

ความต้องการที่อยู่อาศัย:กรณีศึกษาประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร¹

Housing Demand Case study of people in Bangkapi, Bangkok

ศุภชัย สติรวัฒนกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยและปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย ของประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตบางกะปิ จำนวน 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือ คุณภาพ สภาพแวดล้อม และการส่งเสริมการขายการศึกษาพบว่าประชากรในเขตบางกะปิส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ลักษณะบ้านที่ต้องการส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว 2 ห้องนอน ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ตลาด หรือที่ทำงาน ส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบาย มีบางส่วนเพื่อแยกครอบครัว โดยมีงบประมาณเพื่อการซื้อที่อยู่อาศัยโดยเฉลี่ย 2.81 ล้านบาท กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่อยู่อาศัยในระดับสูงผลการศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือการส่งเสริมการขาย (Beta 0.340) รองลงมาคือ คุณภาพ (Beta 0.234) และสภาพแวดล้อม (Beta 0.205) ตามลำดับ

Abstract

Objective of this research was to study “Housing demand” and “Determinants that affected the demand on housing” of population in Bangkapi, Bangkok. This study is quantitative research, using questionnaire to collect data from 400 samples in Bangkapi, Bangkok. Variables consist of; quality, environment and sale promotion. The study revealed, most of samples in Bangkapi wanted to occupy house by themselves, they wanted a single house with 2 bedrooms located nearby markets, shopping mall or workplace, having budget average at 2.81 million THB. Samples on this research has high demand on housing. The study result on effective Determinants found that the most effective variable on housing demand was Sale promotion (Beta 0.340) Quality of residence was second effective determinant (Beta 0.234) and Environment around (Beta 0.205) was the last effective determinant by order.

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ความต้องการที่อยู่อาศัย:กรณีศึกษาประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

² นิสิตปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในชีวิตมนุษย์ โดยเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จำเป็นจะต้องมีที่อยู่อาศัย โดยทุกคนนั้นต้องการเลือกที่อยู่อาศัยที่ดีที่สุดให้กับตัวเองอย่างแน่นอนเนื่องจากที่อยู่อาศัยที่เลือกนั้นเราอาจจะต้องอยู่หรือประกอบกิจกรรมไปตลอดชีวิตของเรา แต่การที่เราจะได้ที่อยู่อาศัยนั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยประกอบในการตัดสินใจหลายด้าน เช่น ราคาที่เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจ เพราะการที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ปัจจัยเรื่องความเหมาะสมผลของรายได้กับสินค้าต้องมีความพอดีกัน อย่างไรก็ตามไม่ว่าสถานการณ์ของโลกจะเปลี่ยนแปลงไปด้วยปัจจัยอะไรก็ตามมนุษย์ทุกคนบนโลกล้วนอยากมีที่อยู่อาศัยที่ดีที่สุดให้กับตัวเองเป็นการเติมเต็มชีวิตให้เข้าใกล้ความสมบูรณ์แบบมากที่สุด

เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครเป็นเขตที่มีประชากรและบ้านเรือนเป็นจำนวนมากแต่ก็ยังมีประชากรอีกเป็นจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเนื่องจากปัจจัยต่างๆที่ยังไม่พร้อม โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านรายได้ต่อหัวหรือต่อครัวเรือนที่ค่อนข้างน้อยหรือมีแนวโน้มที่ลดลงของประชากรจำนวนมาก โดยจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีผลทำให้อุปสงค์ของความต้องการของผู้บริโภคในเขตบางกะปามีแนวโน้มลดลง ความต้องการในที่อยู่ใหม่หรือการตัดสินใจในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ก็จะต้องมีการใช้ปัจจัยหลายด้านในการประกอบการตัดสินใจ ปัจจัยของความต้องการที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเติมเต็มคุณภาพชีวิต การเดินทางในสถานที่ทำงาน การประกอบอาชีพในสถานที่สำคัญต่างๆ ซึ่งเป็นเหตุผลที่สำคัญว่าทำไมประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครจึงมีความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ว่าประชากรในเขตบางกะปิมีความต้องการที่อยู่อาศัยแบบไหนไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา แบรินด์ของสินค้าหรือสภาพทางกายภาพ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยและโอกาสในการซื้อ ปัจจัยในส่วนไหนที่เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆต่อไปในอนาคต

คำถามในการวิจัย

- (1) ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีความต้องการที่อยู่อาศัยระดับใด
- (2) ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาของประชาชนในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร
- (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาของประชาชนในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษาของบุคคล กลุ่ม และองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์จะทำอย่างไร เพื่อให้กลุ่มเหล่านี้พึงพอใจต่อการบริการ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ การเลือกซื้อ ประสบการณ์หรือความคิดและสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้ ทั้งนี้การตลาดจำเป็นต้องเข้าใจหลักทฤษฎีและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง (Kotler & Keller, 2012, p. 173; Solomon, 2015, p. 28) คำนิยามอีกทางเลือกหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสวงหาการจัดซื้อ การใช้สินค้า การประเมิน การใช้สอยสินค้า และการบริการ ตามความคาดหวังและพึงพอใจของความต้องการแต่ละบุคคล (Schiffman, Hansen, & Kanuk, 2012, p. 5)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay)

ความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay: WTP) ทฤษฎีพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ที่สามารถอธิบายความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคได้คือ ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้ข้อสมมติที่ว่าผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีเหตุผลในการเลือกบริโภค (Rationality) เพื่อให้ได้รับความพอใจหรืออรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด (วรวิทย์ ศรีพิพัฒน์กุล และ สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน, 2555) และสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคทั้งในรูปแบบของตัวสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและตระหนักถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากการเลือกที่อยู่อาศัยที่ต้องการ

ทฤษฎีและแนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัย

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ที่ได้นำเสนอในปี ค.ศ.1943 ปรากฏในรายงานเรื่อง “A Theory of Human Motivation” ทฤษฎีนี้เสนอว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาโดยธรรมชาติแล้วมีความพร้อมที่จะทำสิ่งที่ดี หากได้รับความต้องการตามลำดับ ซึ่งแสดงไว้ในรูปของฐานพีระมิด โดยความต้องการลำดับแรกจะมีมากที่สุดเป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนขาดไม่ได้ ไปจนถึงความต้องการสูงสุดในบันไดขั้นที่ 5 ซึ่งความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีรายละเอียดดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกายหรือด้านกายภาพ (Physiological Needs)
2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Need)

4.ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self- Esteem Need)

5.ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

ความหมายของตราสินค้า

(Kotler ,2003, p. 404) ได้กล่าวไว้ว่า ตราสินค้า หมายถึง ชื่อเรียก สัญลักษณ์ เครื่องหมาย รูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ เสียงเพลง คำขวัญ โฆษณา หรือส่วนผสมของสิ่งเหล่านั้น ที่เป็นตัวบ่งบอกถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขาย เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าบริการกับคู่แข่ง

ความหมายของความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

(Hawkins, Best & Coney ,2001) ระบุว่า ความภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) นอกจากหมายถึง การที่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างต่อเนื่อง และยังมีสาเหตุที่มีความลึกซึ้งมากกว่านั้นคือความรู้สึกที่มีผลทางอารมณ์ต่อตราสินค้า ดังนั้น เมื่อลูกค้ามีความรู้สึกพอใจเมื่อลูกค้าได้รู้ถึงมูลค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งจะมีผลต่อความภักดีและการเพิ่มความต้องการใช้สินค้า นำไปสู่การซื้อซ้ำการบอกปากต่อปากในเชิงบวกทำให้มีผู้ใช้สินค้าเพิ่มขึ้น

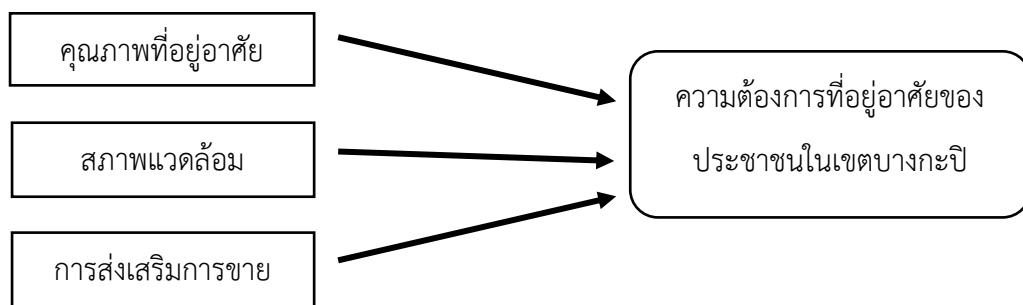
ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps)

(Kotler ,2009, p. 24) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคุมทางการตลาด โดยมีส่วนประกอบสำคัญ คือ 1. Product (ผลิตภัณฑ์)

2. Price (ราคา) 3. Place (การจัดจำหน่าย) 4. Promotion (การส่งเสริมการขาย)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

1.หน่วยที่ใช้ในการศึกษา

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสาร รายงานและแหล่งข้อมูลออนไลน์จากหน่วยงานต่างๆ เช่น ข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานเขตบางกะปิ แผนปฏิบัติการราชการประจำปี สำนักงานสถิติแห่งชาติ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย

3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตบางกะปิ จำนวน 146,841 คน โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 28,523 ตร.กม. ความหนาแน่นต่อพื้นที่ 5,148 คนต่อตร.กม. จำนวนบ้าน 104,204 หลัง (สำนักงานเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร:2563)

กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane, 1967) ในการคำนวณ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้ จำนวน 398.91 หรือเท่ากับ 400 คน

4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และ คุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามพัฒนาข้อคำถามจากทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ แบบสอบถามได้ทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ อาชีพเสริม รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามจำนวน 13 ข้อ ส่วนที่ 2 คุณภาพของที่อยู่อาศัย มีทั้งหมด 6 ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย มีทั้งหมด 7 ข้อ ส่วนที่ 4 การส่งเสริมการขาย มีทั้งหมด 7 ข้อ ส่วนที่ 5 ความต้องการในการเลือกที่อยู่อาศัย มีทั้งหมด 7 ข้อ

การพัฒนาคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการแนวคิด ทฤษฎีและมีการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบแบบสอบถามเบื้องต้นโดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความตรงประเด็นของข้อคำถาม มาตราวัดจึงมี Content Validity คือ สามารถวัดได้อย่างถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้แบบทดสอบที่สมบูรณ์แล้วมาทำการ ทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แล้วหาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (Cronbach, 1990:204) พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปรที่ศึกษามีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่สูงและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้ศึกษาได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์ในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของตัวแปรที่ศึกษา สถิติ ร้อยละ Descriptive Statistics, Pearson Correlations และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Multiple Regression Coefficients) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science)

ผลการวิจัย

1 ข้อมูลพื้นฐานของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในเขตบางกะปิทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะข้อมูลพื้นฐานของประชาชนเป็นเพศชาย ร้อยละ 49 น้อยกว่าเพศหญิง ร้อยละ 51 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามากสุดที่ระดับปริญญาตรีที่ ร้อยละ 72.3 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 14 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 13.8 ตามลำดับ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดที่ ร้อยละ 62 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 12.8 และธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 8.5 และอาชีพอื่นรองลงมาตามลำดับ โดยเป็นกลุ่มคนที่มีอาชีพเสริม ร้อยละ 14.2 น้อยกว่าผู้ที่ไม่มีการเสริมที่ ร้อยละ 85.8 ระดับอายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำสุด 20 ปีมากที่สุด 55 ปี โดยเฉลี่ยแล้วมีอายุ 33 ปีและมีรายได้รวมเฉลี่ยสูงสุด 300,000 บาทและต่ำสุดเฉลี่ย 10,000 บาท โดยเฉลี่ยแล้วมีรายได้ 33,540 บาท

2 ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในเขตบางกะปิ มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวสูงสุดอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ มากถึง ร้อยละ 52.8 รองลงมาเป็นความต้องการประเภทคอนโด/อาคารชุด ร้อยละ 30.3 ประเภททาวน์โฮม ร้อยละ 13.3 มีประเภทบ้านแฝด ร้อยละ 3 และประเภทอื่น 0.8 โดยมีความต้องการขนาดพื้นที่ใช้สอยมากที่สุดที่ 2 ห้องนอน ร้อยละ 47 ใกล้เคียงกับ 3 ห้องนอนขึ้นไป ร้อยละ 33 และ 1 ห้องนอนร้อยละ 20 สถานที่ที่ต้องการให้ใกล้เคียงที่อยู่อาศัยคือใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบนดิน/ใต้ดิน ร้อยละ 34.8 ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 25.3 ใกล้ห้างสรรพสินค้าหรือตลาด ร้อยละ 24.3 ใกล้สถานที่ทำงาน ร้อยละ 8 ใกล้โรงพยาบาล ร้อยละ 6 และสถานที่อื่น ร้อยละ 2 ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพฯใช้เวลาในการพิจารณาตัดสินใจส่วนใหญ่มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป ร้อยละ 44.3 ใกล้เคียงกับระยะเวลา 1-6 เดือน ร้อยละ 33 ระยะเวลา 6-12 เดือนที่ ร้อยละ 18.5 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจต่ำกว่า 1 เดือน ร้อยละ 2.8 และระยะเวลา

อื่นๆ ร้อยละ 1.5 มีการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยตัวเองมากถึง ร้อยละ 53.8 รองลงมาคู่สมรส ร้อยละ 30.8 และบิดา มารดา ร้อยละ 13.5 เพื่อน ร้อยละ 1.3 อื่นๆ ร้อยละ 1 พนักงานขาย ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เพื่อต้องการความสะดวกสบาย ร้อยละ 51.7 รองลงมาเพื่อแยกครอบครัว ร้อยละ 25.3 และเป็นบ้านหลังที่ 2 ร้อยละ 11.3 ใกล้เคียงกับเพื่อการลงทุนร้อยละ 10.5 อื่นๆ ร้อยละ 1.3

ประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพฯใช้เวลาในการพิจารณาก่อนตัดสินใจส่วนใหญ่ มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป ร้อยละ 44.3 ใกล้เคียงกับระยะเวลา 1-6 เดือน ร้อยละ 33 ระยะเวลา 6-12 เดือนที่ ร้อยละ 18.5 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจต่ำกว่า 1 เดือน ร้อยละ 2.8 และระยะเวลาอื่นๆ ร้อยละ 1.5 มีการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยตัวเองมากถึง ร้อยละ 53.8 รองลงมาคู่สมรส ร้อยละ 30.8 และบิดา มารดา ร้อยละ 13.5 เพื่อน ร้อยละ 1.3 อื่นๆ ร้อยละ 1 พนักงานขาย ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เพื่อต้องการความสะดวกสบาย ร้อยละ 51.7 รองลงมาเพื่อแยกครอบครัว ร้อยละ 25.3 และเป็นบ้านหลังที่ 2 ร้อยละ 11.3 ใกล้เคียงกับเพื่อการลงทุนร้อยละ 10.5 อื่นๆ ร้อยละ 1.3 งบประมาณสำหรับการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ว่างงบประมาณต่ำสุด 800,000 บาท สูงสุด 10,000,000 บาท โดยเฉลี่ยแล้วมีงบประมาณอยู่ที่ 2,810,250 บาท

3.การเกิดความต้องการในที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในเขตบางกะปิกรุงเทพมหานครมีความพอใจมากในการเป็นเจ้าของหรือได้ซื้อบ้านที่เลือก(ร้อยละ 9.68)โดยราคาของที่อยู่อาศัยมีความสำคัญต่อการซื้อบ้าน(ร้อยละ 9.57)ส่วนใหญ่มีเป้าหมายที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง(ร้อยละ 9.56)ให้ความสำคัญค่าของเงินที่จ่ายไป(ร้อยละ 9.55)ยินดีที่จะซื้อมากกว่าเช่า ร้อยละ(3.36)สิ่งสำคัญคือความพร้อมทางด้านรายได้ในการซื้อที่อยู่อาศัยของ(ร้อยละ 9.05)และไม่ลังเลในการซื้อที่อยู่อาศัยที่ถูกใจ(ร้อยละ 8.50)

ตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

1 ผลการวิเคราะห์

จากสมมติฐานการวิจัยที่ว่า คุณภาพ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย และการส่งเสริมการขาย มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยมีสมการดังนี้

	Dem	=	a + b1Qul + b2Env + b3Pro
โดยที่	Dem	=	ความต้องการ
	Qul	=	คุณภาพ
	Env	=	สภาพแวดล้อม
	Pro	=	ส่งเสริมการขาย
	a	=	ค่าคงที่
	b	=	สัมประสิทธิ์ของตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา พบว่า ความต้องการที่อยู่อาศัย (Demand) มีค่าเฉลี่ย 65.256 คุณภาพ (Quality) มีค่าเฉลี่ย 55.189 สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (Environment) มีค่าเฉลี่ย 66.440 และการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีค่าเฉลี่ย 46.967

ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามทีละคู่ พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการมากที่สุด (ค่าความสัมพันธ์ = 0.618) ตัวแปรสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญรองลงมา ตามด้วยตัวแปรคุณภาพ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ตัวแปรคุณภาพกับสภาพแวดล้อม ตัวแปรคุณภาพกับส่งเสริมการขาย ตัวแปรส่งเสริมการขายกับสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.7 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ในสมการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ที่ศึกษาตัวแปรอิสระหลายตัวที่มีผลต่อตัวแปรตามมีดังนี้

ค่าคงที่ มีค่า B = 15.566 ค่า Beta = - ค่าSig. (นัยสำคัญ) = 0.000

คุณภาพ มีค่า B = 0.245 ค่า Beta = 0.234 ค่าSig. (นัยสำคัญ) = 0.000

สภาพแวดล้อม มีค่า B = 0.226 ค่า Beta = 0.205 ค่าSig. (นัยสำคัญ) = 0.000

ส่งเสริมการขาย มีค่า B = 0.450 ค่า Beta = 0.340 ค่าSig. (นัยสำคัญ) = 0.00

ผลวิเคราะห์การทำนายค่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม (R2) มีค่า = 0.459

ค่า Durbin-Watson = 1.827 (ไม่มีปัญหา Autocorrelation) แสดงว่าสมการถดถอยที่กำลังพิจารณาไม่มีปัญหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน และ ค่า F = 111.792

จากการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ 3 ตัวแปรคือ คุณภาพ (Quality) สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (Environment) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งสามารถเขียนสมการความต้องการได้ดังนี้

$$\text{Dem} = 15.556 + 0.245\text{Qul} + 0.226\text{Env} + 0.450\text{Pro} \quad (1)$$

(5.502)** (4.841)** (3.812)** (6.365)**

**sig 0.01 R2 = 0.459 Adj R2 = 0.454 D.W. = 1.827 F = 111.792

จากการทำนายสมการ (R2) หมายความว่า คุณภาพ (Quality) กับสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (Environment) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 46

พิจารณาค่า B (Unstandardized Coefficients) ในสมการข้างต้น พบว่า ตัวแปรคุณภาพเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลทำให้ระดับความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป 0.245 หน่วย สัมพันธ์กับตัวแปรสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลทำให้ระดับความต้องการที่อยู่อาศัย

ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป 0.226 หน่วย และตัวแปรการส่งเสริมการขายเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะมีผลทำให้ระดับความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป 0.450 หน่วย

การเปรียบเทียบผลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ตัวแปรไหนมีมากน้อยกว่ากันโดยใช้ค่า Standardized Coefficients หรือ Beta กล่าวคือ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงบนฐานเดียวกันของตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่า การส่งเสริมการขาย (Promotion) มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพ (Quality) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (Environment) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{Dem} = 0.234\text{Qul} + 0.205\text{Env} + 0.340\text{Pro}$$

(4.841)** (3.812)** (6.365)**

**sig 0.01 R2 = 0.459 Adj R2 = 0.454 D.W. = 1.827 F= 111.792

การศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขาย (Promotion) มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครมากที่สุด (Beta 0.340) รองลงมาเป็น คุณภาพ (Quality) มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร (Beta 0.234) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (Environment) มีผลต่อความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากร (Beta 0.205) ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับส่วนลดพิเศษ การมีการรับประกัน การไม่มีดาวและดอกเบี้ยยต่ำ รวมถึงการตกแต่งพร้อมเข้าอยู่อาศัย จากโลกยุคปัจจุบันที่มีการใช้เทคโนโลยีและการได้รับข้อมูลข่าวสารได้ง่าย เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในที่อยู่อาศัยมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยได้จากค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับความต้องการที่อยู่อาศัย สูงกว่าตัวแปรตัวอื่น

ข้อเสนอแนะ

(1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ประชาชนในเขตบางกะปิควรเลือกที่อยู่อาศัยที่มีเจ้าของโครงการที่มีความน่าเชื่อถือ ทำเลที่ตั้งที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองกับความต้องการมากที่สุด รวมถึงควรมีการหาข้อมูลและทำการเปรียบเทียบโปรโมชั่นของโครงการแต่ละโครงการเป็นทางเลือกให้เกิดความพอใจและความคุ้มค่าของประชาชนในเขตบางกะปิ รวมถึงโครงการหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญหรือมีนโยบายในการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ทำให้โครงการประสบความสำเร็จเนื่องจากตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตบางกะปิ

(2) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงวิจัยคุณภาพ เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์และได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริงในด้านต่างๆเพิ่มเติม

(3) ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ มีข้อจำกัดในด้านระยะเวลา เนื่องจากสถานการณ์ระบาดของโควิด 13 และการจำกัดด้านพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างประชากร สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะมีการขยายกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น รวมไปถึงมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆที่เกี่ยวข้องที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากที่สุด

บรรณานุกรม

มนธิดา ศรีพวงฉันทน์, 2558, ความต้องการด้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภคเปรียบเทียบกับ Generation X กับ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตรธุรกิจคณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กนกวรรณ โสภักดี, ความเต็มใจจ่ายและความคาดหวังในธุรกิจการจ้องห้องพักออนไลน์ในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร

จุฑาวัดน์ สุทธิกมลลา, 2559, ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออาคารชุดระหว่างกลุ่มนักลงทุนและกลุ่มผู้พักอาศัย ในเขต กรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรธุรกิจคณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เจริญจตุดี ผงวิริยาทร, 2559 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรใน กรุงเทพมหานคร, , การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทิฆัมพร ดอกบัว, 2557 ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และ ปริมาณพล, การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สัณชัย ธนะวิบูลย์ชัย, 2559 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าใน กรุงเทพมหานครและ ปริมาณพล, , การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนทรา พงษ์ภักดี, 2558 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วีรี (Super Luxury) ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา ในเขตกรุงเทพมหานคร, , การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานเขตบางกะปิ <http://www.bangkok.go.th/bangkapi/page/sub/1183>

Alberini, Anna, Alistair Hunt, and Anil Markandya (2006), "Willingness to Pay to Reduce Mortality Risks: Evidence from a Three-country Contingent Valuation Study," Environmental and Resource Economics, 33(2), 251-264.

Kotler, P. (2001). Principles of Marketing (9th ed.). Upper Saddle River, N.J. Prentice Hall.

Kotler, P. (2000). Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.

Maslow, Abraham. (1970). Motivation and Personality. New York: Harper and Row.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Consumer behavior (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Taro Yamane. (1970). Statistic : an Introductory Analysis. 2nd ed. New York :Harper & Row.