

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการค้นคว้าในงานวิจัยที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกผู้ซื้อตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ซื้อตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 4 เขต คือ เขตพระนคร เขตลาดพร้าว เขตจตุจักร และเขตปทุมวัน โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) มาเขตละ 100 คน

สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance or one - way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.30 อายุระหว่าง 25 - 30 ปี ร้อยละ 50.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 37.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน 40,001 - 60,000 บาท และ 60,001 - 80,000 บาท ร้อยละ 20.50 เท่าๆ กัน โดยมีสถานภาพโสด ร้อยละ 68.30 และเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 46.50 ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.30 โดยมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน ร้อยละ

28.60 ซึ่งมีเขตพักอาศัยปัจจุบันอยู่ในย่านชุมชน ร้อยละ 51.00 เป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 60.00 และเป็นผู้อาศัย ร้อยละ 46.00

2. พฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ ที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ ร้อยละ 74.50 โดยไม่ได้ระบุระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ร้อยละ 49.00 และมีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในรูปแบบบ้านเดี่ยว ร้อยละ 58.70 ในทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง ร้อยละ 43.50 โดยมีความต้องการโครงการจัดสรร ร้อยละ 67.30 ของผู้ประกอบการบริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ มากที่สุด ร้อยละ 29.80

3. ความต้องการตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัย

สรุปตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

3.1 ผู้ที่เลือกซื้อบ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่มีความต้องการ ขนาดพื้นที่ 50 - 100 ตารางวา แบบ 2 ชั้น จำนวน 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ มีพื้นที่จอดรถได้ 2 คัน ราคาประมาณ 2.1 - 3.0 ล้านบาท โดยรูปแบบทางการเงินส่วนใหญ่มีความต้องการ ผ่อนชำระแบบไม่มีเงินดาวน์ มีอัตราดอกเบี้ยชำระประมาณ 10,000 - 20,000 บาท มีระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10 - 15 ปี ในอัตราดอกเบี้ยตายตัว 5 ปี และอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 2 ต่อปี และส่วนใหญ่มีความต้องการตกแต่งภายในเองตามความต้องการ

3.2 ผู้ที่เลือกซื้อบ้านแฝด ส่วนใหญ่มีความต้องการ ขนาดพื้นที่ 100 ตารางวา ขึ้นไป แบบ 2 ชั้น จำนวน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ มีพื้นที่จอดรถได้ 2 คัน ราคา 4 ล้านบาทขึ้นไป โดยรูปแบบทางการเงินส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อเงินสด โดยถ้าผ่อนชำระมีความต้องการ อัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระ 10,000 - 20,000 บาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 10 - 15 ปี ในอัตราดอกเบี้ยตายตัว 5 ปี และอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 2 ต่อปี โดยส่วนใหญ่ต้องการตกแต่งภายในเองตามความต้องการ

3.3 ผู้ที่เลือกซื้อทาวน์เฮาส์ ส่วนใหญ่มีความต้องการ ขนาดพื้นที่ 48 ตารางเมตร แบบ 2 ชั้น มีขนาดหน้ากว้าง 6 เมตร จำนวน 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ มีพื้นที่จอดรถได้ 1 คัน ราคาประมาณ 1.1 - 2 ล้านบาท โดยรูปแบบทางการเงินส่วนใหญ่มีความต้องการ ผ่อนชำระแบบไม่มีเงินดาวน์ มีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระยะเวลาในการผ่อนชำระ 16 - 20 ปี และ 21 - 25 ปี ที่ต้องการเท่าๆ กัน ในอัตราดอกเบี้ยตายตัว 5 ปี และอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 2 ต่อปี และส่วนใหญ่ต้องการตกแต่งภายในพร้อมอยู่

3.4 ผู้ที่เลือกซื้อคอนโดมิเนียม ส่วนใหญ่มีความต้องการ ขนาดพื้นที่ 72 ตารางเมตร โดยไม่ระบุหน้ากว้างที่ต้องการ จำนวน 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ มีพื้นที่จอดรถได้ 1 คัน ราคาประมาณ 1 - 2 ล้านบาท โดยรูปแบบทางการเงินส่วนใหญ่มีความต้องการ ผ่อนชำระแบบไม่มีเงินดาวน์ มีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระประมาณ 10,000 - 20,000 บาท มีระยะเวลาในการผ่อนชำระ

10 - 15 ปี ในอัตราดอกเบี้ยตายตัว 5 ปี และอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 2 ต่อปี และส่วนใหญ่มีความต้องการตกแต่งภายในพร้อมอยู่

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยที่มีระดับมากที่สุดที่มี 9 ปัจจัย คือ ด้านความปลอดภัย ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคาที่อยู่อาศัย ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านประสบการณ์ผู้ประกอบการ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านชื่อเสียงผู้ประกอบการ และด้านสร้างเสร็จก่อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75, 4.59, 4.56, 4.50, 4.49, 4.37, 4.39, 4.31 และ 4.28 ตามลำดับ

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่ต่างกัน พบว่า ผู้มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะรูปแบบที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในเรื่องพฤติกรรมด้านแนวโน้มในการเลือกซื้อ ด้านทำเลที่ตั้งที่ต้องการเลือกอยู่อาศัย ด้านลักษณะผู้ประกอบการที่มีความต้องการ ด้านผู้ประกอบการที่ต้องการเลือกซื้อ และพบว่า พฤติกรรมด้านระยะเวลาการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้ที่มีความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่ต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่ต่างกัน พบว่า ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในลักษณะรูปแบบที่ต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 มี 2 ปัจจัยด้วยกัน คือ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

ผลการศึกษาริวิจัย พบว่า

1. แนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยยังมีอยู่สูง โดยมีความต้องการซื้อบ้านเดี่ยวเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นคอนโดมิเนียม และทาวน์เฮาส์ ถ้าผู้ซื้อบ้านเดี่ยวจะเลือกซื้อทำเลย่านชานเมืองเป็นหลัก ถ้าเป็นผู้เลือกซื้อทาวน์เฮาส์จะเลือกซื้อทำเลย่านชุมชนเมืองเป็นหลัก และผู้ซื้อคอนโดมิเนียมจะเลือกซื้อทำเลย่านใจกลางเมืองเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากโครงการจัดสรรมากกว่าการจ้างบริษัทสร้างเอง หรือซื้อบ้านมือสอง โดยโครงการของผู้ประกอบที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้ออันดับหนึ่ง คือ บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ รองลงมาคือ บริษัทศุภาลัย และบริษัทกฤษดานนคร

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ผู้ซื้อให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ทำเลที่ตั้ง และราคาที่อยู่อาศัย สำหรับปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพผู้ประกอบการ ลักษณะที่อยู่อาศัย ชื่อเสียงผู้ประกอบการ การสร้างเสร็จก่อนขาย อัตราดอกเบี้ย การผ่อนชำระ จำนวนห้องนอน ห้องน้ำ อัตราการผ่อนชำระที่อยู่อาศัยต่อเดือน รวมถึงระยะเวลาการผ่อนชำระ และอัตราเงินดาวน์ที่อยู่อาศัย สถาบันการเงินที่ผ่อนชำระ พื้นที่จอดรถ เพื่อนบ้าน ของแถมของก้านัล และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้ซื้อได้ให้ความสำคัญเรียงลำดับกันลงมา และมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทั้งสิ้น

3. ความต้องการตามลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน ผู้ซื้อบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และคอนโดมิเนียม นั้นมีความต้องการแตกต่างกันในเรื่อง ขนาดพื้นที่ดิน และพื้นที่ใช้สอย พื้นที่จอดรถ จำนวนชั้นที่อยู่อาศัย จำนวนห้องนอน ห้องน้ำ ราคาที่อยู่อาศัย และการตกแต่งภายใน ผู้ซื้อบ้านเดี่ยวและบ้านแฝดมีความต้องการตกแต่งภายในเองตามความต้องการ ส่วนผู้ซื้อทาวน์เฮาส์และคอนโดมิเนียม มีความต้องการตกแต่งภายในพร้อมอยู่ สำหรับความต้องการของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยทั้ง 4 รูปแบบ ที่มีความต้องการเหมือนกันคือ ความต้องการในการผ่อนชำระ อัตราการผ่อนชำระ ระยะเวลาการผ่อนชำระ รูปแบบดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยผู้ซื้อยังมีแนวโน้มในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยสูง ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะทำโครงการจัดสรรในรูปแบบต่างๆ ควรคำนึงการเลือกทำเลที่ตั้งพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ เช่น โครงการบ้านเดี่ยว ควรเลือกทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง โครงการคอนโดมิเนียม ควรเลือกทำเลย่านใจกลางเมือง เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการที่ยังไม่เป็นที่นิยม ควรเน้นในด้านความปลอดภัยในโครงการเป็นหลัก และสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อเพิ่มความคุ้มค่าบนทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งการทำโครงการที่สร้างเสร็จก่อนขาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สิ่งเหล่านี้สามารถนำมาเป็นตัวแปรที่ใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะพื้นที่เขตหลัก 4 เขต ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ผู้ที่จะทำการศึกษาวิจัยต่อควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่แตกต่างออกไปจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำผลในการศึกษาวิจัยมาเปรียบเทียบ และหรือเพื่อขยายโครงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อไป

2. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้ที่ศึกษาวิจัย ควรทำการศึกษาวิจัยเจาะกลุ่มเฉพาะลักษณะรูปแบบที่ต้องการศึกษา เพื่อได้ข้อมูลทางพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อในเชิงลึกมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อไป