุ่มอันเนื่องมาจากการเกี่ยวข้องดังกล่าว (Engel, Kollat & Blackwell, p.309) ซึ่งกลุ่มอ้างอิงมี 3 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ เพื่อนร่วมอาชีพร่วมสถาบัน และกลุ่มพหุใจ ได้แก่ ดาราภาพยนตร์ กล่าวโดยสรุปกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรม และการดำเนินชีวิตรวมทั้งแนวคิดและทัศนคติของบุคคล

- ครอบครัว (Family) ถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของบุคคล และเป็นแหล่งฝึกอบรมบุคคลให้รู้จักวิธีการซื้อสินค้า รู้ว่าควรซื้ออะไร ที่ไหน และอย่างไร

- บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลหนึ่ง ๆ จะมีบทบาท และสถานะที่แตกต่างกันไม่เหมือนกัน เช่น ชายคนหนึ่งมีสถานภาพต่างกัน เช่น เป็นผู้นำครอบครัวเป็นผู้จัดการบริษัท และเป็นอาจารย์สอนพิเศษ จากสถานภาพของชายผู้นี้ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าของบุคคลนี้จะแตกต่างไปจากบุคคลอื่น

3.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา แบบการดำรงชีวิตบุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

1. อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6, 6-11, 12-19, 20-34, 35-49, 50-64 ขึ้นไปเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

2. ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิต ในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว (The Bachelor Stage) มักจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนตัว สนใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง

ขั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่และยังไม่มีบุตร (Newly Married Couples) มักจะซื้อสินค้าถาวร เช่น รถยนต์ ตู้เย็น เตาไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น

ขั้นที่ 3 ครอบครัวที่มีบุตรเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ (Full Nest I) มักจะซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้านเช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และยังซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น อาหารเด็ก ยา เสื้อผ้า และของเล่นเด็ก รวมทั้งจะมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ

ขั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุมากกว่า 6 ขวบ (Full Nest II) มีฐานะการเงินดีขึ้น ภรรยาอาจจะทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าที่บริโภค ได้แก่ อาหารเสื้อผ้า เครื่องเขียน แบบเรียน รายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร

ขั้นที่ 5 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก และมีบุตรโตแล้ว แต่ยังไม่แต่งงาน (Full Nest III) มีฐานะการเงินดีสามารถซื้อสินค้าถาวร และเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่าผลิตภัณฑ์ที่บริโภคอาจจะเป็นรถยนต์ บริการของทันตแพทย์ การพักผ่อนและการท่องเที่ยวที่หรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมากมีบุตรแยกครอบครัวแล้ว และยังทำงานอยู่ (Empty Nest I) มีฐานะการเงินดีอาจต้องย้ายไปอยู่อพาร์ทเมนท์ ชอบเดินทางพักผ่อน บริจาคทรัพย์สนับสนุนศาสนา และช่วยเหลือสังคม

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก มีบุตรแยกครอบครัวแล้ว และออกจากงานแล้ว (Empty Nest II) กลุ่มนี้รายได้ลดลงอาศัยอยู่ในบ้าน จะซื้อยา รักษาโรค และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกัน และยังทำงานอยู่ (Solitary Survivors in labor force)

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกัน และออกจากงานแล้ว (Solitary Survivors Retired) ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ประชานกรรมการบริษัทและภรรยา จะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาด จะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพใดสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

4. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติ เกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคลโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย

5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

6. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) แบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต ตัวอย่างแบบการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า คนที่ชอบเที่ยวกลางคืนชอบการพักผ่อนหย่อนใจ การบริโภคอาหารนอกบ้านหรือเครื่องดองของเมา ส่วนคนที่สมถะจะบริโภคสินค้าจำเป็นอ่านหนังสือ

7. บุคลิกลักษณะ (Personality) บุคลิกลักษณะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ บุคลิกลักษณะหมายถึง ทัศนคติและนิสัยของบุคคล แต่ละคนมีนิสัยและทัศนคติที่แตกต่างกัน กล่าวคือเป็นคนละเอียดคนใจร้อน คนขยัน คนเปิดเผย คนคิดสร้างสรรค์ คนมีระเบียบ

3.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกันไปอย่างมาก เช่น ถ้าเรามีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าชนิดหนึ่งเราก็มักจะยอมรับสินค้าชนิดนั้นง่ายขึ้น ซึ่งประกอบด้วย แรงจูงใจการรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ กล่าวคือ

- **การจูงใจ** มีคำจำกัดความที่นักวิชาการได้ให้ความหมายต่าง ๆ กัน ไว้หลายท่านหรือ ความต้องการต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งที่ตามมา คือ พฤติกรรม โดยที่พฤติกรรมเป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้น การจูงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

จากคำจำกัดความสามารถสรุปได้ว่า การจูงใจคือ การใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้บุคคลเกิดความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นอาจเกิดจากความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล และหรือความต้องการที่ได้รับอิทธิพล สภาพแวดล้อมต่าง ๆ

- **การรับรู้** เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภทตีความรับรู้ ข้อมูล และยังขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลในตัวผู้นั้นด้วยกล่าวคือ สิ่งที่คุณรับรู้เอามาจากภายนอกนั้น การที่เข้าถึงความเข้าใจการรับรู้โดยทั้งหมด ต้องพิจารณาต่อเนื่องไปถึงปัจจัยส่วนตัวบุคคลเหล่านี้ที่เป็นโครงสร้างความเข้าใจของแต่ละบุคคลควบคู่กันไปด้วย

- **การเรียนรู้** เป็นความรู้พื้นฐานสำหรับการเข้าใจถึงเรื่องราวทางจิตวิทยาอื่นและขณะเดียวกันก็เป็นหัวใจของรูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคลักษณะของกลไกทางร่างกายของมนุษย์ในการก่อตัวเป็นพฤติกรรม การก่อตัวดังกล่าวมีทั้งการก่อตัวในเรื่องการกระทำ ความรู้และอารมณ์สิ่งใดที่เขาได้กระทำไปแล้วจะมีใช้กลายเป็นเรื่องในอดีตเท่านั้น และจะไม่สูญหายไปโดยสิ้นเชิงอีกด้วย สิ่งเหล่านั้นอาจจะกลายเป็นหรืออาจจะไม่กลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในปัจจุบัน ภายใต้สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งประสบการณ์ในอดีต อาจจะกระทบต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในหนหลัง ๆ ได้เสมอ สิ่งเหล่านี้เองที่เป็นปัญหาสำคัญยิ่งทางจิตวิทยา

- **ความเชื่อ และทัศนคติ** เป็นสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่เป็นสาเหตุที่อยู่ภายในดังกล่าวนี้เองที่

เป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออก ที่ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้ ที่อยู่ภายในความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ

(4) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนที่สำคัญในขบวนการซื้อ ในวันนี้ต้องพยายามเข้าใจผู้บริโภคว่ามีขั้นตอนการปฏิบัติในการตัดสินใจซื้ออย่างไร แต่ละขั้นตอนจะให้ข้อคิดแก่นักการตลาดว่า นักการตลาดจะสามารถให้ความสะดวกหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร

นักการตลาดต้องรู้สึกถึงขบวนการซื้อของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทอาจจะพิจารณาจากพฤติกรรมของตัวเองหรืออาจจะสัมภาษณ์ตัวอย่าง ผู้ซื้อ โดยให้พยายามระลึกถึงเหตุการณ์ในขณะที่ซื้อผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะถามตัวอย่างผู้บริโภคให้คาดคะเนความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์ วิธีการเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงขั้นตอนในขบวนการซื้อแล้วทำรายงานของผู้บริโภคออกมา

จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในขบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคตามขบวนการ 5 ขั้นตอนคือ การกระตุ้นความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าขบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริงๆ และมีผลกระทบหลังการซื้อ ซึ่งพอสรุปขบวนการซื้อ ดังมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. การกระตุ้นความต้องการ (Need Arousal) หรือการรับรู้ปัญหาการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของคนซึ่งอาจเกิดเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นความต้องการจากภายในบุคคล ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งก็จะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

ในกรณีที่ความต้องการถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เมื่อเดินผ่านร้านขายขนม และมองเห็นขนมทำให้เกิดความต้องการ ความพอใจรถยนต์คัน

ใหม่ของผู้ที่บ้านหรือการพอใจผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งจากการโฆษณาโทรทัศน์ เป็นต้น สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ทำให้เกิดความต้องการขึ้น

งานที่สำคัญของนักการตลาดในขั้นกระตุ้นความต้องการมี 2

ประการ คือ

ประการแรก นักการตลาดต้องเข้าใจสิ่งกระตุ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ตัวอย่างนักการตลาดต้องระลึกว่า รถยนต์สนองความต้องการด้านความสะดวกในการเดินทางรถยนต์ยังสามารถให้ความพอใจด้านสถานภาพในสังคมทำให้เกิดความตื่นเต้นจากขอบเขตที่รถยนต์สามารถสนองสิ่งกระตุ้นได้หลายอย่าง จะทำให้บุคคลเกิดความต้องการอยากเป็นเจ้าของรถยนต์อย่างแท้จริง

ประการที่สอง แนวความคิดการกระตุ้นความต้องการจะช่วยให้ นักการตลาดระลึกว่าระดับความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์ จะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นักการตลาดสามารถจัดเหตุการณ์ต่างๆ ด้านจังหวะเวลา เพื่อกระตุ้นความต้องการ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้น ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาการสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น

ปริมาณข้อมูลที่ค้นหาขึ้นกับว่าบุคคลเผชิญกับการแก้ปัญหา มาก หรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

นักการตลาดให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสวงหาและอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คน รู้จัก ฯลฯ

2. แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การแสดงสินค้า ฯลฯ

3. แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

4. แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์

อิทธิพลของแหล่งข้อมูล จะแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคโดยทั่วไปผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งการค้า ซึ่งนักการตลาดควบคุมการให้ข้อมูลได้แต่ละแบบจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน การพิจารณาความสำคัญของแหล่งข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคว่าผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร และแหล่งข้อมูลอะไรที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

3. การประเมินผลพฤติกรรม (Evaluation Behavior) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก ขบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่างและไม่ใช่ขบวนการเดียวกับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่ว่าเป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ

แนวความคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในขบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีหลายประการคือ

ประการแรก คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Production Attributes) กรณีที่ผู้บริโภคพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อ สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

คุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์นอกจากทำให้เกิดความสนใจโดยทั่ว ๆ ไปแล้วผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน ตามสิ่งที่เขาสนใจ นักการตลาดจึงแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ออกเป็นส่วนๆ ตามคุณสมบัติที่สร้างความสนใจขั้นต้นให้แก่ผู้ซื้อได้แตกต่างกัน

ประการที่สอง ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาถึงลำดับความสำคัญสำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ประการที่สาม ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตรา เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นกับประสบการณ์เฉพาะอย่างของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

ประการที่สี่ ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราโดยผ่านขบวนการประเมินผลขั้นต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหลังจากมีการประเมินผลจากข้อ 3 โดยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase-Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติต่ำกว่าที่เขาคาดหวัง เขาจะไม่พอใจ และไม่ซื้ออีก

(5) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ในการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยมีปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น ทำเลที่ตั้ง เส้นทางคมนาคม และราคาขาย จากการศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยคือ มีเส้นทางคมนาคมสะดวกและราคาถูก อีกทั้งต้องการให้มีสาธารณูปการที่จำเป็นอยู่ใกล้เคียง และมีรัศมีไม่เกิน 2 กิโลเมตร แต่ต่อมาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรราคาปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่มีน้ำท่วมถึง และอยู่ใกล้แหล่งงานมากกว่าการคำนึงถึงราคา โดยการศึกษาในวิทยานิพนธ์ของ เดชะบุญยะชัย (2530) ได้พบว่าปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้จัดลำดับสำคัญดังนี้ คือ ทำเลที่ตั้งตัวบ้าน และการก่อสร้าง ราคาและเงื่อนไขการเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของเจ้าของโครงการ บริการพิเศษของหมู่บ้าน และการส่งเสริมการจำหน่าย และนอกจากนี้ในการเลือกที่จะเข้าอยู่ในที่อยู่

อาศัยประเภทอาคารชุดก็ยังปัจจัยสำคัญลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้ง เช่นเดียวกับการเลือกตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร จากการศึกษาของ ถนนอม(2533) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ผู้มีรายได้สูงคิดจะย้ายเข้ามาอยู่ในอาคารชุด จะพิจารณาปัจจัยแรกคือทำเลที่ตั้ง ราคาของห้องชุด แหล่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ระยะเวลาในการเดินทางระยะทางไปยังที่ทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารชุด รูปแบบของอาคารชุด ทีมงานผู้ลงทุนสร้างอาคารชุด ประเภท ของอาคารชุด ทีมงานสถาปนิกและวิศวกรรม ตลอดจนสถาบันการเงินที่สนับสนุน

นั่นคือ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งของผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง

2.5 การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test)

การทดสอบค่าไคสแควร์ที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพในการตัดสินใจซื้อ และตัวแปรที่บอกถึงลักษณะในการตัดสินใจซื้อ เป็นการทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม ซึ่งในการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ต้องการศึกษามาสร้างเป็นตารางแจกแจงความถี่ โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความแตกต่างในระดับของตัวแปร เช่น สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อ กับ ระดับของตัวแปรที่ครอบคลุมรายละเอียดของการตัดสินใจซื้อ แล้วนำผลมาวิเคราะห์ตัวอย่าง โดยแจกแจงจำนวนตามสถานภาพต่างๆ รวมทั้งหมัดกับตัวแปรตามด้านการตัดสินใจซื้อ ซึ่งนับว่าเป็นการทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปรสองตัว

สำหรับวิธีการทดสอบความเป็นอิสระแก่กันระหว่างตัวแปรของผู้ซื้อที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ กับ ตัวแปรด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์เป็นเครื่องมือในการทดสอบและดำเนินการประมวลข้อมูล โดยสมการของค่าไคสแควร์มีดังนี้

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ χ^2

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

โดยที่ $i = 1, 2, \dots, c$

$j = 1, 2, \dots, r$

$df = (r-1)(c-1)$

O_{ij} = ความถี่ที่ได้จากการทดสอบปฏิบัติ

E_{ij} = ความถี่ที่คิดว่าควรจะเป็นหรือตามทฤษฎี และอาจหาได้จาก

$$\text{สูตร } E_{ij} = \frac{(N_i) \times (N_j)}{N}$$

เมื่อ N_i = จำนวนรวมของความถี่ตามแถวตั้งที่ i

N_j = จำนวนรวมของความถี่ตามแถวนอนที่ j

N = จำนวนรวมของความถี่ทั้งหมด

สถิติที่ใช้ทดสอบ χ^2 จะมีการแจกแจงแบบไคสแควร์ที่มีระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom = df.) เท่ากับ $(r-1)(c-1)$ และระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ถ้าสมมติฐานที่ต้องการทดสอบเป็นจริงแสดงว่าตัวแปรทั้งสองหรือคุณลักษณะทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน และค่า χ^2 ที่คำนวณได้มากกว่า χ^2 จากตาราง Chi-Square ที่มีระดับความเป็นอิสระ จึงถือได้ว่าตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กัน จึงยอมรับสมมติฐานที่กำหนดไว้ หรือยอมรับ H_a

บทที่ 3

ลักษณะโดยทั่วไปของตลาดอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการลงทุนในตลาดอยู่อาศัยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยเฉพาะอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร สืบเนื่องจากปัญหาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมประกอบกับทิศทางการขยายตัวของเมือง ส่งผลให้รูปแบบการดำรงชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร เริ่มปรับเปลี่ยนจากที่เคยอยู่อาศัยในบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และตึกแถว มาเป็นที่พักที่สามารถตอบสนองความสะดวกสบายทั้งในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ด้านการพักผ่อน และด้านการบริการ อีกทั้งศักยภาพของทำเลที่ตั้งของอาคารชุดที่เหมาะสม ต้องสามารถเข้าถึงแหล่งงาน โรงเรียนแหล่งเศรษฐกิจ อาชีพ ศูนย์การค้า ตลาด เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม การเข้าใจถึงภาวะการแข่งขันของตลาดที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน จำเป็นต้องประเมินทิศทางของสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ไม่จะเป็นเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของประชากรการขยายตัวของภาวะการผลิต เช่น พื้นที่อนุญาตก่อสร้างที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ มูลค่าการจัดสรรที่ดินแปลงย่อย จำนวนที่อยู่อาศัยในกทม.และปริมณฑล ตลอดจนสภาพคล่องทางการเงิน และอัตราดอกเบี้ย เป็นต้นซึ่งเมื่อใดที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ดังกล่าว ย่อมส่งผลกระทบต่อการลงทุนในอาคารชุด โดยทำให้ผู้ประกอบการและผู้ซื้อต่างปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ให้เร่งการลงทุนหรือชะลอโครงการ เป็นต้น

ดังนั้นการกำหนดทิศทางแนวโน้มการลงทุนของอาคารชุดสามารถอธิบายภาพของปัจจัยต่าง ๆ

พอสรุปได้ดังนี้

3.1 สถานการณ์และแนวโน้มการเติบโตของเมืองกับความต้องการที่อยู่อาศัย

3.1.1 ภาพรวมการเติบโตของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

(1) การขยายตัวของประชากร

1) จำนวนประชากรและการเปลี่ยนแปลงของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในอดีตที่ผ่านมาประชากรในเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครได้เคยขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเติบโตด้วยอัตราที่สูงสุดเมื่อเปรียบเทียบการขยายตัวของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งขยายตัวจาก 34.4 ล้านคน เป็น 44.8 ล้านคน หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.03 ต่อปี พอถึงช่วงเวลาระหว่างปี 2513-2523 ประชากรของกรุงเทพมหานครได้ขยายตัวจาก 3,077,336 คน เป็น 4,697,071 คน หรือเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 5.26 ในขณะที่ในพื้นที่ปริมณฑลทั้ง 5 จังหวัด ประชากรได้ขยายตัวจาก 4,52,111 คน เป็น 1,947,354 คน หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.41 ในช่วงเวลาดังกล่าวประชากรได้ขยายตัวต่อเนื่องกันระหว่างพื้นที่กรุงเทพมหานครกับสมุทรปราการ โดยเห็นได้จากอัตราการขยายตัวของประชากรที่สูงใกล้เคียงคือ ร้อยละ 5.26 และ 4.72 ส่วนประชากรในพื้นที่ตอนเหนือในจังหวัดนนทบุรีและปทุมธานี ขยายตัวปานกลางด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.74 และ 3.67 ตามลำดับ สำหรับจังหวัดสมุทรสาคร และนครปฐมซึ่งตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกในปริมณฑลของกรุงเทพมหานครนั้น มีอัตราการขยายตัวปานกลางค่อนข้างต่ำเฉลี่ยร้อยละ 2.33 และ 2.54 ตามลำดับการเปลี่ยนแปลงประชากรในช่วง ระหว่าง พ.ศ. 2526-2533 นั้นพบว่าจำนวนประชากรในเขตปกครองของกรุงเทพมหานคร ขยายตัวในอัตราที่ลดลงจากเดิมมาก โดยจะเห็นได้จากจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 5,018,327 คน ในปีต้นขยายตัวเป็น 5,546,937 คนในปีท้าย หรือขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 1.50 ในขณะที่ประชากรในพื้นที่ ปริมณฑล 5 จังหวัด ขยายตัวจาก 2,320,556 คน เป็น 2,991,673 คน หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.13 ต่อปี สูงกว่าอัตราการขยายตัวของกรุงเทพมหานครเกือบ 3 เท่า ปรัชญาการณดังกล่าวแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการขยายตัวของประชากรอย่างรวดเร็วในพื้นที่ปริมณฑลที่เกิดจากการล้นของประชากรออกจากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร หรืออาจกล่าวอีก

นัยหนึ่งได้ว่าจำนวนประชากรของมหานครแห่งนี้ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา

สำหรับทิศทางการขยายตัวของกรุงเทพมหานครสู่พื้นที่ที่ปริมาตรในระยะหลังนี้ มีความชัดเจนและรุนแรงขึ้นในการขยายเมืองขึ้นไปทางเหนือและตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐานประชากรในจังหวัดนนทบุรีต่อเนื่องขึ้นไปยังจังหวัดปทุมธานี ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.64 และ 3.79 ต่อปีตามลำดับ ส่วนหนึ่งกับการขยายตัวของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ ด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 9.30 ต่อปี อีกส่วนหนึ่งมีทิศทางการขยายตัวเมืองออกไปทางด้านตะวันตกมีอัตราขยายตัวมากขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย โดยในจังหวัดสมุทรสาครมีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.96 ในขณะที่การขยายตัวในจังหวัดนครปฐมซึ่งตั้งอยู่ในทิศตะวันตกเฉียงเหนือมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงจากเดิมโดยขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 1.74 ต่อปี

เป็นที่น่าสังเกตในด้านการกระจายการขยายตัวของประชากรกรุงเทพมหานครออกไปในพื้นที่ปริมาตรนั้น พบว่าการขยายตัวของจำนวนประชากรเฉลี่ยต่อปี ในช่วงเวลาหลัง (ระหว่าง 2526-2533) ในพื้นที่ปริมาตรขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 96,000 คน สูงกว่าการขยายตัวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประมาณ 96,000 คน ถึง 20,000 คน หรือร้อยละ 26.32 ของประชากรที่เพิ่มในกรุงเทพมหานคร ทั้ง ๆ ที่ในช่วงเวลาแรก (ระหว่าง 2513-2532) นั้น ประชากรที่เพิ่มเฉลี่ยต่อปีในเขตกรุงเทพมหานครมีถึงประมาณ 160,000 คน สูงกว่าการเพิ่มในช่วงหลังกว่า 2 เท่า และสูงกว่าประชากรที่เพิ่มขึ้นในเขตปริมาตรในระยะเวลาเดียวกัน ซึ่งเพิ่มเฉลี่ยต่อปีเพียงประมาณ 50,000 คน กว่า 3 เท่าตัว

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของการตั้งถิ่นฐานของประชากรในพื้นที่ปริมาตรในช่วง 5 ปี หลังดังกล่าว ทำให้สัดส่วนของประชากรปริมาตรที่มีต่อกรุงเทพมหานครและปริมาตรรวมสูงขึ้นจากร้อยละ 32 เป็น 35 หรือทำให้สัดส่วนจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครที่มีต่อประชากรรวมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาตรลดลงจากร้อยละ 68 เป็น 65 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบจำนวนประชากรใน กทม.และปริมณฑลระหว่าง ปี 2513 กับ 2522 และ 2526 กับ 2533

หน่วย : ล้านคน

| เขตการปกครอง | จำนวนประชากรจากสำมะโน | | | | จำนวนประชากรทะเบียนราษฎร | | | | อัตราเปลี่ยนแปลง | |
|--------------------------|-----------------------|-----|------|-----|--------------------------|------|------|-----|------------------|---------|
| | 2513 | | 2523 | | 2526 | | 2532 | | 2313-23 | 2526-33 |
| | คน | % | คน | % | คน | % | คน | % | ๙ปี | ๙ปี |
| 1.กรุงเทพฯ | 3.08 | 68 | 4.7 | 71 | 5.02 | 68 | 5.55 | 65 | 5.26 | 1.5 |
| 2.สมุทรปราการ | 0.33 | 7.3 | 0.48 | 7.3 | 0.62 | 8.5 | 0.85 | 10 | 4.72 | 5.3 |
| 3.นนทบุรี | 0.27 | 5.9 | 0.37 | 5.6 | 0.44 | 6.2 | 0.67 | 7.8 | 3.74 | 6.64 |
| 4.ปทุมธานี | 0.23 | 5.2 | 0.32 | 4.8 | 0.36 | 4.9 | 0.45 | 5.3 | 3.67 | 3.77 |
| 5.สมุทรสาคร | 0.2 | 4.4 | 0.25 | 3.7 | 0.33 | 4 | 0.36 | 4.2 | 2.33 | 2.96 |
| 6.นครปฐม | 0.42 | 7.3 | 0.53 | 7.9 | 0.59 | 7.9 | 0.66 | 7.7 | 2.53 | 1.74 |
| 7.ปริมณฑล | 1.45 | 32 | 1.95 | 29 | 2.32 | 32.6 | 2.99 | 35 | 3.41 | 4.13 |
| 8.กรุงเทพฯและ ปริมณฑล | 4.53 | 100 | 6.65 | 100 | 7.34 | 100 | 8.54 | 100 | 4.61 | 2.34 |

ที่มา : สำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ. 2513 และ 2523 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ข้อมูลทะเบียนราษฎร 2526 และ 2533 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

(2) การขยายตัวทางเศรษฐกิจ

1) การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครและ

ปริมณฑล กรุงเทพมหานครนอกจากจะเป็นเมืองหลวงแล้ว ยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในสาขาการผลิตภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการกว่าครึ่งหนึ่งของการผลิตของประเทศเกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนร้อยละ 78 และภาคบริการร้อยละ 53ของการผลิตทั้งประเทศ เป็นแหล่งที่ตั้งโรงงานที่จดทะเบียนและได้รับการส่งเสริมการลงทุนเกือบร้อยละ 60 และการลงทุนจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 70 รวมตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสามารถสร้างงานได้เป็นจำนวนมากคือ กว่าร้อยละ 60 ของการจ้างงานในโรงงานอยู่ในพื้นที่นี้

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกทม. และปริมณฑลในช่วงปี 2524-2534 มีการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GDP) เฉลี่ยร้อยละ 9.1 ต่อ ในเขตกทม. และร้อยละ 10.7% ต่อปี ในจังหวัดปริมณฑล (ตารางที่ 6) นอก

จากตัวชี้วัดการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดูจาก GDP แล้ว อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ 73 บาท/วัน ได้เพิ่มขึ้นเป็น 90 บาท/วัน ในปี 2533 และเป็น 125/วัน ในปี 2536 ค่าจ้างขั้นต่ำในเขต กทม. และปริมณฑลนี้สูงกว่า จังหวัดอื่น ๆ ของประเทศ และมีอัตราการจ้างคนงาน จำนวนมาก จึงเป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดแรงงานจากชนบทให้เคลื่อนย้ายสู่กทม. ส่งผลให้เกิดความต้องการด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น มีผลต่อการขยายตัวเมืองทางกายภาพ

3.1.2 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

(1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของเมือง

ด้วยสภาพพื้นฐานข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น ล้วนเป็น สาเหตุสืบเนื่องมาจากผลกระทบจากระบวนการพัฒนาเมืองของกรุงเทพมหานคร ทั้งใน ทางตรงและทางอ้อม อันได้แก่

1) การย้ายถิ่นฐานเข้าสู่ตัวเมือง จากการที่กรุงเทพฯ เป็น เมืองศูนย์กลาง ทางการปกครองการค้าธุรกิจ การศึกษาและวัฒนธรรม จึงทำให้ กรุงเทพฯ เป็นแหล่งดึงดูดประชากรให้อพยพจากภูมิภาคต่าง ๆ เข้ามาหาแหล่งงานใน กรุงเทพฯ เป็นผลให้มีจำนวนประชากรหนาแน่นมากที่สุดในประเทศและยังไม่มีทีท่าว่า จะลดลง แม้ว่ารัฐบาลจะเร่งรัดนโยบายการกระจายความเจริญออกสู่ชนบทไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งเรื่องนี้ได้มีการตั้งความคิดและแนวนโยบายไว้แล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 โดยกระทรวงมหาดไทยร่วมกับคณะผู้เชี่ยวชาญเยอรมันหรือลิทฟีลด์ ไวททิง บราวด์ แอนด์ แอสโซซิเอท โดยมีจุดประสงค์เพื่อหยุดยั้งการอพยพของชาวชนบทเข้าสู่ กรุงเทพฯ แต่แล้วการอพยพเข้าสู่กรุงเทพฯ ก็ยังคงมีอัตราสูงมาโดยตลอดซึ่งทำให้เมือง ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เปลี่ยนแปลงอัตราส่วนระหว่างประชากรในเมืองกับประชากร นอกเมืองไทยสมดุลกัน มีความหนาแน่นของประชากรในศูนย์กลางเมืองมากเกินไป ซึ่งเกิดปัญหาให้เกิดสลับตามมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่อยู่อาศัยและ สาธารณูปโภค สาธารณูปการที่ดี ในลักษณะเช่นนี้ ถ้าเป็น ประเทศที่พัฒนาแล้ว การ อพยพเข้าสู่เมืองของประชาชนจะทำให้มีผลต่อการเพิ่มเทคโนโลยี แต่สำหรับประเทศที่ กำลังพัฒนาคนจากชนบทอพยพเข้าสู่ตัวเมืองเป็นจำนวนมากจะทำให้เกิดปัญหาทางด้าน สังคมเศรษฐกิจ และที่อยู่อาศัยเพิ่ม แต่อย่างไรก็ตามการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคนี้

ได้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังในปัจจุบันซึ่งคาดว่าแผนเมืองหลักจะบรรลุผลและเริ่มดำเนินการในเร็ววัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์รายได้ประชาชาติใน กทม.และปริมณฑล ในปี 2524 และ 2534

หน่วย : พันล้านบาท

| จังหวัด | 24 | สัดส่วน (%) | 29 | สัดส่วน (%) | 34 | สัดส่วน (%) | การเพิ่มขึ้นรายปี 2524-2534 |
|---------------|-----|-------------|-----|-------------|-------|-------------|-----------------------------|
| กรุงเทพมหานคร | 349 | 77.8 | 438 | 76.0 | 825 | 75.1 | 9.10 |
| นนทบุรี | 12 | 2.7 | 16 | 2.8 | 33 | 2.9 | 10.71 |
| ปทุมธานี | 18 | 4.0 | 32 | 5.5 | 47 | 4.3 | 10.41 |
| สมุทรปราการ | 48 | 10.8 | 55 | 9.6 | 138 | 12.6 | 11.56 |
| สมุทรสาคร | 10 | 2.3 | 18 | 3.2 | 31 | 2.9 | 12.44 |
| นครปฐม | 11 | 2.5 | 17 | 2.9 | 24 | 2.2 | 8.41 |
| รวม | 449 | 100.0 | 576 | 100.0 | 1,098 | 100.0 | 9.48 |

ที่มา : บัญชีผลิตภัณฑ์รวมของภาคและจังหวัดกรุงเทพมหานคร ปี 2524, 2529 และ 2534

2) การเพิ่มขึ้นของประชากรตามธรรมชาติ จากความเจริญทั้งทางการแพทย์ และเทคโนโลยีที่สามารถใช้ทดแทนพลังงานคนลง ทำให้อัตราการตายลดลง นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของประชากรตามธรรมชาติหรือการเกิดตามธรรมชาติก็เป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วง กรุงเทพฯ จึงได้มีประชากรเพิ่มมากขึ้นปี ทั้งจากอัตราการเจริญพันธุ์และการอพยพของชาวชนบท

3) เส้นทางการคมนาคม เทคโนโลยีได้เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็วได้ เกิดมีรถยนต์ รถไฟ รถด่วน และเครื่องบิน ในการขนส่ง ทำให้มีอิทธิพลในการคมนาคมภายในเมือง นอกจากนั้นยังสามารถเชื่อมจังหวัดหนึ่ง ๆ ได้ การเดินทางจึงมีความสะดวกในการมุ่งเข้าสู่กรุงเทพฯ เพื่อแหล่งงานทำและยังกระจายความหนาแน่นของประชากร ในปัจจุบันกรุงเทพฯ เองได้มีบริการขนส่งทั้งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย แต่ในขณะที่เดียวกันการขนส่งก็ยังมีได้มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นปัญหาต่อชุมชนหนาแน่น ที่ต้องเดินทางระหว่างที่ทำงานกับที่พักอาศัยก่อให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด ปัจจุบันเริ่ม

มีปัญหามากยิ่งขึ้นจากการที่คนส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่นอกเมือง ในเวลาเลิกงานปริมาณการจราจรจากในเมืองออกสู่ชานเมืองมีมากในขณะเดียวกันถนนที่มีพื้นที่ผิวจราจรน้อยตลอดจนไม่มีการขนส่งมวลชนที่ดีจึงทำให้เกิดการติดขัดตามถนนที่มุ่งสู่ชานเมืองและเช่นกันในเวลาเช้าครู่สู่ในเมืองก็มีการจราจรติดขัดอีกครั้งหนึ่ง

4) การเพิ่มขึ้นของผู้มีรายได้อ่อนกลาง การเพิ่มขึ้นของผู้มีรายได้อ่อนกลางได้มีอิทธิพลต่อการพัฒนาประเทศมากกว่าแต่ก่อน ทั้งนี้กรุงเทพฯ มีกลุ่มประชากรที่มีรายได้อ่อนกลางมากที่สุด คือประมาณร้อยละ 52 ของประชากรทั้งหมด ผู้มีรายได้อ่อนกลางจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยทั้ง 2 อย่าง คือ ความต้องการที่แท้จริง (Housing Needs) ซึ่งเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้และความต้องการฉาบฉวย (Housing Want) ซึ่งเป็นความต้องการที่แม้จะไม่ได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ที่สามารถอยู่อย่างเหมาะสมตามอัตราได้⁵

5) การเข้ามาให้ความช่วยเหลือของรัฐบาล การเคหะแห่งชาติ เป็นหน่วยงานได้รับมอบหมายให้ทำการแก้ไขปัญหาเรื่องการขาดแคลนที่อยู่อาศัย เท่าที่ผ่านมาการเคหะแห่งชาติได้จัดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง แต่ก็ไม่สามารถสนองตอบได้อย่างเต็มที่ ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ความต้องการในแต่ละปีสำหรับกรุงเทพมหานครประมาณ 20,000 หน่วย แต่ ก.ค.ช. สามารถตอบสนองได้เพียง 5,500 หน่วยต่อปี ความต้องการมีมากขึ้น ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ปัญหาที่ ก.ค.ช.ประสบอยู่ก็คือการลงทุนที่อยู่อาศัยในราคาที่สูงต้องสิ้นเปลืองงบประมาณ แต่ไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างจริงคือผู้มีรายได้น้อย เมื่อได้ที่อยู่อาศัยแล้วก็ทำการขายและกลับไปอยู่สลัมตามเคย นอกจากนี้ ก.ค.ช. ยังไม่มีการวางแผนในเรื่องตำแหน่งที่ตั้งของที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับผังเมืองอย่างแท้จริง จึงก่อให้เกิดปัญหาต่างเป็นอันมาก

6) การใช้ที่ดินอย่างขาดประสิทธิภาพ กรุงเทพมหานครมีการใช้ที่ดินแยกตาการณ์เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายบังคับที่แน่ชัดในการใช้ที่ดิน นอกจากนี้แล้วยังได้กำหนดการใช้ที่ดินเพียงเขต เทศบาลทุกทาง ไม่ได้มีการบังคับและตั้ง

⁵ มาณพ พงศทัต, "เอกสารประกอบการสัมมนา แนวโน้มการพัฒนาที่อยู่อาศัย ปี 2524"

ข้อกำหนดแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่แน่นอน อาทิเช่น แหล่งอุตสาหกรรมแหล่งที่อยู่อาศัย เป็นต้น แม้แต่ภายในเมืองก็มีการใช้อย่างไม่ได้ใคร่ตรง อาคารที่เกิดขึ้นได้ก่อปัญหา การจราจรต่าง ๆ โดยไม่คุ้มค่ากับสาธารณูปการและสาธารณูปโภคที่เป็นอยู่ นอกจากนี้ ยังได้มีการขยายตัวออกสู่ชานเมือง โดยปราศจากแนวทางที่แน่ชัด ซึ่งจะต้องสร้าง สาธารณูปการให้บริการอย่างทั่วถึง แต่ก็ได้บริการเพียงไฟฟ้าเท่านั้น จำต้องใช้น้ำบาดาล ซึ่งก่อปัญหาแผ่นดินทรุดอีก ทำให้เมื่อคิดส่วนรวมแล้วค่าใช้จ่ายต่อหน่วยมีราคา ที่ดินแพงมาก ซึ่งไม่คุ้มค่ากับผลที่ได้รับ

(2) ลักษณะการกระจายตัวที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครในปัจจุบันมีพื้นที่รวม 1,568.737 ตาราง กิโลเมตร จำแนกตามลักษณะการขยายตัวของเมืองได้เป็น 3 เขต ซึ่งจากการศึกษาของ มานพ พงศทัต และคณะ^๑ ถึงแนวโน้มการใช้ที่ดินใน 3 เขตพื้นที่พบความแตกต่างกัน ดังนี้

1) เขตชั้นใน ประกอบด้วยเขตย่อย 14 เขต ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบ ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ บางรัก คูสิต พญาไท ห้วยขวาง ธนบุรี คลองสาน บางกอกใหญ่ บางซื่อ ราชเทวี และสาทร จะมีประชากรประมาณ 4 ล้านคนในปี 2544 ประสิทธิภาพการรองรับประชากรเพิ่มขึ้นจะถึงจุดอิ่มตัวในปี 2544 อีกทั้งเขตชั้นในไม่สามารถจะขยายตัวในทางแนวราบได้ แนวทางการพัฒนาในทางสูงจึงเป็นสิ่งจำเป็น Urban Redevelopment จึงน่าจะเป็นแนวทางปฏิบัติเป็นนโยบายต่อไป บทบาทของเขตชั้นใน 14 เขต ส่วนใหญ่เป็นย่านการค้าบริการ มีเขตพระนครเป็นเขตที่มีบทบาทด้านสถาบันศูนย์กลางวัฒนธรรมและเขตชั้นในที่เป็นเขตค่อนข้างใหญ่ เช่น พญาไท ห้วยขวาง ธนบุรี คลองสาน บางกอกใหญ่ มีบทบาทมากด้านที่อยู่อาศัย เขตชั้นในนี้จะได้รับการบริการด้านการคมนาคม สูงสุดถึงแม้ว่าจะมีพื้นที่การสัญจรต่ำสุดและการที่มี

^๑ มานพ พงศทัต และคณะ, "รูปแบบการใช้ที่ดิน ระบบและโครงสร้างการสัญจร" เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่อง กรุงเทพฯ 2545 ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 5-7 กรกฎาคม 2526, หน้า 24.5-24.

การให้บริการด้านการเข้าถึงสะดวกและมีความหนาแน่นสูงนี้เอง ทำให้ภายในเขตชั้นในมีศูนย์ชุมชน 14 ศูนย์ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางย่านธุรกิจ สูงสุดถึง 9 ศูนย์ด้วย

2) **เขตชั้นกลาง** ประกอบด้วย 15 เขต ได้แก่ ยานนาวา พระโขนง บางเขน บางกะปิ บางกอกน้อย ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ บางคอแหลม บางพลัด จตุจักร ดอนเมือง ลาดพร้าว บึงกุ่ม คลองเตย และประเวศ จะมีประชากรประมาณ 4.22 ล้านคน ในปี 2544 มีประสิทธิภาพการรองรับได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ก็เนื่องด้วยเขตชั้นกลางเป็นเขตที่มีพื้นที่ว่างเพื่อการขยายตัวสูงมาก เป็นเขตความหนาแน่นปานกลาง เขตชั้นกลางบริเวณที่ใกล้กับเขตชั้นในมีระบบการให้บริการด้านสาธารณูปโภค และคมนาคมดีจึงเป็นเขตที่จะดึงดูดการขยายตัวของประชากรในอนาคต นโยบายด้าน Urban Redevelopment ในเขตนี้จึงยังไม่จำเป็น เพราะเป็นเขตใหม่ มีที่ว่างในทางราบสูง มีเพียงเขตเดียวที่ประสิทธิภาพในการรองรับประชากรถึงขีดจำกัด คือบางกอกน้อย เนื่องด้วยเป็นเขตเก่าในฝั่งธนบุรีในด้านการให้บริการด้านคมนาคม เขตชั้นกลางมีพื้นที่จราจรสูงสุด รวมทั้งจะมีถนนวงแหวนรอบใน ผ่านเกือบทุกเขต บทบาทของเขตชั้นกลางปัจจุบันเป็นการใช้ที่ดินเพื่ออยู่อาศัยกับการค้าบริการและตามด้วยสถาบันราชการ โดยมีเขตบางเขน และบางกอกน้อยเป็นเขตที่มีการใช้สถาบันราชการสูง เขตยานนาวา และพระโขนงเป็นเขตที่มีการใช้ที่ดินย่านอุตสาหกรรมสูง เขตชั้นกลางนี้มีศูนย์ชุมชน 15 ศูนย์ มีศูนย์กลางย่านธุรกิจ 2 ศูนย์ รวมทั้งเขตจึงมีบทบาทด้านการอยู่อาศัย การค้าเป็นหลัก และเป็นเขตที่รองรับการดูดซึมของประชากรในกรุงเทพมหานครที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

3) **เขตชั้นนอก** ประกอบด้วย 7 เขต ได้แก่ หนองจอก มีนบุรี ลาดกระบัง บางขุนเทียน คลิ่งชัน หนองแขม และจอมทอง เป็นเขตที่น่าสนใจในอนาคต แต่มีปัญหาด้านนโยบายการใช้ที่ดิน ทั้งนี้เพราะเขตชั้นนอกเป็นเขตเกษตรกรรมขั้นดีที่กำลังถูกรุกไล่ด้วยการขยายตัวของเมือง จะมีประชากรราว 0.873 ล้านคน ในปี 2544 และมีศักยภาพรองรับประชากรเพิ่มได้สูง โดยคิดความหนาแน่นเป็นเขตต่ำ เขตนี้มีการให้บริการด้านการคมนาคมต่ำ แต่มีถนนวงแหวนรอบนอกผ่านเกือบทุกเขต บทบาทของเขตชั้นนอกเป็นด้านที่อยู่อาศัย เพราะมีพื้นที่ว่างและเกษตรกรรมมาก มี

อุตสาหกรรมเป็นบทบาทรอง มีศูนย์กลางชุมชน 7 แห่ง ไม่มีศูนย์กลางย่านธุรกิจเลย เขตชั้นนอกจึงเป็นเขตที่เปราะบางในการใช้ที่ดินจำเป็นต้องมีมาตรการซึ่งบังคับลักษณะการใช้ที่ดินที่เด่นชัด ในด้านนโยบายด้านเกษตรกรรม การใช้พื้นที่ร่วสีเขียวที่ปรากฏอยู่ในทุกเขตของชั้นนอกจะต้องมีการระบุให้ชัดเจน ทั้งยังจะเป็นเขตที่จะแยกส่วนเมืองออกจากชนบท

3.1.3 สถานการณ์และการขยายตัวของที่อยู่อาศัย

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา พ.ศ. 2526-2536 สถานการณ์ที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติของกลไกตลาด หรือเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนหลายอย่างนั้นเป็นผลมาจากการริเริ่มผลักดันของนโยบายของรัฐด้วย การเปลี่ยนแปลงในหลายด้านนั้น อาทิ ภาวะการณ์และการขยายตัวของที่อยู่อาศัย สังเกตว่าในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา การเพิ่มขึ้นของประชากร (population growth) ของประเทศไม่น่าจะเป็นปัญหาสำคัญของที่อยู่อาศัยอีกต่อไป เนื่องจากมีการขยายตัวในอัตราที่ค่อนข้างต่ำในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 1.6 ต่อปีเท่านั้น แต่ที่น่าสังเกต คือ การขยายตัวของประชากรเมือง (Urban population) ที่รวดเร็วมากขึ้นในอัตราประมาณร้อยละ 3-4 ต่อปี จึงทำให้ระดับของความเป็นเมือง (Urbanization level) เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ จนถึงประมาณมากกว่าร้อยละ 30 ในปัจจุบัน ซึ่งหมายความว่าความต้องการด้านที่อยู่อาศัยในเขตเมืองต่าง ๆ จะมีมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีประชากรเมืองกว่าร้อยละ 40 ของประชากรเมืองทั้งประเทศ

1) การขยายตัวของที่อยู่อาศัย

การเปลี่ยนแปลงจำนวนที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงปี 2517-2527 และปี 2527-2531 โดยการเคหะแห่งชาติ (คณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย 2533 : 7-14) พบว่ากรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปี 2531 มีจำนวนที่อยู่อาศัยทั้งสิ้น 1,376,829 หน่วย ปี 2527 มีจำนวน 998,434 หน่วย และปี 2517 มีจำนวน 585,162 หน่วย และจำนวนการเปลี่ยนแปลงในช่วงปี 2527-2531 มีจำนวนเพิ่มสูงกว่าช่วงปี 2517-2527 กล่าวคือ ในช่วงปี 2527-2531 มีจำนวนการเพิ่ม

ขึ้นเฉลี่ยปีละ 95,000 หน่วย หรือมีอัตราการเพิ่มร้อยละ 8.36 ต่อปี ในขณะที่ช่วงปี 2517-2527 นั้น มีจำนวนการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 39,000 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 5.49 ต่อปี (ตารางที่ 7)

ส่วนการขยายที่อยู่อาศัยในช่วงปี 2526-2531 สูงถึงร้อยละ 8.7 และกว่าครึ่งเป็นการผลิตที่อยู่อาศัยโดยภาคเอกชน (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบที่อยู่อาศัยทั้งหมดในเขต กทม.และปริมณฑลปี 2517, 2527 และ 2531

| ประเภท | 2517 | | 2527 | | 2531 | | อัตราการขยายตัว/ปี | |
|----------------------|---------|--------|---------|--------|-----------|--------|--------------------|--------|
| | หน่วย | ร้อยละ | หน่วย | ร้อยละ | หน่วย | ร้อยละ | หน่วย | ร้อยละ |
| ห้องแถว | 134,766 | 23.0 | 247,553 | 24.8 | 256,551 | 18.6 | 6.3 | 0.9 |
| บ้านจัดสรรเอกชน | 20,193 | 3.5 | 113,755 | 11.4 | 204,620 | 14.9 | 18.9 | 15.8 |
| ที่ดินจัดสรร | 31,393 | 5.4 | 70,466 | 7.1 | 88,670 | 6.4 | 8.4 | 2.3 |
| บ้านที่บุคคลสร้างเอง | 209,084 | 35.7 | 271,266 | 27.2 | 454,658 | 33.0 | 2.6 | 5.3 |
| บ้านที่รัฐสร้างให้ | 9,377 | 1.6 | 74,708 | 7.5 | 99,915 | 7.3 | 23.1 | 7.3 |
| ชุมชนแออัด | 139,326 | 23.8 | 160,145 | 16.0 | 173,740 | 12.6 | 1.4 | 7.5 |
| อาคารชุด | na. | na. | na. | na. | na. | na. | na. | na. |
| ที่อยู่อาศัยอื่นๆ | 41,024 | 7.0 | 61 | 6.1 | 40,000 | 2.9 | 3.9 | 9.8 |
| รวมทั้งหมด | 585,163 | 100.0 | 998,436 | 100.0 | 1,376,799 | 100.0 | 5.5 | 8.4 |

ที่มา : คณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย

2) ระบบการผลิตที่อยู่อาศัยและตลาดที่อยู่อาศัย

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ระบบการผลิตที่อยู่อาศัยได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ จากการสร้างเพื่ออยู่อาศัยเอง (individual-built) มาเป็นการจัดสร้างโดยผู้จัดสรร (developers) โดยเฉพาะอย่างยิ่งของผู้ประกอบการในภาคเอกชน ในลักษณะการสร้างเพื่อการค้า (commercially-built) ดังจะเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นในเมืองใหญ่ ๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีสัดส่วนการผลิตที่อยู่อาศัยโดยผู้ประกอบการจัดสรรได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57 ในปี 2530 เป็นร้อยละประมาณ 78 ในปี 2536 โดยในช่วงพัฒนาฉบับที่ 6 ผู้ประกอบการจัดสรรสามารถผลิตที่อยู่อาศัยได้จำนวน 314,138 หน่วย หรือเฉลี่ยปีละ 62,828 หน่วย ในขณะที่บ้าน

สร้างเองมีจำนวน 118,720 หน่วยในปี 2535 ผู้ประกอบการสามารถผลิตที่อยู่อาศัยได้อีก 84,284 หน่วย ขณะที่บ้านสร้างเองมีเพียง 23,717 หน่วย

3) พื้นที่ที่มีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัย

ในปี 2534 พื้นที่กรุงเทพฯ และ 3 จังหวัดในปริมณฑล มีที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นจำนวน 129,688 หน่วย โดยเพิ่มใน กทม. จำนวน 89,851 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 17,800 หน่วย ในเขตกทม. ที่มีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยในปีนี้มีมากที่สุด ได้แก่ เขตบางกะปิ จำนวน 10,754 หน่วย และเพิ่มระหว่าง 5,00-10,00 หน่วย ได้แก่ เขตบึงกุ่ม ภาษีเจริญ บางเขน ดอนเมือง และเขตประเวศ ส่วนใน 3 จังหวัดปริมณฑลเพิ่มขึ้น จำนวน 39,837 หน่วยเป็นการเพิ่มใน จ.สมุทรปราการมากที่สุด จำนวน 24,144 หน่วย รองลงมา ได้แก่ นนทบุรี 12,755 หน่วย และปทุมธานี 2,938 หน่วย (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 8 จำนวนที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้น ในกทม. และ 3 จังหวัดในปริมณฑลในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6

| จังหวัด | ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (หน่วย) | | | | | | %การเปลี่ยนแปลง | |
|---------------|-----------------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|-----------------|-------|
| | 2530 | 2531 | 2532 | 2533 | 2534 | รวม | 33-34 | 30-34 |
| กรุงเทพมหานคร | 40,762 | 51,142 | 63,262 | 72,051 | 89,851 | 317,068 | 24.7 | 21.9 |
| สมุทรปราการ* | 6,726 | 10,960 | 10,133 | 14,593 | 24,144 | 66,556 | 65.4 | 37.6 |
| นนทบุรี** | 5,116 | 4,387 | 5,184 | 8,914 | 12,755 | 36,356 | 43.1 | 25.7 |
| ปทุมธานี*** | 749 | 962 | 1,452 | 6,777 | 2,938 | 12,878 | -56.6 | -40.7 |
| รวม | 53,353 | 67,451 | 80,031 | 102,335 | 129,688 | 432,858 | 26.7 | 24.9 |

ที่มา : รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัย 2534/2535

* ได้แก่ อ.เมือง อ.พระประแดง และอ.บางพลี

** ได้แก่ อ.เมือง อ.บางกรวย และ อ.ปากเกร็ด

*** ได้แก่ อ.เมืองปทุมธานี

สำหรับโครงการที่อยู่อาศัยที่เปิดตัวในปี 2536 นั้นมีจำนวนมากถึง 113,159 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2535 เกือบเท่าตัวและมีจำนวนมากกว่าเป้าหมายที่อยู่อาศัยของแผนพัฒนาฯ ประเทศกว่า 40,000 หน่วย ดังนั้นหลายโครงการจึงประสบปัญหาเรื่องยอดขายไม่ถึงครึ่ง โดยโครงการที่อยู่อาศัยที่ขายได้ดีที่สุด คือทาวน์เฮาส์

ราคาไม่เกินหลังละ 900,000 บาท และคอนโดมิเนียมราคาไม่เกิน 400,000 บาท ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณชานเมืองด้านเหนือและตะวันออก

รูปแบบโครงการที่อยู่อาศัยในปี 2536 เริ่มปรับตัวให้สอดคล้องกับราคาที่ดิน และความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริงของคนกรุงเทพฯ กล่าวคือ ที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลง โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 43.3 เป็นทาวน์เฮาส์ ขณะที่คอนโดมิเนียมเริ่มลดความสำคัญลงจากที่เคยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 58.5 ในปี 2535 ก็ลดลงเหลือร้อยละ 41.73 ในปี 2536 เนื่องจากทัศนคติที่ดินมากกว่าลอยฟ้า แม้จะอยู่ไกลกว่าก็ตาม ประกอบกับโครงการคอนโดมิเนียมที่สร้างเสร็จก็ประสบปัญหาเรื่องการบริหารงานอาคารที่ขาด คนดูแลหรือไม่ค่อยจะมีผู้จ่ายค่าบริการอาคารชุดมากนัก จึงเป็นบทเรียนสำหรับผู้ซื้อรุ่นใหม่ที่ได้ใจจะซื้อทาวน์เฮาส์มากกว่าคอนโดมิเนียม (ตารางที่ 10)

ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการที่อยู่อาศัยในปี 2536 โซนตะวันออก ได้แก่ มินบุรีสุวินทวงศ์ บางนา-ตราด อุดมสุข กิ่งแก้ว ยังเป็นทำเลนิยมของโครงการที่อยู่อาศัย โดยมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 28.06 ของโครงการทั้งหมด แต่ก็เริ่มลดความสำคัญลงเมื่อเทียบกับที่เคยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 34.68 ในปี 2535 พื้นที่โซนเหนือ ได้แก่ งามวงศ์วาน แจ้งวัฒนะ รามอินทรา วัชรพล-สายไหม รังสิต-นครนายก และลำลูกกา เป็นทำเลที่ตั้งที่มีความสำคัญเป็นอันดับสามคือ มีสัดส่วนร้อยละ 25.71 ในขณะที่ปี 2535 มีสัดส่วนร้อยละ 22.48

ในช่วงปี 2536 ที่ผ่านมามีปรากฏว่าทำเลที่มีโครงการขึ้นมากที่สุดคือ โซนตะวันออก โดยมีโครงการเกิดขึ้นมากถึง 31,757 หน่วย หรือประมาณ 28.06 % ของโครงการทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกทม. ส่วนทางโซนเหนือมีโครงการเกิดขึ้นจำนวน 29,091 หน่วย หรือประมาณ 25.71 % ตัวเลขดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มในอนาคตว่าการขยายตัวของเมืองทางด้านเหนือ และตะวันออกเป็นจุดที่มีศักยภาพที่สุด

ตารางที่ 9 โครงการที่เปิดตัวในเขต กทม.และปริมณฑลปี 2534-2536 แยกตามประเภทที่อยู่อาศัย

หน่วย : หน่วย

| ประเภท | ปี2534 | | ปี2535 | | ปี2536 | |
|--------------|--------|---------|--------|---------|---------|---------|
| | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน |
| บ้านเดี่ยว | 11,205 | 13.27 | 5,400 | 9.23 | 11,194 | 9.89 |
| ทาวน์เฮ้าส์ | 20,660 | 25.30 | 15,353 | 26.25 | 48,998 | 43.30 |
| อาคารพาณิชย์ | 3,233 | 3.96 | 2,345 | 4.01 | 4,136 | 3.66 |
| บ้านแฝด | 244 | 0.30 | 410 | 0.70 | 664 | 0.59 |
| อาคารชุด | 43,185 | 52.89 | 34,220 | 58.50 | 47,222 | 41.73 |
| ที่ดินเปล่า | 3,130 | 3.83 | 769 | 1.31 | 623 | 0.55 |
| อื่นๆ | - | - | - | - | 313 | 0.28 |
| รวม | 81,657 | 100.00 | 58,497 | 100.00 | 113,150 | 100.00 |

ที่มา : คณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 10 โครงการที่เปิดตัวในเขต กทม.และปริมณฑลปี 2534-2536 แยกตามทำเลที่ตั้ง

หน่วย : หน่วย

| ประเภท | ปี2534 | | ปี2535 | | ปี2536 | |
|-------------------|--------|---------|--------|---------|---------|---------|
| | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน |
| เขตศูนย์กลางเมือง | 4,338 | 5.31 | 6,227 | 10.64 | 9,255 | 8.18 |
| โซนใต้ | 13,367 | 16.37 | 8,202 | 14.02 | 9,897 | 8.75 |
| โซนเหนือ | 15,021 | 18.40 | 13,151 | 22.48 | 29,091 | 25.71 |
| โซนตะวันตก | 35,609 | 43.61 | 10,631 | 18.17 | 31,318 | 27.68 |
| โซนตะวันออก | 13,322 | 16.31 | 20,286 | 34.68 | 31,757 | 28.06 |
| อื่นๆ | - | - | - | - | 1,832 | 1.62 |
| รวม | 81,657 | 100.00 | 58,497 | 100.00 | 113,150 | 100.00 |

ที่มา : ผู้จัดการรายสัปดาห์ 14-20 ก.พ. 2537

ส่วนโซนตะวันตก ได้แก่ บริเวณบางบัวทอง รัตนาธิเบศร์ ปทุมธานี พุทธมณฑล ได้เพิ่มความสำคัญขึ้นมากอีกครั้งหนึ่ง จากสัดส่วนร้อยละ 18.17 ในปี 2535 เป็นร้อยละ 27.68 ในปี 2536 เนื่องจากปัจจัยด้านราคาที่ดินและความพร้อมของระบบถนนและบริการสาธารณูปโภค ราคาที่อยู่อาศัยของโครงการที่เปิดตัวในปี 2536 เริ่มสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของคนกรุงเทพฯ และแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติปัจจุบัน โดยโครงการที่เปิดตัวใหม่อ้อยละ 56.38 มีราคาต่ำกว่าหลังละ 800,000 บาทลงมา และอีกอ้อยละ 35.28 เป็นราคาหลังละ 800,000-2,000,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นที่อยู่อาศัยราคาเกินกว่าหลังละ 2 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเดี่ยว หรือถ้าเป็นคอนโดมิเนียมก็เป็นประเภทเคอูลูกซ์ขนาดพื้นที่มากกว่า 80 ตารางวา

จากการศึกษาและวิจัย ความต้องการบ้านและที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย ดร.กิตติ ลิ้มสกุล (ผู้จัดการรายสัปดาห์ กพ.2537 : 43-44) ผู้อำนวยการโครงการพัฒนาศาสตร์ด้านแบบจำลองและพยากรณ์เศรษฐกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าจุดที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยนับจากนี้ไป โดยเฉพาะประเภทบ้านจัดสรรนั้นจะมีอยู่เพียง 2 โซนเท่านั้นคือ กทางด้านทิศเหนือ และทางด้านทิศใต้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านทิศเหนือ ซึ่งอยู่บริเวณด้านเหนือของสนามบินดอนเมืองขึ้นไปริมถนนคลองรังสิต และกินพื้นที่ถึงช่วงตลาดรังสิตแล้ว เลี้ยวซ้ายเข้าไปในตลาดบางพูน จะอยู่ในเกณฑ์ดีมาก เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้านสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วรวมถึงธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่จะขยายตัวไปพร้อม ๆ กับความต้องการที่อยู่อาศัยด้วย ปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะเกื้อหนุนให้บริเวณด้านทิศเหนือเป็นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาที่อยู่อาศัยก็คือ โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ของรัฐบาลที่คาดว่าจะแล้วเสร็จและเปิดบริการได้ภายในปี 2537 นี้เป็นส่วนใหญ่ ทำให้นักลงทุนเริ่มเข้าไปตัดกว้านซื้อที่ดินเปล่าเพื่อนำมาพัฒนาแล้ว

สำหรับโครงการในทิศเหนือที่เริ่มดำเนินการแล้วและคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ภายในปลายปี 2537 นี้เป็นส่วนใหญ่ เช่น โครงการทางด่วนขั้นที่ 2 ระยะที่ 1 สายแจ้งวัฒนะ-พระรามที่เก้า โครงการทางยกระดับดินแดง-ดอนเมือง, โครงการก่อสร้างถนนสายรังสิต-สระบุรี โครงการก่อสร้างถนนวงแหวนฝั่งทะเลตะวันตก 340 สายตลิ่งชัน-บางบัวทอง โครงการก่อสร้างถนนวงแหวนฝั่งตะวันออกบางบัวทอง 311 โครงการก่อสร้างถนนสายรองนนทบุรี โครงการก่อสร้างถนนสายรองลาดพร้าว-รามอินทรา

ส่วนโครงการที่คาดว่าจะแล้วเสร็จตามสัญญาในปี 2539 นั้น ประกอบด้วย โครงการทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา ระยะทาง 13 กม. (เชื่อมทิศเหนือและทิศตะวันออก) โครงการก่อสร้างถนนวงแหวนฝั่งตะวันตก โครงการก่อสร้างถนนพหลโยธิน-รัตนโกสินทร์ โครงการปรับปรุงและขยายซอยศรีสมาน และโครงการก่อสร้างถนนฝั่งตะวันออกเพิ่ม

นอกจากนั้นยังเป็นผลมาจากอัตราค่าที่ดินยังต่ำทำให้ต้นทุนผลิตบ้านต่ำด้วย และที่ดินในบริเวณนี้ยังพอมือเหลืออีกมากถ้าเปรียบเทียบกับแหล่งอื่น เช่น ย่านงามวงศ์วาน แจ้งวัฒนะ นนทบุรี ซึ่งล้วนแต่เป็นย่านที่เริ่มหนาแน่นและที่ดินก็เริ่มถีบตัวสูงขึ้นเป็นวงตามตัวเช่นกัน สังกศัญญ์ได้จากขณะนี้ โครงการที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมากที่เปิดตัว ส่วนใหญ่แล้วมักจะตั้งอยู่ในช่วงถนนรังสิต-องครักษ์ เป็นจำนวนมาก ไล่เรียงตั้งแต่คลอง 1 ไปตลอดสองข้างทาง ตลอดจนราคาขายต่อหน่วยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากจะเจาะกลุ่มเป้าหมายระดับกลางลงล่างเป็นหลักและยังอยู่ไกลจากกทม.มาก ประกอบกับย่านรังสิตนี้ มีความพร้อมที่จะกลายเป็นศูนย์กลางของทางด้านเหนือ ด้วยสาเหตุที่ว่าถูกล้อมรอบด้วยถนนวงแหวนรอบนอกฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก โดยมีถนนพหลโยธิน ซึ่งเป็นถนนสายหลักในการนำพาความเจริญมาสู่บริเวณนี้อยู่ตรงกลาง

ส่วนพื้นที่อีกแห่งหนึ่งจะกลายเป็นทำเลทองต่อไปนี้ บริเวณทิศตะวันออก ซึ่งจะครอบคลุมถึงถนนหลัก ๆ เช่น ถนนบางนา-ตราด ถนนศรีนครินทร์ ถนนเทพารักษ์ สมุทรปราการ ซึ่งมีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งถนนบางนา-ตราด ที่จะกลายเป็นถนนหน้าด่านไปสู่โครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออก ทำให้ถนนสายนี้มีศักยภาพในเชิงเศรษฐกิจค่อนข้างสูง

ในปัจจุบันนี้ ถึงแม้ว่าจะมีการพัฒนาที่ดินโครงการจัดสรรต่าง ๆ ในย่านนี้เป็นจำนวนมากแล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีพื้นที่เหลืออีกเป็นจำนวนมากที่รอการพัฒนาในอนาคต ซึ่งส่วนใหญ่แล้วที่ดินผืนงามหลายแห่งจะตกอยู่มือของเอกชนและนักพัฒนาที่ดินเป็นจำนวนมาก โครงการที่เกิดขึ้นในขณะนี้ล้วนเป็นโครงการที่เจาะกลุ่มเป้าหมายในระดับกลางถึงสูงผัดกับทำเลในบริเวณทิศเหนือย่านรังสิตที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายระดับกลางลงล่างเป็นหลัก จึงทำให้ที่ดินในย่านนี้ค่อนข้างต่ำกว่าที่ดินในย่านบาง

นา-ตราด ประกอบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะมารองรับกับความเจริญของแหล่งชุมชนนี้ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งบันเทิงอย่างเสรีเซ็นเตอร์ ซีคอนสแควร์ บณถนนศรีนครินทร์ ห้างเซ็นทรัล อิมพีเรียล โรงพยาบาลบางนา โรงพยาบาลไทยนครินทร์ บณถนนบางนา-ตราด จะยิ่งช่วยทำให้ชุมชนในย่านนี้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น

ส่วนระบบโครงข่ายถนนในทิศตะวันออกนี้ ที่จะเป็นส่วนเสริมให้การสัญจรไปมาสะดวกมากยิ่งขึ้นขณะนี้อยู่ระหว่างการดำเนินงานหลายโครงการซึ่งคาดว่าโครงการที่จะแล้วเสร็จตามสัญญาใน ปี 2538 ประกอบด้วยโครงการขยายถนนศรีนครินทร์ บางนา-ตราด สมุทรปราการ โครงการก่อสร้างถนนเกษตร-สุขาภิบาล 1 (เชื่อมทิศเหนือกับทิศตะวันออก) โครงการปรับปรุงขยายซอยลาซาล 105 โครงการปรับปรุงขยายซอยแบริง-เชื่อมลาซาล โครงการก่อสร้างถนนกรุงเทพ-ชนบุรีสายใหม่ โครงการก่อสร้างถนนพระรามที่เก้า-ศรีนครินทร์ โครงการถนนวัดกิ่งแก้ว-รัตนโกสินทร์ 200 โครงการต่อขยายถนนพัฒนาการ-อ่อนนุช โครงการถนนศรีนครินทร์-บางปะกงใจ เป็นต้น

3.2 ลักษณะการลงทุนของอาคารชุด

3.2.1 วิวัฒนาการของอาคารชุด

ในอดีตประชาชนทั่วไปจะมีการเลือกเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยได้ไม่ทุกรูปแบบเท่านั้น คือ แบบบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ ตึกแถว แฟลตและอพาร์ทเมนต์ แต่เมื่อที่ดินในย่านชุมชนใจกลางเมืองมีน้อยลงและมีราคาแพงขึ้นมาก จึงได้มีการลงทุนก่อสร้างอาคารชุดเพื่อพักอาศัย ซึ่งก็เป็นที่อยู่อาศัยที่ขึ้นในทางแนวตั้งและอาคารชุดมักจะพยายามก่อสร้างให้เป็นชุมชนในตัวเอง โดยมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในบริเวณอาคารด้วย

ในช่วงปี 2513 ได้มีกลุ่มผู้ลงทุนสร้างอาคารชุดแถบราชดำริ มีการโฆษณาทำแบบก่อสร้างและประเมินค่าในตลาดเป็นการใหญ่ ราคาต่อหน่วยในขณะนั้นประมาณ 800,000-1,200,000 บาท ปากฎว่ามีผู้สนใจมากมาย แต่ในที่สุดต้องเลิกล้มไปเพราะไม่มีลูกค้าจริงจึงและส่วนใหญ่ยังเห็นว่าราคาแพง นอกจากนี้กลุ่มผู้พัฒนา ยังไม่มีแหล่งเงินทุนที่ชัดเจน ต่อมาในปี 2516 มีโครงการอาคารชุดอีกแหล่งหนึ่งที่ถนน

สาธรได้ โดยมีบริษัทพัฒนาที่ดินจากสิงคโปร์-ฮ่องกง มาร่วมกับบริษัทในประเทศไทย นำอาคารชุดมาเสนอขายในตลาดราคาปานกลางคือ ประมาณ 500,000 บาทต่อหน่วย โครงการนี้เกือบจะลงมือก่อสร้างก็เกิดปัญหาสหรัฐอเมริกาพ่ายแพ้ในสงครามเวียดนาม และกัมพูชา โครงการนี้จึงล้มพับไปอีกโครงการหนึ่ง

อาคารชุดเริ่มมีบทบาทจริงจังในราวปี 2519-2520 เนื่องจากการเคหะแห่งชาติมีปัญหาด้านการจัดหาชุดที่อยู่อาศัย จึงมีนโยบายขายแฟลตบางแห่งให้กับประชาชนไปเลย แต่ยังติดขัดอยู่ว่าไม่สามารถทำได้ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ จึงได้มีการฟื้นฟูการร่างกฎหมายอาคารชุดอีกครั้งหลังจากที่สภานิติบัญญัติแห่งชาติเคยคิดจะร่างกันในอดีตครั้งหนึ่ง แต่ถูกคัดค้านไปเนื่องจากข้อขัดแย้งบางประการเกี่ยวกับข้อกำหนดที่ขัดกับกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เป็นกฎหมายหลักของไทย อย่างไรก็ตามจากความพยายามอย่างมาก ในที่สุดสภานิติบัญญัติก็ได้ผ่านกฎหมายอาคารชุดออกมาในปี 2522 ทำให้มีผู้สนใจอาคารชุดมากยิ่งขึ้น และมีอาคารชุดเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอาคารชุดประเภทที่พักอาศัย ซึ่งอาจแบ่งช่วงการเจริญเติบโตของธุรกิจอาคารชุดออกได้เป็น 2 ยุค ดังนี้

1) ยุคแรกของธุรกิจอาคารชุด (2525-2526)

ธุรกิจอาคารชุดเพิ่งเริ่มได้รับความสนใจอย่างจริงจังในระหว่างปี 2525-2526 ซึ่งการลงทุนในอาคารชุดยุคแรกนี้จะมีลักษณะเป็นอาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย สำหรับคนที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Class) และรายได้ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (Lower-Middle Class) เป็นหลักโดยราคาขายจะอยู่ระหว่าง 200,000-3,000,000 บาทต่อหน่วย ในระยะดังกล่าวโครงการส่วนใหญ่ไม่สู้ประสบความสำเร็จมีหลายโครงการต้องแปลงสภาพเป็นอพาร์ตเมนต์ให้เช่า ทั้งนี้เนื่องจากค่าเช่าแฟลตหรืออพาร์ตเมนต์ในขณะนั้นไม่สูงนัก ประชาชนจึงนิยมเช่าอาศัยมากกว่า อีกทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้ซื้อยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ดีพอเกี่ยวกับอาคารชุด ส่วนการจัดการเพื่อการอยู่ร่วมกันในอาคารชุดแต่ละแห่งยังขาดประสิทธิภาพ ประกอบกับในช่วงปี 2526-2527 รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายการเงินค่อนข้างเข้มงวด เช่น มีการจำกัดสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจก่อสร้างด้วย

แม้ว่าในระยะต่อมาสถานการณ์ด้านที่อยู่อาศัยเริ่มฟื้นตัวขึ้น ในช่วงกลางปี 2529 ตามภาวะเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยและการสนับสนุนของรัฐที่ให้นำ ดอกเบี้ยเงินกู้จากการสร้างหรือเช่าซื้ออาคารที่อยู่อาศัยมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ก็ตาม ประชาชนก็ยังไม่สนใจลงทุนในอาคารชุดมากไปกว่าการลงทุนในบ้านจัดสรร

2) ยุคที่สองของธุรกิจอาคารชุด (2531-2532)

เมื่อเศรษฐกิจของประเทศเริ่มฟื้นตัวขึ้นในปี 2529-2530 ปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ทั้งด้านจำนวนพื้นที่ ราคาที่ดินที่ยังไม่สูงมากนัก ค่าก่อสร้างที่ยังไม่ปรับตัวสูงขึ้น ค่านิยมของผู้บริโภค ภาวะการทองเทียวที่คึกคักขึ้น ประกอบกับสภาพคล่องทางการเงินและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยู่ในระดับต่ำ ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ให้การสนับสนุนเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น จึงเอื้ออำนวยต่อการลงทุนเพื่อที่อยู่อาศัยอีกครั้งหนึ่ง แต่เป็นไปในรูปของบ้านจัดสรร และทาวน์เฮาส์เป็นสำคัญ จนกระทั่งถึงปี 2531-2532 เมื่อเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวสูงมากประชาชนมีอำนาจซื้อสูง การลงทุนในที่อยู่อาศัยจึงเพิ่มมากขึ้นและอัตราการผ่อนชำระในบางท้องที่ใกล้เคียงกับค่าเช่าแฟลตและอพาร์ทเมนต์ ดังนั้น อาคารชุด จึงเริ่มกลับมาเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางอีกครั้งหนึ่งจนเรียกว่าเป็น "ยุคทองของอาคารชุด"

การตื่นตัวของธุรกิจอาคารชุดในช่วงปี 2531 ถึงต้นปี 2532 เริ่มต้นจากโครงการขนาดใหญ่ สำหรับผู้มีรายได้สูงและปานกลางค่อนข้างสูงและปานกลางค่อนข้างสูง (High & Higher Middle Class) ราคาขายตั้งแต่ 500,000 ถึง 8,000,000 บาทต่อหน่วย

ช่วงกลางปี 2532 จากความสำเร็จของโครงการอาคารชุดราคาแพง ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปเริ่มยอมรับสภาพการอยู่อาศัยในอาคารชุดมากขึ้น ประกอบกับภาวะต้นทุนการก่อสร้าง ทั้งราคาที่ดินและวัสดุก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้นมาก อำนาจซื้อในบ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์ลดลง ผู้ลงทุนจึงหันไปลงทุนในลักษณะอาคารชุดขนาดเล็กแทน เนื่องจากสามารถทำกำไรได้มากกว่าบ้านจัดสรร ดังนั้น โครงการอาคารชุดราคาถูกสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางค่อนข้างต่ำ (Lower-Middle Class) ที่เคยอยู่

แฟลต หอพัก หรือบ้านเช่าเช่น คนงานในโรงงานอุตสาหกรรมและนักศึกษาจึงเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นและแนวโน้มจะยังคงขยายตัวได้ดีต่อไป ตลอดจนกระทั่งถึงช่วงสงครามอ่าวเปอร์เซียในปี พ.ศ. 2533-2534 อัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงของธุรกิจอาคารชุดรวมถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทุกประเภทกลับเข้าสู่ภาวะชะงักงัน อันเป็นผลกระทบจากการที่ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากการลดลงของ Demand ที่นิยมอันได้แก่ การซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการเก็งกำไร แทนที่จะต้องการอยู่อาศัยอย่างแท้จริง ในขณะเดียวกันการก่อสร้างที่อยู่อาศัยยังเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง ทำให้ที่อยู่อาศัยที่สร้างเสร็จในช่วงเวลาดังกล่าวขายไม่ออกเกิดเป็นลักษณะ Over Supply ขึ้นมาก จนถึงปัจจุบัน

3.2.2 ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดภาวะอุปสงค์

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการมีบ้านพร้อมบริเวณ ในอดีตได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการอยู่อาศัยเป็นการอยู่อาศัยในห้องชุดบริเวณใจกลางเมือง, การคมนาคมสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งนี้เนื่องมาจากที่ดินที่มีราคาสูงขึ้น โดยเฉพาะในเขตใจกลางเมืองและปัญหาการจราจร รวมไปถึงการได้รับอิทธิพลจากค่านิยมของผู้บริโภคที่มีรสนิยมอยู่อาศัยในห้องชุดมากขึ้น ด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจในด้านภาวะปัจจัยด้านอุปสงค์จึงเป็นสิ่งจำเป็น ประกอบด้วย

1) **จำนวนประชากร** ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องจากการย้ายถิ่นฐานเป็นสาเหตุสำคัญ จากการคาดการณ์ประมาณประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2543 ของกองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สรุปได้ว่า กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีเนื้อที่ 1,565.2ตารางกิโลเมตร มีประชากรเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากการคาดการณ์ประมาณประชากร จำแนกตามจังหวัด กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในระหว่างปี พ.ศ.2533-2543 จะเห็นได้ว่า การคาดการณ์จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปี 2533 มีจำนวน 8.97 ล้านคน และจากการคาดการณ์ประมาณประชากรในปี พ.ศ. 2534, 2535, 2536, 2537 และ 2538 มีจำนวน 9.155 ล้านคน 9.341 ล้านคน 9.52 ล้านคน 9.712 ล้านคน และ 9.899 ล้านคน ตามลำดับ

กองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คาดการณ์ประมาณประชากรในกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลในปี พ.ศ. 2543 ได้ว่า จะมีจำนวนประชากรประมาณ 10.8 ล้านคน (ตารางที่
11)

2) **ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเหมือนกัน** คือต้องการความ
สะดวกสบายจะนั้นในการเลือกที่อยู่อาศัยผู้บริโภคจะเลือกที่อยู่อาศัยที่ให้ความสะดวก
สบายทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด
กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องการมีที่พักอาศัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมเพียง และ
สะดวกสบายในการเดินทาง ทำให้สุขภาพร่างกาย และจิตใจดีขึ้น

การอาศัยในบ้านที่มีบริเวณผู้บริโภคจะต้องเสีย เวลามากใน
การดูแลรักษา มากกว่าการอาศัยในอาคารชุด ซึ่งอาคารชุดเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมเพียง จะเห็นได้ว่าอาคารชุดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้
บริโภคมีความต้องการสะดวกสบายจากการเดินทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกใน
โครงการ ตลอดจนการดูแลรักษาที่สะดวกกว่า
ตารางที่ 11 การประมาณประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑล ในปี พ.ศ. 2533-2543

หน่วย: พันคน

| จังหวัด | ปี | | | | | | |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | 2533 | 2534 | 2535 | 2536 | 2537 | 2538 | 2543 |
| กรุงเทพฯ | 6,162 | 6,267 | 6,370 | 6,470 | 6,574 | 6,679 | 7,149 |
| ปริมณฑล | 2,808 | 2,888 | 2,971 | 3,050 | 3,138 | 3,220 | 3,655 |
| รวม | 8,970 | 9,155 | 9,341 | 9,520 | 9,712 | 9,899 | 10,804 |

ที่มา : การคาดการณ์ ประมาณประชากรไทย ปี พ.ศ. 2533-2543 กองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงาน
คณะกรรมการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ

3) **ความต้องการคอนโดมิเนียม** จากลักษณะคอนโดมิเนียมที่เกิดขึ้น
ขึ้นในช่วงปัจจุบัน จะเห็นว่าห้องชุดที่นำออกเสนอนั้นส่วนใหญ่เป็นห้องชุดระดับ
ราคาค่อนข้างสูง คือมีระดับราคาตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป นั้นย่อมหมายความว่าอย่าง

และพักตากอากาศ (สำหรับวันหยุดใช้เงินแค่ระยะแถวจากสนามบิน) จะต้องมียารักษาโรคมากพอรองรับการลงทุนทำโครงการคอนโดมิเนียม ในปัจจุบันและในอนาคตที่เป็นโครงการระดับราคาค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ตามสำหรับคอนโดมิเนียมที่อยู่อาศัยและพักตากอากาศระดับราคาปานกลางลงมา น่าจะยังมีตลาดที่เป็นลูกค้าคนไทยรองรับมากอยู่ เพราะมีคนจัดทำน้อย แต่ก็เป็นที่น่าสงสัยอยู่อีกว่าศักยภาพในการจัดทำคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางลงมาจะมีได้มากน้อยแค่ไหน ในเมื่อราคาที่ดินและวัสดุก่อสร้างยังมีแนวโน้มขยับตัวสูงขึ้นอยู่ทุกวัน

ตัวแปรสำคัญสำหรับคอนโดมิเนียมที่อยู่อาศัยราคาสูงในอนาคตคงได้แก่ ชาวต่างชาติที่จะเข้ามาอาศัยหรือเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นสำคัญ นอกจากนั้นก็ขึ้นอยู่กับบรรยากาศการลงทุนและการเก็งกำไร ซึ่งมีลูกค้าชั้นสุดท้ายเป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาเช่าอยู่อาศัยหรือเข้ามาซื้อในกรณีหมายเหตุให้ชาวต่างชาติมีสิทธิเป็นเจ้าของคอนโดมิเนียม ซึ่งจะมีผลมาบังคับต่อไปในอนาคต

สำหรับทางด้านคอนโดมิเนียมสำนักงานงานที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบรรดานักธุรกิจห้างร้านต่าง ๆ นั้นปัญหาทางด้านกำลังซื้อออกจะไม่ใช่ตัวแปรสำคัญนัก สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งมีศักยภาพในการแสวงหารายได้ค่อนข้างมาก ยิ่งเมื่อมาพิจารณาทางด้านอัตราการเติบโตของธุรกิจประเภทต่าง ๆ แล้ว โดยสังเกตจากสถิตินิติบุคคลที่จัดตั้งตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา จำนวนนิติบุคคลมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 30 ต่อปี ทั้งนี้ น่าจะเป็นตลาดรองรับคอนโดมิเนียมประเภทสำนักงานที่ยังมีอยู่จำนวนไม่มากนักได้เป็นอย่างดี

4) สถานะทางการเงิน การที่อัตราดอกเบี้ยขยับตัวสูงขึ้น และการที่สถาบันการเงินเริ่มมีมาตรการในการระมัดระวังในเรื่องการให้สินเชื่อเพื่อธุรกิจคอนโดมิเนียม เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดปัญหาล้มตลาด รวมถึงเพื่อเป็นการตอบสนองนโยบาย และทำที่ของทางธนาคารแห่งประเทศไทย ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้คาดว่าจะมีส่วนไม่มากนักน้อยที่ทำให้บรรยากาศการลงทุนทำโครงการคอนโดมิเนียม การลงทุนส่วนบุคคลของผู้ซื้อ รวมถึงการเก็งกำไรชะลอตัวลง ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจะมีมากน้อยเพียงใดคงขึ้นกับว่าอัตราดอกเบี้ยจะสูงขึ้นแค่ไหนและข้อจำกัดตลอดจนเงื่อนไขการขอสินเชื่อเข้มงวดมากน้อยเพียงใด

5) ราคาห้องชุดที่มีการปรับราคาสูงขึ้น การที่ปัจจุบันราคาวัสดุก่อสร้างหลายชนิดขยับตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ เช่นเดียวกับราคาที่ดิน รวมถึงการจ้างรับเหมาของบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีค่าจ้างสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา เพราะบริษัทรับเหมาก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่มีไม่เพียงพอ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้คาดว่าจะทำให้ราคาห้องชุดในโครงการคอนโดมิเนียมหลายโครงการมีแนวโน้มขยับตัวสูงขึ้นและคงจะส่งผลกระทบต่อบ้างในแง่ผู้ลงทุนหรือตลาดผู้เก็งกำไร ซึ่งเป็นคนในประเทศให้ชะลอตัวลงพอสมควร

อย่างไรก็ตาม สำหรับตลาดชาวต่างชาติที่ตลาดส่วนนี้มีความยืดหยุ่นของความต้องการค่อนข้างต่ำ คือตลาดมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคน้อย ดังนั้นคาดว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดชาวต่างชาติมากนัก

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วทั้งหมดอาจสรุปได้ว่า ศักยภาพการเติบโตของตลาดคอนโดมิเนียมในระยะอันใกล้ยังมีแนวโน้มขยายตัวอยู่ แต่ก็คาดว่าจะไม่แจ่มใสเหมือนเดิม ทั้งนี้จะเป็นผลมาจากนโยบายของทางธนาคารแห่งประเทศไทยที่เริ่มเพ่งเล็งธุรกิจคอนโดมิเนียมมากขึ้น ซึ่งทำให้อุปสรรคทางด้านเงินทุนจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินมีมากขึ้น นอกจากนั้นจะเป็นผลมาจากโอกาสทางการตลาดที่มีแนวโน้มแคบลงตามลำดับ เนื่องจากตลาดเริ่มเปลี่ยนจากตลาดผู้ขายกลายเป็นตลาดของผู้ซื้อมากขึ้นไปทุกขณะ กอปรกับตลาดการลงทุนและตลาดการเก็งกำไรมีแนวโน้มหดตัวลง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลให้การลงทุนจัดทำโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ ๆ ออกขายจะเป็นงานที่ต้องเหนื่อยและต้องใช้ความพยายามทางการตลาด

มากขึ้น สิ่งต่าง ๆ ที่ควรคำนึงให้มากสำหรับนักลงทุนรายใหม่ ๆ ก็คือในเรื่องการศึกษา ภาวะตลาดควรคำนึงให้มากสำหรับนักลงทุนรายใหม่ ๆ ก็คือในเรื่องการศึกษาภาวะตลาดควรทำเป็นอย่างดีก่อนเป็นลำดับแรก ขณะเดียวกันต้องวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งและแสงหารูปแบบอาคารชุดและห้องชุดที่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าที่ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น แนวความคิดของคอนโดเทลที่ผสมผสานการดำเนินการแบบโรงแรมเข้าร่วมด้วย หรือแม้กระทั่งคอนโดเซนที่ผสมผสานแนวความคิดกรรมสิทธิ์ในแต่ละห้อง (ไปท์เมนท์) เข้าร่วมด้วย ซึ่งจะเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับผู้คิดดำเนินธุรกิจคอนโดมิเนียมในช่วงปีนี้ ที่ควรจะต้องทำเพื่อให้โครงการของตัวเองประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังต่อไป

3.2.3 ภาวะอุปทานของอาคารชุด

พฤติกรรมของผู้ผลิตต้องการที่จะได้รับกำไรสูงสุด ในการก่อสร้างคอนโดมิเนียมผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตทางด้านที่ดินและต้นทุน การก่อสร้างเฉลี่ยต่อหน่วยได้ แต่ต้องไปเพิ่มต้นทุนทางด้านระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตอาคารชุดสูงขึ้น

ดังนั้นการสร้างอาคารชุดจะต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายว่าจะผลิตอาคารชุดขึ้นมาเพื่อตอบสนองผู้มีรายได้ระดับใดและมีทำเลที่ตั้งที่ใด ซึ่งตามความเป็นจริงผู้ผลิตจะให้ความสนใจแก่ผู้ที่มีรายได้ปานกลางและระดับสูงทั้งนี้ เพราะมีกำไรสูง นอกจากนี้ราคาที่ดินในชุมชนย่านใจกลางเมืองที่มีราคาค่อนข้างสูงจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างอาคารชุดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีรายได้ ระดับปานกลางจนถึงสูง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในย่านใจกลางเมืองอาคารชุดที่สร้าง ส่วนใหญ่จะตอบสนองผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลาง-สูง ส่วนอาคารชุดระดับราคาต่ำจะอยู่ในย่านอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในแถบชานเมืองอาคารชุด เริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้น การลงทุนในโครงการประเภทนี้ จึงเป็นที่สนใจของนักลงทุน

เมื่อพิจารณาทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ของตลาดที่อยู่อาศัย จะเห็นได้ว่าอาคารชุด จะมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยมีความตื่นตัวมากขึ้น

ทั้งนี้เนื่องจากอาคารชุดเป็นสินค้าล่าช้าที่สุดสำหรับตลาดซึ่งทั้งผู้ลงทุนและผู้อยู่อาศัยต่างก็ให้ความสนใจ

3.3 สภาพและลักษณะความต้องการอาคารชุดในเขตชั้นกลาง

3.3.1 ศักยภาพทางเศรษฐกิจในเขตชั้นกลาง

1) ปริมาณรายได้ของประชากร ระหว่าง ปี 2534-2536

การเสียภาษีอากรของประชากรเพราะเนื่องจากประชาชนทุกคนมีหน้าที่ในการเสียภาษี การจัดเก็บรายได้ตามปริมาณมากน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะศักยภาพตามพื้นที่เศรษฐกิจในแต่ละเขตนั้น ๆ ทั้งนี้การพิจารณาอัตราการเติบโตศักยภาพจำเป็นต้องอาศัยตัวเลขการจัดเก็บภาษีจากกรมสรรพากรเป็นเครื่องชี้การขยายตัวทางเศรษฐกิจในแต่ละเขต หากเขตใดมีอัตราการจัดเก็บสูงสุดย่อมหมายถึงเป็นพื้นที่ในเขตนั้นมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ดี และหากพื้นที่ใดมีการขยายตัวต่ำ ย่อมส่งผลต่อการเติบโตในเขตนั้น ๆ ซึ่งได้เก็บรวบรวมตัวเลขเหล่านี้ไว้

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา พบว่ากรุงเทพมหานครได้มีเงินได้จากการจัดเก็บภาษีอากรของเขตต่าง ๆ รวม 174,733.3, 199,124.0 และ 247,105.5 ล้านบาท ตามลำดับ ในปี 2534, 2535 และ 2536 โดยที่เขตที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงสุดคือ เขตบางกอกน้อย คิดเป็นร้อยละ 169 รองลงมาได้แก่ ดลิ่งชั้น ลาดพร้าว ธนบุรี ฯลฯ ส่วนเขตที่มีการจัดเก็บน้อยสุดคือ เขตบึงกุ่ม สำหรับเขตที่มีปริมาณการจัดเก็บรายได้มากที่สุดคือ เขตบางรัก คิดเป็น 24,606.9, 29,623.6 และ 37,219.9 ล้านบาท ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ เขตปทุมวัน คิดเป็น 15,934.1, 16,714.2 และ 21,160.6 ล้านบาท เขตคลองเตย คิดเป็น 10,143.8, 18,031.0 และ 19,576.5 ล้านบาท เป็นต้น และเขตที่มีการจัดเก็บรายได้น้อยสุดคือเขตดลิ่งชั้น คิดเป็น 78.9, 155.3 และ 205.8 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ลักษณะปริมาณภาษีที่เก็บได้ในเขตชั้นกลาง ทั้ง 15 เขต (ตารางที่ 13) พบว่าเขตคลองเตยมีการเก็บสูงสุดคิดเป็น 10,143.8, 14,031.0 และ 19,576.5 ล้านบาท รองลงมาได้แก่เขตจตุจักร บางกะปิ ดอนเมือง พระโขนง ยานนาวา

ประเวศ ชิ่งกุ่ม เป็นต้น โดยที่เขตที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงสุดคือ เขตบางกอกน้อย คิดเป็นร้อยละ 169.72 รองลงมาได้แก่ เขตลาดพร้าว คลองเตย ประเวศ บางพลัด เป็นต้น

2) จำนวนและการกระจายตัวของประชากรเขต ชั้นกลาง

ในระหว่างปี พ.ศ. 2532-2536 กรุงเทพมหานครมีประชากรทั้งสิ้น 5,832,843, 5,466,937, 5,620,591, 5,562,141, 5,572,712 คน ตามลำดับ โดยมีการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 4.45 ทั้งนี้ได้แบ่งเป็น ในเขตชั้นใน มีจำนวนประชากร 2,279.2, 2,018.9, 2,001.2, 1,948.9 และ 1,895.9 พันคน ตามลำดับ อัตราการเปลี่ยนแปลงลดลง ร้อยละ 16.81 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 36 ของประชากรกรุงเทพฯ ส่วนเขตชั้นกลาง มีจำนวน 2,822.3, 2,811.2, 2,847.5 และ 2,877.1 พันคน ตามลำดับ อัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1.94 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 50 ของประชากรกรุงเทพฯ และในเขตชั้นนอก มีจำนวนประชากร 731.3, 716.5, 749.2, 765 และ 798.6 พันคน ตามลำดับ อัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 9.20 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 13 ของประชากรกรุงเทพฯ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบจำนวนเงินได้จากภาษีอากรแต่ละเขตตั้งแต่ปีงบประมาณ 2534-2536 ในกทม.

หน่วย : ล้านบาท

| เขต | ปีงบประมาณ | | | เปลี่ยนแปลงเฉลี่ย |
|-----------------|------------|----------|----------|-------------------|
| | 2534 | 2535 | 2536 | ร้อยละ(34-36) |
| 1 พระนคร | 3446.1 | 3035.8 | 3598.2 | 4.41 |
| 2 กรุงเทพมหานคร | 3356.9 | 3857.6 | 4775.1 | 42.24 |
| 3 นครราชสีมา | 15934.1 | 16714.2 | 21160.6 | 32.80 |
| 4 เชียงใหม่ | 1728.3 | 2780.8 | 2777.4 | 60.70 |
| 5 ขอนแก่น | 24606.9 | 29623.6 | 37219.9 | 51.25 |
| 6 นครราชสีมา | 1515.4 | 1783.2 | 2472.9 | 63.18 |
| 7 นครราชสีมา | 2220.5 | 3529.8 | 5072.9 | 128.45 |
| 8 นครราชสีมา | 591.1 | 763.7 | 841.5 | 42.36 |
| 9 นครราชสีมา | 1575.9 | 2188.6 | 2553.9 | 62.05 |
| 10 นครราชสีมา | 3688.4 | 4170.9 | 4156.9 | 12.70 |
| 11 นครราชสีมา | 4600.2 | 5631.9 | 7834.9 | 70.31 |
| 12 นครราชสีมา | 4108.1 | 6488.3 | 8195.7 | 99.50 |
| 13 นครราชสีมา | 4180.4 | 6032.1 | 7727.1 | 84.84 |
| 14 นครราชสีมา | 2032.5 | 2479.4 | 2883.9 | 41.88 |
| 15 นครราชสีมา | 10143.8 | 14031.0 | 19576.5 | 92.98 |
| 16 นครราชสีมา | 1425.5 | 2123.9 | 2543.7 | 78.4 |
| 17 นครราชสีมา | 300.7 | 308.8 | 423.9 | 40.97 |
| 18 นครราชสีมา | 2245.5 | 2803.4 | 3893.9 | 73.46 |
| 19 นครราชสีมา | 7919.2 | 9934.8 | 11818.1 | 49.23 |
| 20 นครราชสีมา | 4595.3 | 3411.3 | 4376.3 | -4.76 |
| 21 นครราชสีมา | 180.2 | 302.9 | 419.7 | 132.90 |
| 22 นครราชสีมา | 1250.6 | 761.5 | 898.9 | -28.12 |
| 23 นครราชสีมา | 38.3 | 49.9 | 61.5 | 60.57 |
| 24 นครราชสีมา | 440.9 | 416.7 | 416.7 | 7.75 |
| 25 นครราชสีมา | 844.3 | 1207.6 | 1207.6 | 55.71 |
| 26 นครราชสีมา | 378.9 | 571.6 | 571.6 | 126.31 |
| 27 นครราชสีมา | 515.4 | 777.5 | 777.5 | 94.29 |
| 28 นครราชสีมา | 218.3 | 401.1 | 401.1 | 169.72 |
| 29 นครราชสีมา | 592.6 | 907.3 | 907.3 | 53.83 |
| 30 นครราชสีมา | 240.8 | 343.8 | 343.8 | 67.89 |
| 31 นครราชสีมา | 549.8 | 659.6 | 659.6 | 36.54 |
| 32 นครราชสีมา | 434.4 | 697.3 | 697.3 | 76.08 |
| 33 นครราชสีมา | 207.1 | 305.2 | 305.2 | 106.90 |
| 34 นครราชสีมา | 78.9 | 155.3 | 155.3 | 160.83 |
| 35 นครราชสีมา | 203.9 | 346.1 | 346.1 | 107.06 |
| รวม | 174733.3 | 199124.0 | 247105.5 | 41.41 |

ที่มา : กรมสรรพากร : กอง กรมวิธีแบบแสดงรายการภาษี

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบจำนวนเงินได้จากภาษีอากรในเขตชั้นกลาง ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2534-2536

หน่วย : ล้านบาท

| เขต | ปีงบประมาณ | | | เปลี่ยนแปลงเฉลี่ย ร้อยละ (34-36) |
|----------------|------------|----------|----------|-------------------------------------|
| | 2534 | 2535 | 2536 | |
| 1. ตลาดพร้าว | 180.2 | 302.9 | 419.7 | 132.90 |
| 2. ภาษีเจริญ | 549.8 | 659.6 | 750.7 | 36.54 |
| 3. บางเขน | 300.7 | 380.8 | 423.9 | 44.97 |
| 4. ราษฎร์บูรณะ | 887.1 | 905.3 | 958.9 | 8.09 |
| 5. พระโขนง | 2,032.5 | 2,479.4 | 2,883.9 | 41.88 |
| 6. ประเวศ | 1,425.5 | 2,123.9 | 2,543.7 | 78.40 |
| 7. บางกะปิ | 4,595.3 | 3,411.3 | 4,376.3 | - 4.76 |
| 8. คอนเมือง | 2,245.3 | 2,803.4 | 3,893.9 | 73.40 |
| 9. คลองเตย | 10,143.8 | 14,031.0 | 19,576.5 | 92.98 |
| 10. บางคอแหลม | 591.1 | 763.7 | 841.5 | 42.36 |
| 11. จตุจักร | 7,919.2 | 9,934.8 | 11,818.1 | 49.23 |
| 12. บึงกุ่ม | 1,250.6 | 761.5 | 898.9 | -28.12 |
| 13. ยานนาวา | 1,515.4 | 1,783.2 | 2,472.9 | 63.18 |
| 14. บางกอกน้อย | 218.3 | 401.1 | 588.8 | 169.72 |
| 15. บางพลัด | 592.6 | 907.3 | 911.6 | 53.83 |

ที่มา : กรมสรรพากร กอง กรมวิธีแบบแสดงรายการภาษี

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบจำนวนประชากรในเขตต่าง ๆ ระหว่างปี 2532-2536

หน่วย พันคน

| เขตการปกครอง | 2532 | 2533 | 2534 | 2535 | 2536 | เปลี่ยนแปลงสุทธิ |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| ระหว่าง 32-36 | | | | | | |
| กรุงเทพมหานคร | 5832.8 | 5546.9 | 5620.6 | 5562.1 | 5572.7 | - 4.45 |
| เขตชั้นใน 14 เขต | 2279.2 | 2018.9 | 2001.2 | 1948.9 | 1895.9 | - 16.81 |
| 1. พระนคร | 98.5 | 92.7 | 90.5 | 91.6 | 89.1 | - 9.54 |
| 2. ป้อมปราบฯ | 76.9 | 85.3 | 86.4 | 85.9 | 83.7 | 8.84 |
| 3. ปทุมวัน | 137.7 | 139.6 | 138.1 | 123.4 | 119.9 | - 12.92 |
| 4. สัมพันธวงศ์ | 47.5 | 47.0 | 46.3 | 44.3 | 43.2 | - 9.05 |
| 5. บางรัก | 81.5 | 86.7 | 85.4 | 73.3 | 70.8 | - 13.12 |
| 6. ดุสิต | 257.7 | 177.5 | 175.7 | 178.5 | 172.9 | - 32.90 |
| 7. บางซื่อ | 304.1 | 189.2 | 189.9 | 176.5 | 175.3 | - 42.35 |
| 8. พญาไท | 228.4 | 204.9 | 201.3 | 212.0 | 192.0 | - 15.95 |
| 9. ราชเทวี | 107.4 | 97.4 | 95.2 | 112.2 | 111.0 | 3.35 |
| 10. สาทร | 146.5 | 143.5 | 142.1 | 131.7 | 127.4 | - 13.05 |
| 11. ห้วยขวาง | 272.1 | 266.4 | 266.6 | 252.6 | 258.2 | - 5.10 |
| 12. ชนบุรี | 264.5 | 262.4 | 259.3 | 227.9 | 220.9 | - 16.48 |
| 13. คลองสาน | 147.4 | 122.4 | 121.8 | 136.1 | 131.1 | - 11.65 |
| 14. บางกอกใหญ่ | 109.0 | 103.9 | 102.6 | 102.9 | 100.4 | - 7.38 |
| เขตชั้นกลาง 15 เขต | 2822.3 | 2811.2 | 2870.1 | 2847.5 | 2877.1 | 1.94 |
| 15. ยานนาวา | 117.5 | 110.8 | 110.1 | 102.9 | 100.4 | - 14.55 |
| 16. พระโขนง | 196.2 | 204.3 | 209.5 | 200.8 | 201.5 | 2.69 |
| 17. บางเขน | 209.4 | 208.6 | 221.3 | 235.1 | 241.6 | 15.37 |
| 18. บางกะปิ | 225.4 | 231.7 | 235.5 | 232.5 | 233.4 | 3.54 |
| 19. บางกอกน้อย | 163.2 | 143.4 | 160.2 | 176.3 | 177.4 | 8.70 |
| 20. ภาษีเจริญ | 257.1 | 255.3 | 261.4 | 262.9 | 268.0 | 4.23 |
| 21. ราษฎร์บูรณะ | 164.7 | 165.8 | 169.0 | 165.0 | 168.9 | 2.55 |
| 22. บางคอแหลม | 149.8 | 150.9 | 150.3 | 136.3 | 133.9 | -10.61 |
| 23. บางพลัด | 163.6 | 161.3 | 143.6 | 138.2 | 134.9 | -17.54 |
| 24. จตุจักร | 201.2 | 205.3 | 207.2 | 183.6 | 179.9 | -10.58 |
| 25. ดอนเมือง | 251.8 | 226.8 | 235.2 | 218.4 | 227.8 | 5.56 |
| 26. ดาดพร้าว | 121.3 | 115.8 | 120.7 | 128.8 | 131.9 | 8.73 |
| 27. บึงกุ่ม | 162.0 | 178.1 | 188.8 | 204.7 | 214.5 | 32.40 |
| 28. คลองเตย | 271.8 | 252.3 | 251.4 | 256.9 | 242.8 | -10.66 |
| 29. ประเวศ | 203.3 | 200.8 | 205.9 | 205.1 | 221.1 | 8.75 |
| เขตชั้นนอก 7 เขต | 731.3 | 716.5 | 749.2 | 765.0 | 798.6 | 9.20 |
| 30. หนองจอก | 62.3 | 60.8 | 61.7 | 64.1 | 65.7 | 5.45 |
| 31. มีนบุรี | 92.7 | 94.2 | 100.6 | 109.5 | 116.3 | 25.45 |
| 32. ลาดกระบัง | 66.7 | 65.7 | 68.9 | 76.6 | 81.4 | 22.03 |
| 33. บางขุนเทียน | 129.5 | 124.3 | 130.5 | 126.9 | 133.5 | 3.08 |
| 34. คลิ่งชัน | 113.1 | 119.7 | 126.2 | 124.9 | 130.4 | 15.29 |
| 35. หนองแขม | 77.6 | 80.8 | 86.4 | 96.6 | 103.5 | 33.37 |
| 36. จอมทอง | 189.4 | 171.0 | 174.9 | 166.4 | 167.8 | -11.40 |
| รวม | | | | | | |

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา

และในช่วงปี พ.ศ.2536 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5.57 ล้านคน แยกกระจายตามเขตชั้นต่าง ๆ พบว่า เขตชั้นใน 14 เขต โดยเขตที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดคือเขตห้วยขวาง จำนวน 2.58 แสนคน คิดเป็นร้อยละ 13.6 รองลงมาได้แก่ เขตธนบุรี พญาไท บางซื่อ คูสิต เป็นต้น ส่วนเขตที่มีจำนวนประชากรน้อยสุดคือ เขตสัมพันธวงศ์ จำนวน 4.3 หมื่นคน คิดเป็นร้อยละ 2.27 เขตชั้นกลาง 15 เขต โดยเขตที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดคือ เขตภาษีเจริญ จำนวน 2.68 แสนคนคิดเป็นร้อยละ 9.31 รองลงมาได้แก่ เขตคลองเตย บางเขน บางกะปิ ดอนเมือง เป็นต้น ส่วนเขตที่มีจำนวนประชากรน้อยสุดคือ เขตยานนาวา จำนวน 1 แสนกว่าคน และเขตชั้นนอก 7 เขต โดยเขตที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดคือ เขตจอมทอง จำนวน 1.67 แสนคน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาได้แก่ เขตบางขุนเทียน ดลิ่งชั้น มีนบุรี เป็นต้น

สำหรับในเขตชั้นกลางเมื่อเปรียบเทียบการกับเขตอื่น ๆ แล้ว พบว่าเป็นเขตที่มีอัตราการขยายตัวของประชากรมากที่สุด ทั้งนี้มีสาเหตุจากอัตราการเข้ามากกว่าอัตราการออก รวมทั้งศักยภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละเขตที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ประชากรสนใจที่จะเคลื่อนย้ายมาอยู่ในเขตชั้นกลาง

3.3.2 สภาพการณ์และการขยายตัวของอาคารชุดในเขตชั้นกลาง

1) ความต้องการอาคารชุดในช่วงปี 2530-3536

จากปี 2530 จนถึงช่วงครึ่งปีแรกของปี 2535 โครงสร้างตลาดที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนจากบ้านเดี่ยวมาเป็นอาคารสูงมากขึ้นดังจะเห็นได้ว่าในปี 2530 จำนวนที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65 และได้มีสัดส่วนลด ลงมาโดยตลอด โดยลดลงเป็นร้อยละ 54, 51 และ 38 ในปี 2531, 2532 และ 2533 ตามลำดับ และ ในปี 2534 และ 2535 มีสัดส่วนลดลงอย่างมากเหลือเพียงร้อยละ 28 ในขณะที่แฟลตและห้องชุดมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในลักษณะก้าวกระโดด กล่าวคือ ในปี 2532 สัดส่วนแฟลตและห้องชุดมีเพียงร้อยละ 9 พอปี 2533 มีสัดส่วนสูงขึ้นไปเป็นร้อยละ 20 และในปี 2534 และ 2535 มีสัดส่วนสูงขึ้นไปเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นทั้งหมดใน

เขต กทม. และ 3 จังหวัดในปริมณฑล ส่วนบ้านแบบทาวน์เฮ้าส์สัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงมากนักจากร้อยละ 39 ในปี 2532 เป็นร้อยละ 42, 40 และ 39 ในปี 2533, 2534 และ 2535 ตามลำดับ

ในช่วง 5 ปี (2530-2534) หรือช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 ที่ผ่านมามีที่อยู่อาศัยสะสมจำนวน 432,585 หน่วย เป็นที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด โดยมีจำนวน 187,204 หน่วย(43.3%) รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์จำนวน 168,543 หน่วย (38.9%) แฟลตและห้องชุดจำนวน 71,739 หน่วย(16.6%) และบ้านแฝดจำนวน 5,373 หน่วย (1.2%) เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ที่อยู่อาศัยประเภทแฟลตและคอนโดมิเนียม มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงที่สุดถึงร้อยละ 118.8 รองลงมาได้แก่ ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฟลต ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 41.2, 33.4 และ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 การขยายตัวของที่อยู่อาศัยจดทะเบียนใน กทม.และปริมณฑล

หน่วย : หลัง

| ประเภท | ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 | | | | | | สัดส่วน % | ขยายตัวเฉลี่ย/ปี | |
|--------------|-------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|-----------|------------------|-------|
| | 2530 | 2531 | 2532 | 2533 | 2534 | รวม | | 33-34 | 30-34 |
| บ้านเดี่ยว | 34,683 | 36,575 | 40,844 | 38,693 | 36,409 | 187,204 | 43.3 | -5.9 | 1.2 |
| ทาวน์เฮ้าส์ | 16,314 | 26,741 | 31,280 | 42,510 | 51,698 | 168,543 | 38.9 | 21.6 | 33.4 |
| แฟลตและคอนโด | 1,699 | 3,680 | 7,062 | 20,327 | 38,971 | 71,739 | 16.6 | 91.7 | 118.8 |
| บ้านแฝด | 657 | 455 | 845 | 805 | 2,610 | 5,372 | 1.2 | 224.2 | 41.2 |
| รวม | 53,353 | 67,451 | 80,301 | 102,335 | 129,688 | 432,585 | 100.0 | 26.7 | 24.9 |

ที่มา: รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัย 2534/2535 ของคณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย (สศท.)

อนึ่งการประมวลผลข้อมูลการเปิดตัวของโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ ในเขตกทม.และปริมณฑลในปี 2536 ของบริษัท 910 Management จำกัด โดยการรวบรวมข้อมูลของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน พบว่ามีโครงการที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่จำนวนทั้งสิ้นกว่า 300 โครงการ คิดเป็นจำนวนหน่วยทั้งสิ้น 113,150 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นบ้านแบบทาวน์เฮ้าส์มากที่สุดจำนวน 48,998 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 43.3 ของจำนวนทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ที่อยู่อาศัยประเภทห้องชุด มีจำนวน 47,222 หน่วย

คิดเป็นร้อยละ 41.73 สำหรับบ้านเดี่ยวมีโครงการเปิดตัวใหม่จำนวนน้อยมาก โดยมีจำนวนเพียง 11,194 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 9.89 เท่านั้น (ตารางที่ 16)

และจากรายงานวิจัยความต้องการที่อยู่อาศัยและการตอบสนองในกทม.และปริมณฑลในระหว่างเดือน มกราคม-พฤศจิกายน 2536 ของบริษัท Agency for Real Estate Affairs ได้ทำการสำรวจโครงการที่อยู่อาศัยจำนวน 1,072 โครงการที่เปิดขายอยู่ในตลาดรวมจำนวนหน่วยทั้งสิ้น 193,321 หน่วย (ประมาณร้อยละ 90 ของทั้งหมด)ในจำนวนหน่วยดังกล่าว ได้ขายไปแล้วจำนวน 121,588 หน่วยหรือร้อยละ 62.9 คงเหลือจำนวน 71,733 หน่วย หรือร้อยละ 37.1 ของจำนวนทั้งหมด (ตารางที่ 17)

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปี 2536 ที่อยู่อาศัยประเภทห้องชุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัย สำหรับผู้ที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ค่อนข้างน้อยสามารถขายได้มากที่สุดถึง 55,454 หน่วยหรือประมาณร้อยละ 45.6 ของทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ทาวน์เฮาส์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของประชาชน สามารถขายได้จำนวน 41,578 หน่วย หรือร้อยละ 34.2 ของทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่าบ้านเดี่ยวมีสัดส่วนที่ขายได้เพียงร้อยละ 11.3 เท่านั้น ทั้งนี้เพราะราคาของบ้านเดี่ยวได้ขยับตัวสูงมากเกินความสามารถของประชากรส่วนใหญ่ที่จะหาซื้อได้

ตารางที่ 16 สัดส่วนจำนวนโครงการที่เปิดตัวในช่วงปี 2534-2536 จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย

หน่วย : หน่วย

| ประเภท | ปี 2534 | | ปี 2535 | | ปี 2536 | | อัตราขายตัว % 35/36 |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|
| | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน | หน่วย | สัดส่วน | |
| บ้านเดี่ยว | 11,205 | 13.72 | 5,400 | 9.23 | 11,194 | 9.89 | 107.30 |
| ทาวน์เฮาส์ | 20,660 | 25.30 | 15,353 | 26.25 | 48,998 | 43.30 | 219.14 |
| อาคารพาณิชย์ | 3,233 | 3.96 | 2,345 | 4.01 | 4,136 | 3.66 | 76.38 |
| บ้านแฝด | 244 | .03 | 410 | 0.70 | 664 | 0.59 | 61.96 |
| อาคารชุด | 43,185 | 52.89 | 34,220 | 58.50 | 47,222 | 41.73 | 38.00 |
| ที่ดินเปล่า | 3,130 | 3.83 | 769 | 1.31 | 623 | 0.55 | -18.99 |
| อื่น ๆ | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 313 | 0.28 | |
| รวม | 81,657 | 100.00 | 58,497 | 100.00 | 113,150 | 100.00 | |

ที่มา : บริษัท 910 Management จำกัด จากการรวบรวมข้อมูลของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน

ตารางที่ 17 สัดส่วนการขายที่อยู่อาศัยตามประเภทที่อยู่อาศัย ปี 2536

หน่วย : หน่วย

| ประเภทโครงการ | จำนวนที่ เปิดขาย | สัดส่วนที่ เปิดขาย% | จำนวนที่ ขายได้ | สัดส่วนที่ ขายได้ % | จำนวน ที่เหลือ | สัดส่วน ที่เหลือ % |
|---------------|---------------------|------------------------|--------------------|------------------------|-------------------|-----------------------|
| บ้านเดี่ยว | 22,524 | 11.7 | 13,789 | 11.3 | 8,735 | 12.1 |
| ทาวน์เฮาส์ | 65,273 | 33.8 | 41,578 | 34.2 | 23,695 | 33.0 |
| บ้านแฝด | 1,823 | 0.9 | 1,106 | 0.9 | 715 | 1.0 |
| อาคารชุด | 87,768 | 45.4 | 55,454 | 45.6 | 32,314 | 45.0 |
| อาคารพาณิชย์ | 9,328 | 4.8 | 5,922 | 4.9 | 3,406 | 0.5 |
| ที่ดินจัดสรร | 6,605 | 3.4 | 3,737 | 3.1 | 2,868 | 0.4 |
| รวม | 193,321 | 100.0 | 121,588 | 100.0 | 71,733 | 100.0 |

ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จากข้อมูลของ Agency for Real Estate Affairs

2) รูปแบบการกระจายตัวของอาคารชุดจำแนกตามพื้นที่เขตการปกครอง

เมื่อพิจารณาจำนวนโครงการอาคารชุดระหว่างปี 2524-2536 จากการรวบรวม จำนวนอาคารชุดทั้งหมดที่จดทะเบียนอาคารชุดแล้ว จากกองควบคุมที่ดิน กรมที่ดินสรุปได้ว่า อาคารชุดเริ่มมีรุ่นแรกและสร้างเสร็จจริง ในปี 2524 หลังจากที่พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ได้ประกาศใช้อย่างเป็นทางการ อาคารชุดที่พักอาศัยที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ มีจำนวน 6 อาคาร จำนวนดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 49, 143, 264 และ 247 อาคาร ตามลำดับ ในปี 2533, 2534, 2535 และ 2536 ทั้งนี้เพราะเหตุว่า ราคาที่ดินแพงขึ้น นอกจากนี้ก็มีสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภค (facility) ดีกว่า

ขณะเดียวกันจากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจดทะเบียนอาคารชุดทั้งหมดในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตั้งแต่ปี 2524-2536 พบว่า มีอาคารชุดที่จดทะเบียนแล้วทั้งสิ้น 159,047 หน่วย เป็นอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด (103,254 หน่วย หรือประมาณ 64.9 % ของอาคารชุดทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รองลงมาคือสมุทรปราการและนนทบุรี) อย่างไรก็ตาม อาคารชุดเหล่านี้สามารถแยกออกเป็นอาคารชุดชั้นดี (เช่นที่ตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิทในเขตคลองเตยเป็นสำคัญ ระดับปานกลาง ซึ่งเป็นขอบเขตที่กว้างมาก ตั้งแต่ระดับ (B+ จนถึง B-) และระดับราคาถูก (ราคาปัจจุบันไม่เกิน 400,000 บาท ตามการสำรวจนี้)) และ

ขณะเดียวกันนี้ยังพบว่า อาคารชุดราคาปานกลางมีมากที่สุด (81,353 หน่วยหรือ 51.15 %) รองลงมาคือ อาคารชุดราคาถูก ซึ่งมี 65,084 หน่วย (40.92 %) การที่มีการจดทะเบียนห้องชุดจำนวน 159,047 หน่วยนี้ถือว่ามากที่สุดทีเดียว แต่หากพิจารณาว่ายังมีโครงการที่เกือบแล้วเสร็จที่ยังไม่ได้ขอจดทะเบียน หรือที่กำลังขายอยู่อีกมากก็อาจคาดการณ์ได้ว่า ภายใน พ.ศ. 2540 นี้จำนวนห้องชุดน่าจะมีเพิ่มขึ้นอีกนับเท่าตัวทีเดียว

หากพิจารณารูปแบบการกระจายตัวในช่วงระหว่างปี 2524-2536 มีจำนวนอาคารชุดทั้งสิ้น 826 อาคาร พบว่ามีจำนวนเขตที่มีการกระจายตัวมากที่สุดคือ เขตชั้นกลาง จำนวน 647 อาคาร รองลงมาคือเขตชั้นใน จำนวน 106 อาคาร และเขตชั้นนอก จำนวน 73 อาคาร ทั้งนี้เขตที่มีการกระจายตัวของอาคารชุดมากที่สุดคือ เขตพระโขนงจำนวน 159 อาคาร รองลงมา 3 ลำดับแรก คือ เขตบางกะปิ จำนวน 124 อาคาร บางเขน จำนวน 85 อาคาร และ ราษฎร์บูรณะ จำนวน 73 อาคาร(ตารางที่ 18)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้อาศัยช่วงการขยายตัวของอาคารชุดสูงสุดกล่าวคือ ระหว่างปี 2533-2536 ซึ่งเห็นได้ว่าการกระจายตัวของอาคารชุดในเขตชั้นกลาง จำนวน 572 โครงการ โดยที่เขตที่มีอัตราการขยายตัวมากที่สุด คือ เขตพระโขนง จำนวน 117 อาคาร รองลงมาได้แก่ บางกะปิ จำนวน 124อาคาร, บางเขน จำนวน 85 อาคาร และเขตราษฎร์บูรณะ จำนวน 73 อาคาร ส่วนเขตที่มีการขยายตัวน้อยที่สุดคือ เขตภาษีเจริญ และ เขตบางคอแหลม จำนวนเขตละ 3 อาคาร และขณะเดียวกันเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ เขตที่มีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นและลดลง มีอยู่ 7 เขต คิดเป็นร้อยละ 47 ได้แก่ เขตลาดพร้าว ภาษีเจริญ บางเขน พระโขนง บางกะปิ คลองเตย และบางพลัด ส่วนเขตที่มีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมี 6 เขต ได้แก่ เขตราษฎร์บูรณะ ประเวศ คอนเมือง บึงกุ่ม ยานานาวา และบางกอกน้อย และเขตที่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น มี 2 เขต คือ เขตบางคอแหลม และ เขตจตุจักร (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบอาคารชุดที่ของคณะนโยน กทม. ระหว่างปี 2524-2536

หน่วย โครงการ

| | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | รวม |
|--------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| เขตชั้นใน | - | 1 | 10 | 11 | 14 | 6 | - | 2 | 1 | 6 | 14 | 16 | 25 | 106 |
| 1 พระนคร | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 |
| 2 ป้อมปราบฯ | - | - | 1 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 |
| 3 บางมวัน | - | - | 2 | 2 | 1 | - | - | - | - | 1 | 2 | 1 | - | 7 |
| 4 สัมพันธวงศ์ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 5 บางรัก | - | - | 1 | 3 | 3 | 4 | - | - | - | - | 2 | - | 6 | 13 |
| 6 คู่มือ | - | 1 | 4 | 1 | 3 | - | - | - | - | 1 | 1 | 4 | 4 | 18 |
| 7 บางซื่อ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 8 พลุ่กไท | - | - | 1 | 3 | 4 | 1 | - | 2 | 1 | 3 | 2 | - | 5 | 22 |
| 9 ราชเทวี | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 10 สีลม | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 2 | 3 |
| 11 วัฒนา | - | - | - | - | 2 | 1 | - | - | - | 1 | 6 | 5 | 1 | 16 |
| 12 ธนบุรี | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 3 |
| 13 คลองสาน | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 3 | 5 |
| 14 บางกอกใหญ่ | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| เขตชั้นกลาง | 6 | 5 | 8 | 13 | 5 | 7 | 4 | 6 | 21 | 39 | 113 | 222 | 198 | 347 |
| 15 ชนนาว | - | 1 | 2 | - | 1 | 1 | - | - | - | 3 | 4 | 3 | 6 | 21 |
| 16 พระโขนง | 6 | 1 | 4 | 6 | 4 | 3 | 4 | 5 | 9 | 18 | 20 | 59 | 20 | 159 |
| 17 บางเขน | - | 1 | - | 2 | - | 1 | - | - | 2 | 8 | 16 | 45 | 10 | 85 |
| 18 บางกะปิ | - | 2 | 1 | 3 | - | 1 | - | - | 8 | 7 | 45 | 34 | 23 | 124 |
| 19 บางกอกน้อย | - | - | 1 | 2 | - | 1 | - | - | - | 1 | 1 | 3 | 4 | 13 |
| 20 ภาษีเจริญ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 3 |
| 21 ราษฎร์บูรณะ | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 2 | 2 | 4 | 20 | 44 | 73 |
| 22 บางคอแหลม | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 3 |
| 23 บางพลัด | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 4 | 3 | 8 |
| 24 ทุ่งครุ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5 | 7 | 12 |
| 25 ภาษีเมือง | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5 | 5 | 20 | 30 |
| 26 ลาดพร้าว | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 12 | 6 | 19 |
| 27 ทุ่งกุ่ม | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 2 | 9 | 13 |
| 28 คลองเตย | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 11 | 21 | 13 | 45 |
| 29 ประเวศ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 7 | 29 | 36 |
| เขตชั้นนอก | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 | 1 | 4 | 16 | 26 | 24 | 73 |
| 30 หนองจอก | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 |
| 31 มีนบุรี | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 11 |
| 32 ลาดกระบัง | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 9 | 9 |
| 33 บางขุนเทียน | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 8 | 9 | 3 | 24 |
| 34 คลิ่งชัน | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 10 | 5 | 15 |
| 35 หนองแขม | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 4 | 7 |
| 36 จอมทอง | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 2 | 1 | 6 |
| รวมทั้งสิ้น | 6 | 6 | 19 | 24 | 19 | 13 | 4 | 9 | 23 | 49 | 143 | 264 | 247 | 826 |

แหล่งข้อมูล : กองควบคุมที่ดิน กรมที่ดิน

ตาราง 19 การขยายตัวของอาคารชุดที่ในเขตชั้นกลาง ระหว่างปี 2533-2536

หน่วย : โครงการ

| เขต เขตชั้นกลาง | ปี พ.ศ. | | | รวม |
|--------------------|---------|------|------|-----|
| | 2533 | 2534 | 2536 | |
| 1. ลาดพร้าว | - | 1 | 6 | 19 |
| 2. ภาษีเจริญ | - | - | 1 | 3 |
| 3. บางเขน | 8 | 16 | 10 | 79 |
| 4. ราษฎร์บูรณะ | 2 | 4 | 44 | 70 |
| 5. พระโขนง | 18 | 20 | 20 | 117 |
| 6. ประเวศ | - | 3 | 29 | 39 |
| 7. บางกะปิ | 7 | 45 | 23 | 109 |
| 8. ดอนเมือง | - | 5 | 20 | 50 |
| 9. คลองเตย | - | 11 | 13 | 45 |
| 10. บางคอแหลม | - | - | 3 | 3 |
| 11. จตุจักร | - | - | 7 | 12 |
| 12. บึงกุ่ม | - | 2 | 9 | 13 |
| 13. ยานนาวา | 3 | 4 | 6 | 16 |
| 14. บางกอกน้อย | 1 | 1 | 4 | 9 |
| 15. บางพลัด | - | 1 | 3 | 8 |
| รวม | 39 | 113 | 198 | 572 |

ที่มา : กองควบคุมที่ดิน กรมที่ดิน ณ ปี 2536

บทที่ 4

ผลการศึกษา

บทนำ

การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผู้ซื้อที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน โดยอาศัยกลุ่มพฤติกรรมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดมาอธิบายความแตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ที่คำนวณได้มาเป็นเครื่องทดสอบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นว่าจะยอมรับสมมติฐานที่ศึกษาหรือไม่ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

4.1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่เกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย ประกอบด้วย

4.2.1 กลุ่มที่มีอิทธิพลทางเศรษฐกิจและสังคม มี 4 ตัวแปร ได้แก่

- (1) กลุ่มทางสังคม คือ สภาพสมรส การศึกษา อาชีพ
- (2) กลุ่มทางเศรษฐกิจ คือ รายได้

4.2.2 กลุ่มพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย มี 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 11 ตัวแปร ได้แก่

(1) กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ และเหตุผลในการเลือกตัดสินใจซื้อ

(2) กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยราคาและเงื่อนไขการชำระ ปัจจัยสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

(3) กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การเลือกปรึกษาบุคคลและเหตุผล การเปรียบเทียบโครงการอื่นๆ และระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ

(4) กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ เหตุผลที่คิดจะย้าย ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1. ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย

4.1.1 การศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ซื้อ การศึกษาสภาพโดยทั่วไปของผู้ซื้อ ซึ่งจะทำการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้ เช่น เพศของผู้ซื้อสถานภาพสมรสของผู้ซื้อ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว สาเหตุที่ตัดสินใจซื้อบ้าน และการใช้เหตุผลต่าง ๆ ในการตัดสินใจ ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้รวมถึงความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อห้องชุดนั้นมีมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 20 สัดส่วนสถานภาพทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานภาพทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ | | |
| 1. ชาย | 147 | 53.8 |
| 2. หญิง | 126 | 46.2 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. อายุ | | |
| 1. 20-30 ปี | 65 | 22.0 |
| 2. 30-40 ปี | 150 | 54.9 |
| 3. 40-50 ปี | 40 | 14.7 |
| 4. 50-60 ปี | 15 | 5.5 |
| 5. 60 ปีขึ้นไป | 3 | 1.1 |
| รวม | 273 | 100.0 |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| | | |
|---------------------------|-----|-------|
| 3. สถานภาพการสมรส | | |
| 3.1 โสด | 115 | 42.1 |
| 1. ยังไม่มีคู่รัก | 48 | 17.6 |
| 2. กำลังจะแต่งงาน | 35 | 12.8 |
| 3. ไม่คิดจะแต่งงาน | 26 | 9.3 |
| 4. หย่า/หม้าย | 3 | 1.1 |
| 3.2 แต่งงาน | 158 | 57.9 |
| 1. มีบุตร | 113 | 41.4 |
| 2. ยังไม่มีบุตร | 42 | 15.4 |
| 3. แยกกันอยู่ | 3 | 1.1 |
| รวม | | |
| 4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน | | |
| 1. 1-2 คน | 107 | 39.2 |
| 2. 3-5 คน | 132 | 48.4 |
| 3. 6-8 คน | 34 | 12.4 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 5. ระดับการศึกษา | | |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 60 | 22.0 |
| 2. ปริญญาตรี | 145 | 53.1 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 68 | 24.9 |
| รวม | 273 | 100.0 |

(1) สถานภาพทางสังคมของผู้ตอบ

1. เพศของผู้ตอบ จากการสำรวจ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือ เพศชายมีจำนวนร้อยละ 54 ในขณะที่เพศหญิงมีเพียงร้อยละ 46 (ตารางที่ 20)

2. อายุ จากการสำรวจ พบว่า ผู้พักอาศัยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มากสุด ร้อยละ 54.9 รองลงมาเป็นช่วง 20-30 ปี ร้อยละ 23.8, ช่วง 40-50 ปี ร้อยละ 14.7, ช่วง 50-60 ปี ร้อยละ 5.1 และช่วง 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.1 (ตารางที่ 20)

3. สถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสำรวจ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานแล้วมากที่สุดถึงร้อยละ 57.9 โดยแยกเป็นมีบุตร ร้อยละ 41.4 ยังไม่มีบุตรร้อยละ 15.4 และรองลงมาเป็นโสดมีจำนวนถึง 42.1 แยกเป็น ยังไม่มีคู่รัก ร้อยละ 17.6 กำลังแต่งงาน ร้อยละ 12.8 ไม่คิดจะแต่งงาน ร้อยละ 9.5 และหย่ากับเป็นหม้าย เท่ากันคือร้อยละ 1.1 (ตารางที่ 20)

4. จำนวนสมาชิก จากการสำรวจ จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสมาชิกอาศัยอยู่ในครัวเรือน 3-5 คน มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 48.4 และรองลงมา มีสมาชิก จำนวน 1-2 คน มีจำนวนร้อยละ 39.2 และที่เหลือมากกว่า 5 คนขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 12.4 (ตารางที่ 20)

5. ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสำรวจ จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 53.1 และรองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 24.9 สำหรับระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี คือประมาณร้อยละ 22.0 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 21 สัดส่วนสถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| 1. อาชีพ | | |
| 1. รับราชการ | 18 | 6.6 |
| 2. รับจ้างรัฐวิสาหกิจ | 29 | 10.6 |
| 3. ลูกจ้างบริษัทเอกชน | 109 | 39.6 |
| 4. เจ้าของบริษัทเอกชน | 105 | 38.5 |
| 5. รับจ้างทั่วไป | 7 | 2.6 |
| 6. อื่น ๆ | 5 | 1.8 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. รายได้รวมของครัวเรือนต่อเดือน | | |
| 1. ต่ำกว่า 30,000 บาท | 81 | 29.7 |
| 2. 30,001 - 60,000 บาท | 82 | 30.1 |
| 3. 60,001 บาทขึ้นไป | 110 | 40.3 |
| รวม | 273 | 100.0 |

(2) สถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบ

1. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสำรวจ จะเห็นว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างใน บริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 39.6 และรองลงมาเป็นเจ้าของบริษัทเองที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 38.5 เป็นพนักงานทำงานในรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.6 สำหรับผู้รับราชการมีอยู่ ร้อยละ 6.6 และส่วนที่เหลือรับจ้างทั่วไป และส่วนที่ตอบว่าอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน มีจำนวนร้อยละ 2.6 และ 1.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

2. ระดับรายได้รวมของครัวเรือน จากการสำรวจ จะพบว่าส่วนใหญ่จะมีรายได้รวมทั้งครอบครัวเกินกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 40.3 และลำดับรองลง

มาเป็นผู้มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 40,000บาทต่อเดือน ใกล้เคียงกับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001-60,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และ 30.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยหลังเดิม

1. สถานภาพการครอบครองที่พักเดิม จากสำรวจ จะเห็นว่าผู้ที่มีสถานภาพการครอบครองบ้านหลังเดิม ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของมากที่สุดถึงร้อยละ 68.5 และรองลงมาเป็นการเช่าอาศัย ร้อยละ 19.8 ส่วนผู้ที่อาศัยอยู่โดยไม่เสียค่าเช่าร้อยละ 8.1 สำหรับผู้ที่ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายบางส่วน ร้อยละ 3.0และผู้ที่ยื่นตอบอื่น ๆ ร้อยละ 0.7 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 สัดส่วนสถานภาพการครอบครองบ้านเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม

| 1. สถานภาพการครอบครองบ้านเดิมของผู้ตอบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. เป็นเจ้าของเอง | 187 | 68.5 |
| 2. เช่า | 54 | 19.8 |
| 3. อาศัยอยู่โดยไม่เสียค่าเช่า | 22 | 8.1 |
| 4. ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายบางส่วน | 8 | 3.0 |
| 5. อื่น ๆ | 2 | 0.7 |
| รวม | 273 | 100.0 |

ตารางที่ 23 สัดส่วนลักษณะที่อยู่อาศัยหลังเดิม

| ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังเดิม | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| 1. ลักษณะบ้านที่อยู่เดิม | | |
| 1. บ้านเดี่ยว | 101 | 37.0 |
| 2. บ้านแถว/ทาวน์เฮาส์ | 62 | 22.7 |
| 3. ตึกแถว | 41 | 15.0 |
| 4. คอนโดมิเนียม/แฟลต | 57 | 20.0 |
| 5. อื่น ๆ | 12 | 4.3 |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังเดิม | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. ระยะเวลาอยู่อาศัย | | |
| 1. 1 - 3 ปี | 96 | 35.2 |
| 2. 4 - 7 ปี | 81 | 29.7 |
| 3. 8 - 11 ปี | 45 | 16.4 |
| 4. 11 ปีขึ้นไป | 51 | 18.7 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 3. การกระจายตัวของการอยู่อาศัยเดิมในเขตต่าง ๆ | | |
| 5 ลำดับแรก | | |
| 1. เขตบางกะปิ | | |
| 2. เขตพระโขนง | | |
| 3. ต่างจังหวัด | | |
| 4. เขตคลองเตย | | |
| 5. เขตบางรัก | | |
| รวม | 273 | 100.0 |
| ลักษณะที่อยู่อาศัยหลังเดิม | จำนวน | ร้อยละ |
| 4. ปัจจัยการย้ายไปอยู่ที่พักอาศัยใหม่ | 273 | 100.0 |
| 1. แหล่งอุปโภค | 54 | 19.8 |
| 2. ถนน | 72 | 26.4 |
| 3. ทางด่วน | 29 | 10.6 |
| 4. เกิดน้ำท่วม | 27 | 9.9 |
| 5. ผังเมือง | 19 | 7.0 |
| 6. แหล่งอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจ | 47 | 17.2 |
| 7. อื่น ๆ โปรครระบุ.... | 25 | 9.2 |

4.1.3 ลักษณะที่พักอาศัยหลังเดิม

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีบ้านอยู่อาศัยเดิมเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุดร้อยละ 37.0 และรองลงมาเป็นที่อยู่อาศัยในบ้านประเภททาวน์เฮ้าส์อีกร้อยละ 22.7 และส่วนที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม/แฟลต ร้อยละเพียง 20.0 และอาศัยอยู่ในตึกแถวอีกร้อยละ 15.0 นอกนั้นอาศัยอยู่ในที่อยู่ประเภทอื่น ๆ เพียงเล็กน้อยร้อยละ 4.4 (ตารางที่ 23)

สำหรับช่วงเวลาที่พักอาศัย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่พักอาศัย 1-3 ปี มากที่สุดร้อยละ 35.2 และรองลงมาเป็นช่วง 4-7 ปี อีกร้อยละ 29.7 และส่วนช่วง 11 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 18.7 นอกนั้นจะอาศัยอยู่ในช่วง 4-7 ปี อีกร้อยละ 16.4

ส่วนการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยในเขตต่าง ๆ 5 ลำดับแรก พบว่า เขตบางกะปิ มีการกระจายตัวมากที่สุด และลำดับรองลงมาได้แก่ เขตพระโขนง อยู่ต่างจังหวัด เขตคลองเตย และเขตบางรัก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเขตดังกล่าว ยกเว้น อาศัยอยู่ต่างจังหวัดเป็นพื้นที่ในเขตชั้นกลางที่มีการเจริญเติบโตของจำนวนการเพิ่มของอาคารชุดสูงสุด

และการย้ายไปอยู่ที่พักอาศัยใหม่ พบว่า ผู้ซื้อพิจารณาปัจจัยจากถนนมากที่สุด ร้อยละ 26.4 และรองลงมาเป็นแหล่งอุปโภค ร้อยละ 19.8 แหล่งอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจ ร้อยละ 17.2 และร้อยละ 10.6 เป็นทางด่วน ส่วนเกิดน้ำท่วมและอื่น ๆ และผังเมือง คิดเป็นร้อยละ 9.2 และ 7.0

ตารางที่ 24 สัดส่วนลักษณะการครอบครองห้องชุดปัจจุบัน

| ลักษณะการครอบครองห้องชุดปัจจุบัน | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. อุปนិสิทธ์การอยู่ห้องชุด | | |
| 1. เป็นประจำ | 181 | 66.3 |
| 2. ชั่วคราว | 92 | 33.7 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. การครอบครองห้องชุด | | |
| 1. เป็นเจ้าของ | 288 | 83.6 |
| 1.1 ชื้อสด | 114 | 41.8 |
| 1.2 ชื้อผ่อน | 114 | 41.8 |
| 2. บ้านบริษัท/นายจ้าง | 8 | 2.9 |
| 3. ยาศัยอยู่กับพ่อแม่-ญาติ | 2 | 0.7 |
| 4. เช่า | 35 | 12.8 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 3. ช่วงการชำระเงินชำระ | | |
| 3.1 การเป็นเจ้าของ | 114 | 100.0 |
| 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน | 60 | 52.6 |
| 2. 15,001-30,000 บาท/เดือน | 38 | 33.3 |
| 3. 30,001-45,000 บาท/เดือน | 16 | 14.0 |
| 3.2 กู้เช่า | 35 | 100.0 |
| 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน | 7 | 20.0 |
| 2. 10,001-20,000 บาท/เดือน | 22 | 62.8 |
| 3. 20,001-30,000 บาท/เดือน | 2 | 5.7 |
| 4. 30,001-40,000 บาท/เดือน | 4 | 11.5 |
| 4. ผู้แนะนำการซื้อ | | |
| 1. เจ้าของโครงการ | 195 | 85.5 |
| 2. คนอื่น ๆ | 33 | 14.5 |
| รวม | 228 | 100.0 |
| 5. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาห้องชุดคิดเป็นร้อยละต่อรายได้ของครัวเรือน | | |
| 1. ต่ำกว่า 10% | 101 | 37.0 |
| 2. 11% - 20% | 25 | 9.2 |
| 3. 21% - 30% | 38 | 13.9 |
| 4. 31% - 40% | 44 | 16.1 |
| 5. 41% - 50% | 26 | 9.5 |
| 6. 51% - 60% | 27 | 9.9 |
| 7. 61% - 70% | 5 | 1.8 |
| 8. 70% ขึ้นไป | 7 | 2.6 |
| รวม | 273 | 100.0 |

2. การศึกษารายละเอียดของห้องชุด

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้มาสอบถามศึกษารายละเอียดของห้องชุดอย่างน้อย 1 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 25.6 รองลงมา 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 22.0 และร้อยละ 20.9 ตามลำดับ สำหรับ 4 ครั้ง จนถึงมากกว่า 6 ครั้ง มีจำนวนไม่มากนัก (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 สักส่วนการสอบถามและห้องชุดตัวอย่าง

| การสอบถามและชมห้องตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| 1. 1 ครั้ง | 70 | 25.6 |
| 2. 2 ครั้ง | 60 | 22.0 |
| 3. 3 ครั้ง | 57 | 20.9 |
| 4. 4 ครั้ง | 33 | 12.1 |
| 5. 5 ครั้ง | 27 | 9.9 |
| 6. มากกว่า 6 ครั้ง | 26 | 9.5 |
| รวม | 273 | 100.0 |

3. การใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ซื้อได้ใช้เวลาในการพิจารณาซื้อ โดยส่วนมากจะนิยมใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อเพียง 1 เดือน มีจำนวนร้อยละ 35.9 รองลงมาได้ใช้เวลาเพียง 2-3 เดือนร้อยละ 31.9 และมีกลุ่มหนึ่งมิได้ใช้เวลา โดยจะซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก มีจำนวนร้อยละ 22.3 นอกนั้นเป็นการใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป ร้อยละ 9.9 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 สัดส่วนการใช้เวลาในการเลือกซื้อ

| การใช้เวลาเลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| 1. ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก | 61 | 22.3 |
| 2. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 1 เดือน | 98 | 35.9 |
| 3. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 2-3 เดือน | 87 | 31.9 |
| 4. ใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป | 27 | 9.9 |
| รวม | 273 | 100.0 |

4.1.7 เหตุผลที่สำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ผลการสำรวจพบว่า เหตุผลที่เลือกตัดสินใจซื้อลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร ร้อยละ 27.5 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สองและที่สาม ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ 30.0 ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพปัญหาการจราจรที่คับคั่งในปัจจุบันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนเหตุผลประกอบต่าง ๆ เช่น ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสามารถในการจ่ายเพ็งขยายครอบครัวใหม่และมีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้นนั้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีบทบาทต่อตัวผู้ซื้อ มากกว่าปัจจัยทางสังคม (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 สัดส่วนเหตุผลที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ

| เหตุผลที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ | ลำดับที่ 1 | | ลำดับที่ 2 | | ลำดับที่ 3 | |
|---|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ปัจจัยทางสังคม : | | | | | | |
| 1. มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น | 14 | 5.1 | 19 | 7.0 | 25 | 9.2 |
| 2. เพิ่มขยายครอบครัวใหม่ | 16 | 5.9 | 11 | 4.0 | 10 | 3.7 |
| ปัจจัยทางเศรษฐกิจ : | | | | | | |
| 3. ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่า ออมด้วยเงิน | 67 | 24.5 | 16 | 5.9 | 20 | 7.3 |
| 4. ความสามารถในการจ่าย (ราคาและเงื่อนไข การชำระ) | 17 | 6.2 | 24 | 8.8 | 35 | 12.8 |
| 5. ที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี | 63 | 23.1 | 68 | 24.9 | 67 | 24.5 |
| 6. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร | 75* | 27.5 | 60 | 22.0 | 29 | 10.6 |
| 7. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม | 12 | 4.4 | 73* | 26.7 | 82* | 30.0 |
| 8. อื่น ๆ | 9 | 3.3 | 2 | 0.7 | 5 | 1.8 |
| รวม | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 |

หมายเหตุ * เหตุผลที่เลือกตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก

ตารางที่ 32 ปัจจัยที่สำคัญและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

| (1) ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. ทำเลที่ตั้งโครงการ | 159 | 58.2 |
| 2. บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก | 45 | 16.5 |
| 3. รูปแบบและการก่อสร้าง | 28 | 10.3 |
| 4. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน | 23 | 8.4 |
| 5. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | 13 | 4.8 |
| 6. การส่งเสริมการขาย | 5 | 1.8 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (2) เหตุผลที่เลือกปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ | | |
| 1. ทำเลที่ตั้งโครงการ | | |
| 1. โกลด์ที่ทำงาน | 125 | 45.8 |
| 2. โกลด์โรงเรียนบุตร | 27 | 9.9 |
| 3. โกลด์ศูนย์การค้า/ตลาด | 20 | 7.3 |
| 4. โกลด์ถนนใหญ่ | 37 | 13.6 |
| 5. มีรถประจำทางผ่าน | 11 | 4.0 |
| 6. บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ | 11 | 4.0 |
| 7. โกลด์บ้านพ่อแม่หรือญาติ | 8 | 2.9 |
| 8. ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น | 31 | 11.4 |
| 9. อื่น ๆ | 3 | 1.1 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก | | |
| 1. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค (ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ ฯลฯ) | 222 | 81.3 |
| 2. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภท สาธารณูปการ (ห้องอาหาร ร้านค้าย่อยต่าง ๆ) | 14 | 5.1 |
| 3. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อน (สระว่ายน้ำ สวนหย่อม สนามเด็กเล่น) | 29 | 10.6 |
| 4. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ (ห้องประชุมและจัดเลี้ยง บริการทำความสะอาด บริการเก็บขยะ) | 8 | 3.0 |
| รวม | 273 | 100.0 |

ตารางที่ 32 (ต่อ)

| | | |
|---|-----|-------|
| 3) รูปแบบและการก่อสร้าง | | |
| 1. การออกแบบอาคาร | 67 | 24.5 |
| 2. ประโยชน์ใช้สอย | 74 | 27.1 |
| 3. จำนวนห้อง | 8 | 2.9 |
| 4. พื้นที่ขนาดของตัวอาคาร | 31 | 11.4 |
| 5. คุณภาพ/ฝีมือการก่อสร้าง | 44 | 16.1 |
| 6. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง | 24 | 8.8 |
| 7. ชื่อเสียงของบริษัท | 23 | 8.4 |
| 8. อื่น ๆ | 2 | 0.8 |
| 4) ราคและเงื่อนไขการชำระเงิน | | |
| 1. ราคายกกับคุณภาพของอาคาร | 48 | 17.6 |
| 2. จำนวนเงินคาวนิน้อย | 12 | 4.4 |
| 3. ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน | 12 | 4.4 |
| 4. การบริการของสถาบันการเงิน | 48 | 17.6 |
| 5. มีห้องตัวอย่างให้ชม | 136 | 49.8 |
| 6. อื่น ๆ | 17 | 6.2 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (5) สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | | |
| 1. มีขนาดกว้าง ซอยกว้าง | 78 | 28.6 |
| 2. มีประปาใช้ | 22 | 8.1 |
| 3. มีโทรศัพท์ | 42 | 15.4 |
| 4. มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ | 99 | 36.3 |
| 5. มีโรงเรียนอนุบาล | 4 | 1.5 |
| 6. อื่น ๆ | 28 | 10.3 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (6) การส่งเสริมการขาย | | |
| 1. มีส่วนลด | 48 | 17.6 |
| 2. มีของแถม | 12 | 4.4 |
| 3. โฆษณา | 12 | 4.4 |
| 4. การต้อนรับดี | 48 | 17.6 |
| 5. มีห้องตัวอย่างให้ชม | 136 | 49.8 |
| 6. อื่น ๆ | 17 | 6.2 |
| รวม | 273 | 100.0 |

4.1.8 ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการสำรวจพบว่า ผู้ซื้อที่มีปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อห้องชุด คือ ทำเลที่ตั้งโครงการเป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 58.2 ทั้งนี้ให้เหตุผล อาทิ ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ถนนใหญ่ ที่ดินมีแนวโน้มสูงเป็นต้น โดยมีระดับสัดส่วนเป็นร้อยละ 45.8, 13.6 และ 11.4 ตามลำดับ ในขณะที่ลำดับรองลงมาได้แก่ บริการต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 16.5 มีเหตุผลประกอบได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 81.3, 10.6, 5.1 และ 3.0 ตามลำดับ รูปแบบและการก่อสร้าง วิศวกรรม ร้อยละ 10.3 ซึ่งอาศัยเหตุผลที่ว่าเช่น ประโยชน์ใช้สอย การออกแบบอาคาร คุณภาพ/ฝีมือการก่อสร้าง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 27.1, 24.5 และ 16.1 ตามลำดับ ส่วนราคาของห้องชุดร้อยละ 8.4 ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ร้อยละ 4.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ โดยปัจจัยอื่น ๆ คือการส่งเสริมการขาย เพราะมีห้องตัวอย่างให้ชม มีส่วนลด และมีการต้อนรับที่ดี เป็นต้น (ตารางที่ 32)

4.1.9 การประเมินทัศนคติต่ออาคารชุด

(1) **วิธีประเมินทัศนคติ** ในการประเมินผลสภาพที่อยู่อาศัย จะพิจารณาตัวแปรที่เกี่ยวข้องต่อการอยู่อาศัยทั้งภายในและภายนอก ว่ามีความพอใจในสภาพแวดล้อมเหล่านั้นเพียงใด โดยสร้างมาตราประเมินความพอใจ (Satis Aaction Scale) ในมาตรานี้จะใช้คำวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามของขั้นประเมิน 5 ขั้น ซึ่งจะใช้คะแนนความพึงพอใจ (Satisfaction Score) ที่มีคะแนน 1 ถึง 5 เริ่มจากความรู้สึกทางลบ (Negative Feeling) เป็น 1 คะแนน และคะแนนความรู้สึกทางบวกเป็น 5 คะแนน ถ้าองค์ประกอบใดได้คะแนนมากกว่า 3 แสดงว่า ผู้อยู่อาศัยมีความรู้สึกในทางที่ดีของมาตรานั้น และถ้าได้คะแนนน้อยกว่า 3 ก็แสดงว่าผู้อยู่อาศัยมีความรู้สึกในทางที่ไม่ดีในมาตรานี้ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยคะแนนความพอใจแบบมีขั้วมีเลขคณิต

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ

4.2.1 กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

(1) ด้านสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่ามีตัวแปรทางด้านปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อด้านสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับการศึกษาเท่านั้น โดยมีสาเหตุมาจาก ต้องการมีที่อยู่ใหม่เป็นของตนเอง เป็นลำดับแรก รองลงมา การเดินทางไม่สะดวก หรือ ไกลจากที่ทำงาน และต้องการแต่งงานแยกครอบครัว ซึ่งเห็นได้ว่าเหตุผลดังกล่าวเป็นผลมาจากความต้องการย้ายที่อยู่อาศัย หรือต้องการค้นหาที่อยู่ใหม่ ทั้งนี้เป็นผลมาจากผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทำให้เกิดความจำเป็นที่จะปรับฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจให้สูงขึ้น โดยอาศัยการศึกษา เพราะการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถหาเพิ่มรายได้ให้เพิ่มขึ้น และเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นก็สามารถซื้อห้องชุดได้ นอกจากนี้การศึกษายังมีส่วนสร้างความคิดและการตัดสินใจอย่างเป็นระบบมีเหตุมีผล และจากการทดสอบค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้ให้ค่าที่สอดคล้องกับสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเท่ากับ 0.00001 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(2) ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่ามีตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ กล่าวคือ ระดับการศึกษา พบว่า เหตุผลที่เลือกคือ ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตรเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ต้องการออมในรูปแบบสังหาริมทรัพย์ มากที่สุด และถัดมาคือ เพิ่งขยายครอบครัวใหม่ และมีสถานภาพสังคมดีขึ้น นั้นแสดงได้ว่าเหตุผลของผู้ซื้อส่วนใหญ่อาศัยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ ต้องการออมในรูปแบบสังหาริมทรัพย์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมดี ใกล้ที่ทำงานโรงเรียนบุตร มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ มากกว่าเหตุผลด้านปัจจัยทางสังคม เช่น มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น และเพิ่งขยายครอบครัวใหม่ จึงต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่ ทั้งนี้ก็เพราะรูปแบบวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่ต้องการความสะดวกและใกล้ที่ทำงาน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการ

4.1.4 ลักษณะการอยู่อาศัยปัจจุบัน

จากการสำรวจ พบว่า พฤติกรรมการพักอาศัยในห้องชุดปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีอุปนิสัยการอยู่ห้องชุดเป็นประจำถึงร้อยละ 66.3 และเป็นการอยู่แบบชั่วคราว ร้อยละ 33.7 นั้นหมายความว่า ผู้ซื้อห้องชุดโดยมากซื้อห้องชุดเพราะต้องการอยู่อาศัย นอกจากนั้น เป็นการซื้อห้องชุดด้วยการเก็งกำไร ทั้งนี้เพราะมีที่พักอื่น ๆ อยู่แล้ว ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และคอนโดมิเนียม (ตารางที่ 24)

สำหรับภาระการผ่อนชำระ ปรากฏว่า ผู้เป็นเจ้าของที่ซื้ออาคารชุดด้วยการผ่อนชำระต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน มีมากที่สุด ร้อยละ 52.6 รองลงมาในช่วง 15,001-30,000 บาท/เดือน และ 30,001-40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 14.0 ตามลำดับ ส่วนห้องชุดของบริษัท/นายจ้างโดยมากจะผ่อนชำระระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน สำหรับการผ่อนชำระด้วยการเช่า ส่วนมากผ่อนชำระระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ร้อยละ 62.8 รองลงมาเป็นการผ่อนช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 20.0 ช่วง 30,001-40,000 บาท/เดือน ร้อยละ 11.5 และช่วง 20,001-30,000 บาท/เดือน ร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ขณะที่การครอบครองในห้องชุดนั้นผู้ซื้อได้ทำการติดต่อซื้อจากเจ้าของโครงการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 85.5 ส่วนที่เหลือเป็นการซื้อผ่านคนอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.5 โดยในการครอบครองนั้นผู้ซื้อเป็นเจ้าของห้องเองกว่าร้อยละ 83.6 รองลงมาเป็นการเช่า ร้อยละ 12.8 บ้านบริษัท/นายจ้าง ร้อยละ 2.9 และอาศัยอยู่กับพ่อ-แม่-ญาติ ร้อยละ 0.7 ตามลำดับ และการซื้อดังกล่าวจะเป็นการซื้อด้วยเงินสดและการซื้อด้วยเงินผ่อน อย่างละเท่า ๆ กันคือ ร้อยละ 41.8 และรองลงมาเป็นการครอบครองในลักษณะเป็นการให้เช่าร้อยละ 12.8 ห้องชุดของบริษัท/นายจ้างร้อยละ 2.9 และเป็นการอยู่อาศัยกับพ่อ-แม่-ญาติ ร้อยละ 0.7

นอกจากนี้ พบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายห้องชุดเฉลี่ยต่อเดือน แยกพิจารณา 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มที่ ครอบครองห้องชุดที่ไม่มีการผ่อนได้แก่ ผู้ที่ซื้อห้องชุดด้วยเงินสด ห้องชุดของบริษัท/นายจ้างออกให้ และผู้ที่อาศัยอยู่กับพ่อ-แม่-ญาติ โดยจะเสียค่าใช้จ่ายห้องชุดเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10% ของเงินเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.0

และกลุ่มที่ต้องรับภาระการผ่อนได้แก่ ผู้ที่ซื้อด้วยการผ่อน ห้องชุดบริษัท/นายจ้างที่ต้องผ่อนชำระบางส่วนและผู้เช่าห้องชุด ปรากฏว่า ภาระในการผ่อนเสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 30-40% ของเงินเดือนมีมากที่สุดร้อยละ 16.1 และรองลงมาได้แก่ ช่วง 21-30% ร้อยละ 13.9 ช่วง 51-60% ร้อยละ 9.5 ช่วง 41-50% ร้อยละ 9.5 ช่วง 11-20% ร้อยละ 9.2 มากกว่า 70% ขึ้นไป ร้อยละ 2.6 และ ช่วง 61-70% ร้อยละ 1.8 ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยด้านอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ลำดับที่ทำให้ตัดสินใจซื้อห้องชุด

| สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อห้องชุด | ลำดับที่ 1 | | ลำดับที่ 2 | | ลำดับที่ 3 | |
|--|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. แต่งงานแยกครอบครัว | 40 | 14.7 | 8 | 2.9 | 11 | 4.0 |
| 2. ต้องการที่มีอยู่อาศัยเป็นของตนเอง | 90* | 33.0 | 59 | 21.6 | 20 | 7.3 |
| 3. มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่มีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น | 24 | 8.8 | 38 | 13.9 | 64*** | 23.4 |
| 4. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ | 5 | 1.8 | 11 | 4.0 | 53 | 19.4 |
| 5. เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน | 2 | 0.7 | 20 | 7.3 | 10 | 3.7 |
| 6. การเดินทางไม่สะดวก | 71 | 26.0 | 71** | 26.0 | 44 | 16.1 |
| 7. สิ่งแวดล้อมไม่ดี | 17 | 6.2 | 52 | 19.0 | 51 | 18.7 |
| 8. ช่างที่ทำงาน | 24 | 8.8 | 14 | 5.1 | 20 | 7.3 |
| รวม | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 |

หมายเหตุ * สาเหตุที่เลือกตัดสินใจ ลำดับแรก

** สาเหตุที่เลือกตัดสินใจ ลำดับสอง

*** สาเหตุที่เลือกตัดสินใจ ลำดับสาม

ผลการสำรวจพบว่า ผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยให้เหตุผลที่ซื้อที่อยู่อาศัยตามลำดับความสำคัญดังนี้ ลำดับที่ 1 ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองมากที่สุด ลำดับที่สอง ได้แก่ การเดินทางไม่สะดวก ส่วนลำดับที่สามได้ให้เหตุผลว่า มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่มีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น เหตุผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้ว่า ที่อยู่อาศัยเดิม โดยเฉพาะบ้านเดี่ยว มีศักยภาพในทำเลที่ตั้งไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจของผู้พักในปัจจุบันส่วนเหตุผลรองลงมาได้แก่ แต่งงานแยกครอบครัว ช่างที่ทำงาน มีระบบ

สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ สิ่งแวดล้อมไม่ดี และเจ้าของบ้านเดิม ต้องการบ้านคืน (ตารางที่ 25)

4.1.5 บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

1. กลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มผู้มีอิทธิพล ผลจากการสำรวจพบว่า กลุ่มนี้ผู้มีบทบาทสำคัญก่อนตัดสินใจซื้อที่มีความสำคัญเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มสมรส มีจำนวนร้อยละ 27.5 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ ทุกคนในบ้าน คือ ร้อยละ 19.4 ส่วนลำดับที่สาม ได้แก่ เพื่อนฝูง ร้อยละ 18.3 ทั้งนี้โดยให้เหตุผลสำคัญในการเลือกปรึกษากลุ่มสมรสว่า เพราะมั่นใจว่าเป็นผู้มีความรู้และเป็นผู้สนับสนุนการเงินมีจำนวนถึงร้อยละ 30.4 และร้อยละ 20.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

นอกจากนี้ กลุ่มอ้างอิงที่น่าสนใจอีกตัวแปรหนึ่ง คือ มีคนมาแจกใบปลิว จากการสำรวจและสอบถามผู้ซื้อว่า ได้รู้จักโครงการนี้จากแหล่งใดบ้าง ส่วนใหญ่ตอบว่า มีคนมาแจกใบปลิวที่ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยตรงซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางตรงที่มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 41.8 ส่วนที่เหลือจะมาจากสื่อการโฆษณา ทั้งหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ประมาณร้อยละ 21.6 และ 13.6 สำหรับกลุ่มที่ตอบว่า จำนวนแหล่งอื่น ๆ ได้แก่ ญาติ เพื่อนฝูงมาซื้อไว้ก่อน และอยู่ใกล้บ้านของตน ตลอดจนตระเวนหาที่อยู่ใกล้ที่ทำงานมีจำนวนถึงร้อยละ 7.7 นอกนั้นมีผู้แนะนำ โฆษณาจากทีวีและพนักงานมาติดต่อโดยตรง

ตารางที่ 26 สัดส่วนของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อห้องชุด

| บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| (1) บุคคลที่ปรึกษา | | |
| 1. บิดา/มารดา | 26 | 9.5 |
| 2. กลุ่มสมรส | 75 | 27.5 |
| 3. บุตร | 0 | 0 |
| 4. ทุกคนในบ้าน | 53 | 19.4 |
| 5. สถาปนิก/วิศวกร | 25 | 9.2 |
| 6. เพื่อนฝูง | 50 | 18.3 |
| 7. ไม่ได้ปรึกษาใคร | 36 | 13.2 |
| 8. อื่น ๆ | 8 | 2.9 |
| รวม | 273 | 100.0 |

ตารางที่ 26 (ต่อ)

| บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| (2) เหตุผลท่านเลือกปรึกษา | | |
| 1. เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน | 57 | 20.9 |
| 2. มั่นใจว่าเป็นผู้มีความรู้ | 83 | 30.4 |
| 3. ขอความเห็นชอบเพราะเกรงใจ | 38 | 14.0 |
| 4. เคยอยู่ที่นี้และมีประสบการณ์มาก่อน | 53 | 19.3 |
| 5. อื่น ๆ | 42 | 15.4 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (3) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ | | |
| 1. โฆษณาจากหนังสือพิมพ์ | 59 | 21.6 |
| 2. โฆษณาจากวิทยุ | 0 | 0 |
| 3. โฆษณาจากทีวี | 17 | 6.2 |
| 4. ป้ายโฆษณาทั่วไป | 37 | 13.6 |
| 5. มีคนมาแจกใบปลิง | 114 | 41.8 |
| 6. มีผู้แนะนำ | 19 | 7.0 |
| 7. พนักงานมาติดต่อโดยตรง | 6 | 2.2 |
| 8. อื่น ๆ | 21 | 7.7 |
| รวม | 273 | 100.0 |

2. ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญมากที่สุด ผลการสำรวจพบว่า ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบ้าน ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ตอบสนอง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 61.5 ในขณะที่คู่สมรสและบิดาหรือมารดาจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ มีจำนวนร้อยละ 21.2 และร้อยละ 10.6 ตามลำดับ สำหรับคนอื่น ๆ ร้อยละ 3.3 เช่น เพื่อน,ญาติ เป็นต้น ทั้งนี้ให้เหตุผลว่าเป็นบุคคลที่เคยอยู่ด้วย (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 สัดส่วนของผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

| ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญมากที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| 1. ตัวท่านเอง | 168 | 61.5 |
| 2. คู่สมรส | 58 | 21.2 |
| 3. บิดามารดา | 29 | 10.6 |
| 4. บุตร | 1 | 0.4 |
| 5. สถาปนิก/วิศวกร | 8 | 2.9 |
| 6. อื่น ๆ | 9 | 3.3 |
| รวม | 273 | 100.0 |

4.1.6 กระบวนการในการตัดสินใจ

1. การศึกษาเปรียบเทียบ จากการสำรวจได้พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัยจากโครงการอื่น ๆ ถึงร้อยละ 67.5 กลุ่มที่ได้ทำการเปรียบเทียบ 3 โครงการ มีเป็นจำนวนร้อยละ 19 เปรียบเทียบ 4 โครงการ อีกร้อยละ 16.5 ส่วนที่เหลือได้เปรียบเทียบมากกว่า 5 โครงการ และ 2 โครงการ ตามลำดับ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบกับโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อโครงการ

| จำนวนโครงการที่นำมาเปรียบเทียบ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------|--------|
| ไม่ได้เปรียบเทียบโครงการอื่น | 89 | 32.5 |
| 2 โครงการ | 34 | 12.5 |
| 3 โครงการ | 52 | 19.0 |
| 4 โครงการ | 45 | 16.5 |
| 5 โครงการ | 12 | 4.5 |
| มากกว่า 5 โครงการ | 41 | 15.0 |
| รวม | 273 | 100.0 |

2. การศึกษารายละเอียดของห้องชุด

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้มาสอบถามศึกษารายละเอียดของห้องชุดอย่างน้อย 1 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 25.6 รองลงมา 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 22.0 และร้อยละ 20.9 ตามลำดับ สำหรับ 4 ครั้ง จนถึงมากกว่า 6 ครั้ง มีจำนวนไม่มากนัก (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 สัดส่วนการสอบถามและห้องชุดตัวอย่าง

| การสอบถามและชมห้องตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| 1. 1 ครั้ง | 70 | 25.6 |
| 2. 2 ครั้ง | 60 | 22.0 |
| 3. 3 ครั้ง | 57 | 20.9 |
| 4. 4 ครั้ง | 33 | 12.1 |
| 5. 5 ครั้ง | 27 | 9.9 |
| 6. มากกว่า 6 ครั้ง | 26 | 9.5 |
| รวม | 273 | 100.0 |

3. การใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ซื้อได้ใช้เวลาในการพิจารณาซื้อ โดยส่วนมากจะนิยมใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อเพียง 1 เดือน มีจำนวนร้อยละ 35.9 รองลงมาได้ใช้เวลาเพียง 2-3 เดือนร้อยละ 31.9 และมีกลุ่มหนึ่งมิได้ใช้เวลา โดยจะซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก มีจำนวนร้อยละ 22.3 นอกนั้นเป็นการใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป ร้อยละ 9.9 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 สัดส่วนการใช้เวลาในการเลือกซื้อ

| การใช้เวลาเลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| 1. ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก | 61 | 22.3 |
| 2. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 1 เดือน | 98 | 35.9 |
| 3. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 2-3 เดือน | 87 | 31.9 |
| 4. ใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป | 27 | 9.9 |
| รวม | 273 | 100.0 |

4.1.7 เหตุผลที่สำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ผลการสำรวจพบว่า เหตุผลที่เลือกตัดสินใจซื้อลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร ร้อยละ 27.5 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สองและที่สาม ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ 30.0 ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพปัญหาการจราจรที่คับคั่งในปัจจุบันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนเหตุผลประกอบต่าง ๆ เช่น ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสามารถในการจ่ายเพ็งขยายครอบครัวใหม่และมีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้นนั้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีบทบาทต่อตัวผู้ซื้อมากกว่าปัจจัยทางสังคม (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 สัดส่วนเหตุผลที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ

| เหตุผลที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ | ลำดับที่ 1 | | ลำดับที่ 2 | | ลำดับที่ 3 | |
|---|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ปัจจัยทางสังคม : | | | | | | |
| 1. มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น | 14 | 5.1 | 19 | 7.0 | 25 | 9.2 |
| 2. เพิ่มขยายครอบครัวใหม่ | 16 | 5.9 | 11 | 4.0 | 10 | 3.7 |
| ปัจจัยทางเศรษฐกิจ : | | | | | | |
| 3. ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าออมด้วยเงิน | 67 | 24.5 | 16 | 5.9 | 20 | 7.3 |
| 4. ความสามารถในการจ่าย (ราคาและเงินใจการชำระ) | 17 | 6.2 | 24 | 8.8 | 35 | 12.8 |
| 5. ที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี | 63 | 23.1 | 68 | 24.9 | 67 | 24.5 |
| 6. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร | 75* | 27.5 | 60 | 22.0 | 29 | 10.6 |
| 7. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม | 12 | 4.4 | 73* | 26.7 | 82* | 30.0 |
| 8. อื่น ๆ | 9 | 3.3 | 2 | 0.7 | 5 | 1.8 |
| รวม | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 | 273 | 100.0 |

หมายเหตุ * เหตุผลที่เลือกตัดสินใจซื้อ 3 ลำดับแรก

ตารางที่ 32 ปัจจัยที่สำคัญและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

| (1) ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. ทำเลที่ตั้งโครงการ | 159 | 58.2 |
| 2. บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก | 45 | 16.5 |
| 3. รูปแบบและการก่อสร้าง | 28 | 10.3 |
| 4. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน | 23 | 8.4 |
| 5. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | 13 | 4.8 |
| 6. การส่งเสริมการขาย | 5 | 1.8 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (2) เหตุผลที่เลือกปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ | | |
| 1. <u>ทำเลที่ตั้งโครงการ</u> | | |
| 1. โกลด์ที่ทำงาน | 125 | 45.8 |
| 2. โกลด์โรงเรียนบุตร | 27 | 9.9 |
| 3. โกลด์ศูนย์การค้า/ตลาด | 20 | 7.3 |
| 4. โกลด์ถนนใหญ่ | 37 | 13.6 |
| 5. มีรถประจำทางผ่าน | 11 | 4.0 |
| 6. บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ | 11 | 4.0 |
| 7. โกลด์บ้านพ่อแม่หรือญาติ | 8 | 2.9 |
| 8. ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น | 31 | 11.4 |
| 9. อื่น ๆ | 3 | 1.1 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. <u>บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก</u> | | |
| 1. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค (ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ ฯลฯ) | 222 | 81.3 |
| 2. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภท สาธารณูปการ (ห้องอาหาร ร้านค้าย่อยต่าง ๆ) | 14 | 5.1 |
| 3. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อน (สระว่ายน้ำ สวนหย่อม สนามเด็กเล่น) | 29 | 10.6 |
| 4. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ (ห้องประชุมและจัดเลี้ยง บริการทำความสะอาด บริการเก็บขยะ) | 8 | 3.0 |
| รวม | 273 | 100.0 |

ตารางที่ 32 (ต่อ)

| | | |
|---|-----|-------|
| 3) รูปแบบและการก่อสร้าง | | |
| 1. การออกแบบอาคาร | 67 | 24.5 |
| 2. ประโยชน์ใช้สอย | 74 | 27.1 |
| 3. จำนวนห้อง | 8 | 2.9 |
| 4. พื้นที่ขนาดของตัวอาคาร | 31 | 11.4 |
| 5. คุณภาพฝีมือการก่อสร้าง | 44 | 16.1 |
| 6. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง | 24 | 8.8 |
| 7. ชื่อเสียงของบริษัท | 23 | 8.4 |
| 8. อื่น ๆ | 2 | 0.8 |
| 4) ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน | | |
| 1. ราคาขายกับคุณภาพของอาคาร | 48 | 17.6 |
| 2. จำนวนเงินค่างวดน้อย | 12 | 4.4 |
| 3. ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน | 12 | 4.4 |
| 4. การบริการของสถาบันการเงิน | 48 | 17.6 |
| 5. มีห้องตัวอย่างให้ชม | 136 | 49.8 |
| 6. อื่น ๆ | 17 | 6.2 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (5) สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | | |
| 1. มีขนาดกว้าง ซอยกว้าง | 78 | 28.6 |
| 2. มีประปาใช้ | 22 | 8.1 |
| 3. มีโทรศัพท์ | 42 | 15.4 |
| 4. มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ | 99 | 36.3 |
| 5. มีโรงเรียนอนุบาล | 4 | 1.5 |
| 6. อื่น ๆ | 28 | 10.3 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| (6) การส่งเสริมการขาย | | |
| 1. มีส่วนลด | 48 | 17.6 |
| 2. มีของแถม | 12 | 4.4 |
| 3. โฆษณา | 12 | 4.4 |
| 4. การต้อนรับดี | 48 | 17.6 |
| 5. มีห้องตัวอย่างให้ชม | 136 | 49.8 |
| 6. อื่น ๆ | 17 | 6.2 |
| รวม | 273 | 100.0 |

4.1.8 ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการสำรวจพบว่า ผู้ซื้อที่มีปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อห้องชุด คือ ทำเลที่ตั้งโครงการเป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 58.2 ทั้งนี้ให้เหตุผล อาทิ ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ถนนใหญ่ ที่ดินมีแนวโน้มสูงเป็นต้น โดยมีระดับสัดส่วนเป็นร้อยละ 45.8, 13.6 และ 11.4 ตามลำดับ ในขณะที่ลำดับรองลงมาได้แก่ บริการต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 16.5 มีเหตุผลประกอบได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ คิดเป็นร้อยละ 81.3, 10.6, 5.1 และ 3.0 ตามลำดับ รูปแบบและการก่อสร้าง วิศวกรรม ร้อยละ 10.3 ซึ่งอาศัยเหตุผลที่ว่าเช่น ประโยชน์ใช้สอย การออกแบบอาคาร คุณภาพ/ฝีมือการก่อสร้าง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 27.1, 24.5 และ 16.1 ตามลำดับ ส่วนราคาของห้องชุดร้อยละ 8.4 ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ร้อยละ 4.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ โดยปัจจัยอื่น ๆ คือการส่งเสริมการจำหน่าย เพราะมีห้องตัวอย่างให้ชม มีส่วนลด และมีการต้อนรับที่ดี เป็นต้น (ตารางที่ 32)

4.1.9 การประเมินทัศนคติต่ออาคารชุด

(1) วิธีประเมินทัศนคติ ในการประเมินผลสภาพที่อยู่อาศัย จะพิจารณาตัวแปรที่เกี่ยวข้องต่อการอยู่อาศัยทั้งภายในและภายนอก ว่ามีความพอใจในสภาพแวดล้อมเหล่านั้นเพียงใด โดยสร้างมาตราประเมินความพอใจ (Satis Aaction Scale) ในมาตราวัดนี้จะใช้คำวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามของชั้นประเมิน 5 ชั้น ซึ่งจะใช้คะแนนความพึงพอใจ (Satisfaction Score) ที่มีคะแนน 1 ถึง 5 เริ่มจากความรู้สึกทางลบ (Negative Feeling) เป็น 1 คะแนน และคะแนนความรู้สึกทางบวกเป็น 5 คะแนน ถ้าองค์ประกอบใดได้คะแนนมากกว่า 3 แสดงว่า ผู้อยู่อาศัยมีความรู้สึกในทางที่ดีของมาตรานั้น และถ้าได้คะแนนน้อยกว่า 3 ก็แสดงว่าผู้อยู่อาศัยมีความรู้สึกในทางที่ไม่ดีในมาตรานี้ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยคะแนนความพอใจแบบมัชฌิมเลขคณิต

(2) ผลการประเมินทัศนคติ ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้อาคารชุด ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสภาพการอยู่อาศัยในโครงการ ในเรื่องความสะดวกประเภท สาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ โทรศัพท์ผ่านศูนย์ ระบบบำบัดน้ำเสีย และระบบเสอากาศ และความสะดวกประเภทพักผ่อน ได้แก่ สระว่ายน้ำ บริการทำความสะอาดและบริการเก็บขยะ

แต่ขณะเดียวกัน ก็มีผู้พักบางกลุ่มที่มีทัศนคติไม่ค่อยดีต่อสภาพการอยู่อาศัยในโครงการ กล่าวคือ ทางด้านความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค ได้แก่ ห้องอาหารและร้านค้าย่อย และทัศนคติทางด้านความสะดวกประเภทพักผ่อนใจ เช่น สวนหย่อม สนามเด็กเล่น ห้องประชุมและจัดเลี้ยง ดังแสดงในตารางที่ 14

3. การตรวจสอบผลการประเมินทัศนคติต่ออาคารชุด ภายหลังจากการสำรวจ ทัศนคติต่ออาคารชุด ปรากฏว่า ผู้ชื่อยังคงมีทัศนคติต่อสภาพการอยู่อาศัยในห้องชุดนี้ ปานกลาง โดยแสดงความพึงพอใจในลักษณะที่ไม่คิดจะย้าย ร้อยละ 64.8 ที่เหลือคิด เป็นร้อยละ 35.2 คิดจะย้ายโดยมีความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ โทรศัพท์ผ่านศูนย์ ระบบบำบัดน้ำเสีย และระบบเสอากาศ ด้านพักผ่อนใจ ได้แก่ สระว่ายน้ำ และด้านบริการ ได้แก่ บริการทำความสะอาดและบริการเก็บขยะ ในขณะที่ผู้ซื้อบางส่วนไม่ค่อยพอใจในห้องชุด และคิดจะย้าย โดยผู้ซื้อให้เหตุผลในเรื่องต้องย้ายที่ทำงานใหม่ร้อยละ 27.8 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้มากขึ้น, เดินทางไม่สะดวก, ไม่มีความปลอดภัย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 27.5, 13.9 และ 7.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 33,34)

ตารางที่ 33 ทัศนคติต่อสภาพการอยู่อาศัยในห้องชุด

| ทัศนคติ | ไม่คิดเลย | ไม่ค่อยดี | ปานกลาง | ดี | ดีมาก | ไม่มีบริการ | คะแนนรวม | คะแนนเฉลี่ย | จำนวน |
|---------------------------|-----------|-----------|---------|-----|-------|-------------|----------|-------------|-------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (0) | | | (N) |
| 1. ความสะดวกประเภท | | | | | | | | | |
| สาธารณูปโภค | | | | | | | | | |
| 1.1 ลิฟท์ | | | | | | | | | |
| - จำนวนและขนาดลิฟท์ | 8 | 19 | 80 | 98 | 61 | 7 | 982 | 3.59 | 273 |
| - ระยะเวลารอลิฟท์ | 4 | 24 | 85 | 97 | 57 | 6 | 979 | 3.58 | 273 |
| - ความสะอาดลิฟท์ | 10 | 23 | 74 | 109 | 51 | 6 | 969 | 3.55 | 273 |
| 1.2 ที่จอดรถ | | | | | | | | | |
| - จำนวนเพียงพอต่อการ | | | | | | | | | |
| ใช้ | 10 | 28 | 75 | 79 | 64 | 7 | 947 | 3.47 | 273 |

ตารางที่ 33 (ต่อ)

| ลักษณะ | ไม่ติดเลย | ไม่ค่อยดี | ปานกลาง | ดี | ดีมาก | ไม่มีบริการ | คะแนนรวม | คะแนนเฉลี่ย | จำนวน (N.) |
|-------------------------------------|-----------|-----------|---------|-----|-------|-------------|----------|-------------|------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (0) | | | |
| - ความสะอาดในอาคาร | | | | | | | | | |
| - สัญจรรวม | 5 | 34 | 76 | 108 | 46 | 4 | 963 | 3.53 | 273 |
| - สัญจรระหว่างที่จอดรถกับห้องประชุม | 6 | 25 | 71 | 107 | 61 | 3 | 1002 | 2.67 | 273 |
| 1.3 ที่นั่งขณะ | | | | | | | | | |
| - ความสะอาดของที่นั่งขณะ | 14 | 28 | 80 | 94 | 50 | 7 | 936 | 3.43 | 273 |
| - ความสะอาดในอาคาร | | | | | | | | | |
| - ที่นั่งขณะ | 6 | 21 | 90 | 107 | 45 | 4 | 971 | 3.59 | 273 |
| - ปัดกวาดถูพื้นขณะ | | | | | | | | | |
| - รวมความ | 10 | 36 | 72 | 109 | 42 | 4 | 944 | 3.46 | 273 |
| 1.4 โทรศัพท์ผ่านศูนย์ | | | | | | | | | |
| - ความสะอาดในอาคารใช้ | 4 | 16 | 69 | 79 | 55 | 50 | 834 | 3.05 | 273 |
| 1.5 ระบบบำบัดน้ำเสีย | | | | | | | | | |
| - ปัดกวาดถูพื้นรวมความ | 6 | 19 | 67 | 99 | 78 | 4 | 1031 | 3.78 | 273 |
| 1.6 ระบบเสาอากาศ | | | | | | | | | |
| - ความชัดเจนของสัญญาณ | 17 | 36 | 79 | 88 | 50 | 3 | 928 | 3.49 | 273 |
| 2 ความสะอาดประเภท | | | | | | | | | |
| สาธารณสุข | | | | | | | | | |
| 2.1 ห้องอาหาร | | | | | | | | | |
| - ขนาดพื้นที่ห้องอาหาร | 5 | 22 | 51 | 69 | 23 | 103 | 593 | 2.17 | 273 |
| - ช่วงเวลาบริการเปิด-ปิด | 4 | 19 | 51 | 75 | 24 | 100 | 615 | 2.25 | 273 |
| 2.2 ร้านค้าย่อย | | | | | | | | | |
| - ชนิดและปริมาณสินค้า | 8 | 24 | 67 | 63 | 45 | 66 | 734 | 2.69 | 273 |
| - ช่วงเวลาบริการเปิด-ปิด | 8 | 21 | 60 | 83 | 35 | 66 | 737 | 2.70 | 273 |
| 3 ความสะอาดประเภท | | | | | | | | | |
| พักผ่อนใจ | | | | | | | | | |
| 3.1 สระว่ายน้ำ | | | | | | | | | |
| - ความสะอาดของสระ | 8 | 13 | 54 | 99 | 81 | 18 | 997 | 3.65 | 273 |
| - ขนาดพื้นที่ว่ายน้ำ | 12 | 15 | 87 | 86 | 55 | 18 | 922 | 3.38 | 273 |
| - ความถี่ในการใช้งาน | 25 | 30 | 82 | 73 | 40 | 23 | 823 | 3.02 | 273 |
| 3.2 สวนหย่อม สนามเด็กเล่น | | | | | | | | | |
| - ขนาดพื้นที่ | 17 | 40 | 80 | 61 | 20 | 55 | 681 | 2.49 | 273 |
| - ความสะอาดในการใช้บริการ | 9 | 32 | 79 | 78 | 23 | 52 | 737 | 2.70 | 273 |
| - ความสะอาดของพื้นที่ | 5 | 26 | 74 | 83 | 34 | 51 | 781 | 2.86 | 273 |
| - ความถี่ในการใช้งาน | 27 | 42 | 88 | 45 | 19 | 52 | 650 | 2.38 | 273 |

ตารางที่ 33 (ต่อ)

| ทัศนคติ | ไม่ดีเลย (1) | ไม่ค่อยดี (2) | ปานกลาง (3) | ดี (4) | ดีมาก (5) | ไม่มีบริการ (0) | คะแนน รวม | คะแนน เฉลี่ย | จำนวน (N) |
|--|-----------------|------------------|----------------|-----------|--------------|--------------------|--------------|-----------------|--------------|
| 4 ส่วนอำนวยความสะดวก | | | | | | | | | |
| ประเภทบริการ | | | | | | | | | |
| 4.1 ห้องประชุมและจัดเลี้ยง: | | | | | | | | | |
| - ขนาดห้อง | 2 | 14 | 71 | 64 | 25 | 90 | 631 | 2.31 | 273 |
| - การสะดวกในการใช้ บริการ | 5 | 16 | 65 | 71 | 28 | 88 | 656 | 2.40 | 273 |
| - ความสะอาดของพื้นที่ | 3 | 22 | 59 | 71 | 29 | 89 | 653 | 2.39 | 273 |
| - จำนวนที่นั่งในห้อง ประชุมและจัด เลี้ยง | 3 | 21 | 72 | 58 | 30 | 89 | 734 | 2.69 | 273 |
| 4.2 บริการทำความสะอาด | | | | | | | | | |
| - ประสิทธิภาพและ บริการ | 4 | 23 | 78 | 103 | 55 | 10 | 971 | 3.56 | 273 |
| 4.3 บริการเก็บขยะ | | | | | | | | | |
| - ความสะอาดในการ เก็บขนถ่าย | 3 | 18 | 86 | 101 | 49 | 16 | 946 | 3.47 | 273 |
| - ระยะเวลาในการจัด เก็บทิ้ง | 1 | 16 | 92 | 101 | 52 | 11 | 973 | 3.56 | 273 |

หมายเหตุ 5 = ระดับความพอใจมากที่สุด : หมายถึง คะแนนที่มีค่า 4.5
 4 = ระดับความพอใจมาก : หมายถึง คะแนนที่มีค่าระหว่าง 3.5-4.5
 3 = ระดับความพอใจปานกลาง : หมายถึง คะแนนที่มีค่าระหว่าง 2.5-3.5
 2 = ระดับความพอใจน้อย : หมายถึง คะแนนที่มีค่าระหว่าง 1.5-2.5
 0-1 = ไม่พอใจเลย : หมายถึง คะแนนที่มีค่าต่ำกว่า 1.5

ตารางที่ 34 สัดส่วนความพึงพอใจ/ไม่พอใจ และเหตุผลการย้ายของผู้สัมภาษณ์

| ความพึงพอใจ/ไม่พอใจ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------------|
| 1. ความพึงพอใจในห้องชุด | | |
| 1. กังจะย้าย | 96 | 35.2 |
| 2. ไม่กังจะย้าย | 177 | 64.8 |
| รวม | 273 | 100.0 |
| 2. สาเหตุในการย้าย | | |
| 1. แยกครอบครัว | 3 | 3.1 |
| 2. ต้องย้ายที่ทำงานใหม่ | 27 | 28.1 |
| 3. มีรายได้มากขึ้น | 25 | 26.0 |
| 4. ยังไม่พอใจในห้องชุดนี้ | 8 | 8.3 |
| 5. เดินทางไม่สะดวก | 13 | 13.5 |
| 6. ไม่มีความปลอดภัย | 9 | 9.4 |
| 7. ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม | 7 | 7.3 |
| 8. อื่น ๆ | 4 | 4.2 |
| รวม | 96 | 100.0 |

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อ

4.2.1 กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

(1) ด้านสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า มีตัวแปรทางด้านปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อด้านสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับการศึกษาเท่านั้น โดยมีสาเหตุมาจาก ต้องการมีที่อยู่ใหม่เป็นของตนเอง เป็นลำดับแรก รองลงมา การเดินทางไม่สะดวก หรือ ไกลจากที่ทำงาน และต้องการแต่งงานนแยกครอบครัว ซึ่งเห็นได้ว่าเหตุผลดังกล่าวเป็นผลมาจากความต้องการย้ายที่อยู่อาศัย หรือต้องการค้นหาที่อยู่ใหม่ ทั้งนี้เป็นผลมาจากผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทำให้เกิดความจำเป็นที่จะปรับฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจให้สูงขึ้น โดยอาศัยการศึกษา เพราะการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถหาเพิ่มรายได้ให้เพิ่มขึ้น และเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นก็สามารถซื้อห้องชุดได้ นอกจากนี้การศึกษายังมีส่วนสร้างความคิดและการตัดสินใจอย่างเป็นระบบมีเหตุมีผล และจากการทดสอบค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้ให้ค่าที่สอดคล้องกับสาเหตุในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเท่ากับ 0.00001 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(2) ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่ามีตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ กล่าวคือ ระดับการศึกษา พบว่า เหตุผลที่เลือกคือ ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตรเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ต้องการออมในรูปแบบสังหาริมทรัพย์ มากที่สุด และถัดมาคือ เพิ่งขยายครอบครัวใหม่ และมีสถานภาพสังคมดีขึ้น นั้นแสดงได้ว่าเหตุผลของผู้ซื้อส่วนใหญ่อาศัยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ ต้องการออมในรูปแบบสังหาริมทรัพย์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมดี ใกล้ที่ทำงานโรงเรียนบุตร มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ มากกว่าเหตุผลด้านปัจจัยทางสังคม เช่น มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น และเพิ่งขยายครอบครัวใหม่ จึงต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่ ทั้งนี้ก็เพราะรูปแบบวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่ต้องการความสะดวกและใกล้ที่ทำงาน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการ

จรรยาตติชัค ตลอดจนสามารถแก้งำไรจากมูลค่าราคาที่ดินที่สูงขึ้นและที่ดินมีจำกัด ดังนั้นด้วยศักยภาพของผู้ซื้อที่ประกอบด้วยการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับรายได้ที่มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน เป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดเหตุผลในการตัดสินใจซื้อด้วยปัจจัยดังกล่าวข้างต้นและจากการทดสอบค่าไคสแควร์ของการศึกษากับเหตุผลพบว่า มีค่าไคสแควร์ของการศึกษา เท่ากับ 0.01404 ส่วนค่าไคสแควร์ของระดับรายได้กับเหตุผล เท่ากับ 0.00441 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2.2 กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย

(1) **ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง** ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ กลุ่มอาชีพ พบว่า ทั้งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ และระดับรายได้ ส่วนใหญ่จะคำนึงถึง ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ใกล้ถนนใหญ่และที่ดินมีแนวโน้มสูง เหตุผลที่เลือกเพราะเนื่องจากปัญหาสภาพการจราจรที่ติดขัด ปัญหาการติดต่อทางธุรกิจ และปัญหาสภาพอยู่อาศัย ทำให้เกิดที่พักอาคารชุดขึ้น เพราะที่พักราคาชุดสามารถรองรับปัญหาดังกล่าวได้ดี โดยมีทางเข้าและออกที่เชื่อมต่อกับถนน ซอย และแหล่งการค้า และธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง โดยเฉพาะสามารถตอบสนองในกลุ่มอาชีพลูกจ้างเอกชนและธุรกิจส่วนตัวซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ที่สูงและมีตำแหน่งงานที่ดีจำเป็นต้องเดินทาง เพื่อไปติดต่อธุรกิจอยู่เป็นประจำ และจากผลการทดสอบค่าไคสแควร์ พบว่า ค่าไคสแควร์ของกลุ่มอาชีพกับปัจจัยทำเลที่ตั้งมีค่าเท่ากับ 0.007 และค่าไคสแควร์ของระดับรายได้ กับปัจจัยทำเลที่ตั้งเท่ากับ 0.00848 ซึ่งค่าที่คำนวณได้ดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(2) **ปัจจัยราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน** ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ อาชีพ และรายได้ กล่าวคือ ในทุกกลุ่มอาชีพ และทุกระดับรายได้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาขายกับคุณภาพของโครงการ เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก และระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน สำหรับเหตุผลที่เลือกปัจจัยนี้ เนื่องจากการซื้ออาคารชุดพักอาศัยจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และเมื่อผู้ซื้อซื้อ

แล้วก็อยากสบายใจเมื่อเข้าไปอยู่พักอาศัย ไม่ต้องกังวลถึงในเรื่องความถูกต้องของแบบ ที่ลดขนาดพื้นที่ใช้สอย ความปลอดภัยในการก่อสร้างที่ไม่ได้มาตรฐาน ตลอดจนเงื่อนไข การรับภาระในการผ่อนชำระเงินนาน เพราะการกู้เพื่อซื้อห้องชุดต้องอาศัยเงินกู้ก่อน ข้างสูง จึงจำเป็นต้องขยายเวลาออกไปให้นานที่สุด เพื่อที่จะให้เงินงวดลดลงถึงจุดที่ สามารถผ่อนชำระได้ รวมทั้งการบริการชำระเงินงวดผ่อนกับสถาบันการเงินสะดวกไม่ ยุ่งยาก เช่น หักบัญชีเงินฝากผ่านธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น และจากการทดสอบค่าไคส แควร์ พบว่า ค่าไคสแควร์ของกลุ่มอาชีพกับราคาและเงื่อนไขชำระ มีค่าเท่ากับ 0.00009 และค่าไคสแควร์ของรายได้กับราคาและเงื่อนไขชำระ เท่ากับ 0.00141 ซึ่งค่าดังกล่าวมี ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(3) **ปัจจัยสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ** ผลการวิเคราะห์ค่า ไคสแควร์พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาคารชุด คือ รัศมีรายได้ โดยให้เหตุผลที่เลือก ได้แก่ มีสวนสาธารณะ มีทะเลสาบ สระว่ายน้ำ เป็นลำดับแรก รองมาได้แก่ มีขนาด ถนนซอยกว้างในโครงการ ทั้งนี้เพราะปัจจัยที่ เลือกเหล่านี้ สามารถรองรับกับสภาพวิถีชีวิตของผู้ที่พักอาคารชุด ที่มักเล็งเห็นถึงความ สะดวกสบายต่าง ๆ ในอาคารชุด ที่มีมากกว่าที่อยู่อาศัยแบบอื่น ๆ โดยเฉพาะที่อยู่อาศัย ในย่านธุรกิจ และหากมีระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการที่สมบูรณ์มากเท่าไร ก็ จำเป็นต้องเพิ่มเงินเพื่อเป็นค่าบริการมากขึ้น ซึ่งผู้ซื้อที่มีฐานะดีก็แสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้ได้ง่ายเพราะมีรายได้ที่ดี และจากการทดสอบค่าไคสแควร์ของระดับรายได้ กับสาธารณูปโภค มีค่าเท่ากับ 0.02651 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(4) **ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก** ผลการ วิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อาคารชุด คือ อาชีพ โดยทุกกลุ่มอาชีพจะพิจารณาถึง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภท สาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ โทรศัพท์ผ่านศูนย์ ระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบเสอากาศรวม ฯลฯ ทั้งนี้เพราะกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เช่น ลูกจ้างเอกชน ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป รัฐวิสาหกิจ และรับราชการ ให้ความสำคัญต่อระบบเหล่านี้อย่างมาก ก็ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกที่ใกล้ชิด ซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพทางจิตของผู้

ซื้อเช่น ที่จอครมมีเพียงพอต่อจำนวนรถยนต์ ทำให้ไม่แออัด และเกิดการเคลื่อนตัวของรถยนต์ได้ดี ทำให้ไม่เสียเวลาหาที่จอดรถ ระบบลิฟท์สามารถรองรับจำนวนคนและมีความรวดเร็วสูง ระบบบำบัดน้ำเสียมมีประสิทธิภาพ ที่จะขจัดน้ำทิ้ง ซึ่งเป็นสาเหตุถึงการอุดตันในท่อน้ำและโถส้วม เป็นต้น และผลการทดสอบค่าไคแควร์ของอาชีพกับปัจจัยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เท่ากับ 0.00039 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2.3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่

(1) การเลือกปรึกษานุคคล ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยด้านสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ สถานภาพสมรส โดยจะเลือกปรึกษาคู่สมรสเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ทุกคนในบ้าน และเพื่อนฝูง ทั้งนี้เพราะลักษณะของผู้ซื้อ มีอายุ 30-40 ปี ส่วนใหญ่แต่งงาน และมีบุตร นั้นแสดงถึงว่าเพิ่ม ขยายครอบครัวใหม่ และต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และการซื้อที่พักอาคารชุด จำเป็นต้องใช้เงินสูง ทำให้ผู้ซื้อที่คิดจะหาที่อยู่ใหม่ จำเป็นต้องขอคำปรึกษาจากคู่สมรส เพื่อแสดงถึงความเคารพและการยอมรับความสำคัญซึ่งกันและกัน ในขณะที่ทุกคนในบ้านและเพื่อนฝูง ก็เพราะมีประสบการณ์ และจากผลการทดสอบค่าไคสแควร์ของสถานภาพสมรสกับปัจจัยเลือกปรึกษานุคคล มีค่าเท่ากับ 0.0000 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(2) เหตุผลที่เลือกปรึกษานุคคล ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับรายได้ ทั้งนี้ผู้ซื้อให้เหตุผลที่เลือกปรึกษานุคคล ก็เพราะมั่นใจว่าเป็นผู้มีความรู้ เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินและเคยอยู่ที่นี้ และมีประสบการณ์มาก่อน เนื่องจากปัจจุบันผู้ซื้อสามารถรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อย่างละเอียดจำนวนมาก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ใบบลิว โบชัวร์ ฯลฯ ทั้งนี้ก็เพราะมีการผลิตโครงการอาคารชุดจำนวนมาก และบางส่วนก็ยังขายไม่หมด ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรีบทำยอดขาย โดยเพิ่มช่องทางการโฆษณา และผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทำให้ผู้ซื้อเริ่มมีความเข้าใจ และเล็งเห็นความสำคัญมากขึ้นในขณะเดียวกันกับกลุ่มที่มีระดับรายได้สูงส่วน

ใหญ่ให้ความสนใจและติดตามข่าวสารการเคลื่อนไหวของตลาดอยู่อาศัย ทำให้ทราบข้อดีและข้อเสียของโครงการนั้น ๆ และการตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นยังจำเป็นต้องปรึกษาฐานะการเงินของกลุ่มสมรส ก็เพื่อที่จะทราบถึงกำลังการผ่อนชำระและระดับราคาของห้องชุดที่พอเหมาะกับรายได้ของกลุ่มสมรส เพื่อที่จะไม่เกิดปัญหาสภาพคล่องการชำระในภายหลัง และจากผลการทดสอบค่าไคสแควร์ของรายได้กับปัจจัยเหตุผลที่เลือกปรึกษาบุคคล เท่ากับ 0.00350 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

(3) การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์พบว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ อาชีพและรายได้ โดยทุกกลุ่มอาชีพ และระดับรายได้ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีฐานะการเงินดี มั่นใจว่าคุณภาพของโครงการส่วนใหญ่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ได้เปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อได้เตรียมข้อมูลมาก่อน แล้วเกิดความพึงพอใจก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เมื่อเข้ามาชมห้องชุดตัวอย่างและจากการทดสอบค่าไคสแควร์ของอาชีพกับการเปรียบเทียบโครงการ มีค่าเท่ากับ 0.00001 และค่าไคสแควร์ของรายได้กับการเปรียบเทียบโครงการ ให้ค่า 0.04580 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(4) ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ ระดับรายได้ ทั้งนี้ผู้ซื้อที่มีรายได้สูงย่อมมีอำนาจการซื้อสูง ทำให้การตัดสินใจซื้อใช้ระยะเวลาส่วนใหญ่ไม่ถึง 1 เดือน เป็นลำดับแรก รองลงมา ใช้เวลา 2-3 เดือน ซึ่งจะเห็นว่าการตัดสินใจซื้อห้องชุดที่ระดับราคา 1-3 ล้านบาท ใช้เวลาค่อนข้างน้อยไม่เกิน 3 เดือน นั้นแสดงว่าฐานะของผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่สูง และจากการทดสอบค่าไคสแควร์ของรายได้กับระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเท่ากับ 0.00187 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.2.4. กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ได้แก่

(1) เหตุผลที่คิดจะย้าย ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คือ การศึกษา และ

กล่าวคือทุกระดับการศึกษาและทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความคิดเห็นที่จะย้ายก็เพราะ ต้องย้ายที่ทำงานใหม่ เป็นลำดับแรก และรองลงมาได้แก่ มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น และเดินทางไม่สะดวก จะเห็นว่าเหตุผลที่คิดจะย้ายของผู้ซื้อส่วนหนึ่ง เป็นเพราะศักยภาพของผู้ซื้อดีขึ้น หมายความว่าเมื่อใดที่ผู้ซื้อมีการศึกษาสูงขึ้น ความต้องการที่จะเปลี่ยนงานเพื่อให้รายได้สูงย่อมสูงขึ้นด้วย จึงทำให้ผู้ซื้อจำเป็นต้องมีการย้ายที่ทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับอาชีพ เช่น มีตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ความรับผิดชอบที่จะต้องเดินทางเพื่อไปติดต่อทำธุรกิจภายนอกมีมากขึ้น โอกาสที่จะพักในอาคารชุดอาจไม่พักเป็นประจำ ทำให้ผู้ซื้อคิดที่จะขายมีแนวโน้มสูง และจากการทดสอบค่าไคสแควร์ของการศึกษากับเหตุผลที่คิดจะย้าย มีค่าเท่ากับ 0.01404 ส่วนค่าไคสแควร์ของอาชีพกับเหตุผลที่คิดจะย้าย มีค่าเท่ากับ 0.01248 ซึ่งค่าดังกล่าวมีระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดพักอาศัยในเขตชั้นกลาง มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยมีอิทธิพลของปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ เป็นบรรทัดฐานต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ซึ่งผลการศึกษานี้ ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อ และผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (ตารางที่ 35) โดยสรุปมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาของพฤติกรรมของผู้ซื้อ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีระดับรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน อีกทั้งเป็นผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และมีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด ซึ่งก่อนที่จะตัดสินใจซื้อห้องชุดในปัจจุบัน มีที่พักอาศัยเดิมเป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ อยู่ในเขตบางกะปิ และพระโขนง โดยอาศัยอยู่ไม่น้อยกว่า 3 ปี และเมื่อใดที่ผู้ซื้อเริ่มแสวงหาที่พักอยู่อาศัย โดยมีสาเหตุสำคัญก็คือการเดินทางไม่สะดวก และสาธารณูปโภค และสาธารณูปการไม่เพียงพอ เพราะที่พักอยู่อาศัยเดิมไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจ จึงส่งผลทำให้ผู้ซื้อจำเป็นต้องหาซื้อห้องชุดที่สามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งห้องชุดที่คืนนั้นจะต้องตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนบุตร และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่พร้อม เช่น มีที่จอดรถ ร้านค้าย่อย สระว่ายน้ำ สวนหย่อม เป็นต้น ส่วนอิทธิพลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจที่สำคัญ คือ ตัวผู้ตอบ เมื่อใดที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อห้องชุดมักจะให้ความสำคัญที่จะปรึกษาคู่สมรส ทั้งนี้เป็นเพราะเชื่อมั่นว่าเป็นผู้มีความรู้ และเกื้อหนุนทางการเงิน และเมื่อสำรวจความคิดเห็นถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้เปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อไม่ถึง 1 เดือน อย่างไรก็ตามยังพบว่าพฤติกรรมภายหลัง

การซื้อและอยู่อาศัยแล้ว มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานและพอใจในห้องชุดนี้ เพราะมีสิ่ง
อำนวยความสะดวกได้แก่ สาธารณูปโภค สาธารณูปการ บริการและการพักผ่อนใจ

ตารางที่ 35 สรุปปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุด เพื่ออยู่อาศัย

| No. | พฤติกรรมของผู้ตัดสินใจซื้อ | ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ | | | |
|-----|---|---------------------------|----------|-------|--------|
| | | สถานภาพ สมรส | การศึกษา | อาชีพ | รายได้ |
| 1. | กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ | | | | |
| | 1.1 สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ | NO | YES | NO | NO |
| | 1.2 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ | NO | YES | NO | YES |
| 2. | กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ | | | | |
| | 2.1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง | NO | NO | YES | YES |
| | 2.2 ปัจจัยราคาและเงินไขชำระ | NO | NO | YES | YES |
| | 2.3 ปัจจัยสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ | NO | NO | NO | YES |
| | 2.4 ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก | NO | NO | YES | NO |
| 3. | กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ | | | | |
| | 3.1 การเลือกปรึกษามัคคุเทศน์ | YES | NO | NO | NO |
| | 3.2 เหตุผลที่เลือกปรึกษามัคคุเทศน์ | NO | NO | NO | YES |
| | 3.3 การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ | NO | NO | YES | YES |
| | 3.4 ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ | NO | NO | NO | YES |
| 4. | กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ | | | | |
| | 4.1 เหตุผลที่คิดจะย้าย | NO | YES | YES | NO |

หมายเหตุ : YES มีค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05

NO ไม่มีค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05

5.2 ผลการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ ประกอบด้วย 4 กลุ่ม

5.2.1 กลุ่มสาเหตุและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย

1) สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อและหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ การศึกษา และที่ไม่มีผลต่อสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจ ได้แก่ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

2) **เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การศึกษา และรายได้ และที่ไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจ ได้แก่ สถานภาพสมรส และอาชีพ

5.2.2 **กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ** ประกอบด้วย

1) **การเลือกปริมาณบุคคล** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเลือกปริมาณบุคคล และหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ สถานภาพสมรส และที่ไม่มีผลต่อการเลือกปริมาณบุคคล ได้แก่ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้

2) **เหตุผลที่เลือกปริมาณบุคคล** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อเหตุผลที่เลือกปริมาณบุคคลและหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ รายได้ และที่ไม่มีผลต่อเหตุผลที่เลือกปริมาณบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ

3) **การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ และหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ อาชีพและรายได้ และที่ไม่มีผลต่อการเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ ได้แก่ สถานภาพสมรส และการศึกษา และ อาชีพ

4) **ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ อาชีพ และที่ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สถานภาพสมรส การศึกษาและรายได้

5.2.3 **กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ** ประกอบด้วย

1) **การเลือกปริมาณบุคคล** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเลือกปริมาณบุคคลและหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ

สถานภาพสมรส และที่ไม่มีผลต่อการเลือกปริญญาบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางสมรส อาชีพ และรายได้

2) **เหตุผลที่เลือกปริญญาบุคคล** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อเหตุผลที่เลือกปริญญาบุคคลและหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ รายได้ และที่ไม่มีผลต่อเหตุผลที่เลือกปริญญาบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ

3) **การเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเปรียบเทียบโครงการอื่น ๆ และหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 คือ รายได้ และที่ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สถานภาพสมรส การศึกษาและอาชีพ

5.2.4 **กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการขาย** พบว่า อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีต่อเหตุผลที่คิดจะย้าย และหาค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การศึกษาและรายได้ และที่ไม่มีผลต่อเหตุผลที่คิดจะย้าย ได้แก่ สถานภาพสมรส และรายได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาโดยการสำรวจและวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ พบว่า มีข้อเท็จจริงที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ต่อการนำไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวางแผนการตลาดได้เป็นอย่างดี ทั้งในแง่กายภาพของอาคารชุด และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะ มีดังนี้

1) **กลุ่มสาเหตุและเหตุผลใตการตัดสินใจซื้อ** ผู้ประกอบการ ควรที่จะติดตามและให้ข่าวสาร และข้อเท็จจริงต่อผู้ซื้อ ด้วยการไม่หลอกลวงและไม่เอาเปรียบ โดยใช้พนักงานที่มีความรู้ และความสามารถ และมีมารยาทที่ดี ทั้งนี้เพราะผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะซื้อ และมีกำลังซื้อที่สูง จึงจำเป็นต้องได้รับรายละเอียดที่ครอบคลุม อีกทั้งผู้ซื้อยังมีความรู้และเข้าใจอย่างดี ซึ่งหากสร้างภาพพจน์ที่ดีแล้ว ผู้วิจัยเชื่อมั่นว่าผู้

ซื้อในกลุ่มนี้น่าจะเกิดการยอมรับและภักดีต่อโครงการ และเกิดการตัดสินใจซื้อในอนาคต และในส่วนของผู้ซื้อ ควรจะให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ อาทิ ขนาดสมาชิกของครอบครัวที่เพิ่มขึ้น ระยะเวลาที่ใช้เดินทางไปกลับจากที่พักกับที่ทำงานเป็นต้น เพราะเรื่องเหล่านี้มีผลต่อสภาพการอยู่อาศัยในอนาคตของผู้ซื้อ

2) กลุ่มปัจจัยที่เลือกในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อต่างตระหนักถึงสภาพปัญหาการจราจรที่ติดขัดและต้องการสบายใจภายหลังการอยู่พักอาศัยในห้องชุด ด้วยเหตุนี้การเสนอและให้ข้อมูลของผู้ประกอบการโครงการ ควรที่จะต้องวิเคราะห์ถึงศักยภาพของอาคารชุดที่สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้ซื้อก่อน เช่น ใกล้ศูนย์การค้า สถาบันการเงิน หน่วยราชการ ระบบขนส่งมวลชน ตลาดสด เป็นต้น ประกอบกับกลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่มีลักษณะชอบทำงานหนัก เวลาพักผ่อนน้อย และเครียด ดังนั้นควรที่จะเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ อาทิ มีสระว่ายน้ำที่ได้มาตรฐาน สนามเทนนิส สถานที่บริหารร่างกาย เกมรูม เซานา ลู่วิ่งกึ่ง ฯลฯ ส่วนด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรม มีการเพิ่มพื้นที่การใช้สอยมากขึ้น จัดห้องให้มีมุมที่สามารถมองเห็นธรรมชาติให้มากที่สุด หรือเพิ่มพื้นที่เปิดโล่งสีเขียวส่วนกลางให้มากขึ้น เป็นต้น ส่วนผู้ซื้อก่อนที่จะตัดสินใจซื้อจำเป็นต้องวิเคราะห์โครงการก่อน เพื่อที่จะไม่สบายใจภายหลังการซื้อ อาทิ ชื่อและที่ตั้งของโครงการ ได้แก่ ขนาด เนื้อที่ สถานที่ หรือทำเลที่ตั้ง ผู้ดำเนินการ/เจ้าของโครงการ คือใคร ประสบการณ์ ประวัติ ชื่อเสียง เงินลงทุน สำหรับตัวโครงการ เช่น ระยะเวลาการก่อสร้าง สถาปนิกผู้ออกแบบ วิศวกรที่ปรึกษา ลักษณะหรือองค์ประกอบของโครงการ ได้แก่ พื้นที่ก่อสร้าง พื้นที่อยู่อาศัย พื้นที่สาธารณูปโภค หรือพื้นที่ส่วนกลาง สาธารณูปโภค-สาธารณูปการ อื่น ๆ เป็นต้น

3) กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ จากระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อที่ไม่ถึง 1 เดือน ผู้ประกอบการ ควรที่จะกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเงื่อนไขการชำระเงิน เช่น ยืดระยะเวลาการผ่อนค่างาน์ ฟรีเงินค่างาน์ หรือลดเงินทำสัญญาบางส่วนลง หรือการให้ดอกเบี้ยคงที่แบบมีระยะเวลา และการให้ส่วนลดในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การแถมเฟอร์นิเจอร์ ตู้เย็น โทรทัศน์ โทรศัพท์ ฯลฯ และในส่วนด้านกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อนั้น เนื่องจากผู้ซื้อที่มีพฤติ

กรรมต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันคือ เหตุผลที่จะย้าย เหตุผลที่เลือกปรึกษาบุคคล โดยเฉพาะมีการเลือกปรึกษามัคคุเทศก์ที่สำคัญก่อนการตัดสินใจซื้อ ในแง่การใช้เหตุผลของการตัดสินใจ ดังนั้น แนวความคิดในการพัฒนาโครงการอาคารชุด ควรมีการศึกษาวิจัยถึงความต้องการของผู้ซื้อในด้านความคาดหวังและปัญหาสภาพอยู่อาศัย ทั้งนี้ เพื่อจะได้จัดทำโครงการอาคารชุดให้สอดคล้องกับ ความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อ นอกจากนี้ในส่วนของกลุ่มอ้างอิง พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อสูงมาก ได้แก่ คู่สมรส ทุกคนในบ้าน และเพื่อนฝูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยิ่ง เนื่องจากสินค้าประเภทอาคารชุดมีลักษณะที่แตกต่างและเป็นสินค้าคงทน โดยกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลมากกว่าสินค้าประเภทไม่คงทนถาวร ดังนั้นนักวางแผนการตลาด ควรวางแผนกลยุทธ์ถึงพฤติกรรมของกลุ่มอ้างอิง พร้อมทั้งมีการติดต่อข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโครงการใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มอ้างอิงโดยตลอดเวลาและควรจะให้แรงจูงใจในกลุ่มนี้ด้วย

4) **กลุ่มพฤติกรรมภายหลังการซื้อ** ส่วนใหญ่ผู้ซื้อยังคงพอใจในสภาพการอยู่อาศัยพอสมควร คือด้าน การใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค ได้แก่ ลิฟท์ ที่จอดรถ ที่ทิ้งขยะ โทรศัพท์ผ่านศูนย์ ระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบเสอากาศรวม สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สระว่ายน้ำ สวนหย่อม และสนามเด็กเล่น และสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปการ ได้แก่ ห้องอาหาร ร้านค้าย่อย ผู้ซื้อไม่ค่อยพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีคนใช้บริการไม่มากนัก ดังนั้นผู้ประกอบการโครงการควรที่จะดำเนินการปรับปรุงคือ การออกแบบ โดยเฉพาะสถานที่สิ่งของอำนวยความสะดวก ๆ นี้ลง และผู้ซื้อที่คิดจะย้ายออก หากเมื่อมีรายได้สูงขึ้น และหากที่ซื้อย้ายที่ทำงานหรือเปลี่ยนงาน ดังนั้นควรที่ให้ผู้ประกอบการ/นิติบุคคลอาคารชุด จำเป็นต้องรู้จักและเข้าใจโครงการได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะแบบแปลน หรือโครงสร้างงานระบบต่าง ๆ และจุดบกพร่อง รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ทั้งนี้เพื่อสามารถปรับปรุงรูปแบบห้องชุดและสนองต่อสภาพการพักอาศัยอาคารชุดของผู้ซื้อ ซึ่งจะมีส่วนทำให้ผู้พักเกิดความพึงพอใจและไม่คิดจะย้ายออกในเวลา

5) กลุ่มอื่น ๆ (ด้านผู้ซื้อ) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้รวมทั้งครอบครัว (มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน) และอยู่ในเขตชั้นกลาง ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้ จึงไม่สามารถจะครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อของตลาดอาคารชุดทั้งระบบได้ และไม่สามารถเจาะลึกในรายละเอียดของการเลือกซื้อห้องชุดด้วย ดังนั้นควรที่จะวิจัยขั้นต่อไปในเรื่อง

1) การศึกษาการเลือกตัดสินใจ ซื้ออาคารชุดของผู้ซื้อ ที่มีประวัติความเป็นอยู่ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกพักอาศัยในด้านต่าง ๆ เช่น ลักษณะประเภทของความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคต ลักษณะของโครงการ การออกแบบอาคารชุดเป็นอย่างไร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถจะเจาะลึกในรายละเอียดได้

2) การศึกษาการเลือกตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้ซื้อที่มีระดับรายได้ ทั้งครอบครัวสูงกว่า 60,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวนี้มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพชีวิตและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้สามารถศึกษาปัจจัยต่าง ๆ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และได้ข้อมูลที่ทันสมัย ซึ่งหากรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น จะสามารถปรับแนวทางการวางแผนและออกแบบได้ทันกับความต้องการในอนาคตได้

3) ควรจะศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อที่มีขนาดราคาขายต่ำกว่า 1 ล้าน และมากกว่า 3 ล้านบาท ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้ซื้อ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาในลักษณะเจาะลึกในกลุ่มดังกล่าว จะทำให้ได้ข้อมูลในลักษณะที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบถึงความต้องการซื้อและสภาพความเป็นอยู่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสำคัญของตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อว่าตัวแปรอะไรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มากกว่า ทั้งนี้อาจจะใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติอื่น ๆ ที่เหมาะสม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถจะได้คำตอบว่า ตัวแปรด้านสังคมและเศรษฐกิจ ตัวแปรอะไรมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่ากัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กฤษณ์ เอี่ยมสะอาด. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม, 2535.

การเคหะแห่งชาติ. ศูนย์วิชาการที่อยู่อาศัย. ศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยในช่วงแผน พัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (ปี 2535-2537). กรุงเทพมหานคร : การเคหะแห่งชาติ 2534.

กิตติ บรรจงรัตนงาม. การย้ายที่อยู่อาศัยในเขตสัมพันธวงศ์. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536

กิตติ ลิ้มสกุล. “ความต้องการบ้านและที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล.” ผู้จัดการรายวัน. 1, กุมภาพันธ์ 2537, หน้า 43-44.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สำนักงาน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่หก พ.ศ.2530-2534. สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ม.ป.ป.

..... แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ.2535-2539. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ม.ป.ป.

คณะกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย. “รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัยปี 2533-2534.”

2534

เดชะ บุญยะชัย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับปานกลางของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

ถนอม อังคณาวัฒนา. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงเขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2533.

ทวีดิษฐ์ วิจิตรสุนทรการ. แนวโน้มของบ้านพักอาศัยแบบคอนโดมิเนียม.
กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2537.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2533

นราศรา ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อัครศรี. ระเบียบวิธีการวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร :
สยามเจนัล.

มานพ พงศทัต. “รวมเรื่องอาคารชุดของประเทศไทย.” กรุงเทพธุรกิจ. 4 มกราคม
2527, หน้า 2-13.

วารีย์ ไตรวัน. ศึกษาแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2529-2534. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.

ศักดิ์ดา สายบัว. “ปัญหาที่พักอาศัยในเขตนครหลวงในแง่เศรษฐกิจ.” วารสารพัฒนบริหารศาสตร์. 13 มกราคม 2536, หน้า 32-35.

สมพงษ์ หิริอุศักดิ์. ศึกษาการประเมินการใช้งาน สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาปานกลางค่อนข้างสูง. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

สมเกียรติ โล่ห์เพชรรัตน์ และคนอื่น ๆ. คู่มือคอนโดมิเนียม. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย, 2532.

สายชล ลิ้มทองกุล. ลักษณะโครงสร้างของปัจจัยการผลิตในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ศึกษากรณีของการเคหะแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2521.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. ระเบียบวิธีวิจัยตลาดเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : ปรกาศพริก, 2534.

สุชาติ ประเสริฐรัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.

โสภณ ชัยสุวรรณ. คำอธิบายกฎหมายอาคารชุด. ป.สัมพันธ์พาณิชย์, 2524.

อรพิน นโมชัยพิบูลย์. ศึกษาเปรียบเทียบที่อยู่อาศัยในแนวราบกับแนวตั้งที่มีระดับปานกลางในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

อุทุมพร. การสำรวจตัวอย่างทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร, 2536, หน้า 29-30

D
P
U

ภาษาอังกฤษ

Agency for Real Estate Affairs. “สัมมนาวิชาการทิศทางการตลาดที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2536.”

ตุลาคม 2535.

Alfred L. Kroeber and Talcott Persons. The Concepts of culture Background of Personality. New York : Appleton - Century Grofts Inc, 1945. pp.32.

Barrie Needham. How Cities Work. London : Pergamon Press, 1977.

Berry B.J. & Horlton F.R. Geographic Perspectives on Urban System. New Jersey : Prentice Hall, 1990.

Brian Goodall. The Economics of Urban Area. Ox ford : Pergamon Press, 1977.

Brumer J.S. “On Perceptual Readiness”, Psychological Review. 64 (1954)

Engel, Jane F.,Kollat,David T., and Backwell,Roger D.. Consumer Behavior. New York : Holt Rinehart and Winston. Inc., 1968

Harold Carter. The Study of Urban Geography. 2d ed., London : Edward Arnold. 1995. pp. 271-285.

Herbert E. Krugman. International Encyclopedia of Social Sciences. U.S.A. : Crowell Coller and Macmillan, Inc., 1968, pp.350.

J.Zeisel. Sociology and Architectural Design. New York: : Russel Sage, 1975. pp.3.

Lowdow Wingo. Jr. Transportation and Urban Land. Washington D.C. : Resource for The Fulfillment, nd..

Martineau. P.D. Social Class and Spending Behavior. Journal of Marketing. 23 (October, 1958) pp.121-130.

Muth, Richard F. Cities and Housing. 4th ed Chicago : University of Chicago Press, 1974.

Ray bum D. Tousley, Engenne Clark, Fred E. Clark. Principles of Marketing. New York : Macmillan co., 1962, pp.122.

R. Linton. The Culture Background of Personality. New York : Appleton-Century Grofts Inc, 1945, pp.32.

Simmon, J.M. "Changing Residential in the City." A Review of Infra Urban Aphical Review. 58 (1964) pp. 621-651.

TongChai Savasdisara, Walter E.J. Tips and Sunanta Suwannodom. Residential Satisfaction Mobility and Estate Management In Privata Lower-Cost Housing Estate In Thailand. Bangkok : Asian Institute of Technology, 1987.

William H. Claire. Handbook on Urban Planning Canada : Van Nortrand Reinhold, 1973.

Draft

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

กรุณาขีดเครื่องหมาย X ในช่อง () หน้าหัวข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านหรือใกล้เคียงมากที่สุด

| | |
|--------------------------|------------------------|
| ชื่อเจ้าของอาคารชุด..... | ชื่ออาคารชุด..... |
|บนชั้นที่ | ขนาดเนื้อที่..... ตร.ม |
| เขต..... | |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยหลังเดิม

| | |
|--|--|
| 1. สถานภาพการครอบครอง | |
| <input type="checkbox"/> 1. เป็นเจ้าของเอง | <input type="checkbox"/> 4. ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายบางส่วน |
| <input type="checkbox"/> 2. เช่า | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 3. อาศัยอยู่โดยไม่เสียค่าเช่า | |

| | |
|---|--|
| 2. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เคยอยู่เดิม | |
| <input type="checkbox"/> 1. บ้านเดี่ยว | <input type="checkbox"/> 4. คอนโดมิเนียม |
| <input type="checkbox"/> 2. บ้านแถว/ทาวน์เฮ้าส์ | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 3. ตึกแถว | |

| | |
|------------------------------------|---|
| 3. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ใน (ข้อ 2) | |
| <input type="checkbox"/> 1. 1-3 ปี | <input type="checkbox"/> 3. 8-11 ปี |
| <input type="checkbox"/> 2. 4-7 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 11 ปีขึ้นไป |

| |
|---|
| 4. ก่อนที่ท่านจะอยู่ห้องชุดนี้ในปัจจุบัน เคยท่านพักอยู่ในเขต..... |
|---|

| | |
|---|---|
| 5. สาเหตุที่ย้ายออกจากที่อยู่อาศัยเดิม (เลือกตอบได้ 3 ข้อ และโปรดเรียงลำดับโดย กรุณาเขียนหมายเลข 1. ลงในช่องเป็นสาเหตุสำคัญ และหมายเลข 2,3 เป็นสาเหตุรองลงมาตามลำดับ) | |
| <input type="checkbox"/> 1. แต่งงาน แยกครอบครัว | <input type="checkbox"/> 5. เจ้าของที่อยู่อาศัยเดิมต้องการคืน |
| <input type="checkbox"/> 2. ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง | <input type="checkbox"/> 6. การเดินทางไม่สะดวก, ไกลจากที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> 3. มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น | <input type="checkbox"/> 7. สิ่งแวดล้อมรอบ ๆ บริเวณที่พักอาศัยไม่ดี |
| <input type="checkbox"/> 4. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ | <input type="checkbox"/> 8. ย้ายที่ทำงาน |

6. ในการย้ายไปอยู่ที่พักอาศัยใหม่ ท่านพิจารณาปัจจัยเหล่านี้หรือไม่

- () 1. แหล่งอุปโภค () 5. ผังเมือง
 () 2. ถนน () 6. แหล่งอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจ
 () 3. ทางด่วน () 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 () 4. เกิดน้ำท่วม

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

7. ท่านพักอาศัยในห้องชุด

- () 1. เป็นประจำ มานาน.....ปี.....เดือน
 () 2. ชั่วคราว(เพราะมีที่พักอื่น อยู่นอยู่แล้ว ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม)

8. ท่านครอบครองห้องชุดในอาคารนี้โดย

- () 1. เป็นเจ้าของโดย
 1.1 () ซื้อมา
 1.2 () ซื้อผ่อนชำระเดือนละ.....บาท
 1.3 () เช่า ราคา.....จำนวน.....ปี
เดือน
 ชำระเดือนละ.....บาท
 () 2. บ้านบริษัท/นายจ้างโดย
 2.1 () ฟรี
 2.2 () ชำระต่อเดือน.....บาท
 () 3. อาศัยอยู่กับพ่อ-แม่-ญาติ
 () 4. เช่า เดือนละ.....บาท

9. ท่านซื้ออาคารชุดพักจากใคร (คำตอบที่ได้จากข้อ 8.1 เท่านั้น)

- () 1. เจ้าของโครงการ (ระหว่างที่เปิดโครงการและหลังก่อสร้างเสร็จแล้ว)
 () 2. คนอื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

10. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องชุดในแต่ละเดือน (รวมค่าผ่อนชำระ) คิดเป็นร้อยละ.....ของเงินเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาคารชุดที่ท่านอาศัยอยู่ปัจจุบัน

11. ท่านรู้จักอาคารชุดนี้จาก

| | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. โฆษณาจากหนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 5. มีผู้แนะนำ |
| <input type="checkbox"/> 2. โฆษณาจากวิทยุ | <input type="checkbox"/> 6. พนักงานมาติดต่อโดยตรง |
| <input type="checkbox"/> 3. โฆษณาจากทีวี | <input type="checkbox"/> 7. มีคนมาแจกใบปลิว |
| <input type="checkbox"/> 4. ป้ายโฆษณาทั่วไป | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ โปรดระบุ |

.....

12. ก่อนที่ท่านตัดสินใจซื้อ ท่านได้พิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอาคารชุดอื่น ๆ จำนวนกี่โครงการ (รวมโครงการนี้ด้วย)

| | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่ได้เปรียบเทียบกับโครงการอื่น ๆ เลย | <input type="checkbox"/> 4. 4 โครงการ |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 โครงการ | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 5 โครงการ |

13. ก่อนท่านตัดสินใจซื้ออาคารชุดนี้ท่านได้ชมอาคารตัวอย่างหรือมาสอบถามที่สำนักงานนี้กี่ครั้ง

| | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. 4 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 2. 2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 5. 5 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 6 ครั้ง |

14. ท่านเสียเวลาในการพิจารณาเลือกและตัดสินใจ

| | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ชั่วทันทีเมื่อชมครั้งแรก | <input type="checkbox"/> 3. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 2-3 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 2. ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 1 เดือน | <input type="checkbox"/> 4. ใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป |

15. ก่อนตัดสินใจซื้ออาคารชุดนี้ ผู้ที่ท่านปรึกษาและมีบทบาท สำคัญคือใคร

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. บิดา/มารดา | <input type="checkbox"/> 5. สถาปนิก/วิศวกร |
| <input type="checkbox"/> 2. คู่สมรส | <input type="checkbox"/> 6. เพื่อนฝูง |
| <input type="checkbox"/> 3. บุตร | <input type="checkbox"/> 7. ไม่ได้ปรึกษาใคร |
| <input type="checkbox"/> 4. ทุกคนในบ้าน | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

16. ทำไมใหม่ท่านเลือกปรึกษามุคคตาม ข้อ 15 เพราะ (โปรดจัดเหตุผลให้ตรงกับบุคคลในข้อ 14)

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน | <input type="checkbox"/> 4. เคยอยู่ที่นี้และมีประสบการณ์มาก่อน |
| <input type="checkbox"/> 2. มั่นใจว่าเป็นผู้มีความรู้ | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ |
| <input type="checkbox"/> 3. ขอความเห็นชอบเพราะเกรงใจ | |

17. อาคารชุดนี้ใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียวอาจจะมีใช้ตัวท่าน)

- () 1. ตัวท่านเอง () 4. บุตร
 () 2. คู่สมรส () 5. สถาปนิก/วิศวกร
 () 3. บิดา/มารดา () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. กรุณาให้ เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกตัดสินใจซื้ออาคารชุด (เลือกตอบได้ 3 ข้อและโปรดเรียงลำดับความสำคัญ

1,2 และ 3 โดยให้ 1 แทนข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด)

- () 1. ต้องการออมในรูปแบบสหกรณ์มากกว่าการออมด้วยเงิน () 5. ที่ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี
 () 2. มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น () 6. ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร
 () 3. ความสามารถในการจ่าย (ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน) () 7. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม
 () 4. เพิ่งขยายครอบครัวใหม่ () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

19. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อห้องชุดนี้ ท่านพิจารณาเลือกองค์ประกอบใด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

- () 1. ทำที่ตั้งโครงการมีทำงานดี สะดวกในการเดินทาง
 () 2. ขอบรูปแบบทางสถาปัตยกรรม, วิศวกรรม
 () 3. ราคาของห้องชุด
 () 4. บริการต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ
 () 5. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
 () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

20. เกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

- () 1. อยู่ใกล้ที่ทำงาน () 6. บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้
 () 2. อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร () 7. ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ
 () 3. ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด () 8. ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น
 () 4. ใกล้ถนนใหญ่ () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 () 5. มีรถประจำทางผ่าน

- 21.เกี่ยวกับเรื่องรูปแบบและการก่อสร้าง ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| () 1. การออกแบบอาคาร | () 5. คุณภาพ/ฝีมือการก่อสร้าง |
| () 2. ประโยชน์ใช้สอย | () 6. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง |
| () 3. จำนวนห้อง | () 7. ชื่อเสียงของบริษัท |
| () 4. พื้นที่ขนาดของตัวอาคาร | () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

- 22.เกี่ยวกับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---------------------------------|---|
| () 1. ราคาขายกับคุณภาพของอาคาร | () 4. การบริการของสถาบันการเงิน/ธนาคารดี |
| () 2. จำนวนเงินค่างานน้อย | () 5. เงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก |
| () 3. ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน | () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

- 23.เกี่ยวกับสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จัดไว้ในโครงการ ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|-----------------------------|---|
| () 1. มีขนาดกว้าง ซอยกว้าง | () 4. มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส |
| () 2. มีประปาใช้ | () 5. มีโรงเรียนอนุบาล |
| () 3. มีโทรศัพท์ | |
| () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

24. เกี่ยวกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจมากที่สุด (เพียงข้อเดียว)
- | |
|--|
| () 1. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค (ลิฟท์, ที่จอดรถ, ที่ทิ้งขยะ, โทรศัพท์ผ่านศูนย์, ระบบบำบัดน้ำเสีย, ระบบเสอาอากาศรวม) |
| () 2. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปการ (ห้องอาหาร, ร้านค้าย่อยต่าง ๆ) |
| () 3. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อน (สระว่ายน้ำ, สวนหย่อม, สวนเด็กเล่น) |
| () 4. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ (ห้องประชุมและจัดเลี้ยง, บริการทำความสะอาด, บริการเก็บขยะ) |

25. เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย ท่านคำนึงถึงข้อใดในการตัดสินใจมากที่สุด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

- () 1. มีส่วนลด () 4. การต้อนรับดี
 () 2. มีของแถม () 5. มีห้องตัวอย่างให้ชม
 () 3. โฆษณาชวนเชื่อ () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและไม่พอใจต่อการอยู่พักอาศัย

26. ในขณะนี้ท่านคิดจะย้ายออกจากห้องชุดนี้หรือไม่

- () 1. คิดจะย้าย () 2. ไม่คิดจะย้าย

27. หากท่านคิดจะย้ายออกจากห้องชุดนี้ เพราะสาเหตุอะไร (เฉพาะผู้ที่เลือกตอบคิดจะย้ายในข้อ 26)

- () 1. แยกครอบครัว () 5. เดินทางไม่สะดวก
 () 2. ต้องย้ายที่ทำงานใหม่ () 6. ไม่มีความปลอดภัย
 () 3. มีรายได้มากขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยดีขึ้น () 7. ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม
 () 4. ยังไม่พอใจห้องชุดนี้ () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสภาพการอยู่อาศัย

กรุณาเติมเครื่องหมาย () ลงในช่องตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยที่ตัวเลขแต่ละตัวมีความหมายดังนี้ คือ

| | | |
|----------------|-----------------|-----------------------|
| 1 คือ ไม่ดีเลย | 2 คือ ไม่ค่อยดี | 3 คือ ปานกลาง (พอใช้) |
| 4 คือ ดี | 5 คือ ดีมาก | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภค

28. ลิฟท์

- ความเพียงพอของจำนวนและขนาดบรรทุก
- ระยะเวลาในใช้ลิฟท์
- ความสะอาดของห้องลิฟท์

29. ที่จอดรถ

- จำนวนเพียงพอต่อการไว้
- ความสะดวกในการสัญจรของรถ
- ความสะดวกในการสัญจรระหว่างที่จอดรถกับห้องชุดที่พักอาศัย

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

30. ที่ห้องขยะ

- ความสะอาดบริเวณที่ห้องขยะ
- ความสะดวกในการไปที่ห้องขยะ
- การป้องกันกลิ่นและเสียงจากที่ห้องขยะจะมารบกวนการพักอาศัย

31. โทรศัพท์ผ่านศูนย์

- ความสะดวกในการใช้งาน

32. ระบบบำบัดน้ำเสีย

- การป้องกันกลิ่นมารบกวนการพักอาศัย

33. ระบบเสาอากาศรวม

- ความชัดเจนของสัญญาณภาพและเสียง

สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปการ

34. ห้องอาหาร

- ขนาดพื้นที่ห้องอาหารมีความเหมาะสม
- ความเหมาะสมของช่วงเวลา เปิด-ปิดบริการ

35. ร้านค้าย่อย

- ความเหมาะสมด้านปริมาณ และจำนวนสินค้าที่มีจำหน่าย
- ความเหมาะสมของช่วงเวลาเปิด-ปิดบริการ

สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อนใจ

36. สระว่ายน้ำ

- ความสะอาดของบริเวณสระว่ายน้ำ
- ความเหมาะสมของขนาดสระว่ายน้ำ
- ความถี่ในการให้บริการ (น้อย-มาก)

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

37. สวนหย่อม, สนามเด็กเล่น
- ความเหมาะสมของขนาดพื้นที่
 - ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ
 - ความสะอาดของพื้นที่
 - ความถี่ในการใช้บริการ (น้อย-มาก)

สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการ

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

38. ห้องประชุมและจัดเลี้ยง
- ขนาดของห้องมีความเหมาะสม
 - ความสะอาดในการเข้าไปใช้บริการ
 - ความสะอาดของห้องประชุม, จัดเลี้ยง
 - จำนวนที่นั่งส่วนกลาง สำหรับห้องประชุม/จัดเลี้ยง

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |

39. บริการทำความสะอาด
- ประสิทธิภาพในการทำงานทำความสะอาด/เรียกใช้บริการ

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |

40. บริการเก็บขยะ
- ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ
 - ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดเก็บทิ้งขยะ

ประเมินทัศนคติต่อสภาพอยู่อาศัย

41. ท่านคิดว่าจะพักอาศัยในโครงการนี้อย่างไร

() 1. ตลอดไป () 2. ชั่วระยะเวลาหนึ่ง

42. ท่านคิดจะชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อหรือเข้ามาพักอาศัยร่วมในโครงการเดียวกับท่านหรือไม่

() 1. แนะนำ () 2. ไม่แนะนำ

43. สาเหตุที่ท่านคิดจะย้าย เนื่องจาก

() 1. สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ดีพอ () 3. ความจำเป็นในการย้ายที่ทำงาน

() 2. จำนวนสมาชิกในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

44. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง อายุ..... ปี

45. ท่านมีสถานภาพการสมรส

- () โสด () ยังไม่มีคู่รัก () แต่งงาน () มีบุตร...คน
 () กำลังจะแต่งงาน () ยังไม่มีบุตร
 () ไม่คิดแต่งงาน () แยกกันอยู่
 () หย่า มีบุตรคน
 () หม้าย มีบุตร...คน

46. จำนวนสมาชิกในครอบครัวท่านทั้งหมด (รวมหัวหน้าครอบครัว)

- () 1. ชาย..... คน () 2. หญิง.....คน

47. ท่านมียานพาหนะส่วนตัวหรือไม่

- () 1. ไม่มี () 2. มี { } รถยนต์.....คัน
 { } รถจักรยานยนต์.....คัน

48. การศึกษาของท่าน

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 3. สูงกว่าปริญญาตรี
 () 2. ปริญญาตรี

49. อาชีพของท่าน

- () 1. รับราชการ () 4. ธุรกิจส่วนตัว
 () 2. รับจ้างรัฐวิสาหกิจ () 5. รับจ้างทั่วไป
 () 3. ลูกจ้างบริษัทเอกชน () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

50. รายได้รวมของสมาชิกครอบครัวต่อเดือน

- () 1. 10,001-20,000 บาท () 4. 40,001-50,000 บาท
 () 2. 20,001-30,000 บาท () 5. 50,001-60,000 บาท
 () 3. 30,001-40,000 บาท () 6. 60,000 บาทขึ้นไป