

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

Factors affecting the decision of purchasing landed property in Thailand

ปฐมชัย กมลสุจริต

สาขาการเงินและการธนาคาร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : patomchai.ka@gmail.com

Patomchai Kamonsujarit

Finance and Banking Master of Business Administration Ramkhamhaeng University

บุฏกา ปันทุรอมพร

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์ ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การก่อสร้าง และด้านภาวะเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในประเทศไทยที่ทำแบบทดสอบที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พาหนะในการเดินทางไปทำงาน/เรียน เป็นประจำ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ต่างกัน และประชากรในประเทศไทยที่ทำแบบทดสอบที่มีเพศ อายุ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์ ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การก่อสร้าง ด้านภาวะเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study the factors affecting the decision of purchasing landed property in Thailand. 2) to study the factors affecting the decision of purchasing landed property in Thailand was classified by personal factors. 3) to investigate the factors related to location selection, Price(Value for money), usage area and characteristics and economic conditions, that affect decision of purchasing landed property in Thailand.

The sample size in this research was 400 people in Bangkok by using questionnaires as a tool. The statistics used for the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis was tested by One-way ANOVA. If differences were found, they will be compared using LSD methods and multiple regression statistics.

The results of hypothesis indicate that the population in Thailand who participated in the survey with different backgrounds in personal factors, such as education level, occupation, monthly income, and transportation used for work/study, affected their decision to purchase landed property in Thailand. However, the population who participated in the survey with different genders and ages did not show a significant effect on their decision to purchase landed property in Thailand. Regarding the 4 factors, which are location selection, Price(Value for money), usage area and characteristics and economic conditions, all of them were found to have an impact on the decision of purchase landed property in Thailand.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่พำนักอาศัยแต่ที่อยู่อาศัยยังจัดเป็นทรัพย์สินที่มีอายุยาวนาน การเลือกและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยที่อยู่อาศัยของมนุษย์จะมีอยู่หลายรูปแบบ อาทิเช่น ห้องเช่าอพาร์ทเมนท์คอนโดมิเนียม รวมไปถึงบ้านจัดสรร นอกจากนี้ที่อยู่อาศัยจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้วยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจของประชาชนด้วย อีกทั้งยังเป็นการลงทุนในระยะยาวรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น การพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกประเภทและราคาที่เหมาะสม การเลือกตำแหน่งที่ดินและแบบบ้าน รวมไปถึงเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ซึ่งส่งผลกับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะ "อสังหาแนวราบ"

อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยพิจารณาได้จากสัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มากถึงร้อยละ 40 เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ความสัมพันธ์กับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เพราะมีการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากหลากหลายสาขาเศรษฐกิจ

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส Covid - 19 และยังสร้างผลกระทบเป็นวงกว้างอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว เป็นต้น จากการที่ภาครัฐในหลาย ๆ ประเทศใช้มาตรการล็อกดาวน์ เพื่อจำกัดวงของการแพร่กระจาย ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในโลกเกิดการชะงักงัน ซึ่งภาคอสังหาริมทรัพย์ของไทยเองก็หนีไม่พ้นกับปัญหาในครั้งนี้

ในช่วงปี 2565 สถานการณ์การระบาดของโควิดที่เริ่มบรรเทาลงภายหลังจากอัตราการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโควิดทยอยปรับเพิ่มขึ้น และวัคซีนมีการแพร่กระจายไปในหลายประเทศมากขึ้น ทำให้หลายฝ่ายคาดว่า การฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะมีแนวโน้มปรับดีขึ้นในปีนี้ โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้น อาจส่งผลให้ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงอัตราเงินเฟ้อปรับสูงขึ้นเป็นผลมาจาก 3 สาเหตุด้วยกัน

1. การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากต้องมีการหมุนเวียนกำลังแรงงาน เพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ภาคการผลิตมีกำลังการผลิตลดลง

2. ผลกระทบจากนโยบายทางการเงินของธนาคารกลาง ที่ก่อนหน้านี้มีการอัดฉีดเงินเข้าระบบเศรษฐกิจ เพื่อลดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และเพื่อให้เศรษฐกิจกลับมาฟื้นตัวได้ไวที่สุด

3. ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน เนื่องจากหลายประเทศมีมาตรการคว่ำบาตรรัสเซีย รัสเซียในฐานะที่เป็นผู้ผลิต และส่งออกน้ำมันรายใหญ่ของโลกจึงตอบโต้ด้วยการลดอุปทานของน้ำมัน และแก๊สธรรมชาติ ส่งผลให้ราคาพลังงานทั่วโลกพุ่งสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น เลยทำให้เกิดเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นนั่นเอง

แนวโน้มที่เศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวลงอย่างมีนัยสำคัญในปี 2566 ซึ่งจะกดดันการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยเศรษฐกิจสหรัฐฯ และยุโรปจะมีแนวโน้มที่จะไม่เติบโต เป็นผลจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อควบคุมเงินเฟ้อ นอกจากนี้ ยังมีผลกระทบจากวิกฤตพลังงานในยุโรปด้วย

ส่วนแนวโน้มดอกเบี้ยเฟดจะคงขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายต่อเนื่องเพื่อไปแตะที่ร้อยละ 5.0 หรืออาจสูงกว่านั้น และอาจจะมีโอกาสคงอัตราดอกเบี้ยที่ระดับสูงตลอดทั้งปี 2566 ขณะที่ คณะกรรมการนโยบาย

การเงิน ของประเทศไทย มีโอกาสปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่อง ย้ำว่าอัตราดอกเบี้ยในประเทศยังอยู่ในจังหวะขาขึ้น เช่นเดียวกับแนวโน้มของโลก(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยลดลง 15.5% YoY ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 อยู่ที่ 166,402 ยูนิต โดย คอนโดมิเนียม (สัดส่วนสูงสุด 42% ของยอดโอนทั้งหมด) ลดลง 29.0% YoY รองลงมาเป็นทาวน์เฮ้าส์ (สัดส่วน 32%) ลดลง 4.0% YoY และบ้านเดี่ยว (สัดส่วน 17%) ลดลง 0.2% YoY และอื่นๆ ได้แก่ บ้านแฝด และอาคารพาณิชย์ (สัดส่วน 9%) เพิ่มขึ้น 2.5% YoY จากกำลังซื้อชะลอลง โดยผู้ซื้อชาวไทยชะลอ/ยกเลิก โอนกรรมสิทธิ์จากความกังวลด้านรายได้ในอนาคต หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 หลายระลอกทำให้ เศรษฐกิจฟื้นตัวช้า ส่วนชาวต่างชาติยังไม่สามารถเดินทางมาไทยได้

จากปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส Covid – 19 ทำให้ส่งผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อ รวมไปถึงอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเข้าไปดูในยอดขายของ บ้านเดี่ยว (Detached houses) และ ทาวน์เฮ้าส์(Townhouses) ซึ่งเป็นประเภทของอสังหาแนวราบ จะสังเกตได้ว่า ยอดขายไม่มีแนวโน้มที่ลดลงในช่วงเวลาระบาดของ covid-19 ในทางกลับกันเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายของคอนโดมิเนียม (Condominiums) กลับสวนทางกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องการตัดสินใจซื้อ อสังหาแนวราบในประเทศไทย จึงมุ่งหวังจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหา ปัจจัยด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้สอย ปัจจัยด้าน ภาวะเศรษฐกิจ เพื่อให้ทราบปัจจัยที่แท้จริงถึงความสำคัญ และนำไปประกอบการซื้อที่อสังหาแนวราบเพื่อ อยู่อาศัย หรือการลงทุนสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตอีกหนึ่งช่องทาง

วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาแนวราบในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาแนวราบในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหา ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้สอย และด้านภาวะเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาแนวราบในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ขอบเขตของประชากร ในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย ในครั้งนี้ ได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศ ซึ่งมีความหลากหลายในด้านความคิด ด้านความรู้สึก ด้านทัศนคติ ซึ่งมีความแตกต่างกันในหลายๆด้าน ทั้งที่มีประสบการณ์ตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบ และยังไม่มีความรู้ประสบการณ์ จึงทำให้มีความเหมาะสมต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบ ในเขตปริมณฑล ได้มีการกำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษาวิจัยซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

- ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พาหนะในการเดินทาง

- ปัจจัยด้านต่างๆการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบ ประกอบไปด้วยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของสินค้า ด้านขนาดและลักษณะพื้นที่การใช้สอย และด้านภาวะเศรษฐกิจ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบ ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าแนวราบทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แท้จริงของผู้บริโภค นำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการทำการตลาดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐในการใช้ข้อมูลภาวะทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย วางนโยบายในการส่งเสริมให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน

3. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการ และเพื่อสร้างความภักดีต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์

4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นฐานข้อมูลและต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทยในอนาคตต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่นักการตลาดหรือผู้ผลิตสินค้าและ/หรือบริการต้องการให้เกิดขึ้นมากที่สุด หากผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งแรก ก็ย่อมมีโอกาสในการที่บริโภคจะมีการซื้อสินค้าและ/บริการในครั้งถัดไป

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค คือ กระบวนการในการซื้อที่ประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน โดยผู้บริโภคจะต้องมีขั้นตอนในการตัดสินใจที่ละขั้น ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการ โดยมี 5 ขั้นตอนนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem of Need Recognition) คือ การที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการในการใช้สินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ
2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) คือ การค้นหาข้อมูลของสินค้าและ/หรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำการค้นหาข้อมูลของสินค้าและ/หรือบริการที่ต้องการทราบจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน
3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) คือ ขั้นตอนที่ผู้บริโภคนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการประเมินและเปรียบเทียบ เพื่อเลือกสินค้าและ/หรือบริการที่ดีที่สุด
4. การตัดสินใจและการกระทำการซื้อ (Purchase or Choice) คือ ขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและ/หรือบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด
5. ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post-Purchase Feeling or Outcome of Choice) คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้มีการทดลองการใช้สินค้าและ/หรือบริการที่ได้เลือกซื้อแล้ว โดยความรู้สึกหลังการซื้อ จะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกพึงพอใจและความรู้สึกไม่พึงพอใจกับสินค้าและ/หรือบริการ

แนวคิดในการเลือกที่อยู่อาศัยและทำเลที่ตั้ง

Goodall (2001, p.159 อ้างถึงใน ชมพูนุช แพร่สีทอง, 2558) ได้ให้ความหมายของความสะดวกสบายในการเข้าถึงที่ตั้ง ซึ่งอยู่ติดกับถนนสายสำคัญหรือสถานีรถไฟว่า จะมีความได้เปรียบทางด้านการเดินทางมากกว่าที่ตั้งที่อยู่ห่างไกลจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ นอกจากนี้ความไม่เท่าเทียมกันในการให้บริการใด ๆ ก็ตามที่ตั้งให้อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง การบริการทางด้านสาธารณะ เช่น การประปา การระบายน้ำ การไฟฟ้าหรือโทรศัพท์ ก็อาจทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนาก็เป็นได้ โดยเฉพาะในบริเวณชานเมืองแม้ว่าโดยส่วนตัวแล้ว การบริการเหล่านี้อาจดูจะไม่น่ามีความสำคัญ มากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาขึ้นก็ตาม

Nethham (1985 อ้างถึงใน อุษณี ทอย, 2542) ได้ให้เหตุผลของการรวมบริเวณที่พักอาศัยไว้ดังนี้

1. ความสะดวกในการเข้าถึง ผู้ที่อยู่อาศัยต้องการเดินทางไปทำงาน จับจ่ายซื้อของและติดต่อธุรกิจจึงพอใจที่จะจับกลุ่มอยู่บริเวณข้างทางหรือเส้นทางคมนาคมที่กระจายอยู่รอบ ๆ เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าสถานที่ทำงานและสถานศึกษานั้น ๆ

2. การประหยัดจากภายนอก การจับกลุ่มของอาคารที่พักอาศัยจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องการใช้บริการสาธารณูปโภคในเมือง

3. ปัจจุบันการเลือกที่อยู่อาศัยนั้น ผู้อยู่อาศัยมักจะคำนึงถึงความใกล้ของที่ตั้งกับศูนย์ธุรกิจการค้าและแรงงาน เพราะต้องการความสะดวกในการเดินทางไปทำงานหรือติดต่อธุรกิจ ดังนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วที่อยู่อาศัยที่นิยมมากจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางธุรกิจของเมือง เพื่อความสะดวกและเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและประกอบธุรกิจติดต่อสื่อสาร

แนวคิดนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง

(ธนาคารแห่งประเทศไทย) นโยบายการเงิน (Monetary Policy) คือ นโยบายของธนาคารกลางของแต่ละประเทศในการควบคุมปริมาณเงินทั้งระบบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ณ ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยนโยบายการเงินมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กล่าวคือประชาชนมีความคล่องตัวในการใช้จ่ายเงินอย่างเหมาะสมซึ่งสามารถแบ่งนโยบายการเงินเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. นโยบายการเงินแบบขยายตัว (Expansionary Monetary Policy)

- การเปลี่ยนแปลงอัตราเงินสดสำรองที่ต้องดำรง (Reserve Ratio) ของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งหมายถึง เงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ต้องฝากไว้กับธนาคารกลาง ซึ่งอาจกำหนดไว้ที่ร้อยละ 6 ซึ่งหมายความว่าหากธนาคารพาณิชย์รับเงินฝากจากประชาชนมา 100 บาท ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องฝากเงินสดสำรอง (Required Reserve) ไว้ที่ธนาคารกลาง 6 บาท และเหลือเงินสดสำรองส่วนเกิน (Excess Reserve) เพื่อปล่อยกู้ หรือลงทุนแสวงหากาไรอีก 94 บาท เป็นต้น

- การซื้อขายหลักทรัพย์ หรือพันธบัตรของธนาคารกลางกับภาคเอกชน (Open Market Operation) การดำเนินนโยบายการเงินแบบขยายตัว ธนาคารกลางจะซื้อหลักทรัพย์จากภาคเอกชน เพื่อปล่อยเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ ทำให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจมีมากขึ้น ซึ่งจะสนับสนุนให้เกิดการบริโภค การลงทุนและทำให้เศรษฐกิจขยายตัวต่อไป

- การเปลี่ยนแปลงอัตราซื้อลด (Discount Rate) คือ การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกลางคิดจากธนาคารพาณิชย์

- การขอความร่วมมือให้ธนาคารพาณิชย์ปฏิบัติตาม (Moral Suasion) เช่น การขอให้ธนาคารพาณิชย์ปล่อยสินเชื่อให้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจบางประเภทที่มีความสำคัญ เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) เป็นต้น

2. นโยบายการเงินแบบหดตัว (Contractionary Monetary Policy)

ทำได้โดยการลดปริมาณเงิน ผ่านช่องทางการเพิ่มอัตราเงินสดสำรอง การขายหลักทรัพย์ให้แก่ภาคเอกชนและการเพิ่มอัตราซื้อลด ซึ่งจะเป็นการดูดเงินออกจากระบบเศรษฐกิจ ซึ่งธนาคารกลางมักจะเลือกทำในภาวะเศรษฐกิจอาจจะร้อนแรงเกินไปจนอาจเกิดผลเสียตามมาในภายหลัง เช่น ในช่วงที่เกิดฟองสบู่ในตลาดที่อยู่อาศัย หรือในช่วงที่เกิดภาวะเงินเฟ้อสูงๆ ในประเทศ เป็นต้น

นโยบายการคลัง (Fiscal Policy) คือ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดหารายได้และการใช้จ่ายของรัฐบาล โดยในการจัดหารายได้ของรัฐบาลจะมาจากการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ จากทั้งผู้ผลิต เช่น ภาษีนิติบุคคล ที่เก็บจากบริษัทห้างร้านต่างๆ หรือการจัดเก็บจากผู้บริโภค เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) หรือจัดเก็บจากผู้มีรายได้ เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา นอกจากนี้ ยังมีภาษีอีกหลายประเภท เช่น ภาษีสรรพสามิต ที่จัดเก็บกับสินค้าฟุ่มเฟือย นโยบายการคลังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

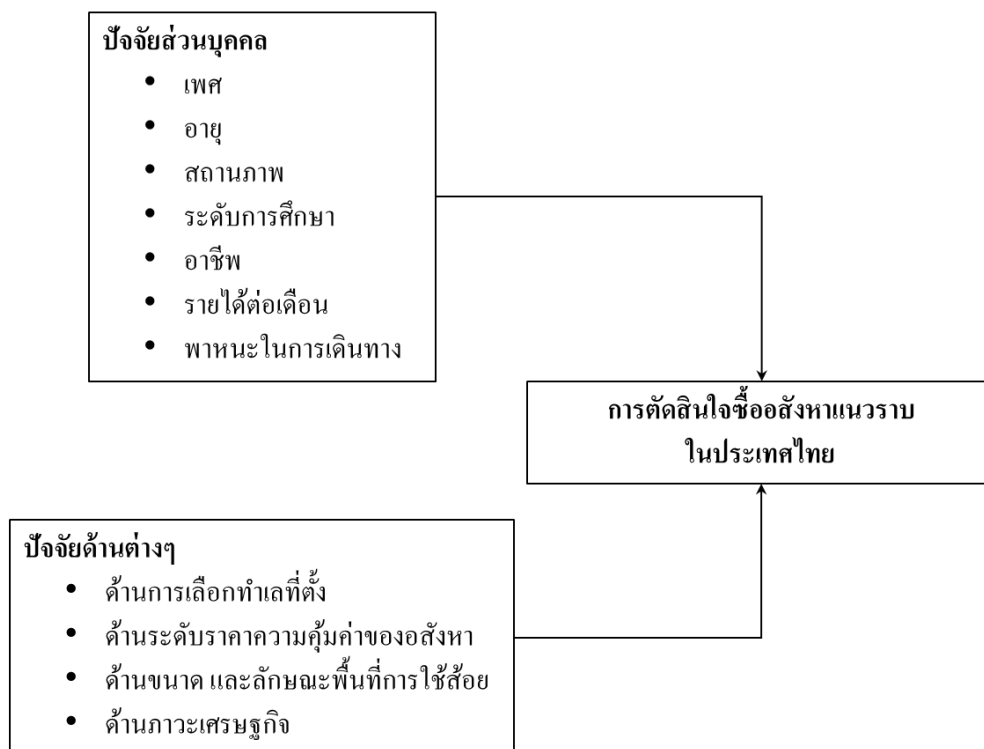
1. นโยบายการคลังแบบขยายตัว (Expansionary Fiscal Policy)

คือ การที่รัฐบาลใช้จ่ายมากกว่ารายได้ภาษีที่จัดเก็บได้ หรือที่เรียกว่า งบประมาณขาดดุล ซึ่งอาจเลือกใช้ในยามที่เกิดปัญหาเงินฝืด หรือเศรษฐกิจถดถอย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเมื่อรัฐบาลใช้จ่ายมากขึ้นกว่าภาษีที่จัดเก็บ เปรียบเสมือนการอัดฉีดเงินเข้าระบบเศรษฐกิจ

2. การดำเนินนโยบายการคลังแบบหดตัว (Contractionary Fiscal Policy)

คือ การที่รัฐบาลใช้จ่ายน้อยกว่ารายได้ภาษีที่จัดเก็บได้ หรือที่เรียกว่า งบประมาณเกินดุล ซึ่งอาจจะเลือกใช้ในยามที่เกิดปัญหาเงินเฟ้อในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งเมื่อรัฐบาลใช้จ่ายน้อยลง แต่เก็บภาษีมากขึ้นก็เป็นเสมือนการดูดเงินออกจากระบบเศรษฐกิจ ก็ทำให้เศรษฐกิจขยายตัวน้อยลงหรือหดตัว ก็จะช่วยให้อัตราเงินเฟ้อปรับลดลงได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิด เพื่อใช้สำหรับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยโดยตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออสังหาริมทรัพย์ รวมไปถึงผู้ที่กำลังสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พาหนะในการเดินทาง ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในด้านต่างๆ ด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์ ด้านขนาดและลักษณะพื้นที่การใช้สอย และด้านภาวะเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง ซึ่งเป็นการวิจัยโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ ซึ่งเป็นการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริงโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีจำนวน 71.6 ล้านคน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะเก็บรวบรวมแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ได้ทุกคนอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการ เปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดาเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนทฤษฎี แนวคิดต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดและตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนในการสร้างนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พาหนะในการเดินทางไปทำงาน/เรียน ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้ออสังหาในด้านต่าง เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหา ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้สอย ด้านภาวะเศรษฐกิจ ประกอบด้วยคำถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 1-5 คะแนน โดย 1 คะแนนคือระดับความคิดเห็นน้อยสุด และ 5 คะแนนคือระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้ออสังหาแนวราบในประเทศไทย มีจำนวนข้อคำถาม 4 ข้อ ประกอบด้วยคำถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้ออสังหาแนวราบ ซึ่งจะมีข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือซึ่งผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย ซึ่งผลการทดสอบได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ เท่ากับ 0.918

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way anova) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (multiple regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับ ตรงกับความต้องการของท่าน, ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเหมาะสมกับสถานะการปัจจุบัน, เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของท่าน และความสะดวกสบายต่าง ๆ ที่จะได้รับ

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยประชากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ประชากรในประเทศไทยที่ทำแบบทดสอบที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พาหนะในการเดินทางไปทำงาน/เรียน เป็นประจำ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ต่างกัน

2.2 ประชากรในประเทศไทยที่ทำแบบทดสอบที่มีเพศ อายุ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์ และลักษณะพื้นที่การใช้จ่าย ด้านภาวะเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อ จะต้องพิจารณาคุณภาพ และลักษณะของอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ต้องตรงกับความต้องการของ

ผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบ มีความได้เปรียบทางด้านการเดินทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องเดินทางไปทำงาน จับจ่ายซื้อของ ติดต่อธุรกิจได้อย่างสะดวก เหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคนั้นๆ หรือก็เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ เข้ามาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เข้ามาตอบสนองด้านความรู้สึกนึกคิดทางด้านจิตใจ ที่ได้รับรู้ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

2. ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. ผลการวิจัยปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3.1 ปัจจัยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อสินค้าแนวราบ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับ Barrie Needham (1977) ที่กล่าวไว้ว่า ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) ผู้อยู่อาศัยต้องการการเดินทางที่สะดวกสบายในการไปทำงาน ร้านค้า สถานศึกษา ซึ่งสถานที่ดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ล้วนแต่เป็นสถานที่ที่มีการรวมกลุ่ม ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีแนวโน้มที่จะตั้งโดยรอบกลุ่มของสถานที่นั้นๆ รวมไปถึงยัง ช่วยในเรื่องของการประหยัดจากภายนอก (External Economy) ทำให้เกิดความประหยัดจากการใช้สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่างๆร่วมกัน เช่น ถนน สถานศึกษา สถานพยาบาล หรือบริการทางสังคมอื่นๆ ดังนั้นผลการวิจัยพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นการเลือกทำเลที่ตั้งคือ โกล์ที่ทำงาน โกล์ขนส่งมวลชน (รถเมล์ รถไฟฟ้า) และโกล์ครอบครัว เรียงตามลำดับ ส่วนการเลือกทำเลที่ตั้งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ โกล์สถานที่สำคัญทางศาสนา และ โกล์สถานที่ราชการ ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทั้งสองทำเลที่ตั้งนี้ ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามมีการติดต่อกันเป็นครั้งคราว จึงจัดอันดับความสำคัญให้อยู่ที่ระดับน้อยนั่นเอง

3.2 ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของสินค้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแนวราบในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ระดับราคาความคุ้มค่าของสินค้านั้นเป็นสิ่งที่ประชากรส่วนใหญ่ทำการเปรียบเทียบความคุ้มค่าในด้านต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าแนวราบที่ตรงตามความต้องการและมีความคุ้มค่าต่อราคามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Schiffman and Kanuk (1994) ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการกับราคาที่ต้องจ่าย ดังนั้นผลการวิจัยพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อสินค้าแนวราบ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อ ให้ความสำคัญด้านระดับราคาความคุ้มค่าของสินค้าคือ

ราคาเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา และราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่จับต้องได้ เมื่อเทียบกับรายได้ ให้ความสำคัญตามลำดับ

3.3 ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้จ่าย พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้จ่าย ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจ 5 ขั้น ก็คือ การรับรู้ปัญหา (Problem of Need Recognition) คือ การที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ทำให้มีแรงกระตุ้นเพื่อมาตอบสนองความต้องการและช่วยในการแก้ไขปัญหาของตัวเอง ซึ่งด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้จ่ายก็คือปัญหาของผู้บริโภคนั่นเอง ซึ่งจะเป็นความต้องการขั้นต้นในการตัดสินใจ ดังนั้นผลการวิจัยพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้จ่ายคือ ขนาดพื้นที่ใช้จ่ายเพียงพอต่อการพักอาศัย ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และพื้นที่จอดรถเพียงพอ เรียงตามลำดับ ส่วนด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้จ่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง (สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สวนสาธารณะ) และ เหน็บนวัตกรรมเทคโนโลยี Smart home ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์คือสิ่งที่ผู้คนมองว่าเป็นสิ่งที่มีไว้เพื่อรองรับปัจจัยสี่ หรือก็คือเป็นสถานที่อยู่อาศัย และทำกิจกรรมที่เป็นพื้นฐานในชีวิต แต่ในสองหัวข้อที่ได้คะแนนน้อยนั้น เป็นข้อที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการ หรือ (Problem of Need Recognition) จึงทำให้ได้ระดับความคิดเห็นที่น้อย

3.4 ด้านภาวะเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ ในเรื่องภาวะเงินเฟ้อภาวะเงินฝืด ที่จะสอดคล้องไปยังอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่ออสังหาริมทรัพย์ที่สอดคล้องกับแนวคิด (ธนาคารแห่งประเทศไทย) เกี่ยวกับนโยบายแบบหดตัว (Contractionary Monetary Policy) การคือทำการลดปริมาณเงิน ผ่านช่องทางการเพิ่มอัตราเงินเสดสำรอง ซึ่งจะเป็นการดูดเงินออกจากระบบเศรษฐกิจที่อาจจะร้อนแรงเกินไปจนอาจเกิดผลเสียตามมาได้ เช่นช่วงภาวะเงินเฟ้อสูงๆ ดังนั้นผลการวิจัยพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านภาวะเศรษฐกิจ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่ออสังหาริมทรัพย์ แนวโน้มราคาของวัสดุก่อสร้าง และอัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (Core Inflation) ส่วนภาวะเศรษฐกิจ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ อัตราการว่างงานที่สูงขึ้นของประเทศ และ การลงทุนจากภาครัฐในพื้นที่นั้น ๆ ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่าสองรายการที่ได้ระดับความคิดเห็นที่น้อยเพราะ ทั้งสองข้อนี้เป็นเรื่องที่ไกลตัว หรือเป็นเรื่อง

โครงสร้างนโยบาย ที่ทางผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้สัมผัสใกล้ชิดติดนั่นเอง จึงทำให้ได้ระดับความคิดเห็นที่น้อยกว่าหัวข้ออื่นๆ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ทั้งในส่วนของอัตราดอกเบี้ยเพื่ออสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มสูงขึ้นจากความพยายามของรัฐบาลที่จะดึงเงินออกจากระบบ เพื่อลดความร้อนแรงของอัตราเงินเฟ้อของโลก หรือแม้กระทั่ง ราคาของวัสดุก่อสร้างที่มีการปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากผลกระทบจากวิกฤตพลังงานทำให้น้ำมันที่เป็นสินค้าตั้งต้นของทุกอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบ ดังนั้น เพื่อให้รัฐบาล สถาบันการเงิน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกระตุ้นเศรษฐกิจ สามารถนำงานวิจัยนี้ไปวางแผนพัฒนาแนวทางการกระตุ้นการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถระบุได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์ได้จากราคาเฉลี่ยที่มากกว่าด้านอื่นๆ และด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้สอย มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ที่มากกว่าด้านอื่นๆ ส่งผลให้ทราบว่าผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลตรงส่วนนี้ เพื่อไปพัฒนาในเรื่องการสื่อสารทางการตลาดต่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค(ด้านระดับราคาความคุ้มค่าของอสังหาริมทรัพย์) และ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในเรื่องของขนาดพื้นที่การใช้สอยเพียงพอต่อการพักอาศัย(ด้านขนาด และลักษณะพื้นที่การใช้สอย) และสร้างคุณค่าในจุดแตกต่างนี้ ช่วยให้นักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่สนใจศึกษาผลงานวิจัยเล่มนี้สามารถนำวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษตัวแปรปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่ม ที่จะส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย เช่นวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ หรือแม้กระทั่งปัจจัยเกี่ยวกับการลงทุน เพื่อที่จะได้นำมาแก้ไขและปรับปรุงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ ให้มีความตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค สามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลายกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงกลุ่มของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออสังหาริมทรัพย์ และผู้ที่กำลังมีแผนจะตัดสินใจซื้อเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงควรเลือกกลุ่ม

ประชากรในการศึกษาค้างต่อไปที่เจาะจงมากกว่าเดิม หรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร จากเดิม อาจจะทำให้กระจายทั่วระดับภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย

3. การเลือกใช้เทคนิคการวิจัย อาจจะทำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการอื่น เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากเดิมเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

บัณฑิต จุลาสัย และ ยุวดี ศิริ. (2544). การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, ภาควิชาเคหการ.

พัชรา กลิ่นชวนชื่น. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. บทวิเคราะห์จำแนกตามอุตสาหกรรม. วิจัยกรุงศรี.

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/housing-in-bmr/io/housing-in-bmr-22>

กชกร ธรรมเกียรติ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงและแนวราบในพื้นที่รอยต่อเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

ชูศักดิ์ ศรีโสภะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้บริโภคนเจนวายในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ

แพรวพรรณ พลอยธนชัย. (2564). การศึกษาแนวทางการพัฒนาลักษณะเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัยแนวราบที่พึงประสงค์ของเจ้าของธุรกิจออนไลน์ยุคหลัง COVID-19. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์