

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลางในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย โดยแยกลักษณะสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ จะมีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างไร

ในการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางด้านสถานภาพสังคม เศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครัวเรือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว เพื่ออธิบายถึงลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ซื้อเกี่ยวกับผลของกระบวนการตัดสินใจ โดยนำเสนอผลการศึกษาเป็นประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 สถานภาพทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	178	56.3
หญิง	138	43.7
รวม	316	100
2. อายุ		
26-30	48	15.2
31-35	150	47.5
36-40	58	18.4
41-45	26	8.2
46-50	2	0.6
ไม่ตอบ	32	10.1
รวม	316	100
3. สถานภาพสมรส		
โสด	92	29.1
สมรส	213	67.4
หม้าย/แยกกันอยู่	11	3.5
รวม	316	100

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ		
4. สถานภาพในบ้าน				
หัวหน้าครอบครัว	188	59.5		
สมาชิกในครอบครัว/ผู้อยู่อาศัย	54	17.1		
สามี/ภรรยา	74	23.4		
รวม	316	100		
5. จำนวนสมาชิกในบ้าน				
1-2	57	18.0		
3-5	209	66.1		
6-8	38	12.0		
มากกว่า 8	10	3.2		
ไม่ตอบ	2	0.6		
รวม	316	100		
6. ระดับการศึกษา				
	หัวหน้าครอบครัว		คู่สมรส	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา/มัธยมต้น	22	7.0	34	10.8
มัธยมปลาย/ปวช.	63	19.9	38	12.0
อนุปริญญา	22	7.0	17	5.4
ปริญญาตรี	166	52.5	79	25.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	39	12.3	21	6.6
ไม่ตอบ	4	1.3	189	59.8
รวม	316	100	316	100

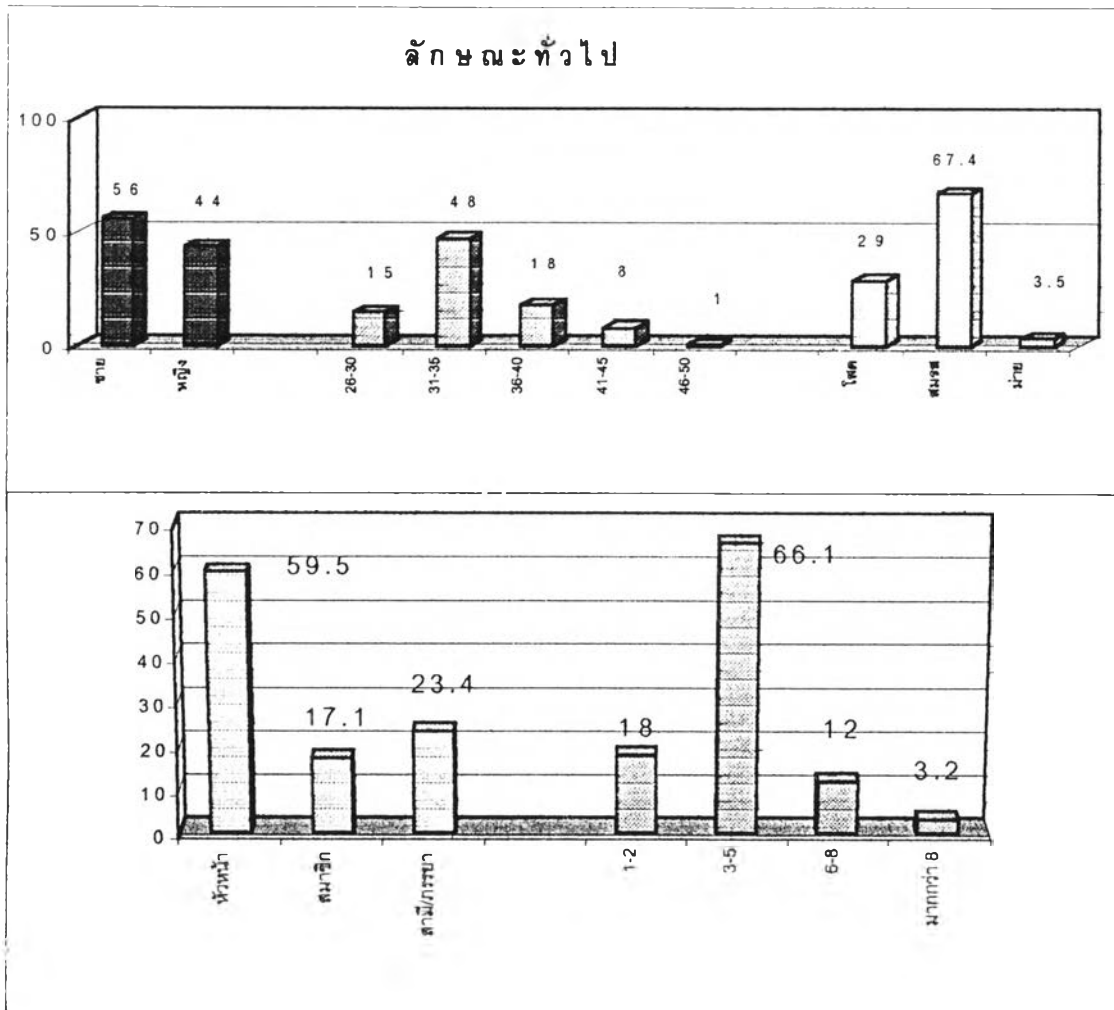
ลักษณะทั่วไป

1. เพศของผู้ตอบ จากตารางที่ 5.1 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือเพศชายมีจำนวนร้อยละ 56.3 ในขณะที่เพศหญิงมีเพียงร้อยละ 43.7

2. อายุของผู้ตอบ จากตารางที่ 5.1 จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31-35 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 47.5 และรองลงมาคืออายุระหว่าง 36-40 มีจำนวนร้อยละ 18.4

3. สถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 5.1 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วมากที่สุดถึงร้อยละ 67.4 และรองมาเป็น โสดมีจำนวนร้อยละ 29.1

4. สถานภาพในบ้าน จากตารางที่ 5.1 จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพในบ้านเป็นหัวหน้าครอบครัวมากที่สุดถึงร้อยละ 59.5 และรองลงมาเป็นสามี-ภรรยา มีจำนวนร้อยละ 23.4



แผนภูมิที่ 5.1 แสดงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5. จำนวนสมาชิกในบ้าน จากตารางที่ 5.1 จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมาชิกอาศัยอยู่ในครัวเรือน 3-5 คน มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 66.1 และรองลงมามีสมาชิกจำนวน 1-2 คน มีจำนวนร้อยละ 18 ส่วนที่เหลือมีจำนวนสมาชิกในบ้านมากกว่า 5 คนขึ้นไป

6. ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 5.1 จะพบว่าหัวหน้าครอบครัวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 52.5 และรองลงมาคือ ระดับมัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 19.9 ส่วนระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีจำนวนร้อยละ 12.3 และระดับการศึกษาของกลุ่มสมรสจะพบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีเช่นเดียวกัน มีจำนวนร้อยละ 25 และรองลงมาคือระดับมัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 12

7. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 5.2 จะเห็นว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างในบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 57.9 และรองลงมารับราชการและเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.9 ส่วนที่เป็นเจ้าของกิจการมีจำนวนร้อยละ 14.9 นอกจากนั้นมีอาชีพค้าขายและอื่นๆ อีกร้อยละ 5.4 และ 1.9 ตามลำดับ ในส่วนของกลุ่มสมรสจะพบว่าอัตราส่วนของผู้ที่ไม่ตอบมีจำนวน

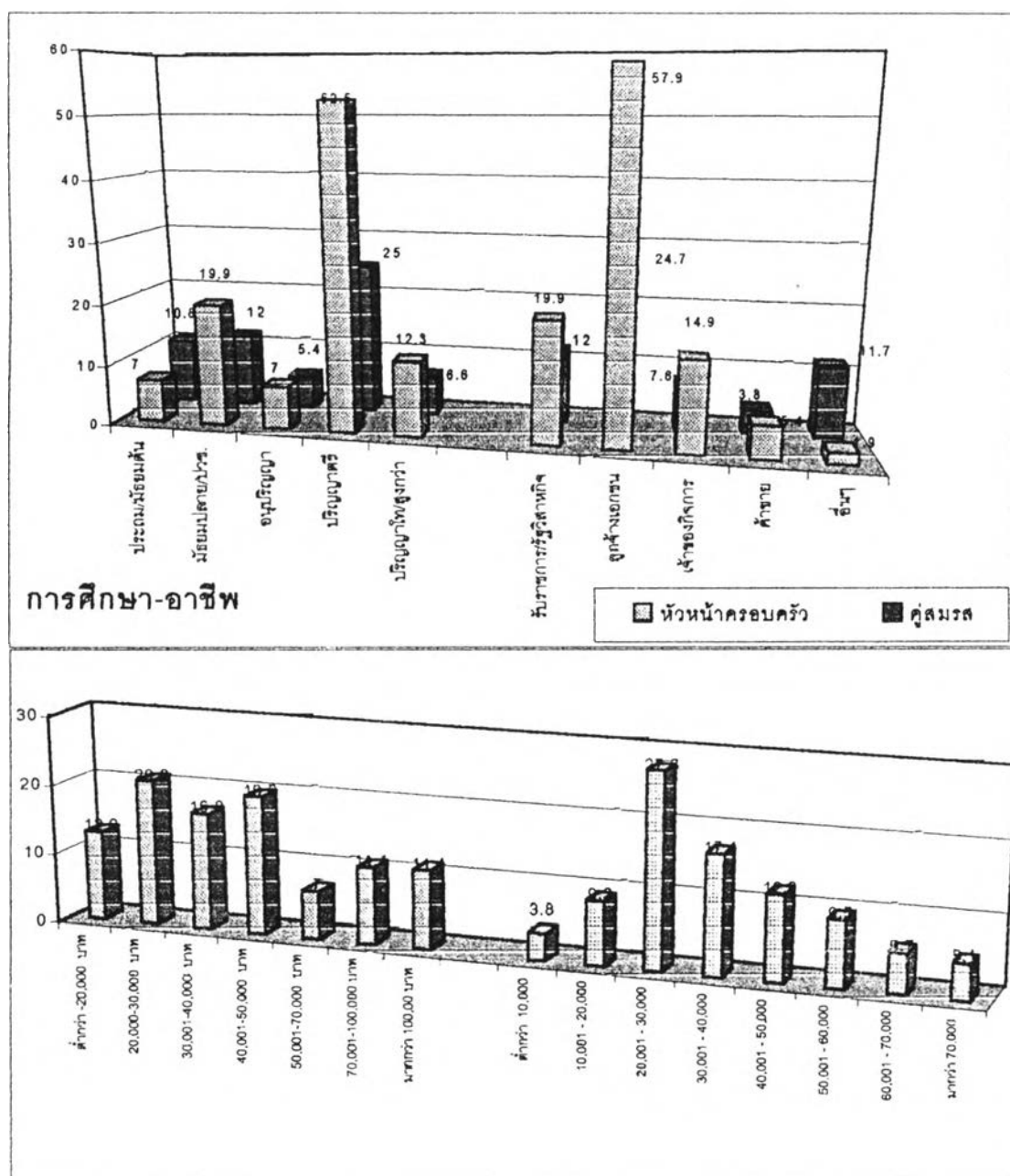
ถึงร้อยละ 40.2 เนื่องจากผู้ซื้ออยู่ในกลุ่มผู้เป็น โสด รองลงมาคือคู่สมรมีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 24.7 ส่วนที่รับราชการและเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนร้อยละ 12

ตารางที่ 5.2 สัดส่วนสถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพทางเศรษฐกิจของผู้ตอบ	หัวหน้าครอบครัว		คู่สมรส	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. อาชีพหลัก				
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	63	19.9	38	12.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	183	57.9	78	24.7
เจ้าของกิจการ	47	14.9	24	7.6
ค้าขาย	17	5.4	12	3.8
อื่นๆ	6	1.9	37	11.7
ไม่ตอบ	-	-	127	40.2
รวม	316	100	316	100
8. รายได้รวมของครัวเรือน				
	จำนวน		ร้อยละ	
ต่ำกว่า -20,000 บาท	41		12.9	
20,000-30,000 บาท	66		20.9	
30,001-40,000 บาท	53		16.8	
40,001-50,000 บาท	63		19.9	
50,001-70,000 บาท	22		7.0	
70,001-100,000 บาท	35		11.1	
มากกว่า 100,00 บาท	36		11.4	
รวม	316		100	
9. ค่าใช้จ่ายทั้งหมด/เดือน				
ต่ำกว่า 10,000	12		3.8	
10,001 - 20,000	29		9.2	
20,001 - 30,000	88		27.8	
30,001 - 40,000	54		17.1	
40,001 - 50,000	39		12.3	
50,001 - 60,000	30		9.5	
60,001 - 70,000	18		5.7	
มากกว่า 70,000	16		5.1	
ไม่ตอบ	30		9.5	
รวม	316		100	

8. ระดับรายได้รวมของครัวเรือน จากตารางที่ 5.2 จะพบว่า รายได้รวมของครัวเรือนส่วนใหญ่จะมีรายได้รวมทั้งครอบครัวในแต่ละระดับรายได้มีความใกล้เคียงกัน แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีระดับรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน 40,001-50,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 20 ส่วนที่เหลือมีประมาณร้อยละ 6-10

9. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน จากตารางที่ 5.2 จะพบว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดอยู่ในระดับ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 27.8 รองลงมาระดับ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน, 40,001-50,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 15 ส่วนที่เหลือมีประมาณร้อยละ 5-10



แผนภูมิที่ 5.2 แสดงสถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

10. สัดส่วนค่าใช้จ่าย

ในส่วนสัดส่วนค่าใช้จ่าย ต่อเดือนของครอบครัว จากการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายทุกประเภทมีสัดส่วนที่เปลี่ยนไปจากเดิมซึ่งปกติสัดส่วนค่าอาหารจะมีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย แต่จากการสำรวจพบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 56.9 ซึ่งจากเดิมมีสัดส่วนเพื่อ ร้อยละ 25-30 อันดับสองเป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารร้อยละ 19.0 จากเดิมร้อยละ 32.9 และสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านอื่นลดลงในสัดส่วนตามตารางที่ 5.3 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราส่วน การผ่อนชำระเงินงวดต่อรายได้ของผู้ซื้อบ้านอยู่ในระดับที่สูงกว่าปีที่สภาวะเศรษฐกิจปกติ ผู้ซื้อบ้านมีภาวะอย่างมาก ในขณะที่รายได้เท่าเดิมหรือลดลง ทำให้สัดส่วนรายได้อื่นๆลดลงทั้งหมด

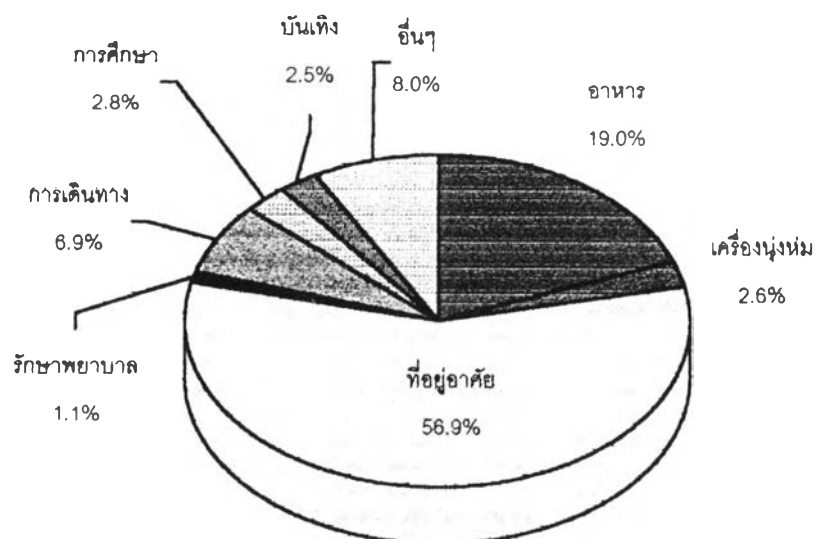
ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครอบครัว

รายการค่าใช้จ่าย	2527 ¹		2537 ²		2541 ³		ส่วนต่าง (ร้อยละ)
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	
1. อาหาร	4,094	59.9	4,503	32.9	4,938	19.0	-13.9
2. เครื่องนุ่งห่ม	318	4.6	630	4.6	687	2.6	-2.0
3. ที่อยู่อาศัย	857	12.5	3,252	23.8	14,772	56.9	+33.1
4. ค่ารักษาพยาบาล	135	2.0	441	3.2	296	1.1	-2.1
5. การเดินทาง	526	7.7	2,118	15.4	1,798	6.9	-8.5
6. บ้านเทิง	191	2.8	382	2.7	648	2.5	-0.2
7. ศึกษา	374	5.5	392	2.9	735	2.8	-0.1
8. อื่นๆ เบ็ดเตล็ด	344	5.0	1,616	11.8	2,078	8.0	-3.8
รวม	6,839	100	13,667	100	25,952	100	

¹ รวงทอง ฉายะพงศ์, ศรีวงศ์ สุมิตร และ สาธิตี วรบัณฑิต " การศึกษาค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและบริโภคนิสัยของประชากรกรุงเทพมหานคร " มิถุนายน 2528

² "รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2537" สำนักงานสถิติแห่งชาติ เฉพาะในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

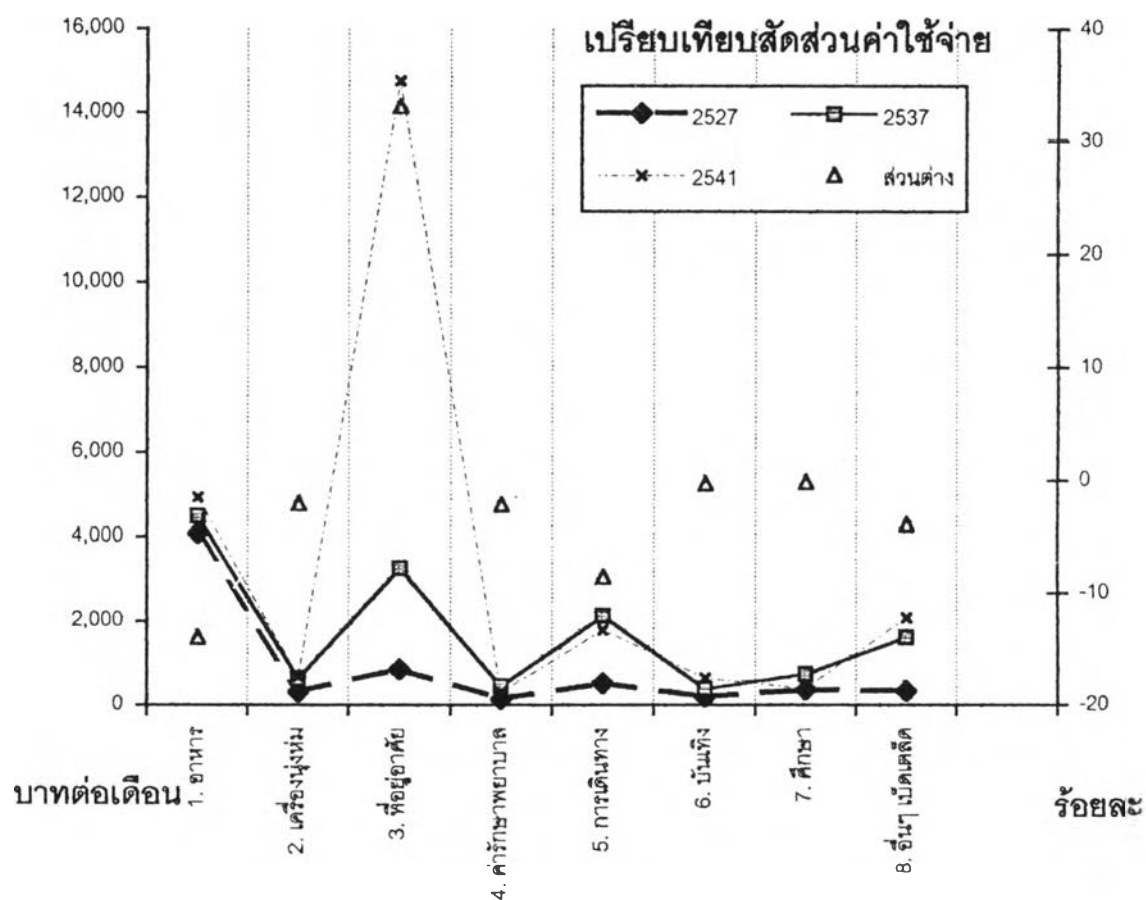
³ จากการศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อบ้านในปี 2539-2541 และได้ยื่นกู้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สัดส่วนค่าใช้จ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย เป็นสัดส่วนของเงินผ่อนชำระเงินกู้รายเดือน



สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครอบครัวปี 2541

แผนภูมิที่ 5.3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครอบครัวปี 2541

แผนภูมิที่ 5.4 เปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือน ของปี 2527, 2537, 2541



ความสามารถในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัยของครัวเรือน

การจ่ายเงินค่างวดและสัดส่วนเงินค่างวดบ้าน

จากการศึกษาพบว่า ในการซื้อบ้านได้มีการจ่ายเงินค่างวดเป็นส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 75.9 ไม่ได้จ่ายเงินค่างวดเลย ร้อยละ 24.1 ในส่วนที่มีการจ่ายเงินค่างวด มีการจ่ายเงินค่างวดเป็นงวดร้อยละ 76.2 รองลงมาได้จ่ายเงินค่างวดเป็นเงินสด ถึงร้อยละ 23.8 และในส่วนของ สัดส่วนเงินค่างวด ที่ร้อยละ 16-20 ของราคาบ้านมากที่สุดทั้งจ่ายเป็นงวดและจ่ายเป็นเงินสด โดยมีร้อยละ 34.2 เงินค่างวดที่ร้อยละ 26-30 , 10-15 ของราคาบ้าน มีร้อยละ 23.8 และ 21.8 ตามตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 การจ่ายเงินค่างวดและสัดส่วนเงินค่างวดบ้าน

สัดส่วนเงินค่างวดบ้าน	จ่ายเป็นเงินสดทั้งหมด		จ่ายเงินค่างวดเป็นงวด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 %	8	14.0	4	2.2	12	5.0
10 – 15 %	11	19.3	29	15.8	40	16.7
16 – 20 %	14	24.6	68	37.2	82	34.2
21 – 25 %	5	8.8	31	16.9	36	15.0
26 – 30 %	11	19.3	37	20.2	48	20.0
31 – 40 %	8	14.0	14	7.7	22	9.2
รวม	57	23.8	183	76.2	240	100

อัตราดอกเบี้ย, ระยะเวลาในการผ่อนชำระและเหตุผลในการเลือกระยะเวลาในการผ่อน

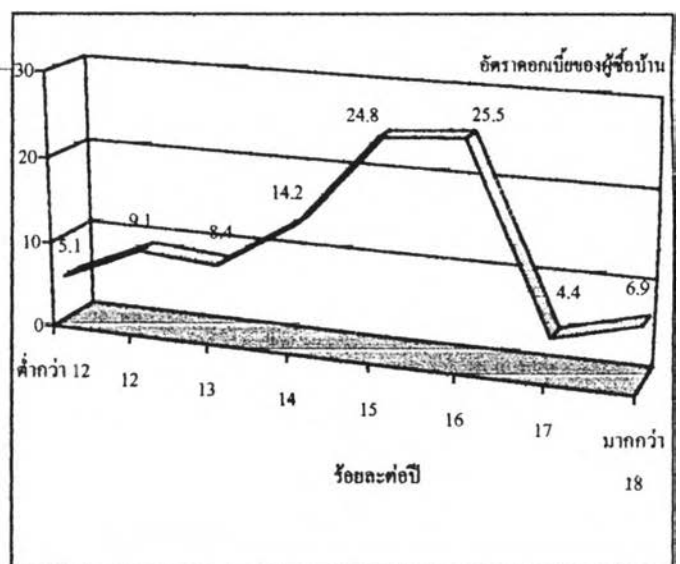
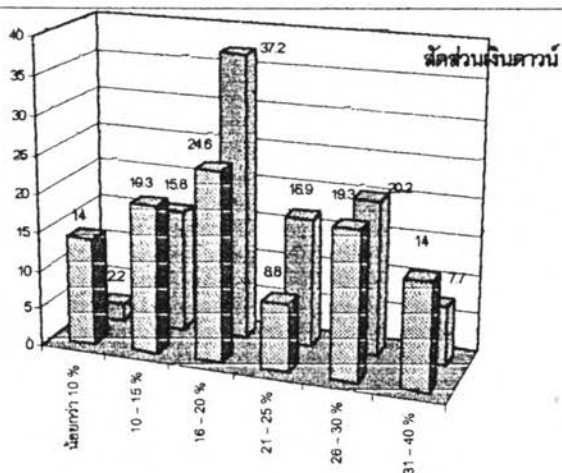
จากการศึกษาพบว่าอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 16 ,15 และ 14 มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 25.5 ,24.8 และ 14.2 ตามลำดับตามตารางที่ 5.5 ในส่วนของ ระยะเวลาที่ผ่อนชำระส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20 ปีมากที่สุด ถึง 59.8 รองลงมาเป็น 15 ปีร้อยละ 23.7 และ 10 ปีเป็นอันดับที่ 3 ร้อยละ 8.9 เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาและเหตุผล พบว่าโดยกลุ่มผ่อนชำระ 10 ปี,15 ปี ให้เหตุผลการเลือกระยะเวลาดังกล่าวว่าจะเหมาะสมกับรายได้ต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 48.0 กับ 53.6 รองลงมาในกลุ่มเป็นการลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลง ร้อยละ 32.1 และ 21.3 และ ในกลุ่ม 10ปีเห็นว่าระยะเวลาเหมาะสมกับอายุและลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลงร้อยละ 7.1 ในกลุ่มที่ผ่อนชำระ 15 ปี เลือกระยะเวลาเหมาะสมกับอายุเป็นอันดับที่ 3 ร้อยละ 14.7 และลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลงร้อยละ 10.7 ในกลุ่มที่ผ่อนชำระ 20 ปี เลือกเพราะเหมาะสมกับรายได้ ถึงร้อยละ 57.1 รองลงมาเป็นการลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลงร้อยละ 28.6 และเลือกเพราะเหมาะสมกับอายุ ร้อยละ 10.1 ส่วนในกลุ่มที่เลือกผ่อน 25 ปี ให้เหตุผลว่าต้องการลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลง ร้อยละ 53.3 รองลงมาเพราะเหมาะสมกับรายได้ ร้อยละ 26.7 และ ไม่ต้องการเสียดอกเบี้ยมากเป็นอันดับที่สาม ร้อยละ 13.3 ดังแสดงตามตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.5 แสดงอัตราดอกเบี้ยร้อยละ ต่อปี ของผู้ซื้อที่อยู่อาศัย

อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละ ต่อ ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12	14	5.1
12	25	9.1
13	23	8.4
14	39	14.2
15	68	24.8
16	70	25.5
17	12	4.4
มากกว่า 18	19	6.9
รวม	274	100

ตารางที่ 5.6 ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

เหตุผลการเลือกระยะเวลา	10 ปี		15 ปี		20 ปี		25 ปี		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดภาระรายจ่ายต่อเดือนลง	2	7.1	8	10.7	54	28.6	8	53.3	-	-	72	22.8
ไม่ต้องการเสียดอกเบี้ยมาก	9	32.1	16	21.3	3	1.6	2	13.3	4	44.4	34	10.8
เหมาะสมกับรายได้ต่อเดือน	15	53.6	36	48.0	108	57.1	4	26.7	1	11.1	164	51.9
ระยะเวลาเหมาะสมกับอายุ	2	7.1	11	14.7	19	10.1	1	6.7	4	44.4	37	11.7
อื่นๆ	-	-	4	5.3	5	2.6	-	-	-	-	9	2.8
รวม	28	8.9	75	23.7	189	59.8	15	4.7	9	2.8	316	100



แผนภูมิที่ 5.5 แสดงสัดส่วนเงินค่างวดและอัตราดอกเบี้ย

ตารางที่ 5.7 เปรียบเทียบ ความพึงพอใจในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย

ความพึงพอใจในการจ่ายเรื่องที่อยู่อาศัย	การเคหะ 2533 ¹	2541
ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัย (ร้อยละ)	30-35	56.9
เงินชำระล่วงหน้า (ร้อยละ)	20-30	16-20
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	10-25	15-20
อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละ ต่อ ปี)	12-15	15-16

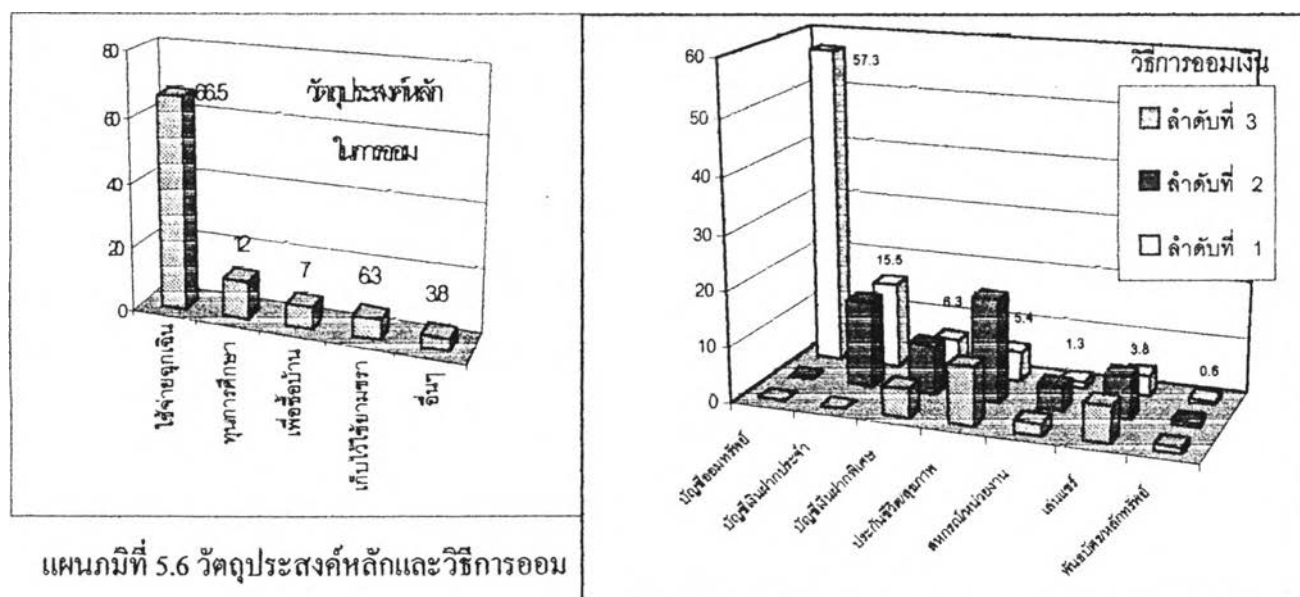
ที่มา : 1. การสำรวจของการเคหะแห่งชาติ เรื่องราคาบ้าน สิงหาคม 2533

จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการมีบ้านในสถานการณ์นี้ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยจะต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับสูงมาก อันเนื่องมาจากการที่อัตราเงินชำระล่วงหน้าอยู่ในระดับที่ต่ำเพราะผู้ประกอบการต้องการที่จะ โอนบ้าน โดยเร็วทำให้ภาระค่าใช้จ่ายมารวมเป็นค่าใช้จ่ายที่อยู่อาศัยต่อเดือนมาก แต่ผู้ซื้อบ้านยังเลือกที่จะผ่อนชำระ ในช่วง 15-20 ปีอยู่มากเพราะ เหมาะสมกับรายได้และไม่ต้องการเสียดอกเบี้ยมาก แต่เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับที่สูงมาก ภาระจึงกลับไปตกที่ค่าใช้จ่ายต่อเดือนอีก เป็นผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย มาเป็นอันดับแรกของค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครอบครัว

การวางแผนทางการเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

การออมเงิน จากผลการสำรวจพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากจะมีการออมเงินเป็นประจำ มีจำนวนมากถึงร้อยละ 91.5 ส่วนผู้ที่ไม่มีการออมเงินนั้นมีเพียง ร้อยละ 7.9 เท่านั้น

วิธีการออมเงิน จากผลการสำรวจพบว่าวิธีการออมเงินส่วนใหญ่จะเป็นการฝากเงินกับธนาคาร โดยการฝากเงินบัญชีออมทรัพย์ มีมากเป็นลำดับแรกจำนวนร้อยละ 57.3 บัญชีเงินฝากประจำ เป็นลำดับที่สอง มีจำนวนร้อยละ 15.5 และลำดับที่สามคือบัญชีเงินฝากพิเศษ มีจำนวนร้อยละ 6.3 ส่วนวิธีการออมเงินในรูปแบบอื่นๆ มีจำนวนไม่มากนัก ดังแสดงในตารางที่ 5.8



แผนภูมิที่ 5.6 วัตถุประสงค์หลักและวิธีการออม

ตารางที่ 5.8 วิธีการออมเงิน

วิธีการออมเงิน	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการออมเงินประจำ						
ฝากเงินกับธนาคารบัญชีออมทรัพย์	181	57.3	-	-	-	-
ฝากเงินกับธนาคารบัญชีเงินฝากประจำ	49	15.5	49	15.5	-	-
ฝากเงินกับธนาคารบัญชีเงินฝากพิเศษ	20	6.3	28	8.9	16	5.1
ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือสุขภาพ	17	5.4	59	18.7	33	10.4
เก็บออมเงินกับสหกรณ์ของหน่วยงาน	4	1.3	14	4.4	6	1.9
เล่นแชร์	12	3.8	24	7.6	21	6.6
ซื้อพันธบัตรหรือหลักทรัพย์	2	0.6	3	0.9	3	0.9
ไม่ตอบ	31	9.8	139	44.0	237	75.0
รวม	316	100	316	100	316	100

วัตถุประสงค์หลักในการออมเงิน

วัตถุประสงค์หลักของในการออมเงิน เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินมากที่สุดร้อยละ 66.5 รองลงมา เพื่อเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน ร้อยละ 12.0 และเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 5.9 วัตถุประสงค์หลักในการออมเงิน

วัตถุประสงค์หลักในการออมเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	210	66.5
ทุนการศึกษานุตรหลาน	38	12.0
เพื่อซื้อบ้าน	22	7.0
เก็บไว้ใช้ในยามชรา	20	6.3
อื่นๆ	12	3.8
ไม่ตอบ	14	4.4
รวม	316	100

เปรียบเทียบการออม กับ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ

การออมเป็นการระดมเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยที่สำคัญที่สุด แต่ต้องใช้ระยะเวลาและความตั้งใจอย่างมากซึ่งจากการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่ง ได้แก่ อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้ครอบครัวและ อาชีพ

จากการศึกษาได้พบคือ

1. อายุ จากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้มีอายุ 26-30 ปีและ 31-35 ปี มีสัดส่วนการออมอยู่ในระดับร้อยละ 88.7-89.1 เป็นช่วงเริ่มต้นของครอบครัวยังเป็นช่วงที่มีรายได้น้อย โดยเงินออมที่เก็บในระยะนี้ยังมีจำนวนน้อยกว่าช่วงวัยอื่น และการออมอาจไม่ใช่เพื่อที่อยู่อาศัย แต่เป็นเพื่อเหตุฉุกเฉินมากกว่า เทียบกับกลุ่ม 36 ปีขึ้นไปทุกกลุ่มจะมีการออมเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ขึ้นไป เป็นช่วงที่มีรายได้สูงขึ้นฐานะมั่นคงขึ้น และมีการออมเพื่อใช้จ่ายในยามชรา¹

2. อาชีพ พบว่ากลุ่ม ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้ประจำได้เป็นกลุ่มที่มีการออมร้อยละ 92.1 และ 89.6 น้อยกว่ากลุ่ม เจ้าของกิจการ และค้าขาย ซึ่งเป็นร้อยละ 97.8 และ 100 แต่ ทุกกลุ่มอาชีพมีการออมอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกัน

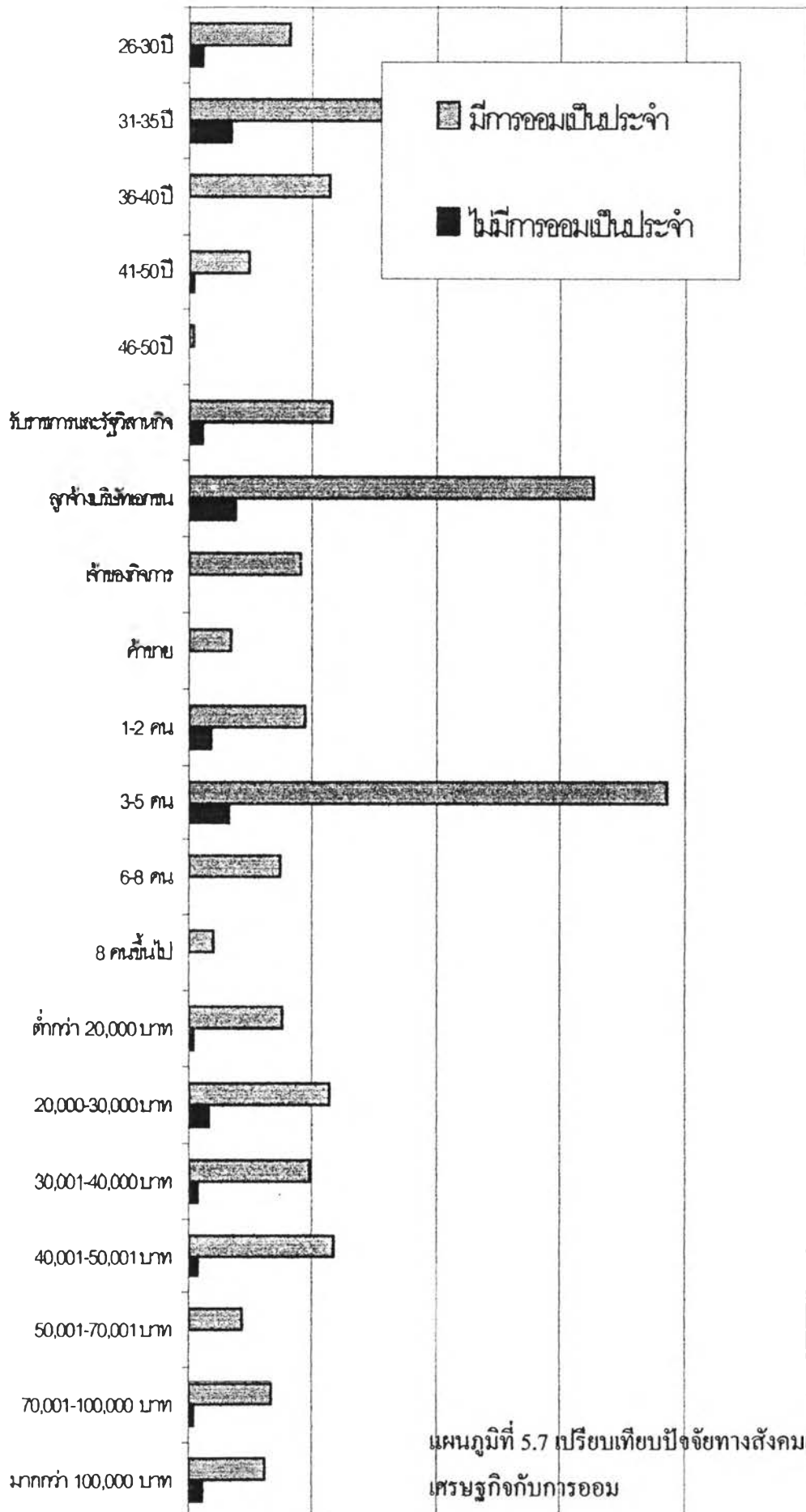
3. รายได้ครอบครัวต่อเดือน ทุกระดับรายได้มีการออมกันในสัดส่วนที่สูงใกล้เคียงกันร้อยละ 86-95 โดยรายได้ระดับ 50,001-70,000 บาทมีสัดส่วนมากที่สุด ในจำนวนของผู้ที่มีเงินออม

4. ขนาดครอบครัว จากการศึกษพบว่าผู้ที่มีขนาดใหญ่มีสัดส่วนของการออมมากที่สุด ทั้งขนาด 6-8 คนและ 8 คนขึ้นไป ในกลุ่มขนาดครอบครัว 3-5 คน และ 1-2 คน ลดลงตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเรียก วงจรชีวิตของครอบครัว² โดยกลุ่มครอบครัวขนาดเล็กจะเป็นกลุ่ม โสด, คู่สมรสใหม่ และมีบุตร คนที่ 1-2 ซึ่งเป็นช่วงของการเริ่มทำงานและสร้างครอบครัว เป็นช่วงที่มีรายจ่ายมากที่สุด

¹ พูนทรัพย์ รามปฎิ และ สุขใจ น้ำผุด. ผศ. การบริหารการเงินบุคคล กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2526. หน้า 1-43

² Jame F Engle , Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard " Consumer Behavior ." Sixth edition USA : Rinehart and Winehart , Inc., 1990. P. 179

อายุกับการออมเงิน



แผนภูมิที่ 5.7 เปรียบเทียบปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการออม

ตารางที่ 5.10 เปรียบเทียบปัจจัยทางสังคมกับการออม

	มีการออมเป็นประจำ		ไม่มีการออมเป็นประจำ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ						
26-30 ปี	41	89.1	5	10.9	46	100
31-35 ปี	133	88.7	17	11.3	150	100
36-40 ปี	57	98.3	1	0.4	58	100
41-50 ปี	24	92.3	2	7.7	26	100
46-50 ปี	2	100	-	-	2	100
	257	91.1	25	8.9	282	100
อาชีพ						
รับราชการและรัฐวิสาหกิจ	58	92.1	5	7.9	63	20.1
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	163	89.6	19	10.4	182	58.0
เจ้าของกิจการ	45	97.8	1	2.2	46	14.6
อาชีพอิสระ	17	100	-	-	17	5.4
อื่นๆ	6	100	-	-	6	1.9
รวม	289	92.0	25	8.0	314	100
จำนวนสมาชิกในครอบครัว						
1-2 คน	47	83.9	9	16.1	56	17.9
3-5 คน	193	92.3	16	7.7	209	67.0
6-8 คน	37	100	-	-	37	11.9
8 คนขึ้นไป	10	100	-	-	10	3.2
รวม	287	92	25	8.0	312	100
รายได้ ครอบครัว ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 20,000 บาท	38	95.0	2	5.0	40	12.7
20,000-30,000 บาท	57	87.7	8	12.3	65	20.7
30,001-40,000 บาท	49	92.5	4	7.5	53	16.9
40,001-50,001 บาท	59	93.5	4	6.3	63	20.1
50,001-70,001 บาท	22	100	-	-	22	7.0
70,001-100,000 บาท	33	94.3	2	5.7	35	11.1
มากกว่า 100,000 บาท	31	86.1	5	13.9	36	11.5
รวม	289	92.0	25	8.0	314	100

การวางแผนการเงินเพื่อซื้อบ้าน

การศึกษาพบว่าผู้ซื้อไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายในการซื้อบ้านก่อนการเตรียมเงิน ร้อยละ 50.5 แต่มีการกำหนดรูปแบบบ้านมีส่วนในการวางแผนเพื่อซื้อบ้านไว้ก่อนร้อยละ 71.0 กำหนดแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อนำเงินมาซื้อบ้าน โดย กำหนดจำนวนเงินออมต่อเดือนที่แน่นอนและลดค่าใช้จ่ายบางส่วนในชีวิตประจำวันเพื่อเก็บเงินซื้อบ้านในสัดส่วนร้อยละ 55-75.6 แต่ไม่ได้มีการกำหนดระยะเวลาในการเก็บออมที่แน่นอนร้อยละ 55.4 ผู้ซื้อจะพิจารณาทำให้เงินออมที่เก็บไว้มีผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรูปที่มีความเสี่ยงน้อยเช่นการออมในบัญชีฝากประจำหรือบัญชีเงินฝากชนิดพิเศษ ร้อยละ 55.4 และไม่นำเงินออมไปลงทุนหาผลตอบแทนเพิ่ม ร้อยละ 77.5 หลังจากนั้นจึงหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบบ้านที่ต้องการ ร้อยละ 71.3 โดยมีการพิจารณางบประมาณและรูปแบบที่ต้องการ ร้อยละ 83.1 แต่จะไม่ปรับรูปแบบของบ้านเมื่อแผนการเงินที่วางไว้ไม่เป็นไปตามเป้าถึงร้อยละ 59.9

ตารางที่ 5.11 การวางแผนการเงินเพื่อซื้อบ้าน

การวางแผนการเงินเพื่อซื้อบ้าน	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งเป้าหมายในการซื้อบ้านก่อนการเตรียมเงิน	153	49.5	156	50.5
รูปแบบบ้านมีส่วนในการวางแผนเพื่อซื้อบ้าน	218	71.0	89	29.0
กำหนดระยะเวลาการเก็บออมเงิน	137	44.6	170	55.4
กำหนดจำนวนเงินออมต่อเดือนที่แน่นอน	169	55.0	138	45.0
กำหนดแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อนำเงินมาซื้อบ้าน	232	75.6	75	24.4
ลดค่าใช้จ่ายบางส่วนในชีวิตประจำวันเพื่อเก็บเงินซื้อบ้าน	216	70.4	91	29.6
พิจารณาทำให้เงินออมที่เก็บไว้มีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น	170	55.4	137	44.6
นำเงินที่เก็บไว้ไปลงทุนหาผลตอบแทน	69	22.5	238	77.5
หาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของบ้านที่ต้องการ	219	71.3	88	28.7
พิจารณางบประมาณและรูปแบบที่ต้องการ	255	83.1	52	16.9
ปรับรูปแบบของบ้านเมื่อแผนการเงินที่วางไว้ไม่เป็นไปตามเป้า	120	40.1	179	59.9

การวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย

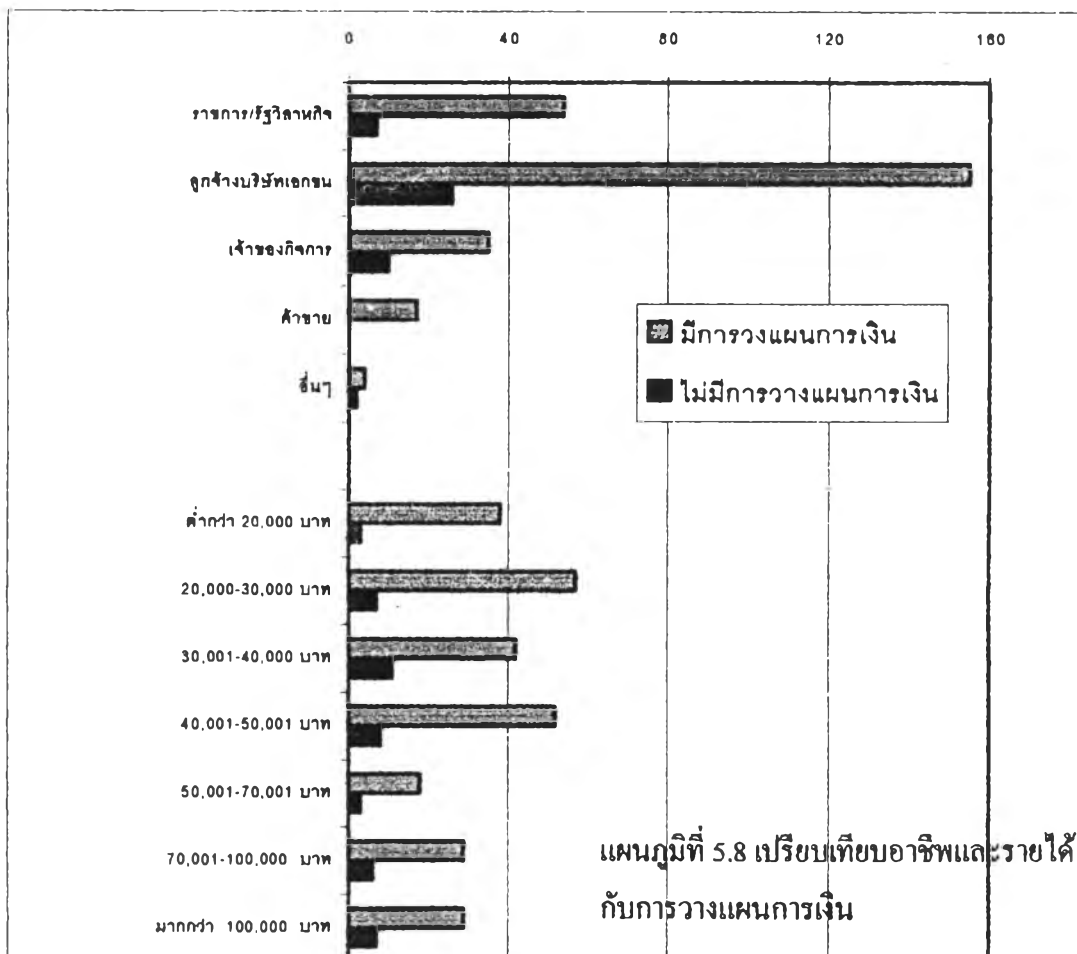
จำนวนผู้มีการวางแผนการเงินอาจจำแนกตามอาชีพ, อายุ, ระดับการศึกษา, และรายได้ครอบครัวต่อเดือนได้ดังนี้

อาชีพ

การสำรวจพบว่า กลุ่มอาชีพอิสระเป็นกลุ่มที่มีการวางแผนการเงิน มากกว่ากลุ่มอื่นๆ คือมีถึงร้อยละ 100 ตามด้วย กลุ่มที่มีรายได้ประจำซึ่งได้แก่กลุ่มราชการ/รัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 88.5 และ 85.6 จะเห็นว่ากลุ่มอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอนนัก จะมีการวางแผนการงานที่มากกว่ากลุ่มที่รายได้แน่นอน ได้แก่ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

รายได้ครอบครัวต่อเดือน

พบว่าระดับรายได้ครัวเรือนระหว่าง ระดับ ต่ำกว่า 20,000 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 92.3 จะมีการวางแผนการเงินในสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัว 20,001-30,000 บาทมีสัดส่วนร้อยละ 89.1 และกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน เป็นอันดับที่ 3 มีร้อยละ 86.7 ซึ่งกลุ่มที่มีรายได้น้อยจะมีการวางแผนการเงิน มากกว่ากลุ่มระดับรายได้ที่สูง ซึ่งจะมีสัดส่วนน้อยลงไปเรื่อยๆ ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้มีรายได้สูงนั้นรายได้ประจำที่ได้รับจะสามารถครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายในการซื้อที่อยู่อาศัยได้ จึงทำให้ไม่ตระหนักถึงการวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยมากนัก



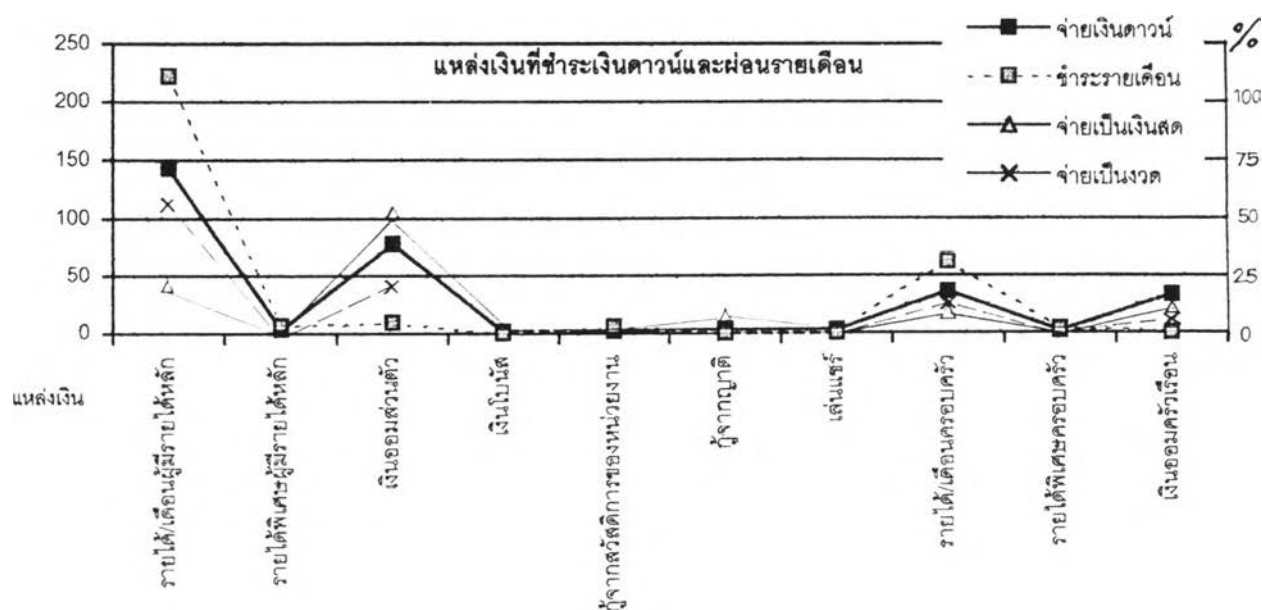
ตารางที่ 5.12 เปรียบเทียบการวางแผนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัยกับปัจจัยด้านอาชีพและระดับรายได้ครอบครัว

การวางแผนทางการเงิน	มีการวางแผนการเงิน		ไม่มีการวางแผนการเงิน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ						
รับราชการและรัฐวิสาหกิจ	54	88.5	7	11.5	61	19.7
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	155	85.6	26	14.4	181	58.4
เจ้าของกิจการ	35	77.8	10	22.2	45	14.5
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	17	100	-	-	17	5.5
อื่นๆ	4	66.7	2	33.3	6	1.9
รวม	265	85.5	45	14.5	310	100
รายได้ ครอบครัว ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 20,000 บาท	38	92.6	3	7.4	41	13.2
20,000-30,000 บาท	57	89.1	7	10.9	64	20.6
30,001-40,000 บาท	42	79.2	11	20.8	53	17.1
40,001-50,001 บาท	52	86.7	8	13.3	60	19.4
50,001-70,001 บาท	18	85.7	3	14.3	21	6.8
70,001-100,000 บาท	29	82.9	6	17.1	35	11.3
มากกว่า 100,000 บาท	29	80.6	7	19.4	36	11.6
รวม	265	85.5	45	14.5	310	100

แหล่งเงินที่นำมาชำระเงินค่างวด และ เงินผ่อนชำระรายเดือน

การศึกษพบว่าเงินที่ใช้ในการชำระเงินค่างวดมาจากเงินรายได้รายเดือนของผู้มีรายได้หลักของ

แผนภูมิที่ 5.9 แหล่งเงินที่ชำระเงินค่างวดและผ่อนชำระรายเดือนกับการจ่ายเงินค่างวด



ครอบครัว เป็นอันดับแรก ร้อยละ 45.3 อันดับที่ 2 เป็นเงินออมส่วนตัว ร้อยละ 24.7 และเงินรายได้รายเดือนของครอบครัว ร้อยละ 11.4 เงินที่ใช้ในการชำระเงินกู้รายเดือนมาจากเงินรายได้รายเดือนของผู้มีรายได้หลักของครอบครัว เป็นอันดับแรก ร้อยละ 70.3 อันดับที่ 2 เป็นเงินรายได้รายเดือนของครอบครัว ร้อยละ 19.6 และ เงินออมส่วนตัว ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 5.13 แสดงแหล่งเงินที่นำมาชำระเงินค่างวดและเงินกู้รายเดือน กับลักษณะการผ่อนชำระ

แหล่งเงินที่นำมาชำระเงินค่างวด	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รายเดือนของผู้มีรายได้หลักของครอบครัว	143	45.3	16	5.1	20	6.3
รายได้พิเศษของผู้มีรายได้หลักของครอบครัว	4	1.3	25	7.9	2	0.6
เงินออมส่วนตัว	78	24.7	42	13.3	20	6.3
เงินโบนัส	2	0.6	25	7.9	39	12.3
กู้จากสวัสดิการของหน่วยงาน	2	0.6	2	0.6	0	0
กู้จากญาติ	4	1.3	5	1.6	0	0
เล่นแชร์	3	0.9	1	0.3	7	2.2
รายได้รายเดือนของครอบครัว	36	11.4	19	6.0	5	1.6
รายได้พิเศษของครอบครัว	2	0.6	4	1.3	5	1.6
เงินออมของครัวเรือน	33	10.4	10	3.2	8	2.5
ไม่ตอบ	9	2.8	167	52.8	210	66.5
รวม	316	100	316	100	316	100
			ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	
แหล่งเงินสำหรับการผ่อนชำระเงินกู้รายเดือน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รายเดือนของผู้มีรายได้หลักของครอบครัว	222	70.3	16	5.1	1	0.3
รายได้พิเศษของผู้มีรายได้หลักของครอบครัว	7	2.2	38	12.0	6	1.9
เงินออมส่วนตัว	10	3.2	23	7.3	42	13.3
กู้จากสวัสดิการของหน่วยงาน	6	1.9	0	0	2	0.6
กู้จากแหล่งเงินนอกตลาดการเงิน	2	0.6	12	3.8	4	1.3
กู้จากญาติ	0	0	2	0.6	0	0
เล่นแชร์	0	0	3	0.9	9	2.8
รายได้รายเดือนของครอบครัว	62	19.6	43	13.6	2	1.6
รายได้พิเศษของครอบครัว	4	1.3	8	2.5	9	2.8
ไม่ตอบ	3	0.9	171	54.1	241	76.3
รวม	316	100	316	100	316	100

ประเภทของที่อยู่อาศัยเดิม

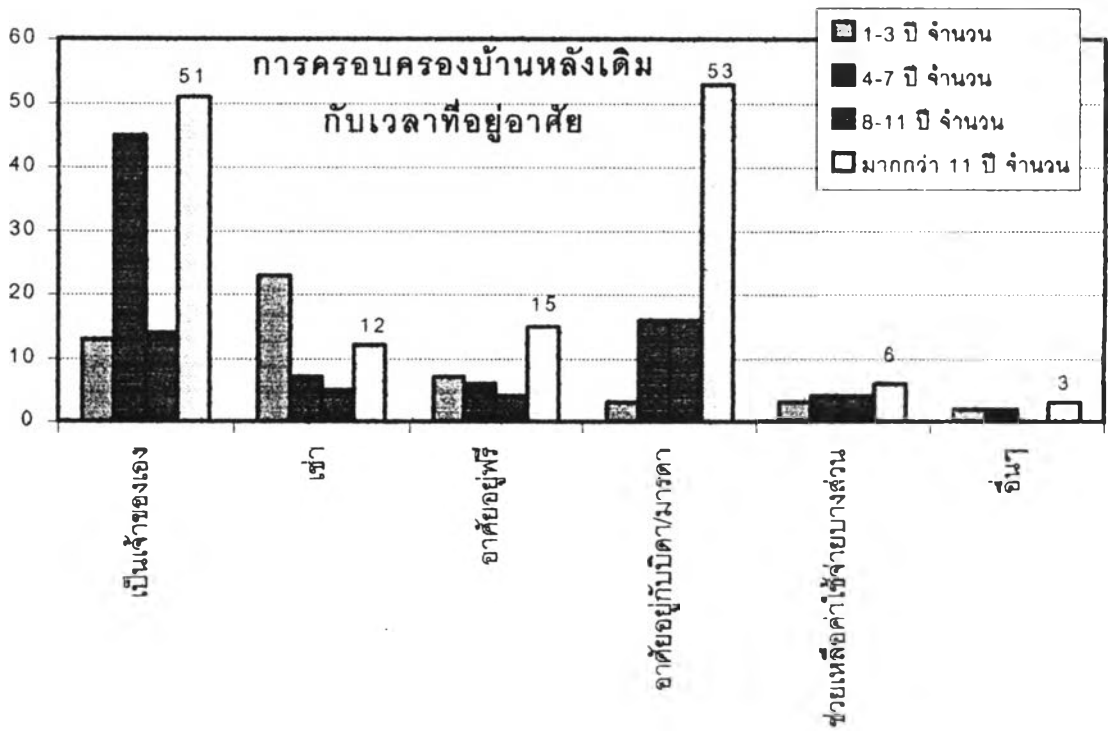
จากตารางที่ 5.14 จะพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีบ้านอยู่อาศัยเดิมเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวมากที่สุดถึงร้อยละ 36.4 และรองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์อีกร้อยละ 33.5 ประเภทตึกแถวมีร้อยละ 13.3 และอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมอีกร้อยละ 11.7 นอกนั้นอาศัยอยู่ในที่อยู่ประเภทอื่นๆ เพียงเล็กน้อย ร้อยละ 3.8

สถานภาพการครอบครองบ้านหลังเดิมและระยะเวลาที่พำนักอาศัยอยู่

จากตารางที่ 5.14 จะพบว่าสถานภาพการครอบครองบ้านหลังเดิมส่วนใหญ่เป็นเจ้าของมากที่สุดถึงร้อยละ 38.6 รองลงมาเป็นการอาศัยอยู่กับบิดา/มารดา ร้อยละ 27.5 และเช่าอาศัยรวมทั้งอาศัยอยู่ฟรีกับญาติพี่น้องในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 10-15

จากตารางที่ 5.14 จะพบว่าผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่ใช้เวลาอาศัยอยู่ในบ้านหลังเดิมเป็นเวลา 11 ปีขึ้นไปมีสูงถึงร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ 4-7 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 25.6 และ 1-3 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 16.2 ส่วนระยะเวลา 8-11 ปีมีสัดส่วนที่น้อยที่สุดคือร้อยละ 13.7

เมื่อเปรียบเทียบสถานภาพการครอบครองบ้านเดิมกับ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ที่อยู่อาศัยกับบิดา/มารดาจะอยู่ในบ้านหลังเดิมมากกว่า 11ปี ในสัดส่วน มากที่สุดถึง 37.9



แผนภูมิที่ 5.10 การครอบครองบ้านหลังเดิมกับเวลาที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 5.14 สัดส่วนสถานภาพการครอบครองบ้านเคมกับระยะเวลาที่อยู่อาศัย

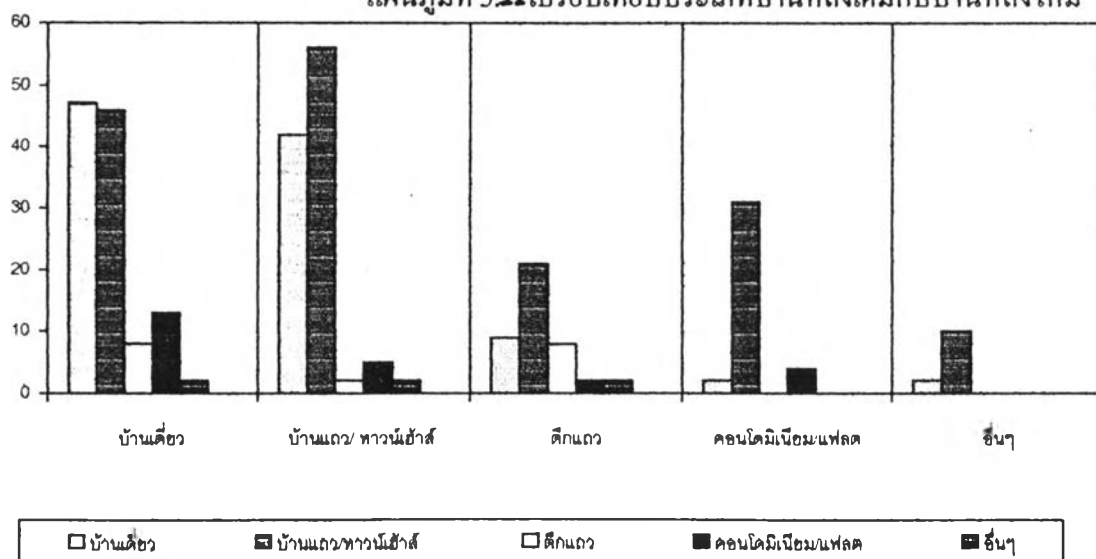
สถานภาพการครอบครอง บ้านหลังเคม	1-3 ปี		4-7 ปี		8-11 ปี		มากกว่า 11 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของเอง	13	25.4	45	56.3	14	30.6	51	36.5	122	38.6
เช่า	23	45.1	7	8.8	5	11.6	12	8.6	45	14.2
อาศัยอยู่ฟรี	7	13.7	6	7.5	4	9.3	15	10.7	32	10.1
อาศัยอยู่กับบิดา/มารดา	3	5.9	16	20.0	16	37.2	53	37.9	87	27.5
ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายบางส่วน	3	5.9	4	5.0	4	9.3	6	4.3	17	5.4
อื่นๆ	2	3.9	2	2.5	-	-	3	2.1	7	2.2
รวม	51	16.2	80	25.5	43	13.7	140	44.6	316	100

ลักษณะทั่วไปของที่อยู่อาศัยที่ซื้อใหม่

ลักษณะของที่อยู่อาศัยที่ซื้อใหม่ ผลการสำรวจพบว่าที่อยู่อาศัยใหม่ที่ซื้อส่วนใหญ่คือทาวน์เฮาส์ มีจำนวนถึงร้อยละ 52.2 ส่วนบ้านเดี่ยวนั้นผู้ซื้อเลือกซื้อเป็นลำดับที่สองมีจำนวนร้อยละ 32.3 และลำดับที่สามคือคอนโดมิเนียม มีจำนวนร้อยละ 7.6 ส่วนตึกแถวและประเภทอื่นๆ มีเป็นจำนวนน้อย ดังแสดงในตารางที่ 5.11

เปรียบเทียบประเภทแบบบ้านหลังเคมกับบ้านหลังปัจจุบัน จากการสำรวจพบว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับภูมิหลังของลักษณะบ้านหลังเคม พบว่า ผู้อยู่อาศัยในบ้านเคมจะยังนิยมและอยู่อาศัยในบ้านเคมมากที่สุด ร้อยละ 40.5 รองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์ ร้อยละ 39.3 และ ตึกแถว ร้อยละ 21.4 ในขณะที่ผู้เคยอยู่ทาวน์เฮาส์ยังนิยมซื้อบ้านทาวน์เฮาส์อยู่มากที่สุดเช่นกัน ถึงร้อยละ 34.1 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว ร้อยละ 28.0 และคอนโดมิเนียม ร้อยละ 18.9 สำหรับผู้ที่เคยอยู่ตึกแถวจะซื้อบ้านเดี่ยวและตึกแถวอยู่ในระดับเดียวกัน ร้อยละ 44.4 ที่เหลือเป็นทาวน์เฮาส์ ร้อยละ 11.1

แผนภูมิที่ 5.11 เปรียบเทียบประเภทบ้านหลังเคมกับบ้านหลังใหม่



ตารางที่ 5.15 เปรียบเทียบประเภทบ้านหลังเดิมกับบ้านหลังใหม่

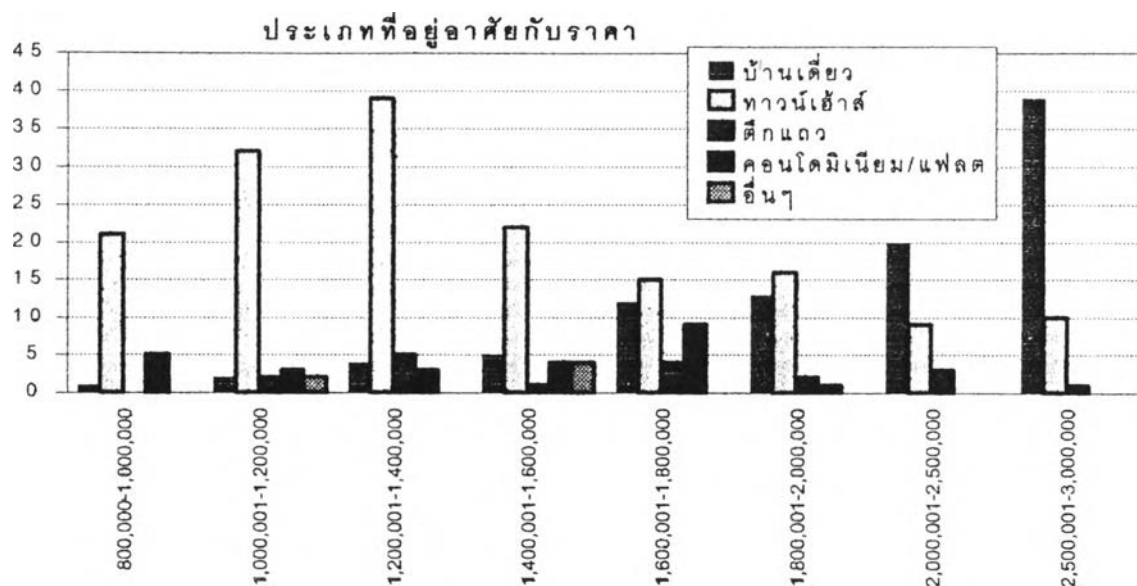
	บ้านเดี่ยว		บ้านแถว/ ทาวน์เฮาส์		ตึกแถว		คอนโดมิ เนียม/แฟลต		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทบ้านหลังใหม่												
บ้านเดี่ยว	47	46.1	42	41.2	9	8.8	2	2.0	2	2.0	102	32.5
บ้านแถว/ทาวน์เฮาส์	46	28.0	56	34.1	21	12.8	31	18.9	10	3.2	164	52.2
ตึกแถว	8	44.4	2	11.1	8	44.4	-	-	-	-	18	5.7
คอนโดมิเนียม/แฟลต	13	54.2	5	20.8	2	8.3	4	16.7	-	-	24	7.6
อื่นๆ	2	33.3	2	33.3	2	33.3	-	-	-	-	6	1.9
รวม	116	36.9	107	34.1	42	13.4	37	11.8	12	3.8	314	100

การเปรียบเทียบประเภทของบ้านและราคาซื้อขาย

จากการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่การเปรียบเทียบประเภทของบ้านและราคาซื้อขาย อันดับที่หนึ่ง เป็นระดับราคา 1,200,001-1,400,000 บาท ร้อยละ 16.5 อันดับที่ 2 เป็นระดับราคา 2,500,001-3,000,000 บาท ร้อยละ 16.2 และ ระดับราคา 1,000,001-1,200,000 บาท เป็นอันดับที่ 3 ร้อยละ 13.3

ตารางที่ 5.16 การเปรียบเทียบประเภทของบ้านและราคาซื้อขาย

	บ้านเดี่ยว		บ้านแถว/ ทาวน์เฮาส์		ตึกแถว		คอนโดมิเนียม/ แฟลต		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
800,000-1,000,000	1	3.7	21	77.8	-	-	5	18.5	-	-	27	8.7
1,000,001-1,200,000	2	4.9	32	78.0	2	4.9	3	7.3	2	4.9	41	13.3
1,200,001-1,400,000	4	7.8	39	76.5	5	9.8	3	5.9	-	-	51	16.5
1,400,001-1,600,000	5	14.7	22	64.7	1	2.9	4	11.1	4	11.1	36	11.7
1,600,001-1,800,000	12	34.3	15	42.9	4	11.4	9	22.5	-	-	40	12.9
1,800,001-2,000,000	13	41.9	16	51.6	2	6.5	1	3.1	-	-	32	10.4
2,000,001-2,500,000	20	54.1	9	24.3	3	8.1	-	-	-	-	32	10.4
2,500,001-3,000,000	39	73.6	10	18.9	1	1.9	-	-	-	-	50	16.2
รวม	96	31.1	164	53.1	25	5.8	25	8.1	6	1.9	309	100

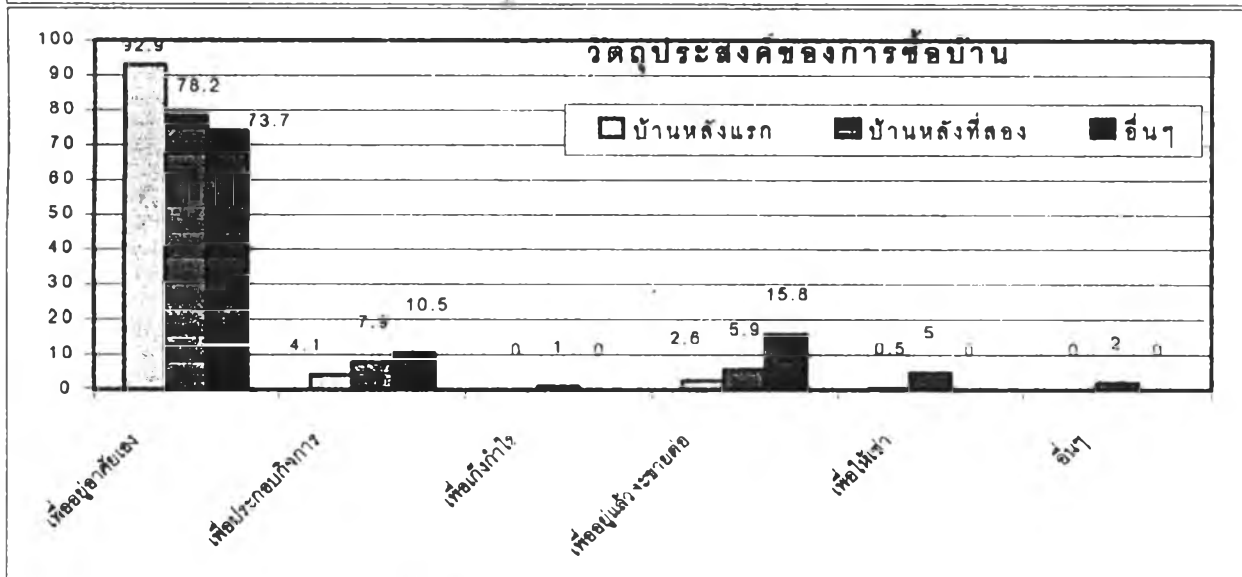
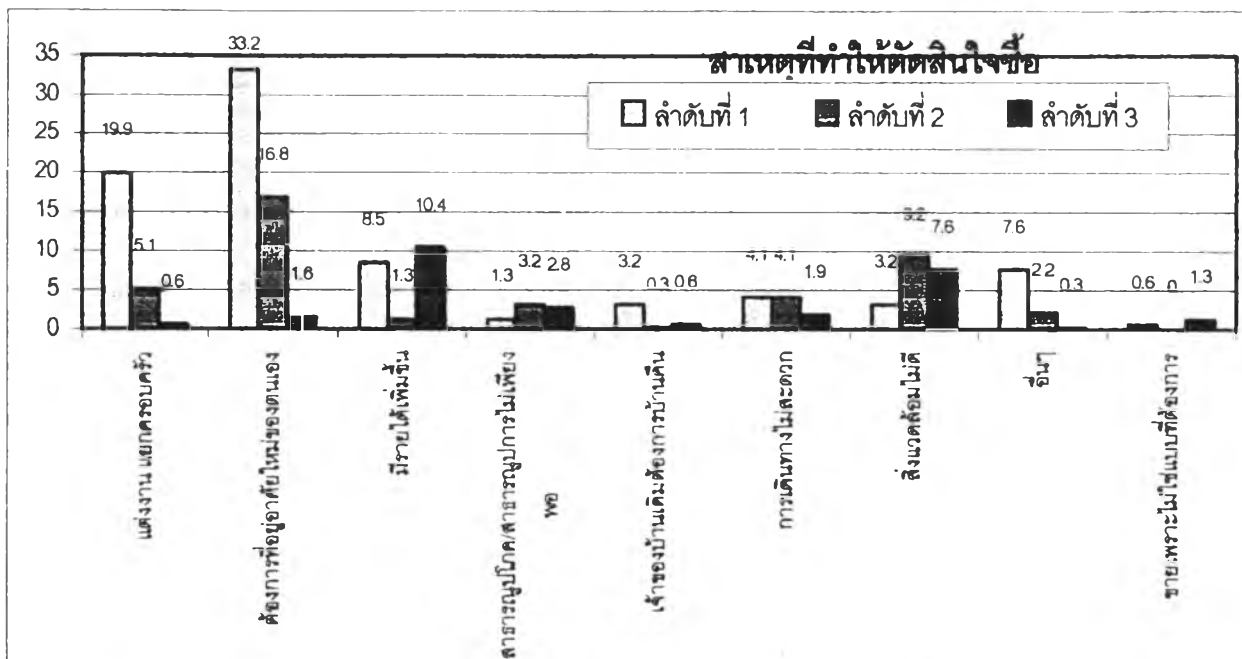


แผนภูมิที่ 5.12 ประเภทที่อยู่อาศัยกับราคา

สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ผลของการสำรวจพบว่าผู้ซื้อที่อยู่อาศัยให้เหตุผลที่ซื้อที่อยู่อาศัยตามลำดับความสำคัญดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง และลำดับที่สอง ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองมากที่สุด ส่วนลำดับที่สาม ได้ให้เหตุผลว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น เหตุผลดังกล่าวนี้มีได้มาจากปัจจัยหลักของสาเหตุการย้ายที่อยู่อาศัย เช่นการแต่งงานแยกครอบครัว สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ ตลอดจนการเดินทางไม่สะดวก ในขณะที่เหตุผลเกี่ยวกับเจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน ผู้ซื้อให้เหตุผลไม่มากนัก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสภาพเดิมเป็นเจ้าของบ้านอยู่แล้ว ดังแสดงในตารางที่ 5.17 ตารางที่ 5.17 สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ

สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	63	19.9	16	5.1	2	0.6
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	105	33.2	53	16.8	5	1.6
มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	27	8.5	4	1.3	33	10.4
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ	4	1.3	10	3.2	9	2.8
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	10	3.2	1	0.3	2	0.6
การเดินทางไม่สะดวก	13	4.1	13	4.1	6	1.9
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	10	3.2	29	9.2	24	7.6
อื่นๆ	24	7.6	7	2.2	1	0.3
ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	2	0.6	0	0	4	1.3
ไม่ตอบ	58	18.4	183	57.9	230	72.8
รวม	316	100	316	100	316	100



แผนภูมิที่ 5.13 สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อและวัตถุประสงค์ของการซื้อบ้าน

วัตถุประสงค์หลักของการซื้อบ้าน ผลการสำรวจพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการซื้อบ้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือเพื่ออยู่อาศัยเอง มีจำนวนมากถึงร้อยละ 86.4 ส่วนการซื้อไว้เพื่อประกอบกิจการหรือเพื่ออยู่ระยะหนึ่งแล้วจึงจะขายต่อ นั้น มีจำนวนเพียงร้อยละ 5.4 และ ร้อยละ 5.1 เท่านั้น ส่วนที่เหลือจะเป็นการซื้อไว้เพื่อเก็งกำไรและเพื่อให้เช่า ซึ่งมีจำนวนเพียงเล็กน้อย ในตารางที่ 5.18

การซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่ ผลการสำรวจพบว่า การซื้อส่วนใหญ่ ผู้ซื้อจะซื้อบ้านเป็นหลังแรก ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 62.0 และเป็นการซื้อหลังที่สองมีจำนวนร้อยละ 32.0 ส่วนที่เหลือคืออื่นๆ นั้นมีเพียงร้อยละ 0.6 เท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18 วัตถุประสงค์หลักของการซื้อบ้าน

ซื้อบ้านหลังนี้ด้วยวัตถุประสงค์หลัก	บ้านหลังแรก		บ้านหลังที่สอง		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่ออยู่อาศัยเอง	182	92.9	79	78.2	14	73.7	275	87.0
เพื่อประกอบกิจการ	8	4.1	8	7.9	2	10.5	18	5.7
เพื่อเก็งกำไร	-	-	1	1.0	-	-	1	0.3
เพื่ออยู่ระยะหนึ่งแล้วจะขายต่อ	5	2.6	6	5.9	3	15.8	14	4.4
เพื่อให้เช่า	1	0.5	5	5.0	-	-	6	1.9
อื่นๆ	-	-	2	2.0	-	-	2	0.6
รวม	196	62.0	101	32.0	19	6.0	316	100

ลักษณะของการซื้อบ้าน ผลการสำรวจพบว่าการซื้อส่วนใหญ่ จะเป็นการซื้อบ้านมือแรกจากโครงการ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 83.5 นอกจากนั้นจะเป็นการซื้อต่อจากผู้อื่นซึ่งเป็นบ้านที่เคยมีผู้อยู่อาศัยอยู่แล้ว มีจำนวนร้อยละ 10.1 และเป็นบ้านที่ซื้อต่อจากผู้อื่นแต่เป็นบ้านใหม่ที่ยังไม่เคยอยู่อาศัย ซึ่งมีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 5.19

ตารางที่ 5.19 ลักษณะการซื้อบ้าน

ลักษณะการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นบ้านมือแรกซื้อจากโครงการ	264	83.5
ซื้อต่อผู้อื่นเป็นบ้านใหม่ยังไม่เคยอยู่อาศัย	18	5.7
ซื้อต่อผู้อื่นเป็นบ้านที่เคยมีคนอาศัยอยู่แล้ว	32	10.1
อื่นๆ	2	0.6
รวม	316	100

ปัญหาในการซื้อที่อยู่อาศัยในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผลการสำรวจพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าราคาไม่ปล่อยสินเชื่อบริษัทที่อยู่อาศัย และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในระดับสูงคือปัญหาในลำดับแรก มีจำนวนร้อยละ 29.4 ส่วนลำดับที่สองคืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในระดับสูงเช่นกัน มีจำนวนร้อยละ 12.7 และลำดับที่สามคือค่าครองชีพสูงขึ้น มีจำนวนร้อยละ 11.4 ดังแสดงในตารางที่ 5.20 และมีผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโดย สิ้นค้าราคาสูงขึ้น มากที่สุด ร้อยละ 28.5 รายได้ลดลงเป็นอันดับที่สองร้อยละ 22.8 อันดับที่สามเป็น ไม่ได้ขึ้นเงินเดือน ร้อยละ 21.2

ผลกระทบที่ได้รับการสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

จากการสอบถามพบว่าผู้ซื้อมีปัญหาในการผ่อนชำระรายเดือนอยู่ถึงร้อยละ 46.0 และไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระร้อยละ 54.0 และเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีการออมเป็นประจำพบว่ากลุ่มที่มีการออมเป็นประจำ แต่มีปัญหาในการผ่อนชำระถึงร้อยละ 43.4 ไม่มีปัญหาผ่อนชำระร้อยละ 56.6 ในกลุ่มที่ไม่มีการออมเป็นประจำ สัดส่วนผู้มีปัญหาในการผ่อนชำระจะมากกว่าถึงร้อยละ 76.0 ไม่มีปัญหา ร้อยละ 24.0 การแก้ปัญหาโดยทั้งกลุ่มที่มีการออมเป็นประจำจะแก้ปัญหาโดยการลดค่าใช้จ่ายรายเดือนลง ร้อยละ 58.2 หาได้รายพิเศษเสริม และประนามหนี้กับทางธนาคาร ร้อยละ 22.6 และ 16.4 ตามลำดับ และไม่มีการออมเป็นประจำ จะใช้การประนามหนี้กับธนาคารมาเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 40.0 ลดค่าใช้จ่ายรายเดือนร้อยละ 32.0 และหารายได้พิเศษเสริมร้อยละ 28.0

ตารางที่ 5.20 แสดงปัญหาในการซื้อที่อยู่อาศัยในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

ปัญหาในการซื้อที่อยู่อาศัย	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ						
ราคาบ้านจะสูงขึ้นมาก	26	8.2	0	0	4	1.3
ธนาคารไม่ปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย	93	29.4	18	5.7	16	5.1
ภาวะเงินเฟ้อสูง สภาพคล่องทางการเงินต่ำ	28	8.9	19	6.0	19	6.0
ค่าครองชีพสูงขึ้น	19	6.0	24	7.6	36	11.4
มีบ้านที่ขายในตลาดจำนวนมาก	12	3.8	8	2.5	3	0.9
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยู่ในระดับสูง	93	29.4	40	12.7	19	6.0
รายได้ลดลง	41	13.0	38	12.0	12	3.8
อื่นๆ	2	0.6	0	0	2	0.6
ไม่ตอบ	2	0.6	169	53.5	205	64.9
ผลกระทบที่ได้รับจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ						
	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถูกลดเงินเดือน	43	13.6	0	0	0	0
ไม่ได้ขึ้นเงินเดือน	67	21.2	13	4.1	2	0.6
รายได้ลดลง	72	22.8	25	7.9	5	1.6
ถูกให้ออกจากงาน	6	1.9	2	0.6	4	1.3
สินค้าราคาสูงขึ้น	90	28.5	33	10.4	8	2.5
เงินเฟ้อสูง	4	1.3	3	0.9	4	1.3
ภาษี VAT 10%	7	2.2	26	8.2	15	4.7
อื่นๆ	21	6.6	12	3.8	7	2.2
ไม่ตอบ	6	1.9	202	63.9	271	85.8
รวม	316	100	316	100	316	100

ตารางที่ 5.21 ปัญหาในการผ่อนชำระ ที่อยู่อาศัย จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ กับ มีการออม

	มีการออมเป็นประจำ		ไม่มีการออมเป็นประจำ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระ	163	56.6	6	24.0	169	54.0
มีปัญหาในการผ่อนชำระ	125	43.4	19	76.0	144	46.0
รวม	288	92.0	25	8.0	313	100
แก้ปัญหาโดยการ ¹	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่าย	85	58.2	8	32.0	93	54.4
หารายได้พิเศษ	33	22.6	7	28.0	40	23.4
ประนอมหนี้กับธนาคาร	24	16.4	10	40.0	34	19.9
อื่นๆ	4	2.7	-	-	4	2.3
รวม	146	85.4	25	14.6	171	100

การมีปัญหาในการผ่อนชำระกับอายุ

การศึกษาพบว่า ในระดับอายุ 26-30, 31-35 และ 41-45 ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 63.0, 54.0 และ 57.7 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่ากลุ่มที่มีปัญหาในการผ่อนชำระ โดยมีร้อยละ 37.0, 46.0 และ 42.3 ตามลำดับ ในระดับอายุ 36-40 และ 46-50 มีปัญหาในการผ่อนชำระร้อยละ 58.6 และ 100 มากกว่ากลุ่มไม่มีปัญหาเล็กน้อยซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 41.4

การแก้ปัญหาในการผ่อนชำระ ทุกกลุ่มอายุจะเลือกการลดค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรก ร้อยละ 60.0, 43.6, 73.2, 69.2 และ 100.0 ตามลำดับ ในกลุ่มอายุ 26-30 และ 41-45 ปี เลือกที่จะประนอมหนี้กับธนาคารมาเป็นอันดับที่สองร้อยละ 25.0 ขณะที่กลุ่มอายุอื่น จะเลือกการหารายได้พิเศษ มาเป็นอันดับสองร้อยละ 10.0, 29.5, 22.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.22 เปรียบเทียบ การมีปัญหาในการผ่อนชำระ กับ อายุ

การมีปัญหาในการผ่อนชำระ	26-30 ปี		31-35 ปี		36-40 ปี		41-45 ปี		46-50 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระ	29	63.0	81	54.0	24	41.4	15	57.7	-	-	149	52.8
มีปัญหาในการผ่อนชำระ	17	37.0	69	46.0	34	58.6	11	42.3	2	100	133	47.2
รวม	46	16.3	150	53.2	58	20.6	26	9.2	2	0.7	282	100
แก้ปัญหาโดยการ ¹	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่าย	12	60.0	34	43.6	30	73.2	9	69.2	2	100	87	56.5
หารายได้พิเศษ	2	10.0	23	29.5	9	22.0	-	-	-	-	34	22.0
ประนอมหนี้กับธนาคาร	5	25.0	19	24.4	2	4.8	4	30.8	-	-	30	19.5
อื่นๆ	1	5.0	2	2.6	-	-	-	-	-	-	3	2.0
รวม	20	13.0	78	50.6	41	26.6	13	8.4	2	1.3	154	100

การมีปัญหาในการผ่อนชำระกับอาชีพ

เมื่อเปรียบเทียบการมีปัญหาการผ่อนชำระกับอาชีพพบว่า กลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชนและค้าขายมีสัดส่วนไม่มีปัญหาร้อยละ 57.4 และ 58.8 มีปัญหามีร้อยละ 42.6 และ 41.2 ในกลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ จำนวนร้อยละ 42.9 และ 48.9 ที่ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระ มีร้อยละ 42.6 และ 41.2 ตามลำดับ มีปัญหาในการผ่อนชำระ ซึ่งกลุ่มที่มีปัญหาในส่วนของราชการน่าจะเป็นเพราะมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 5.23 เปรียบเทียบ การมีปัญหาในการผ่อนชำระกับอาชีพ

การมีปัญหาในการผ่อนชำระ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของ กิจการ		ค้าขาย		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระ	27	42.9	105	57.4	22	48.9	10	58.8	6	100	170	54.1
มีปัญหาในการผ่อนชำระ	36	57.1	78	42.6	23	51.1	7	41.2	-	-	144	45.9
รวม	63	20.0	183	58.2	45	14.3	17	5.4	6	1.9	314	100
แก้ปัญหโดยการ 1	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่าย	27	61.5	42	46.7	17	77.3	7	63.7	6	100	99	57.2
หารรายได้พิเศษ	13	29.5	23	25.6	2	9.1	2	18.2	-	-	40	23.1
ประนอมหนี้กับธนาคาร	4	9.0	23	25.6	1	4.5	2	18.2	-	-	30	17.3
อื่นๆ	-	-	2	2.1	2	9.1	-	-	-	-	4	2.3
	44	25.4	90	52.0	22	12.7	11	6.4	6	100	173	100

หมายเหตุ 1 มีการตอบมากกว่า 1 ข้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ

บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มผู้มีอิทธิพลและเหตุผลที่เลือกปรึกษา ผลจากการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้มีบทบาทสำคัญก่อนตัดสินใจซื้อที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่หนึ่งที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ คู่สมรส มีจำนวนร้อยละ 43.4 ส่วนลำดับที่สอง ได้แก่ บิดา-มารดา มีจำนวนร้อยละ 8.2 และลำดับที่สาม ได้แก่ เพื่อนฝูง มีจำนวนร้อยละ 7.3 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.24 ทั้งนี้โดยให้เหตุผลสำคัญในการเลือกปรึกษาคู่สมรสว่า เพราะเป็นผู้ให้การสนับสนุนทางการเงิน และเพราะต้องอยู่ร่วมกันมีจำนวนถึงร้อยละ 27.2 และร้อยละ 26.3 ตามลำดับ และขอความเห็นชอบเพราะเกรงใจ มีจำนวนร้อยละ 16.8 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.25

ตารางที่ 5.24 บุคคลที่ให้คำปรึกษาก่อนตัดสินใจซื้อ

บุคคลที่ปรึกษา	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	50	15.8	26	8.2	6	1.9
คู่สมรส	137	43.4	17	5.4	0	0
บุตร	4	1.3	22	7.0	4	1.3
ทุกคนในบ้าน	57	18.0	16	5.1	12	3.8
สถาปนิก/วิศวกร	1	0.3	2	0.6	13	4.1
เพื่อนฝูง	22	7.0	23	7.3	23	7.3
ไม่ได้ปรึกษาใคร	28	8.9	0	0	0	0
อื่นๆ	9	2.8	2	0.6	6	1.9
ไม่ตอบ	8	2.5	208	65.8	252	79.7
รวม	316	100	316	100	316	100

ตารางที่ 5.25 เหตุผลที่เลือกปรึกษามุคคในตารางที่ 5.18

เหตุผลที่เลือกปรึกษามุคคดังกล่าว	จำนวน	ร้อยละ
เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน	86	27.2
มั่นใจว่าเป็นผู้มีความรู้	17	5.4
ขอความเห็นชอบเพราะเกรงใจ	53	16.8
เคยอยู่ที่นี้และมีประสบการณ์มาก่อน	17	5.4
มีประสบการณ์การซื้อบ้านมาก่อน	38	12.0
อื่นๆ (เพราะต้องอยู่อาศัยร่วมกัน)	83	26.3
ไม่ตอบ	22	7.0
รวม	316	100

นอกจากนี้กลุ่มอ้างอิงที่น่าสนใจอีกตัวแปรหนึ่ง คือ ผู้แนะนำ จากการสำรวจและสอบถามผู้ซื้อ ว่าได้รู้จักโครงการนี้จากแหล่งใดบ้าง ส่วนใหญ่ตอบว่ามีผู้แนะนำ ซึ่งอาจจะเป็นญาติหรือเพื่อนฝูง มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 32.0 และจากการไปพบเอง จำนวนร้อยละ 23.7 ส่วนที่เหลือจะมาจากสื่อ การโฆษณาจากป้ายโฆษณาและหนังสือพิมพ์ มีจำนวนประมาณร้อยละ 17 ดังปรากฏในตารางที่ 5.26

ตารางที่ 5.26 แหล่งที่รู้จักโครงการ

รู้จักโครงการจาก	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณาจากหนังสือพิมพ์	54	17.1
ไปพบเอง	75	23.7
โฆษณาจากทีวี	8	2.5
ป้ายโฆษณาทั่วไป	56	17.7
มีคนมาแจกใบปลิว	10	3.2
มีผู้แนะนำ	101	32.0
พนักงานมาติดต่อโดยตรง	6	1.9
ไม่ตอบ	6	1.9
รวม	316	100

ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญมากที่สุด ผลการสำรวจพบว่า ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบ้านส่วนใหญ่จะเป็นผู้ตอบสัมภาษณ์ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 61.1 ในขณะที่คู่สมรสจะเป็นผู้ที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สอง มีจำนวนร้อยละ 25.6 สำหรับบุคคลอื่นๆ เช่น บิดา-มารดา บุตร หรือญาติพี่น้องก็มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเช่นกันเนื่องจากเป็นผู้ที่ใกล้ชิดหรือต้องอาศัยอยู่ร่วมกัน ดังแสดงในตารางที่ 5.27

ตารางที่ 5.27 ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผู้ที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	193	61.1
คู่สมรส	81	25.6
บิดา/มารดา	12	3.8
บุตร	6	1.9
อื่นๆ	24	7.6
รวม	316	100

กระบวนการในการตัดสินใจ

การศึกษาเปรียบเทียบ จากการสำรวจได้พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ทำการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลโครงการที่อยู่อาศัยจากโครงการอื่นๆ มากกว่า 5 โครงการ ถึงร้อยละ 28.5 และรองลงมาคือกลุ่มที่ไม่ได้เปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ เลข มีจำนวนร้อยละ 26.3 และเปรียบเทียบ 3 โครงการมีจำนวนร้อยละ 20.6 ส่วนที่เหลือได้เปรียบเทียบกับ 2 โครงการ และ 4-5 โครงการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.28 ตารางที่ 5.28 จำนวนโครงการอื่นๆ ที่นำมาเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อโครงการ

ก่อนตัดสินใจซื้อได้พิจารณาเปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ จำนวนกี่โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เปรียบเทียบหมู่บ้านอื่นๆเลย	83	26.3
2 โครงการ	28	8.9
3 โครงการ	65	20.6
4 โครงการ	22	7.0
5 โครงการ	22	7.0
มากกว่า 5 โครงการ	90	28.5
ไม่ตอบ	6	1.9
รวม	316	100

การศึกษารายละเอียดของสินค้า จากการสำรวจพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้มาสอบถามศึกษารายละเอียดของสินค้าเป็นอย่างน้อย 2 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 31.6 รองลงมา 1 ครั้ง และ 3 ครั้ง มีจำนวนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 20.9 สำหรับ 4 ครั้ง จนถึงมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวนไม่มากนัก แสดงในตารางที่ 5.29

ตารางที่ 5.29 การสอบถามและชมบ้านตัวอย่าง

ความถี่ในการเข้าชมที่โครงการก่อนตัดสินใจซื้อบ้านได้ชม	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	66	20.9
2 ครั้ง	100	31.6
3 ครั้ง	66	20.9
4 ครั้ง	27	8.5
5 ครั้ง	12	3.8
มากกว่า 5 ครั้ง	31	9.8
ไม่ตอบ	14	4.4
รวม	316	100

การใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อ จากการสำรวจพบว่า ผู้ซื้อใช้เวลาในการพิจารณาซื้อโดยส่วนมากใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อเพียง 1 เดือน มีจำนวนร้อยละ 35.4 รองลงมาได้ใช้เวลาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไปร้อยละ 24.4 และใช้เวลาประมาณ 2-3 เดือน มีจำนวนร้อยละ 20.9 ในขณะที่กลุ่มมิได้ใช้เวลา โดยจะซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรกมีเพียงร้อยละ 18.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.30

ตารางที่ 5.30 การใช้เวลาในการพิจารณาเลือกซื้อ

เวลาในการพิจารณาเลือกและตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก	37	11.7
ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 1 เดือน	121	38.4
ใช้เวลาพิจารณาประมาณ 2-3 เดือน	72	22.9
ใช้เวลาพิจารณาเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป	84	26.4
ไม่ตอบ	2	0.6
รวม	316	100

การย้ายเข้าอยู่และสาเหตุที่ไม่คิดจะย้ายเข้ามาอยู่ ผลการสำรวจพบว่าผู้ที่ซื้อบ้านไว้ได้ย้ายเข้าไปอยู่แล้วร้อยละ 55.4 และจะย้ายเข้าอยู่ภายใน 6 เดือน ร้อยละ 17.1 และใน 1 ปีร้อยละ 9.2 ที่ยังไม่คิดจะย้ายเข้าอยู่ ร้อยละ 18.4

ในส่วนที่ยังไม่คิดจะย้ายเข้ามาอยู่มีสาเหตุสำคัญที่สุดในลำดับแรกคือยังไม่ได้ตกแต่ง มีจำนวนร้อยละ 16.5 ส่วนลำดับที่สองคือต้องย้ายที่ทำงานใหม่ มีจำนวนร้อยละ 5.7 และลำดับที่สามคือการเดินทางไม่สะดวก มีจำนวนร้อยละ 4.4

ตารางที่ 5.31 การย้ายเข้าอยู่

การย้ายเข้าอยู่	จำนวน	ร้อยละ
ย้ายเข้าอยู่แล้ว	175	55.4
จะย้ายเข้าอยู่ภายใน 6 เดือน	54	17.1
จะย้ายเข้าอยู่ภายใน 1 ปี	29	9.2
ไม่คิดจะย้ายเข้าอยู่	58	18.4
รวม	316	100

ตารางที่ 5.32 สาเหตุที่ไม่คิดจะย้ายเข้ามาอยู่

สาเหตุที่ไม่คิดจะย้ายเข้ามาอยู่	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องย้ายที่ทำงานใหม่	7	2.2	18	5.7	0	0
ยังไม่ได้ตกแต่ง	52	16.5	16	5.1	4	1.3
การก่อสร้างไม่ดี	11	3.5	4	1.3	13	4.1
ยังไม่พอใจในแบบบ้าน	2	0.6	3	0.9	4	1.3
ต้องการเก็บไว้ขาย	14	4.4	5	1.6	9	2.8
เดินทางไม่สะดวก	32	10.1	11	3.5	14	4.4
ไม่มีความปลอดภัย	2	0.6	13	4.1	3	0.9
ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม	2	0.6	2	0.6	7	2.2
อื่นๆ	16	5.1	6	1.9	3	0.9
รวม	138	100	78	100	57	100

บ้านหลังปัจจุบันที่อาศัยอยู่เป็นบ้านในอุดมคติหรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่จะไม่ใช่บ้านในอุดมคติ ซึ่งมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 57.9 ส่วนผู้ที่ตอบว่าใช่ นั้นมีจำนวนร้อยละ 39.2 ดังแสดงในตารางที่ 5.33 ซึ่งเป็นไปตามผลวิจัยที่ผ่านๆ มาว่า บ้านในอุดมคติของผู้มีรายได้นกลางเป็นบ้านเดี่ยวมากที่สุด ทำให้ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ซื้อที่ส่วนใหญ่ซื้อทาวน์เฮาส์ จึงตอบว่าไม่ใช่บ้านในอุดมคติ

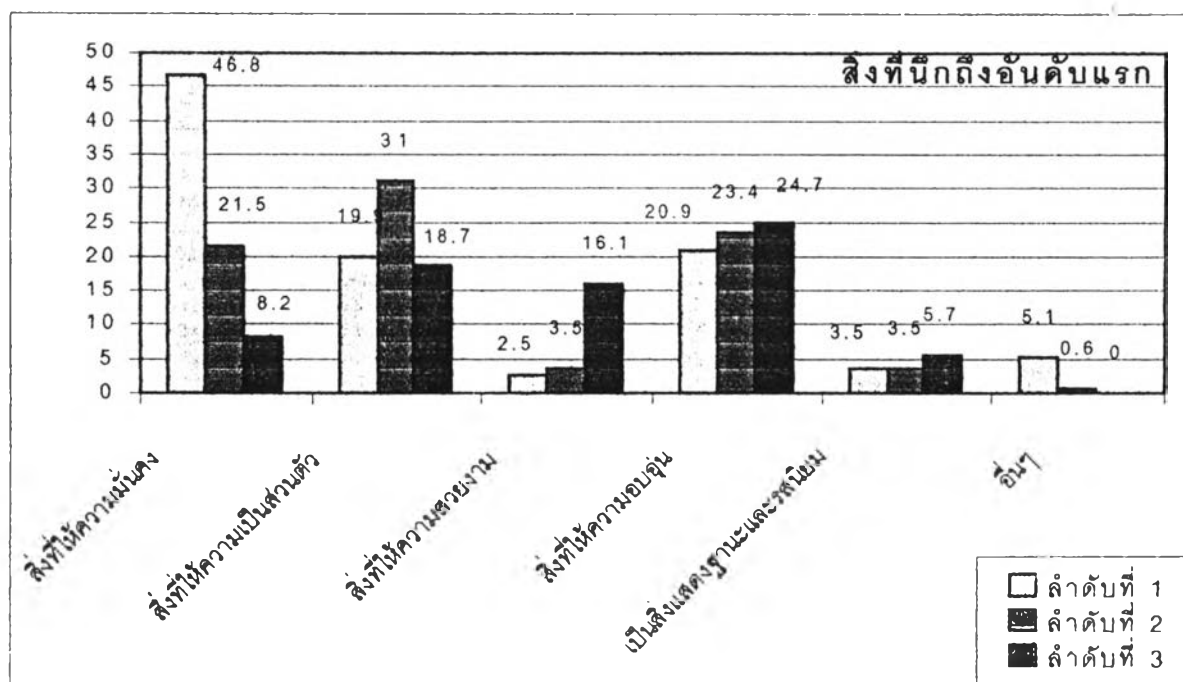
ตารางที่ 5.33 บ้านหลังปัจจุบันที่อาศัยอยู่เป็นบ้านในอุดมคติหรือไม่

บ้านหลังปัจจุบันที่อาศัยอยู่เป็นบ้านในอุดมคติหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	124	39.2
ไม่ใช่	183	57.9
ไม่ตอบ	9	2.8
รวม	316	100

ปัจจัยความรู้สึกอันดับแรกเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ผลการสำรวจพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความรู้สึกเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยในลำดับแรกคือสิ่งที่ให้ความมั่นคง มีจำนวนร้อยละ 46.8 ส่วนลำดับที่สองคือสิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว มีจำนวนร้อยละ 31.0 และลำดับที่สามคือสิ่งที่ให้ความอบอุ่นมีจำนวนร้อยละ 24.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.42

ตารางที่ 5.34 ปัจจัยที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

อะไรเป็นอันดับแรกที่นึกถึงที่อยู่อาศัย	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งที่ให้ความมั่นคง	148	46.8	68	21.5	26	8.2
สิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว	63	19.9	98	31.0	59	18.7
สิ่งที่ให้ความสวยงาม	8	2.5	11	3.5	51	16.1
สิ่งที่ให้ความอบอุ่น	66	20.9	74	23.4	78	24.7
เป็นสิ่งแสดงฐานะและรสนิยม	11	3.5	11	3.5	18	5.7
อื่นๆ	16	5.1	2	0.6	0	0
ไม่ตอบ	4	1.3	52	16.5	84	26.6
รวม	316	100	316	100	316	100



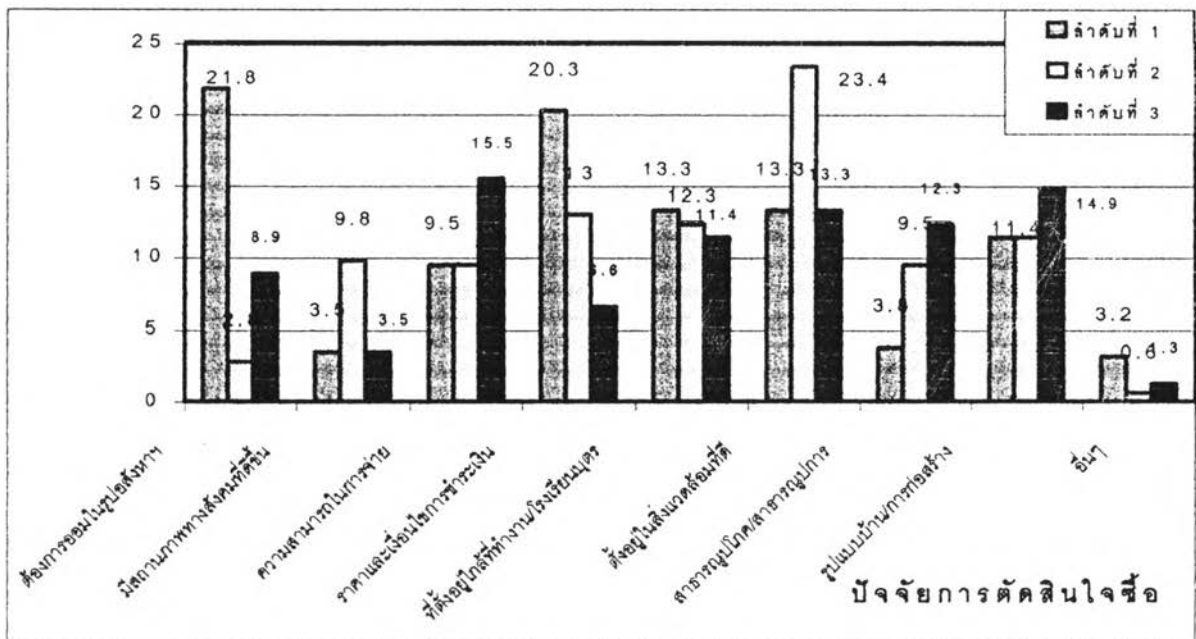
แผนภูมิที่ 5.14 สิ่งที่นึกถึงอันดับแรกเมื่อนึกถึงเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่มีปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเลือกตัดสินใจซื้อ คือต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์เป็นลำดับแรก และมีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 21.8 ในขณะที่เหตุผลที่สำคัญเป็นลำดับสองคือการคำนึงถึงที่ตั้งที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี มีจำนวนร้อยละ 23.4 และลำดับที่สามคือความสามารถในการจ่ายซึ่งมีจำนวนร้อยละ 15.5 ดังแสดงในตารางที่ 5.35

ตารางที่ 5.35 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลือกตัดสินใจซื้อบ้าน	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าการออมเป็นเงิน	69	21.8	9	2.8	28	8.9
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	11	3.5	31	9.8	11	3.5
ความสามารถในการจ่าย	30	9.5	30	9.5	49	15.5
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	64	20.3	41	13.0	21	6.6
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	42	13.3	39	12.3	36	11.4
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	42	13.3	74	23.4	42	13.3
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม	12	3.8	30	9.5	39	12.3
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	36	11.4	36	11.4	47	14.9
อื่นๆ	10	3.2	2	0.6	4	1.3
ไม่ตอบ	0	0	24	7.6	39	12.3
รวม	316	100	316	100	316	100

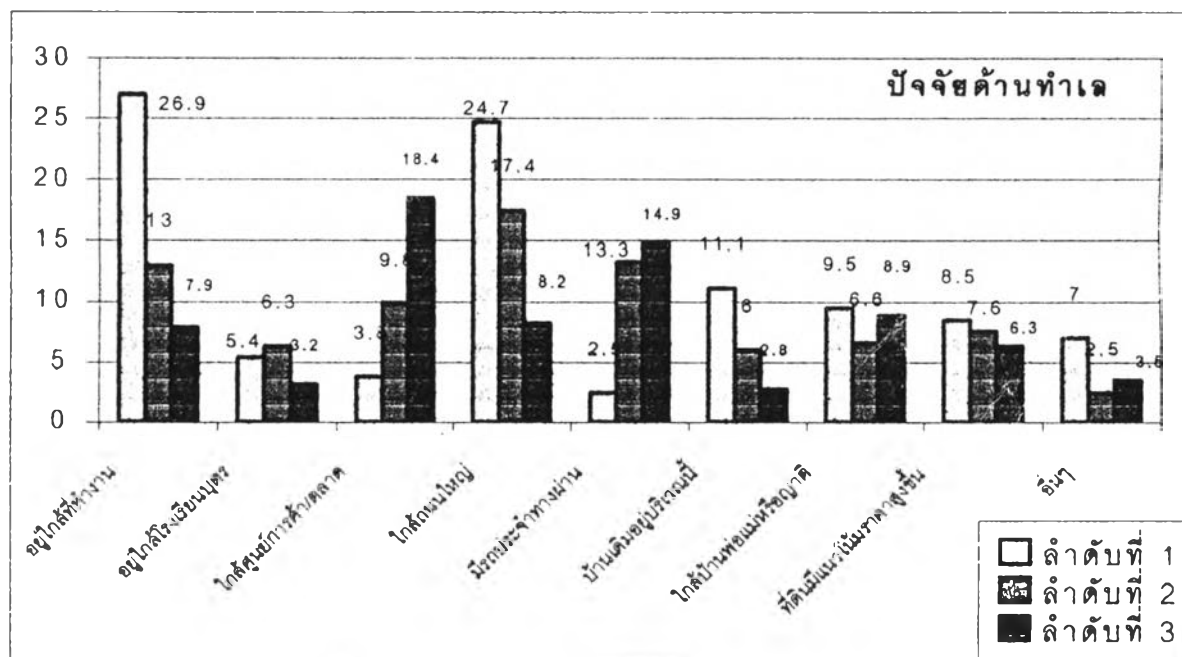


แผนภูมิที่ 5.15 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านทำเลที่ตั้ง ผลการสำรวจพบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญเกี่ยวกับที่ตั้งที่อยู่ใกล้ที่ทำงานมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 26.9 ส่วนลำดับที่สองผู้ซื้อให้ความสำคัญกับที่ตั้งที่ใกล้ถนนใหญ่ มีจำนวนร้อยละ 17.4 และลำดับที่สามคืออยู่ใกล้ศูนย์การค้า ตลาด มีจำนวนร้อยละ 18.4 ดังแสดงในตารางที่ 5.36

ตารางที่ 5.36 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในด้านทำเลที่ตั้ง	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	85	26.9	41	13.0	25	7.9
อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร	17	5.4	20	6.3	10	3.2
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	12	3.8	31	9.8	58	18.4
ใกล้ถนนใหญ่	78	24.7	55	17.4	26	8.2
มีรถประจำทางผ่าน	8	2.5	42	13.3	47	14.9
บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้	35	11.1	19	6.0	9	2.8
ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ	30	9.5	21	6.6	28	8.9
ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	27	8.5	24	7.6	20	6.3
อื่นๆ	22	7.0	8	2.5	11	3.5
ไม่ตอบ	2	0.6	55	17.4	82	25.9
รวม	316	100	316	100	316	100

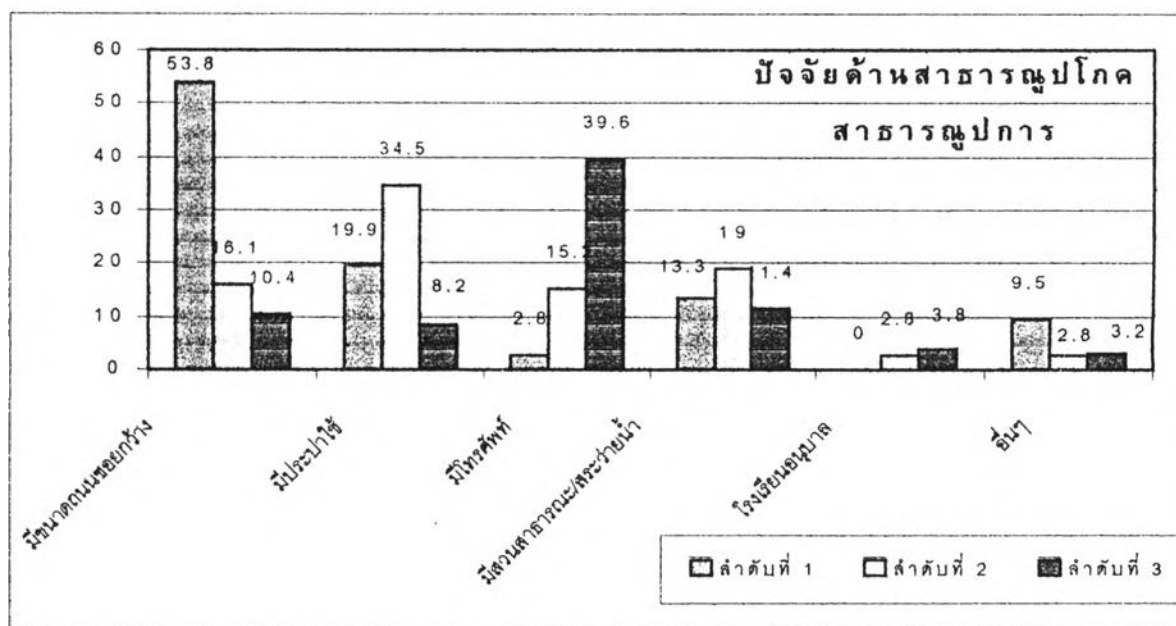


แผนภูมิที่ 5.16 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ผลการสำรวจพบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญเกี่ยวกับขนาดถนนขอกว้างมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 53.8 ส่วนลำดับที่สองผู้ซื้อให้ความสำคัญกับการมีน้ำประปาใช้ มีจำนวนร้อยละ 34.5 และลำดับที่สามคือมีโทรศัพท์ มีจำนวนร้อยละ 39.6 ดังแสดงในตารางที่ 5.37

ตารางที่ 5.37 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีขนาดถนนขอกว้าง	170	53.8	51	16.1	33	10.4
มีประปาใช้	63	19.9	109	34.5	26	8.2
มีโทรศัพท์	9	2.8	48	15.2	125	39.6
มีสวนสาธารณะ/สระว่ายน้ำ/สนามเทนนิส	42	13.3	60	19.0	36	11.4
มีโรงเรียนอนุบาล	0	0	9	2.8	12	3.8
อื่นๆ	30	9.5	9	2.8	10	3.2
ไม่ตอบ	2	0.6	30	9.5	74	23.4
รวม	316	100	316	100	316	100

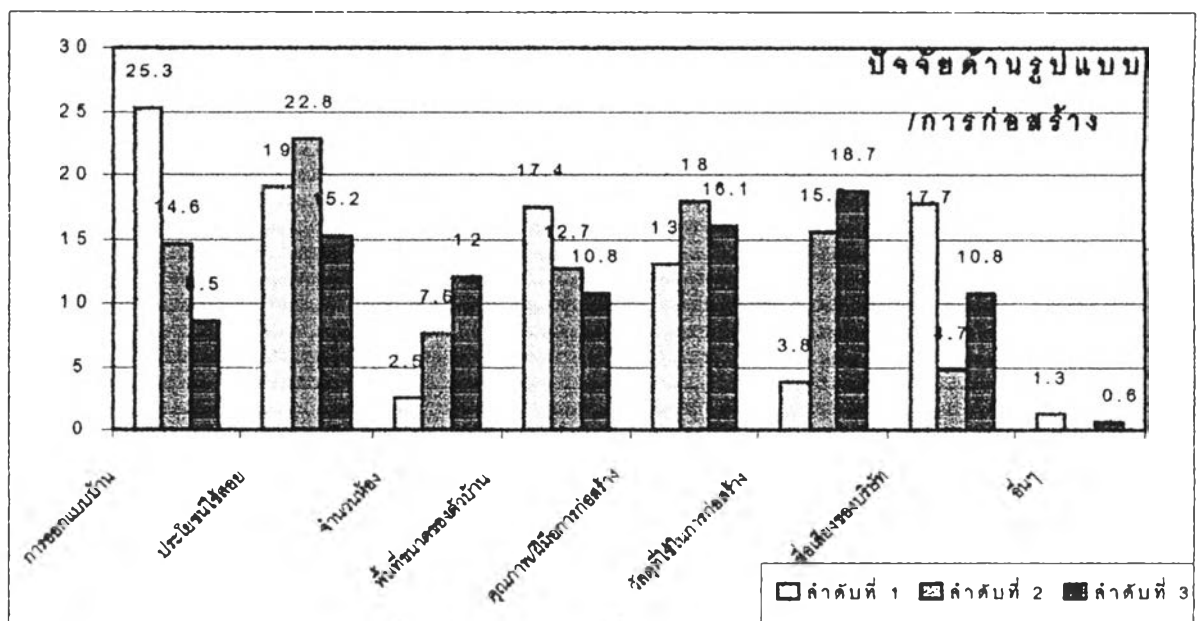


แผนภูมิที่ 5.17 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านรูปแบบและการก่อสร้าง ผลการสำรวจพบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญในด้านการออกแบบบ้านมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 25.3 ส่วนลำดับที่สองผู้ซื้อให้ความสำคัญในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน มีจำนวนร้อยละ 22.8 และลำดับที่สามคือวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีจำนวนร้อยละ 18.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.38

ตารางที่ 5.38 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านรูปแบบและการก่อสร้าง

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในด้านรูปแบบและการก่อสร้าง	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การออกแบบบ้าน	80	25.3	46	14.6	27	8.5
ประโยชน์ใช้สอย	60	19.0	72	22.8	48	15.2
จำนวนห้อง	8	2.5	24	7.6	38	12.0
พื้นที่ขนาดของตัวบ้าน	55	17.4	40	12.7	34	10.8
คุณภาพ/ฝีมือการก่อสร้าง	41	13.0	57	18.0	51	16.1
วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง	12	3.8	49	15.5	59	18.7
ชื่อเสียงของบริษัท	56	17.7	15	4.7	34	10.8
อื่นๆ	4	1.3	0	0	2	0.6
ไม่ตอบ	0	0	13	4.1	23	7.3
รวม	316	100	316	100	316	100



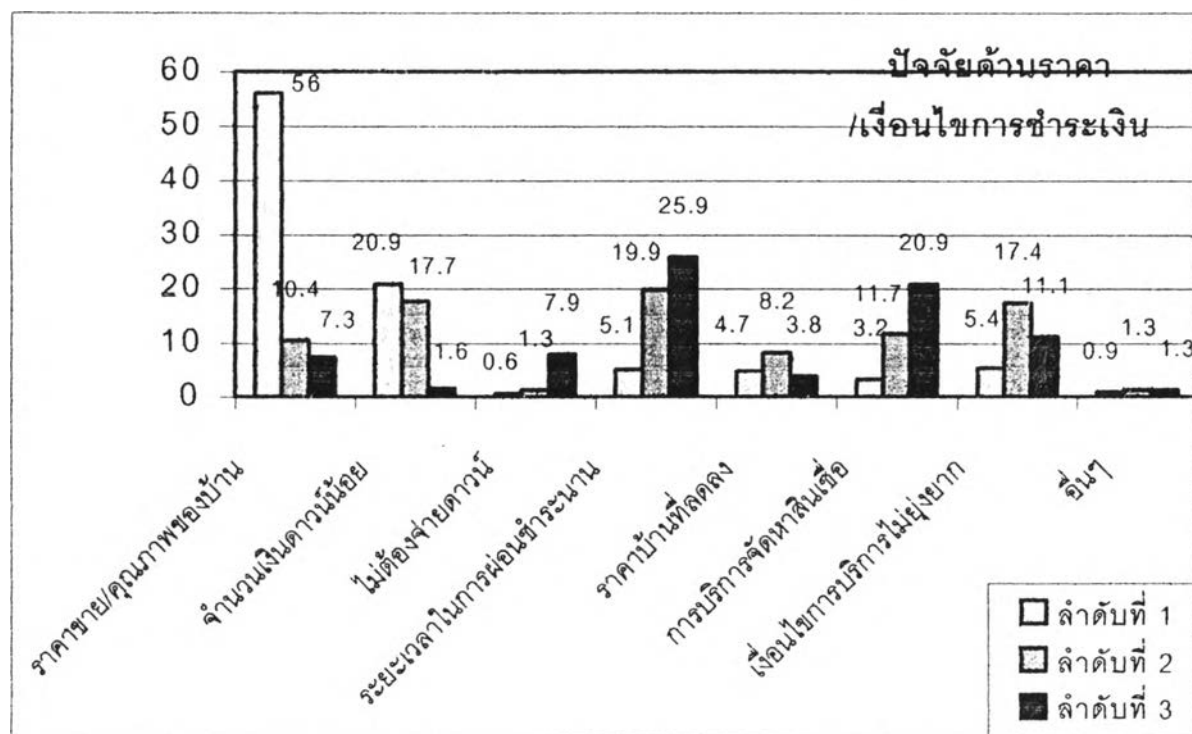
แผนภูมิที่ 5.18 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านรูปแบบและการก่อสร้าง

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ผลการสำรวจ

พบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญในเรื่องของราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้านมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง มีจำนวนร้อยละ 56.0 ส่วนลำดับที่สอง และลำดับที่สามผู้ซื้อให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ มีจำนวนร้อยละ 19.9 และ ร้อยละ 25.9 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.39

ตารางที่ 5.39 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้าน	177	56.0	33	10.4	23	7.3
จำนวนเงินค่างวดน้อย	66	20.9	56	17.7	5	1.6
ไม่ต้องจ่ายค่างวด	2	0.6	4	1.3	25	7.9
ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้	16	5.1	63	19.9	82	25.9
ราคาบ้านที่ลดลง	15	4.7	26	8.2	12	3.8
การบริการจัดหาสินเชื่อ	10	3.2	37	11.7	66	20.9
เงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก	17	5.4	55	17.4	35	11.1
อื่นๆ	3	0.9	4	1.3	4	1.3
ไม่ตอบ	10	3.2	38	12.0	64	20.3
รวม	316	100	316	100	316	100

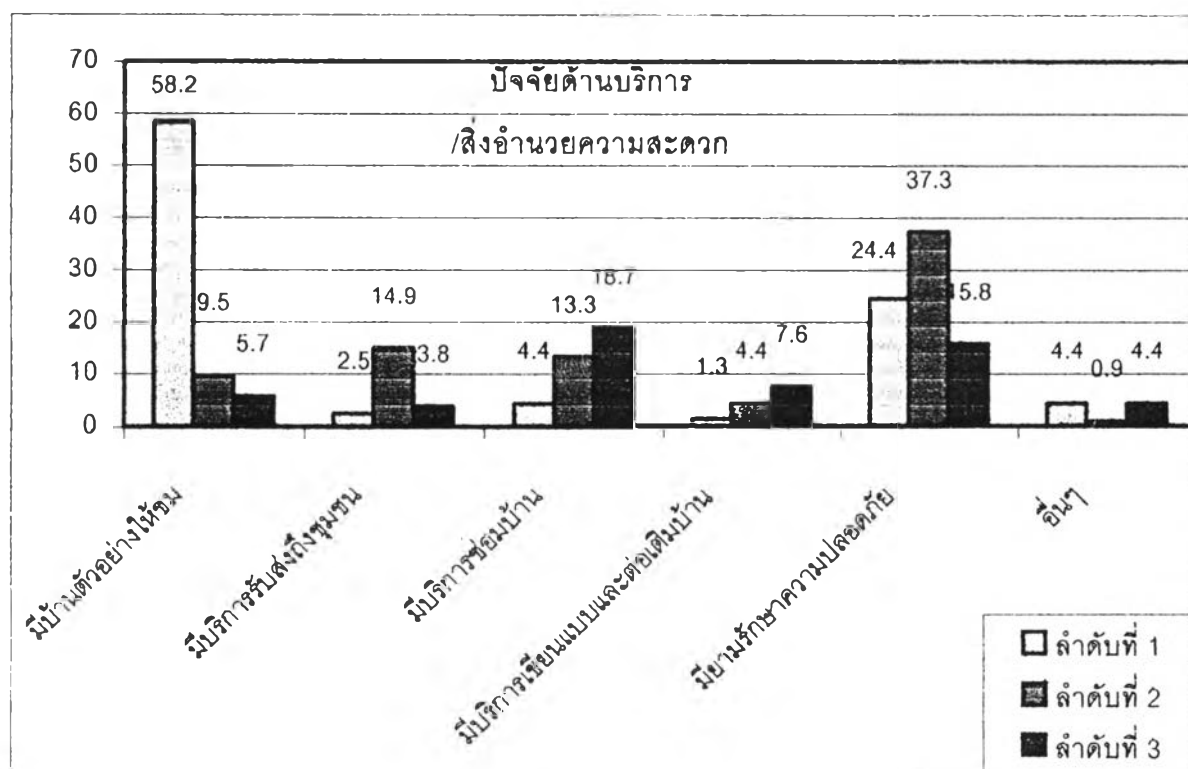


แผนภูมิที่ 5.19 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการสำรวจพบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญกับการที่มีบ้านตัวอย่างให้ชมมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 58.2 ส่วนลำดับที่สองคือมีบริการรักษาความปลอดภัย มีจำนวนร้อยละ 37.3 และลำดับที่สามคือมีบริการซ่อมแซมบ้าน มีจำนวนร้อยละ 18.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.40

ตารางที่ 5.40 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีบ้านตัวอย่างให้ชม	184	58.2	30	9.5	18	5.7
มีบริการรับส่งถึงชุมชน	8	2.5	47	14.9	12	3.8
มีบริการซ่อมบ้าน	14	4.4	42	13.3	59	18.7
มีบริการเขียนแบบและต่อเติมบ้าน	4	1.3	14	4.4	24	7.6
มีบริการรักษาความปลอดภัย	77	24.4	118	37.3	50	15.8
อื่นๆ	14	4.4	3	0.9	14	4.4
ไม่ตอบ	15	4.7	62	19.6	139	44.0
รวม	316	100	316	100	316	100



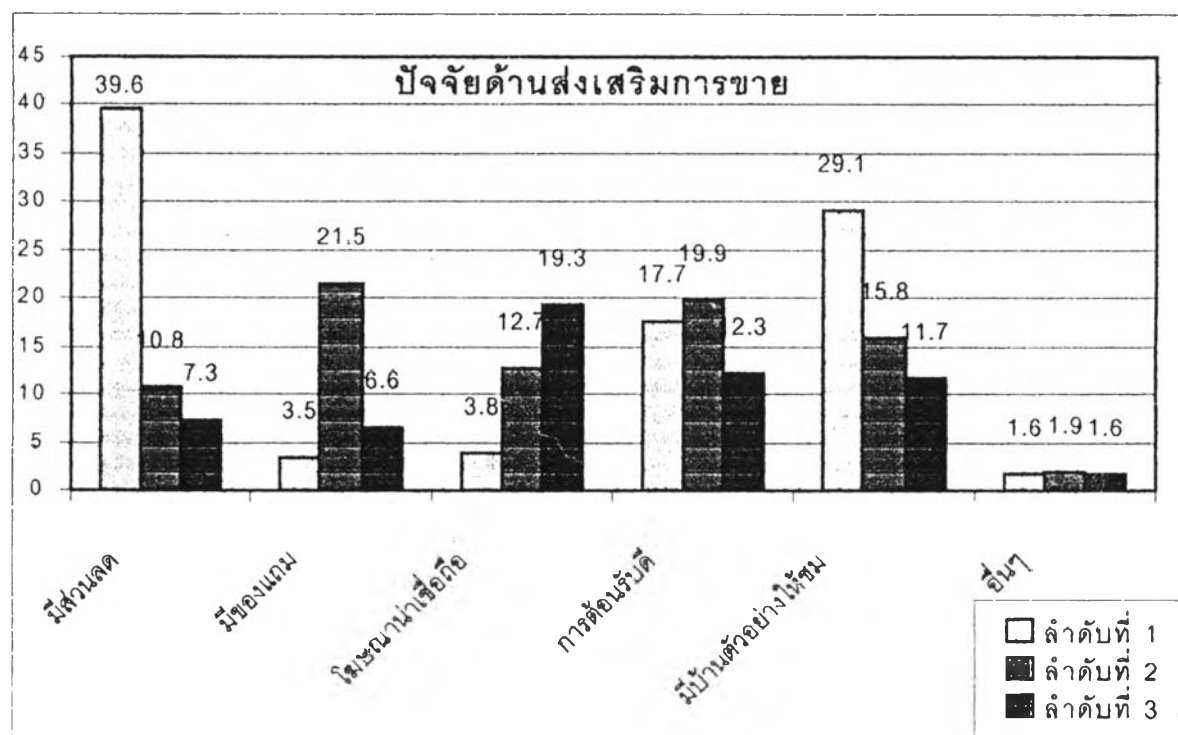
แผนภูมิที่ 5.20 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านการส่งเสริมการขาย ผลการสำรวจ

พบว่าผู้ซื้อพิจารณาให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 39.6 ลำดับที่สองคือมีของแถม มีจำนวนร้อยละ 21.5 และลำดับที่สามคือโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีจำนวนร้อยละ 19.3 ดังแสดงในตารางที่ 5.41

ตารางที่ 5.41 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อในด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งเสริมการขาย	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีส่วนร่วม	125	39.6	34	10.8	23	7.3
มีของแถม	11	3.5	68	21.5	21	6.6
โฆษณาส่งเสริม	12	3.8	40	12.7	61	19.3
การต้อนรับดี	56	17.7	63	19.9	39	12.3
มีบ้านตัวอย่างให้ชม	92	29.1	50	15.8	37	11.7
อื่นๆ	5	1.6	6	1.9	5	1.6
ไม่ตอบ	15	4.7	55	17.4	130	41.1
รวม	316	100	316	100	316	100

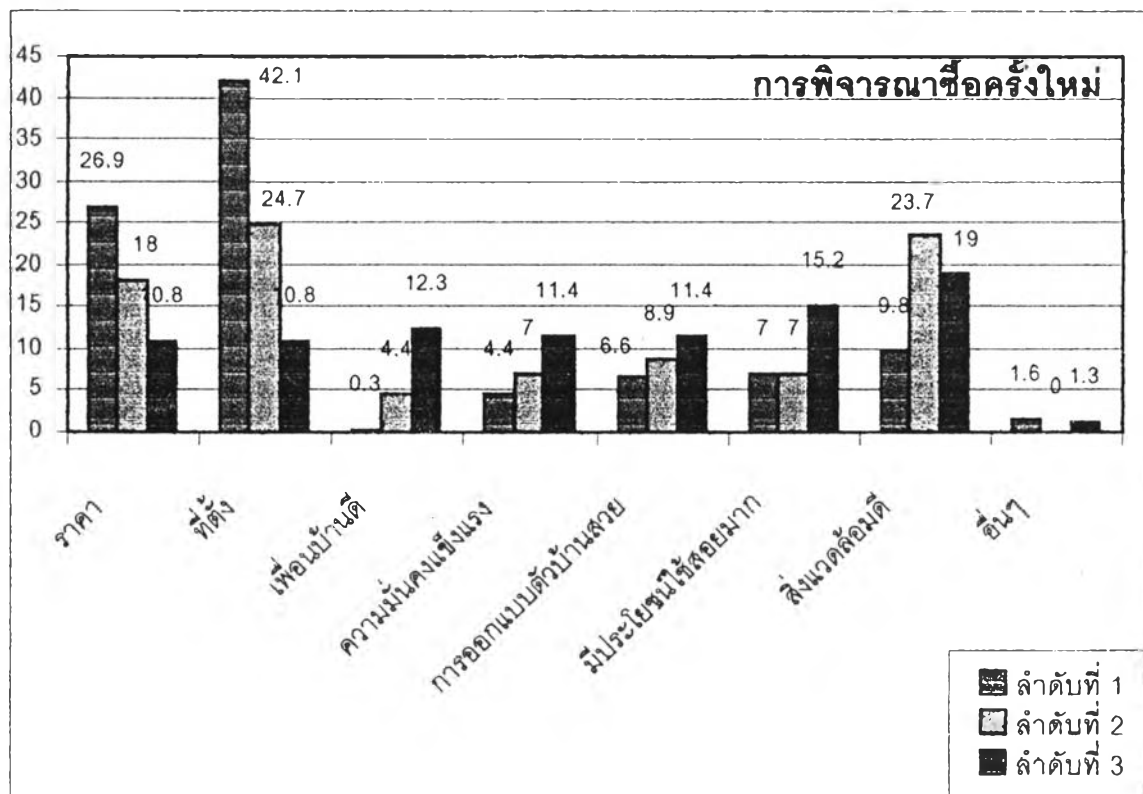


แผนภูมิที่ 5.21 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านส่งเสริมการขาย

สิ่งที่จะพิจารณาหากต้องการซื้อบ้านใหม่อีกหลัง ผลการสำรวจพบว่าสิ่งที่จะพิจารณาที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรกและลำดับที่สองคือที่ตั้ง มีจำนวนร้อยละ 42.1 และร้อยละ 24.7 ตามลำดับ ส่วนลำดับที่สามคือสิ่งแวดล้อมที่ดี มีจำนวนร้อยละ 19.0 ดังแสดงในตารางที่ 5.34 ตารางที่ 5.42

สิ่งที่จะพิจารณาหากต้องการซื้อบ้านใหม่อีกหลัง	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	85	26.9	57	18.0	34	10.8
ที่ตั้ง	133	42.1	78	24.7	34	10.8
เพื่อนบ้านดี	1	0.3	14	4.4	39	12.3
ความมั่นคงแข็งแรง	14	4.4	22	7.0	36	11.4
การออกแบบตัวบ้านสวย	21	6.6	28	8.9	36	11.4
มีประโยชน์ใช้สอยมาก	22	7.0	22	7.0	48	15.2
สิ่งแวดล้อมดี	31	9.8	75	23.7	60	19.0
อื่นๆ	5	1.6	0	0	4	1.3
ไม่ตอบ	4	1.3	20	6.3	25	7.9
รวม	316	100	316	100	316	100

แผนภูมิที่ 5.22 สิ่งที่จะพิจารณาหากต้องการซื้อบ้านหลังใหม่



การเปรียบเทียบลักษณะกับปัจจัยอื่นๆ

การเปรียบเทียบการซื้อบ้านกับช่วงอายุ

เมื่อเปรียบเทียบการครอบครองกับช่วงอายุจะพบว่า ช่วงอายุ 26-30 ปี เป็นการซื้อบ้านหลังแรกมากที่สุดถึงร้อยละ 89.6 ในช่วง 31-35 ปี , 36-40 ปีและ 41-45 มีร้อยละ 64.7, 39.7 , 34.6 ตามลำดับ และ 46-50 ปี ไม่มีเลย จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเมื่ออายุมากขึ้น มีความมั่นคงขึ้นก็จะมีการซื้อบ้านหลังที่ 2 และหลังที่ 3ต่อไป ดังตารางที่ 5.43

ตารางที่ 5.43 การเปรียบเทียบการซื้อบ้านกับช่วงอายุ

การซื้อเพื่อครอบครอง	26-30 ปี		31-35 ปี		36-40 ปี		41-45 ปี		46-50 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นบ้านหลังแรก	43	89.6	97	64.7	23	39.7	9	34.6	-	-
เป็นบ้านหลังที่สอง	3	6.3	49	32.7	32	55.2	13	50.0	-	-
อื่นๆ	2	4.2	4	2.7	3	5.2	4	15.4	2	100
รวม	48	100	150	100	58	100	26	100	2	100

การเปรียบเทียบเพศกับความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “บ้าน”

ผลการสำรวจพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ต่างมีความเข้าใจและมีภาพพจน์ต่อคำว่าบ้านว่าเป็นสิ่งที่ให้ความมั่นคงมากที่สุด ซึ่งเพศชายมีจำนวนร้อยละ 46.0 และเพศหญิงมีจำนวนร้อยละ 49.3 รองลงมานั้นเพศชายคิดว่าบ้านคือสิ่งที่ให้ความอบอุ่นเป็นลำดับที่สอง มีจำนวนร้อยละ 21.8 และสิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว มีจำนวนร้อยละ 19.5 เป็นลำดับที่สาม ส่วนเพศหญิงนั้นกลับกันกับเพศชาย กล่าวคือเพศหญิงจะคิดว่าบ้านคือสิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว มีจำนวนร้อยละ 21.0 เป็นลำดับที่สอง และสิ่งที่ให้ความอบอุ่นเป็นลำดับที่สาม มีจำนวนร้อยละ 20.3 ส่วนในเรื่องอื่นๆ ที่เหลือนั้นมีความเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า แม้เพศจะแตกต่างกัน แต่การกระจายของเหตุผลที่จะเข้าใจคำว่าบ้านไม่มีความแตกต่างกันในระดับของตัวแปร คือเป็นสิ่งที่ให้ความมั่นคง เป็นสิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัวและเป็นสิ่งที่ให้ความอบอุ่น ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.44

ตารางที่ 5.44 การเปรียบเทียบเพศกับความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “บ้าน”

ความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “บ้าน”	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อคิดถึงคำว่าบ้าน						
สิ่งที่ให้ความมั่นคง	81	46.0	68	49.3	148	47.4
สิ่งที่ให้ความเป็นส่วนตัว	34	19.5	29	21.0	63	20.2
สิ่งที่ให้ความสวยงาม	2	1.1	6	4.3	8	2.6
สิ่งที่ให้ความอบอุ่น	33	21.8	28	20.3	66	21.2
เป็นสิ่งแสดงฐานะและรสนิยม	7	4.0	4	2.9	11	3.5
อื่นๆ	13	7.5	3	2.2	16	5.1
รวม	174	100	138	100	312	100

การเปรียบเทียบเพศกับผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบเป็นผู้ตัดสินใจที่สำคัญมากที่สุดถึงร้อยละ 61.1 และเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือ ร้อยละ 64.0 และร้อยละ 57.2 ตามลำดับ ในขณะที่ลำดับรองลงมาเป็นคู่สมรส ซึ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือร้อยละ 25.8 และร้อยละ 25.4 ตามลำดับ ส่วนบิดาและมารดามีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือร้อยละ 4.3 และ ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงมีการกระจายที่ไม่แตกต่างของผู้มีอำนาจตัดสินใจสำคัญมากที่สุด ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.45

ตารางที่ 5.45 เพศกับผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ผู้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตัดสินใจซื้อ						
ตัวท่านเอง	114	64.0	79	57.2	193	61.1
คู่สมรส	46	25.8	35	25.4	81	25.6
บิดา/มารดา	5	3.4	6	4.3	12	3.8
บุตร	3	1.7	3	2.2	6	1.9
สถาปนิก/วิศวกร	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	9	5.1	15	10.9	24	7.6
รวม	178	100	138	100	316	100

สถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรสเป็นดัชนีทางด้านครอบครัว (Family Status) ที่สำคัญปัจจัยหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อ

สถานภาพการสมรสกับสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน

ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้วมากที่สุด และรองลงมาเป็นโสด และหม้ายตามลำดับ สำหรับผู้ที่แต่งงานแล้วพบว่าสาเหตุที่ผู้ซื้อต้องการซื้อบ้านปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง มีจำนวนร้อยละ 33.5 ลำดับที่สองคือแต่งงานแยกครอบครัว ร้อยละ 27.3 และลำดับที่สามคือมีรายได้เพิ่มขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น ร้อยละ 10.2 สำหรับผู้ที่เป็นโสดพบว่าปัจจัยสำคัญลำดับแรกคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองเช่นกัน มีจำนวนร้อยละ 56.4 ลำดับที่สองคือแต่งงานแยกครอบครัว ร้อยละ 19.2 และลำดับที่สามคือมีรายได้เพิ่มขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น ร้อยละ 11.5 และสำหรับผู้ที่เป็นหม้ายมีปัจจัยที่ใกล้เคียงกันคือต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง และเจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน มีจำนวนร้อยละ 50.0 สำหรับสาเหตุที่มาจากสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ การเดินทางไม่สะดวกและขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการนั้นไม่เป็นเหตุผลที่สำคัญต่อการย้ายที่อยู่อาศัยเท่าใดนัก ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่า สถานภาพการสมรสมีการกระจายที่ไม่แตกต่างกันของเหตุผลที่เป็นสาเหตุให้ตัดสินใจซื้อบ้าน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.46

ตารางที่ 5.46 สถานภาพการสมรสกับสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน

สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน	โสด		แต่งงาน		หม้าย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	15	19.2	48	27.3	-	-
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	44	56.4	59	33.5	2	50.0
มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	9	11.5	18	10.2	-	-
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการไม่เพียงพอ	2	2.6	2	1.1	-	-
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	3	3.8	5	2.8	2	50.0
การเดินทางไม่สะดวก	2	2.6	11	6.3	-	-
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	-	-	10	5.7	-	-
อื่นๆ	2	2.6	22	12.5	-	-
ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	1	1.3	1	0.6	-	-
รวม	78	100	176	100	4	100

สถานภาพการสมรสกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้าน

ผลการสำรวจพบว่า ผู้ที่แต่งงานแล้วมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านคือราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 23.9 ลำดับที่สองคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 20.7 และลำดับที่สามคือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ร้อยละ 15.0 ส่วนผู้ที่เป็นโสดนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสดเป็นลำดับแรก ร้อยละ 22.8 ลำดับที่สองคือตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 21.7 และรูปแบบบ้านและการก่อสร้างเป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 14.1 ส่วนกลุ่มผู้ที่เป็นหม้ายได้ให้ความสำคัญของปัจจัยในตัวเลือกที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีเพียงสามปัจจัยเท่านั้นคือ ความสามารถในการจ่าย ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด และราคาและเงื่อนไขในการชำระเงินโดยมีความสำคัญเกือบเท่ากัน ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่า กลุ่มสถานภาพที่แตกต่างกันมีการกระจายของเหตุผลที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านมีความแตกต่างกัน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.47

ตารางที่ 5.47 สถานภาพการสมรสกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	โสด		แต่งงาน		หม้าย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด	21	22.8	44	20.7	4	36.4	69	21.8
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	2	2.2	9	4.2	-	-	11	9.5
ความสามารถในการจ่าย	10	10.9	15	7.0	5	45.5	30	9.5
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	11	12.0	51	23.9	2	18.2	64	20.3
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	10	10.9	32	15.0	-	-	42	13.3
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	20	21.7	22	10.3	-	-	42	13.3
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม	3	3.3	9	4.2	-	-	12	3.8
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	13	14.1	23	10.8	-	-	36	11.4
อื่นๆ	2	2.2	8	3.8	-	-	10	3.2
รวม	92	100	213	100	11	100	316	100

จำนวนสมาชิก

จำนวนสมาชิกกับการพิจารณาสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

ผลการสำรวจพบว่าทุกกลุ่มสมาชิก ได้ใช้เหตุผลในการพิจารณาสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม เหตุผลที่สำคัญลำดับแรกคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง โดยกลุ่มแรกคือจำนวนสมาชิก 1-2 คน ร้อยละ 63.0 กลุ่มที่สองจำนวนสมาชิก 3-5 คน ร้อยละ 34.9 กลุ่มที่สามจำนวนสมาชิก 6-8 คน ร้อยละ 36.7 และกลุ่มที่สี่จำนวนสมาชิก 8 คนขึ้นไป ร้อยละ 33.3 เหตุผลลำดับรองลงมาคือ

แต่งงาน แยกครอบครัว กลุ่มที่หนึ่งมีจำนวนร้อยละ 13.0 กลุ่มที่สอง ร้อยละ 27.2 กลุ่มที่สาม ร้อยละ 26.7 และเหตุผลลำดับที่สามคือมีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น กลุ่มที่หนึ่ง ร้อยละ 9.3 กลุ่มที่สอง ร้อยละ 13.0 ยกเว้นกลุ่มที่สามนั้นมีสาเหตุจากเจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน ร้อยละ 16.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.48

ตารางที่ 5.48 จำนวนสมาชิกกับการพิจารณาสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

สาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม	1-2 คน		3-5 คน		6.8 คน		8 คนขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	7	13.0	46	27.2	8	26.7	-	-
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	34	63.0	59	34.9	11	36.7	1	33.3
มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	5	9.3	22	13.0	-	-	-	-
สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ ไม่เพียงพอ	2	3.7	2	1.2	-	-	-	-
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	1	1.9	4	2.4	5	16.7	-	-
การเดินทางไม่สะดวก	2	3.7	9	5.3	2	6.7	-	-
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	-	-	8	4.7	2	6.7	-	-
อื่นๆ	2	3.7	19	11.2	2	6.7	1	33.3
ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	1	1.9	-	-	-	-	1	33.3
รวม	57	100	209	100	36	100	10	100

จำนวนสมาชิกกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

ผลการสำรวจพบว่า จำนวนสมาชิก 1-2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ มากกว่าเป็นเงินสดเป็นลำดับแรก ร้อยละ 35.1 ลำดับที่สองคือความสามารถในการจ่าย ร้อยละ 17.5 และราคาและเงื่อนไข เป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 15.8 ในส่วนจำนวนสมาชิก 3-5 คือราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 22.5 ลำดับที่สองคือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ร้อยละ 16.7 ลำดับที่สามคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 16.3 และส่วนจำนวนสมาชิก 6-8 ได้ให้ความสำคัญของปัจจัยที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นอันดับแรก ร้อยละ 36.8 ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 26.3, 13.2 ตามลำดับ ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่า กลุ่ม 1-2 คน เป็นกลุ่มที่เพิ่งจะแยกครอบครัวออกมา ภาระค่าใช้จ่ายยังไม่มากนักจึงพิจารณาเรื่องบ้านเป็นการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด แต่เมื่อจำนวนสมาชิกมากขึ้นเป็น 3-5 คนเป็นกลุ่มที่เริ่มมีภาระค่าใช้จ่ายต่างๆมากขึ้น ทำให้พิจารณาด้านราคาและเงื่อนไข กับทำเลใกล้ที่ทำงานและ โรงเรียนของบุตรมาก ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.47

ตารางที่ 5.48 ต่อ จำนวนสมาชิกกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	1-2 คน		3-5 คน		6-8 คน		8 คนขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยอมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด	20	35.1	34	16.3	10	26.3	5	50.0
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	2	3.5	7	3.3	2	5.3	-	-
ความสามารถในการจ่าย	10	17.5	16	7.7	3	7.9	1	10.0
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	9	15.8	47	22.5	5	13.2	3	30.0
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	2	3.5	35	16.7	2	5.3	1	10.0
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	4	7.0	24	11.5	14	36.8	-	-
สาธารณูปโภค/สาธารณูปการพร้อม	1	1.8	11	5.3	-	-	-	-
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	5	8.8	29	13.9	2	5.3	-	-
อื่นๆ	4	7.0	6	2.9	-	-	-	-
รวม	57	18.2	209	66.6	38	12.1	10	3.2

จำนวนสมาชิกกับการพิจารณาปัจจัยการตัดสินใจด้านที่ ๕

ผลการสำรวจพบว่าครอบครัวที่มีขนาดสมาชิกต่างๆ ก็จะมีเหตุผลในการเลือกพิจารณาปัจจัยการตัดสินใจด้านที่ตั้งไม่ต่างกันมากนัก คือ กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิก 1-2 คนให้เหตุผลในลำดับแรกคืออยู่ใกล้ที่ทำงานและอยู่ใกล้ถนนใหญ่ เป็นสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 22.8 ลำดับที่สองคือใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ ร้อยละ 14.0 ลำดับที่สามคือ ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น ร้อยละ 12.3 กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิก 3-5 คนให้เหตุผลในลำดับแรกคืออยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 30.1 ลำดับที่สองคือใกล้ถนนใหญ่ ร้อยละ 24.9 ลำดับที่สามคือ บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ และใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ เป็นสัดส่วนเท่ากันคือร้อยละ 9.6 กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิก 6-8 คนให้เหตุผลในลำดับแรกคืออยู่ใกล้ถนนใหญ่ ร้อยละ 33.3 ลำดับที่สองคือ บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ ร้อยละ 30.6 ลำดับที่สามคือ อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 11.1 และกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิก 8 คนขึ้นไป ให้เหตุผลในลำดับแรกคืออยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 30.0 ลำดับที่สองคือใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ และที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น ร้อยละ 20.0 ลำดับที่สามคือ อยู่ใกล้ถนนใหญ่ ร้อยละ 10.0 ดังแสดงในตารางที่ 5.49

ตารางที่ 5.49 จำนวนสมาชิกกับการพิจารณาปัจจัยการตัดสินใจด้านที่ตั้ง

ปัจจัยการตัดสินใจด้านที่ตั้ง	1-2 คน		3-5 คน		6.8 คน		8 คนขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	13	22.8	63	30.1	4	11.1	3	30.0	83	26.6
อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร	-	-	15	7.2	2	5.6	-	-	17	5.4
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	4	7.0	6	2.9	2	5.6	-	-	12	3.8
ใกล้ถนนใหญ่	13	22.8	52	24.9	12	33.3	1	10.0	78	25.0
มีรถประจำทางผ่าน	2	3.5	6	2.9	-	-	-	-	8	2.6
บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้	4	7.0	20	9.6	11	30.6	-	-	35	11.2
ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ	8	14.0	20	9.6	-	-	2	20.0	30	9.6
ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	7	12.3	13	6.2	5	13.9	2	20.0	27	8.7
อื่นๆ	6	10.5	14	6.7	-	-	2	20.0	22	7.1
รวม	57	100	209	100	36	100	10	100	312	100

การศึกษา

การศึกษากับการเลือกศึกษานुकคก่อนตัดสินใจ

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้ทำการศึกษานुकคต่างๆ หรือกลุ่มอ้างอิงต่างๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.4 ได้ศึกษาคู่สมรสก่อนตัดสินใจซื้อ รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 18.8 ได้ศึกษาทุกคนในบ้าน และอีกร้อยละ 16.4 ได้ศึกษาบิคารมารดา ก่อนตัดสินใจซื้อ และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาแล้ว กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ได้เลือกศึกษาคู่สมรสเป็นลำดับแรก ร้อยละ 45.7 และรองลงมา ร้อยละ 18.5 ได้เลือกศึกษาบิคารมารดา และรองลงมาอีก ร้อยละ 13.6 ได้เลือกศึกษาทุกคนในบ้าน กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมปลาย และ ปวช. ที่มีจำนวนรองลงมา ได้เลือกศึกษาคู่สมรสเป็นลำดับแรกถึงร้อยละ 50.8 ลำดับที่สองได้เลือกศึกษาทุกคนในบ้าน ร้อยละ 26.2 และลำดับที่สามได้เลือกศึกษาบิคารมารดา และไม่ได้ศึกษาใครในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 9.8 สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ ก็เช่นเดียวกันคือ เลือกศึกษาคู่สมรสเป็นลำดับแรก และสำหรับลำดับรองๆ ลงไปจะมีความแตกต่างที่จะเลือกศึกษานुकคไม่มากนัก โดยจะเลือกศึกษาบิคารมารดา และทุกคนในบ้าน ดังนั้นพอจะสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ทุกกลุ่มจะเลือกศึกษาคู่สมรส บิคารมารดา และทุกคนในบ้าน ก่อนตัดสินใจซื้อ ดังแสดงในตารางที่ 5.50

ตารางที่ 5.50 เปรียบเทียบ การศึกษากับการเลือกปริญญาบุคคลก่อนตัดสินใจ

การเลือกปริญญาบุคคล ก่อนตัดสินใจ	ประณม/ มัธยมต้น		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท หรือสูงกว่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	2	9.1	6	9.8	3	13.6	30	18.5	9	24.3	50	16.4
คู่สมรส	10	45.5	31	50.8	10	45.5	74	45.7	10	27.0	135	44.4
บุตร	2	9.1	-	-	-	-	2	1.2	-	-	4	1.3
ทุกคนในบ้าน	7	31.8	16	26.2	6	27.3	22	13.6	6	16.2	57	18.8
สถาปนิก/วิศวกร	-	-	-	-	-	-	1	0.6	-	-	1	0.3
เพื่อนฝูง	-	-	-	-	2	9.1	11	6.8	9	24.3	22	7.2
ไม่ได้ปรึกษาใคร	-	-	6	9.8	1	4.5	18	11.1	3	8.1	28	9.2
อื่นๆ	1	4.5	2	3.3	-	-	4	2.5	-	-	7	2.3
รวม	22	100	61	100	22	100	162	100	37	3.7	304	100

การศึกษากับการใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ

ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อเป็นระยะเวลา 1 เดือน ถึงร้อยละ 36.1 รองลงมาร้อยละ 24.8 จะใช้เวลาพิจารณา 3 เดือนขึ้นไป และร้อยละ 21.3 จะใช้เวลาพิจารณา 2-3 เดือน เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มการศึกษาแล้ว ในกลุ่มของผู้มีระดับการศึกษาประณม มัธยมต้น มัธยมปลาย ระดับ ปวช. และระดับปริญญาตรีจะใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อเป็นเวลาประมาณ 1 เดือน ส่วนระดับอนุปริญญาจะไม่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ โดยจะซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก สำหรับระดับปริญญาโท จะใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมากกว่า 3 เดือนขึ้นไป ดังแสดงในตารางที่ 5.51

ตารางที่ 5.51 เปรียบเทียบ การศึกษากับการใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ

การใช้เวลาใน การตัดสินใจซื้อ	ประณม/ มัธยมต้น		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท หรือสูงกว่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อทันทีเมื่อชมครั้งแรก	1	4.5	11	17.5	9	42.9	29	17.6	5	12.8	55	17.7
ใช้เวลาพิจารณา 1 เดือน	11	50.0	22	34.9	6	28.6	61	37.0	12	30.8	112	36.1
ใช้เวลาพิจารณา 2-3 เดือน	2	9.1	15	23.8	1	4.8	41	24.8	7	17.9	66	21.3
ใช้เวลาพิจารณา 3 เดือนขึ้นไป	8	36.4	15	23.8	5	23.8	34	20.6	15	38.5	77	24.8
รวม	22	100	63	100	21	100	165	100	39	100	310	100

ระดับการศึกษากับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มของการศึกษาโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดรองลงมาเป็นกลุ่มผู้มีการศึกษามัธยมศึกษาระดับปวช. และระดับปริญญาโท หรือสูงกว่าตามลำดับ ส่วนระดับประถม/มัธยมต้น และระดับอนุปริญญา มีจำนวนน้อยที่สุด พบว่ากลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้คำนึงถึงลำดับแรกในการตัดสินใจคือต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 20.5 รองลงมาคือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 19.3 และตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 16.9 สำหรับกลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาและระดับปวช. ได้คำนึงถึงราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 17.0 ลำดับต่อไปคือที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ร้อยละ 14.3 สำหรับกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท หรือสูงกว่าคำนึงถึงที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน โรงเรียนและรูปแบบบ้านและการก่อสร้าง ร้อยละ 20.5 ลำดับรองลงมาคือต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์ และความสามารถในการจ่าย ร้อยละ 12.8 ลำดับต่อไปคือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และมีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม ร้อยละ 10.3 สำหรับกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับประถมและมัธยมต้น ลำดับแรกที่คำนึงและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงิน และลำดับรองลงมาคือที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ส่วนกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นลำดับแรก และลำดับรองลงมาคือ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ดังตารางที่ 5.52

ตารางที่ 5.52 เปรียบเทียบ ระดับการศึกษากับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	ประถม/ มัธยมต้น		มัธยมศึกษา/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท หรือสูงกว่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงิน	11	50.0	17	17.0	2	9.1	34	20.5	5	12.8	69	22.1
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	2	9.1	-	-	2	9.1	6	3.6	1	2.6	11	3.5
ความสามารถในการจ่าย	3	13.6	3	4.8	1	4.5	18	10.8	5	12.8	30	9.6
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	-	-	21	33.3	5	22.7	32	19.3	4	10.3	62	19.9
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	4	18.2	9	14.3	3	13.6	18	10.8	8	20.5	42	13.5
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	2	9.1	1	1.6	7	31.8	28	16.9	4	10.3	42	13.5
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม	-	-	-	-	-	-	6	3.6	4	10.3	10	3.5
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	-	-	6	9.5	2	9.1	20	12.0	8	20.5	36	11.5
อื่นๆ	-	-	6	9.5	-	-	4	2.4	-	-	10	3.2
รวม	22	100	63	100	22	100	166	100	39	100	312	100

การศึกษากับการพิจารณาเลือกด้านทำเลที่ตั้ง

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้ให้เหตุผลในการพิจารณาเลือกด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 27.4 คืออยู่ใกล้ที่ทำงาน รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 25.2 คือใกล้ถนนใหญ่ และอีกร้อยละ 10.6 คือบ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ และเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาแล้ว กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับแรก ร้อยละ 28.9 และรองลงมา ร้อยละ 21.7 ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้ถนนใหญ่ และรองลงมาอีก ร้อยละ 12.0 ได้ให้เหตุผลคือบ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมปลาย และ ปวช. ที่มีจำนวนรองลงมา ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้ถนนใหญ่เป็นลำดับแรก ร้อยละ 34.4 และรองลงมา ร้อยละ 24.6 ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้ที่ทำงาน และรองลงมาอีก ร้อยละ 13.1 ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน ได้ให้เหตุผลคืออยู่ใกล้ที่ทำงานใกล้ถนนใหญ่ บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ หรืออยู่ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ ส่วนเหตุผลอื่นๆ ไม่มากนักดังแสดงในตารางที่ 5.53

ตารางที่ 5.53 เปรียบเทียบ การศึกษากับการพิจารณาเลือกด้านทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือก ด้านทำเลที่ตั้ง	ประถม/ มัธยมต้น		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท หรือสูงกว่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	6	27.3	15	24.6	10	45.5	48	28.9	6	15.4	85	27.4
อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร	2	9.1	2	3.3	-	-	11	6.6	2	5.1	17	5.5
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	-	-	4	6.6	3	13.6	3	1.8	2	5.1	12	3.9
ใกล้ถนนใหญ่	3	13.6	21	34.4	7	31.8	36	21.7	11	28.2	78	25.2
มีรถประจำทางผ่าน	-	-	-	-	2	9.1	6	3.6	-	-	8	2.6
บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้	4	18.2	1	1.6	-	-	20	12.0	8	20.5	33	10.6
ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ	3	13.6	8	13.1	-	-	11	6.6	6	15.4	28	9.0
ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	4	18.2	7	11.5	-	-	16	9.6	-	-	27	8.7
อื่นๆ	-	-	3	4.9	-	-	15	9.0	4	10.3	22	7.1
รวม	22	100	61	100	22	100	166	100	39	100	310	100

การศึกษากับการย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันได้ให้เหตุผลว่าสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม ส่วนใหญ่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ร้อยละ 40.6 ลำดับรองลงมาคือแต่งงานแยกครอบครัว ร้อยละ 24.8 และลำดับต่อมาเป็นเหตุผลอื่นๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับการศึกษาแล้ว กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีจำนวนมากที่สุดได้ให้เหตุผลว่าต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็น

ของตนเองเป็นลำดับแรก ร้อยละ 42.3 และรองลงมา ร้อยละ 26.9 ได้ให้เหตุผลคือแต่งงานแยกครอบครัว และรองลงมาอีก ร้อยละ 13.8 ได้ให้เหตุผลคือมีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น สำหรับกลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน ให้เหตุผลที่ไม่แตกต่างกัน ไม่มากนัก แสดงในตารางที่ 5.54

ตารางที่ 5.54 เปรียบเทียบ การศึกษากับการย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

สาเหตุการย้ายออกจากบ้านหลังเดิม	ประถม/มัธยมต้น		มัธยมปลาย/ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโทหรือสูงกว่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	4	21.1	15	31.9	-	-	35	26.9	9	23.7	63	24.8
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	2	10.5	19	40.4	10	50.0	55	42.3	17	44.7	103	40.6
มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	-	-	2	4.3	1	5.0	18	13.8	4	10.5	25	9.8
สาธารณสุข/โภชนาการ/ไม่เพียงพอ	-	-	-	-	2	10.0	2	1.5	-	-	4	1.6
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	1	5.3	4	8.5	1	5.0	2	1.5	2	5.3	10	3.9
การเดินทางไม่สะดวก	4	21.1	-	-	4	20.0	3	2.3	2	5.3	13	5.1
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	4	21.1	3	6.4	2	10.0	1	0.8	-	-	10	3.9
อื่นๆ	4	21.1	3	6.4	-	-	13	10.0	4	10.5	24	9.4
ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	-	-	1	2.1	-	-	1	0.8	-	-	2	0.8
	19	100	47	100	20	100	130	100	38	100	254	100

อาชีพ

อาชีพกับผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผลการสำรวจข้อมูลพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ผู้ตอบจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อเองมากที่สุดถึง ร้อยละ 61.1 รองลงมาเป็นผู้สมรส ร้อยละ 25.6 และลำดับที่สามคืออื่นๆ เช่น เพื่อนฝูง ญาติที่นับถือ ร้อยละ 7.6 และเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพแล้วพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพ ผู้ตอบจะเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมากที่สุด สำหรับผู้มีอำนาจตัดสินใจรองลงมา ได้แก่ คู่สมรสในทุกกลุ่มอาชีพ และผู้มีอำนาจตัดสินใจในลำดับรองลงมาอีก ได้แก่ บิดามารดา ในขณะที่บุตรเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจ เฉพาะในกลุ่มที่รับราชการ และรัฐวิสาหกิจ ดังแสดงในตารางที่ 5.55

ตารางที่ 5.55 เปรียบเทียบ อาชีพกับผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของกิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ												
ตัวท่านเอง	28	44.4	116	63.4	34	72.3	11	64.7	4	66.7	193	61.1
คู่สมรส	21	33.3	45	24.6	7	14.9	6	35.3	2	33.3	81	25.6
บิดา/มารดา	2	3.2	6	3.3	4	8.5	-	-	-	-	12	3.8
บุตร	6	9.5	-	-	-	-	-	-	-	-	6	1.9
อื่นๆ	6	9.5	16	8.7	2	4.3	-	-	-	-	24	7.6
รวม	63	100	183	100	47	100	17	100	6	100	316	100

อาชีพกับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และรองลงมารับราชการ รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการตามลำดับ โดยพบว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชนมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านคือราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 20.8 ลำดับที่สองคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 20.2 และลำดับที่สามคือ รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง ร้อยละ 14.2 ส่วนกลุ่มอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจนั้น มีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านในลำดับแรกและลำดับที่สองเช่นเดียวกับกลุ่มแรก คือราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 28.6 ลำดับที่สองคือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 19.0 ส่วนลำดับที่สามคือ ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 15.9 ส่วนกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการได้ให้ความสำคัญของปัจจัยในตัวเลือกที่แตกต่างกับสองกลุ่มแรก คือ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ตั้งอยู่ในทำเลที่ทำงานและ โรงเรียนบุตร และความสามารถในการจ่ายและราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน โดยมีความสำคัญเกือบเท่ากัน ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่า กลุ่มสถานภาพที่แตกต่างกันมีการกระจายของเหตุผลที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านมีความแตกต่างกัน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.56

ตารางที่ 5.56 เปรียบเทียบ อาชีพกับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของ กิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงิน	12	19.0	37	20.2	12	25.5	8	47.1	-	-	69
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	-	-	4	2.2	7	14.9	-	-	-	-	11	3.5
ความสามารถในการจ่าย	9	14.3	13	7.1	2	4.3	6	35.3	-	-	30	9.5
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	18	28.6	38	20.8	7	14.9	1	5.9	-	-	64	20.3
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	8	12.7	23	12.6	11	23.4	-	-	-	-	42	13.3
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	10	15.9	25	13.7	3	6.4	-	-	4	66.7	42	13.3
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม	-	-	9	4.9	1	2.1	2	11.8	-	-	12	3.8
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	4	26	26	14.2	4	8.5	-	-	2	33.3	36	11.4
อื่นๆ	2	3.2	8	4.4	-	-	-	-	-	-	10	3.2
รวม	63	100	183	100	47	100	17	100	6	100	316	100

อาชีพกับการพิจารณาเกี่ยวกับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการพิจารณาเกี่ยวกับราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้านเป็นลำดับแรกมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 57.8 ลำดับที่สองคือจำนวนเงินคาวนน้อย ร้อยละ 21.6 ลำดับที่สามคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน และเงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก ประมาณร้อยละ 5 เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพแล้วพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีเกณฑ์การพิจารณาที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้พอจะสรุปได้ว่า กลุ่มสถานภาพที่แตกต่างกันมีการกระจายของเหตุผลที่เป็นปัจจัยในการพิจารณาเกี่ยวกับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ไม่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.57

ตารางที่ 5.57 เปรียบเทียบ อาชีพกับการพิจารณาเกี่ยวกับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของ กิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	ราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้าน	28	45.9	103	57.9	33	75.0	11	64.7	2	33.3	177
จำนวนเงินคาวนน้อย	15	24.6	42	23.6	7	15.9	2	11.8	-	-	66	21.6
ไม่ต้องจ่ายคาวน	-	-	2	1.1	-	-	-	-	-	-	2	0.7
ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน	6	9.8	8	4.5	-	-	-	-	2	33.3	16	5.2
ราคาบ้านที่ลดลง	5	8.2	6	3.4	2	4.5	2	11.8	-	-	15	4.9
การบริการจัดหาสินเชื่อ	2	3.3	6	3.4	-	-	-	-	2	33.3	10	3.3
เงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก	5	8.2	10	5.6	2	4.5	-	-	-	-	17	5.6
อื่นๆ	-	-	1	0.6	-	-	2	11.8	-	-	3	1.0
รวม	61	100	178	100	44	100	17	100	6	100	306	100

อาชีพกับการพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง

ผลการสำรวจพบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพที่ได้พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งในการตัดสินใจ สิ่งแรกที่สำคัญถึงเป็นส่วนใหญ่คือ ทำเลที่ตั้งของบ้านอยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 27.1 และรองลงมาทำเลที่ตั้งของบ้านจะต้องอยู่ใกล้ถนนใหญ่ ร้อยละ 24.8 และลำดับที่สาม คือบ้านเดิมอยู่บริเวณนี้ ร้อยละ 11.1 ในขณะที่พิจารณาเป็นรายกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน และกลุ่มเจ้าของกิจการ ได้ใช้เหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของบ้านควรจะอยู่ใกล้ที่ทำงาน รองลงมาอยู่ใกล้ถนนใหญ่ และที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น สำหรับกลุ่มที่รับราชการและรัฐวิสาหกิจได้ใช้เหตุผลของการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยคำนึงถึงบ้านเดิมที่อยู่บริเวณนี้ รองลงมาคืออยู่ใกล้ที่ทำงานและใกล้ถนนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย ได้ใช้เหตุผลของการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยคำนึงถึงที่ตั้งที่อยู่ใกล้ถนนใหญ่เป็นอันดับแรก รองลงมาคืออยู่ใกล้ที่ทำงาน และใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ ตามลำดับ ดังนั้นจึงพอจะสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกันจะมีการกระจายของการใช้เหตุผลในการคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 5.58

ตารางที่ 5.58 เปรียบเทียบ อาชีพกับการพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของ กิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	12	190	52	284	15	319	6	353	-	-	85	27.1
อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร	6	95	9	49	2	43	-	-	-	-	17	5.4
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	3	48	8	44	1	21	-	-	-	-	12	3.8
ใกล้ถนนใหญ่	12	190	45	246	10	213	7	412	4	100	78	24.8
มีรถประจำทางผ่าน	2	32	6	33	-	-	-	-	-	-	8	2.5
บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้	13	206	17	93	5	106	-	-	-	-	35	11.1
ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ	5	79	16	87	6	128	3	176	-	-	30	9.6
ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	2	32	18	98	6	128	1	59	-	-	27	8.6
อื่นๆ	8	127	12	66	2	43	-	-	-	-	22	7.0
รวม	63	100	183	100	47	100	17	100	4	100	314	100

อาชีพกับสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพแตกต่างกัน ได้ให้เหตุผลว่าสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม ส่วนใหญ่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ร้อยละ 40.7 ลำดับรองลงมาคือแต่งงานแยกครอบครัว ร้อยละ 24.4 และลำดับต่อมาคือมีรายได้เพิ่มขึ้นต้องการมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น ร้อยละ 10.5 ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพแล้ว กลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน ที่มีจำนวนมากที่สุดได้ให้เหตุผลว่าต้องการมี

ที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองเป็นลำดับแรก ร้อยละ 41.2 และรองลงมา ร้อยละ 27.0 ได้ให้เหตุผลคือ แต่งงานแยกครอบครัว และรองลงมาอีก ร้อยละ 13.5 ได้ให้เหตุผลคือมีราย ได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น สำหรับกลุ่มอาชีพอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน ได้ให้เหตุผลที่ไม่แตกต่างกันไม่มากนัก นอกจากกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการนั้น ได้ให้เหตุผลต่างจากกลุ่มอื่นๆ คือลำดับแรก คือแต่งงานแยกครอบครัว รองลงมา ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง และการเดินทางไม่สะดวก ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.59

ตารางที่ 5.59 เปรียบเทียบ อาชีพกับสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

สาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของกิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	11	19.6	40	27.0	10	26.3	2	14.3	-	-	63	24.4
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	26	46.4	61	41.2	8	21.1	8	57.1	2	100	105	40.7
มีรายได้เพิ่มขึ้น ต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	3	5.4	20	13.5	4	10.5	-	-	-	-	27	10.5
สาธารณูปโภค/สาธารณูปการไม่เพียงพอ	-	-	4	2.7	-	-	-	-	-	-	4	1.6
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านกิน	2	3.6	3	2.0	4	10.5	1	7.1	-	-	10	3.9
การเดินทางไม่สะดวก	2	3.6	6	4.1	5	13.2	-	-	-	-	13	5.0
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	5	8.9	2	1.4	3	7.9	-	-	-	-	10	3.9
อื่นๆ	7	12.5	12	8.1	3	7.9	2	14.3	-	-	24	9.3
ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	-	-	-	-	1	2.6	1	7.1	-	-	2	0.8
รวม	56	100	148	100	38	100	14	100	2	100	258	100

อาชีพกับสิ่งที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีความประสงค์จะตัดสินใจซื้อบ้านหลังใหม่ได้พิจารณาที่จะเลือกปัจจัยที่สำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งมากที่สุด ถึงร้อยละ 42.6 ปัจจัยลำดับรองลงมาได้แก่ การพิจารณาค่าราคา ร้อยละ 27.2 และต้องการเลือกปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นลำดับที่สาม ร้อยละ 9.9 และหากพิจารณาในแต่ละกลุ่มอาชีพ กลุ่มแรกที่มีจำนวนมากที่สุดคือลูกจ้างบริษัทเอกชน ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจลำดับแรกคือที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.6 ลำดับที่สองคือ ราคา ร้อยละ 25.1 และลำดับที่สามคือสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 11.5 ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์เดียวกันกับกลุ่มข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจ ในขณะที่กลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มผู้ค้าขายให้ความสำคัญกับที่ตั้งและราคาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน สำหรับปัจจัยอื่นๆ นั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก จึงพอสรุปได้ว่าในกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการกระจายของเหตุผลในการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 5.60

ตารางที่ 5.60 เปรียบเทียบ อาชีพกับสิ่งที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่

สิ่งที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		เจ้าของกิจการ		ค้าขาย		อื่น		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	17	28.8	46	25.1	17	36.2	5	29.4	-	-	85	27.2
ที่ตั้ง	26	44.1	78	42.6	17	36.2	8	47.1	4	66.7	133	42.6
เพื่อนบ้านที่ดี	1	1.7	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3
ความมั่นคงแข็งแรง	2	3.4	12	6.6	-	-	-	-	-	-	14	4.5
การออกแบบตัวบ้านสวย	4	6.8	15	8.2	2	4.3	-	-	-	-	21	6.7
มีประโยชน์ใช้สอยมาก	2	3.4	10	5.5	6	12.8	2	11.8	2	33.3	22	7.1
สิ่งแวดล้อม	5	8.5	21	11.5	5	10.6	-	-	-	-	31	9.9
อื่นๆ	2	3.4	1	0.5	-	-	2	11.8	-	-	5	1.6
รวม	59	100	183	100	47	100	17	100	6	100	312	100

รายได้

รายได้กับการเลือกปรึกษานุคคลก่อนตัดสินใจ

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ต่างกัน ได้เลือกปรึกษานุคคลก่อนตัดสินใจซื้อคือ คู่สมรส เป็นลำดับแรก และรองลงมา คือทุกคนในบ้าน ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่สุด คือต่ำกว่า 20,000 บาท จะเลือกปรึกษาทุกคนในบ้านเป็นลำดับแรก ส่วนลำดับรองลงมาจะเลือกปรึกษาบิดามารดาและทุกคนในบ้าน ดังแสดงในตารางที่ 5.61

ตารางที่ 5.61 เปรียบเทียบรายได้กับการเลือกปรึกษานุคคลก่อนตัดสินใจ

การเลือกปรึกษา บุคคลก่อนตัดสินใจ	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,001- 40,000 บาท		40,001- 50,000 บาท		50,001- 70,000 บาท		70,001- 100,000 บาท		มากกว่า 100,001 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	12	30.8	11	17.2	5	9.8	15	23.8	2	9.1	5	-	-	-
คู่สมรส	9	23.0	27	42.2	26	51.0	24	38.1	10	45.5	14	27	27	79.4
บุตร	-	-	-	-	2	3.9	-	-	2	9.1	-	-	-	-
ทุกคนในบ้าน	14	35.9	12	18.8	6	11.8	10	15.9	4	18.2	6	5	5	14.7
สถาปนิก/วิศวกร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.9
เพื่อนฝูง	-	-	7	10.9	4	7.8	2	3.2	4	18.2	5	-	-	-
ไม่ได้ปรึกษาใคร	2	5.1	5	7.8	5	9.8	10	15.9	-	-	5	1	1	2.9
อื่นๆ	2	5.1	2	3.1	3	5.9	2	3.2	-	-	-	-	-	-
รวม	39	100	64	100	51	100	63	100	22	100	35	100	34	100

รายได้กับผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้มีระดับรายได้ที่ต่างกันนั้น ที่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อคนที่สำคัญที่สุด ส่วนใหญ่คือผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เองมากที่สุด รองลงมาได้แก่คู่สมรส นอกจากนั้นจะเลือกปรึกษาบุคคลอื่นๆ เช่น บิดามารดา บุตร เพื่อนฝูง ญาติ หรือผู้ที่ให้ความเคารพนับถือในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการกระจายของข้อมูลของผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 5.62

ตารางที่ 5.62 เปรียบเทียบรายได้กับผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ

ผู้ตัดสินใจซื้อที่สำคัญ	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001-70,000 บาท		70,001-100,000 บาท		มากกว่า 100,001 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	29	70.7	41	62.1	31	58.5	41	66.1	10	45.5	23	65.7	18	50.0
คู่สมรส	4	9.8	16	24.2	19	35.8	16	25.4	8	36.4	9	25.7	9	25.0
บิดามารดา	1	2.4	3	4.5	1	1.9	2	3.2	2	9.1	2	5.7	1	2.8
บุตร	-	-	3	4.5	1	1.9	-	-	2	9.1	-	-	-	-
อื่นๆ	7	17.0	3	4.5	1	1.9	4	6.3	-	-	1	2.9	8	22.2
รวม	41	100	66	100	53	100	63	100	22	100	35	100	36	100

รายได้กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ระดับครัวเรือนต่ำกว่า 20,000 , 20,001-30,000 และ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน จะพิจารณาเป็นต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด เป็นลำดับแรก ร้อยละ 24.4, 24.2 และ 28.6 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ระดับครัวเรือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน และ 50,001-70,000 บาทต่อเดือน จะพิจารณาราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นลำดับแรก ร้อยละ 32.1 และ 31.8 อันดับสองเป็นต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 18.9, 18.2 สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้สูงคือ 70,001-100,000 บาทต่อเดือน จะพิจารณาที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานและโรงเรียนบุตร ร้อยละ 28.6 รองลงมาเป็นการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 20.0 และกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน จะคำนึงถึงรูปแบบบ้านและการก่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญ ร้อยละ 22.2 ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสดราคาและเงื่อนไขการชำระเงินเป็น อันดับสอง ร้อยละ 19.4 และตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 13.9

ตารางที่ 5.63 รายได้กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ปัจจัยการตัดสินใจ เลือกซื้อที่อยู่อาศัย	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,001- 40,000 บาท		40,001- 50,000 บาท		50,001- 70,000 บาท		70,001- 100,000บาท		มากกว่า 100,001บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงิน	10	24.4	16	24.2	10	18.9	18	28.6	4	18.2	4	11.4	7	19.4
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	-	-	5	7.6	1	1.9	4	6.3	-	-	1	2.9	-	-
ความสามารถในการจ่าย	6	14.6	6	9.1	3	5.7	7	11.1	1	4.5	4	11.4	3	8.3
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	9	21.9	9	13.6	17	32.1	13	20.6	7	31.8	2	5.7	7	19.4
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	2	4.8	12	18.2	5	9.4	7	11.1	2	9.1	10	28.6	4	11.1
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	5	12.2	6	9.1	9	17.0	7	11.1	3	13.6	7	20.0	5	13.9
สาธารณูปโภค/สาธารณูปการพร้อม	-	-	-	-	4	7.5	4	6.3	-	-	2	5.7	2	5.6
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	7	17.0	8	12.1	4	7.5	1	1.6	4	18.2	4	11.4	8	22.2
อื่นๆ	2	4.9	4	6.1	-	-	2	3.2	1	4.5	1	2.9	-	-
รวม	41	100	66	100	53	100	63	100	22	100	35	100	36	100

รายได้กับการพิจารณาในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ผลการสำรวจพบว่า ในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกันมีการพิจารณาเกี่ยวกับราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้านเป็น กลุ่มผู้มีรายได้ ตั้งแต่ 20,001 จนถึงมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน จะพิจารณาเกี่ยวกับราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้านเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก รองลงมาคือจำนวนเงินค่างวดน้อย ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่าคือ ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จะให้ความสำคัญกับจำนวนเงินค่างวดน้อยเป็น สิ่งแรก และราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้านในลำดับรองลงมา ดังแสดงในตารางที่ 5.64

ตารางที่ 5.64 เปรียบเทียบรายได้กับการพิจารณาในด้านราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน

ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,001- 40,000 บาท		40,001- 50,000 บาท		50,001- 70,000 บาท		70,001- 100,000บาท		มากกว่า 100,001บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายกับคุณภาพของตัวบ้าน	13	36.1	35	53.8	35	67.3	33	54.1	15	68.2	30	85.7	16	45.7
จำนวนเงินค่างวดน้อย	14	38.9	18	27.7	12	23.1	8	13.1	4	18.2	5	14.3	5	14.3
ไม่ต้องจ่ายค่างวด	-	-	-	-	-	-	2	3.3	-	-	-	-	-	-
ระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน	3	8.3	4	6.2	-	-	8	13.1	1	4.5	-	-	-	-
ราคายบ้านที่ลดลง	1	2.8	2	3.1	1	1.9	2	3.3	2	9.1	-	-	7	20.0
การบริการจัดหาสินเชื่อ	-	-	3	4.6	2	3.8	3	4.9	-	-	-	-	2	5.7
เงื่อนไขการบริการไม่ยุ่งยาก	4	11.1	3	4.6	-	-	5	8.2	-	-	-	-	5	14.3
อื่นๆ	1	2.8	-	-	2	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	36	100	65	100	52	100	61	100	22	100	35	100	35	100

รายได้กับการพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง

ผลจากการสำรวจพบว่า ผู้มีรายได้ต่างกันส่วนใหญ่ได้พิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งโครงการในการตัดสินใจซื้อ ในกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน กลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน ได้พิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งโครงการในการตัดสินใจซื้อ คือ บ้านควรอยู่ใกล้ถนนใหญ่ เป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อ ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน 40,100-50,000 บาทต่อเดือน 50,001-70,000 บาทต่อเดือน และ 70,001-100,000 บาทต่อเดือน ต้องการเลือกบ้านอยู่ใกล้ที่ทำงานเป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อ ดังแสดงในตารางที่ 5.65

ตารางที่ 5.65 เปรียบเทียบ รายได้กับการพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง

การพิจารณา ด้านทำเลที่ตั้ง	ต่ำกว่า 20,000บาท		20,001- 30,000บาท		30,001- 40,000บาท		40,001- 50,000บาท		50,001- 70,000บาท		70,001- 100,000บาท		มากกว่า 100,001บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	7	17.9	25	37.9	11	20.8	18	28.6	6	27.3	11	31.4	7	19.4
อยู่ใกล้โรงเรียนบุตร	1	2.6	1	1.5	5	9.4	2	3.2	-	-	5	14.3	3	8.3
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	2	5.1	3	4.5	3	5.7	3	4.8	1	4.5	-	-	-	-
ใกล้ถนนใหญ่	14	35.9	13	19.7	13	24.5	15	23.8	5	22.7	5	14.3	13	36.1
มีรถประจำทางผ่าน	-	-	2	3.0	2	3.8	3	4.8	1	4.5	-	-	-	-
บ้านเดิมอยู่บริเวณนี้	3	7.7	6	9.1	5	9.4	6	9.5	4	18.2	6	17.1	5	13.9
ใกล้บ้านพ่อแม่หรือญาติ	-	-	6	9.1	12	22.6	7	11.1	2	9.1	1	2.9	2	5.6
ที่ดินมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	7	17.9	5	7.6	1	1.9	4	6.3	-	-	6	17.1	4	11.1
อื่นๆ	5	12.8	5	7.6	1	1.9	5	7.9	3	13.6	1	2.9	2	5.6
รวม	39	100	66	100	53	100	63	100	22	100	35	100	36	100

รายได้กับ สาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

ผลจากการสำรวจพบว่า ในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้น้อย คือต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือนถึงกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างสูงคือ 40,001-50,000 บาทต่อเดือนนั้น ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการย้ายออกจากบ้านหลังเดิม คือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้สูง คือ 50,001บาทต่อเดือน ขึ้นไปจนถึงกลุ่มผู้มีรายได้สูงมากคือ มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน ให้เหตุผลในการย้ายออกจากบ้านหลังเดิมคือแต่งงานแยกครอบครัว ส่วนปัจจัยอื่นๆ นั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก แสดงในตารางที่ 5.66

ตารางที่ 5.66 เปรียบเทียบรายได้กับสาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

สาเหตุที่ย้ายออกจากบ้านหลังเดิม	ต่ำกว่า		20,001-		30,001-		40,001-		50,001-		70,001-		มากกว่า	
	20,000 บาท		30,000 บาท		40,000 บาท		50,000 บาท		70,000 บาท		100,000บาท		100,001บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แต่งงาน แยกครอบครัว	1	3.4	14	22.2	14	30.4	9	19.6	8	44.4	11	35.5	6	24.0
ต้องการมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	21	72.4	35	55.6	21	45.7	18	39.1	4	22.2	6	19.4	-	-
มีรายได้เพิ่มขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	1	3.4	2	3.2	2	4.3	7	15.2	3	16.7	7	22.6	5	20.0
สาธารณสุขไปไกล/สาธารณสุขการไม่เพียงพอ	1	3.4	2	3.2	1	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	3	10.3	1	1.6	1	2.2	-	-	-	-	3	9.7	2	8.0
การเดินทางไม่สะดวก	-	-	5	7.9	1	2.2	2	4.3	-	-	-	-	5	20.0
สิ่งแวดล้อมไม่ดี	-	-	3	4.8	1	2.2	3	6.5	-	-	2	6.5	1	4.0
อื่นๆ	2	6.9	-	-	5	10.9	6	13.0	3	16.7	2	6.5	6	24.0
ขายเพราะไม่ใช้แบบที่ต้องการ	-	-	1	1.6	-	-	1	2.2	-	-	-	-	-	-
รวม	29	100	63	100	46	100	46	100	18	100	31	100	25	100

รายได้กับสิ่งที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้มีรายได้ส่วนใหญ่จะพิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่โดยจะเลือกจากที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญเป็นลำดับแรก และเลือกพิจารณาราคาเป็นลำดับรองลงมา ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จะเลือกพิจารณาจากราคาเป็นลำดับแรก และรองลงมาคือที่ตั้ง ดังแสดงในตารางที่ 5.67

ตารางที่ 5.67 เปรียบเทียบรายได้กับสิ่งที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อครั้งใหม่

สิ่งที่พิจารณาใน	ต่ำกว่า		20,001-		30,001-		40,001-		50,001-		70,001-		มากกว่า	
	20,000 บาท		30,000 บาท		40,000 บาท		50,000 บาท		70,000 บาท		100,000บาท		100,001บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	10	25.0	24	36.4	17	32.1	14	22.6	4	20.0	5	14.3	11	30.6
ที่ตั้ง	20	50.0	20	30.3	20	37.7	26	41.9	10	50.0	21	60.0	16	44.4
เพื่อนบ้านที่ดี	-	-	1	1.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ความมั่นคงแข็งแรง	2	5.0	6	9.1	5	9.4	1	1.6	-	-	-	-	-	-
การออกแบบตัวบ้านสวย	1	2.5	6	9.1	1	1.9	4	6.5	2	10.0	3	8.6	4	11.1
มีประโยชน์ใช้สอยมาก	2	5.0	5	7.6	5	9.4	3	4.8	3	15.0	2	5.7	2	5.6
สิ่งแวดล้อม	5	12.5	4	6.1	3	5.7	12	19.4	-	-	4	11.4	3	8.3
อื่นๆ	-	-	-	-	2	3.8	2	3.2	1	5.0	-	-	-	-
รวม	40	100	66	100	53	100	62	100	20	100	35	100	36	100

เปรียบเทียบปีที่ซื้อกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของปัจจัยการตัดสินใจซื้อ โดยเปรียบเทียบปีที่ซื้อกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ซื้อในปี 2539 เหตุที่เลือกซื้อเพราะ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด มากที่สุดร้อยละ 21.3 รองลงมาเป็น ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 19.1 และที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตรกับรูปแบบบ้านและการก่อสร้าง ร้อยละ 12.8 ผู้ซื้อในปี 2540 เหตุที่เลือกซื้อเพราะ ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด มากที่สุดร้อยละ 26.8 รองลงมาเป็น ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 18.3 และตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นอันดับที่สาม ร้อยละ 14.6 ผู้ซื้อในปี 2541 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ราคาที่อยู่อาศัยลดต่ำที่สุด เหตุผลอันดับแรก que เลือกซื้อเพราะ ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน มากที่สุดร้อยละ 21.3 รองลงมาเป็น ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด ร้อยละ 19.7 และเป็นอันดับที่สาม ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตรร้อยละ 17.1

ปัจจัยเรื่องราคาไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย แต่มีข้อสังเกตว่า ที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าที่ต่างออกไปจากสินค้าประเภทอื่น เป็นสินค้าลงทุนถาวรที่ใช้เงินลงทุนสูง ที่ซื้อแล้วมูลค่าสูงขึ้น ทำเล ที่ตั้ง ผู้ซื้อจึงใช้ปัจจัยหลายๆ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ มากกว่าการใช้ราคาเพียงปัจจัยเดียว แต่ผู้ซื้อใช้ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ในการพิจารณา มากกว่าในสภาวะปกติ

ตารางที่ 5.68 เปรียบเทียบปีที่ซื้อกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

	2539		2540		2541		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเป็นเงินสด	20	21.3	22	26.8	25	19.7	67	22.1
มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น	2	2.1	5	6.1	4	3.1	11	3.6
ความสามารถในการจ่าย	10	10.6	5	6.1	11	8.7	26	8.6
ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	18	19.1	15	18.3	27	21.3	60	19.8
ที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียนบุตร	12	12.8	7	8.5	23	17.1	42	13.9
ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี	11	11.7	12	14.6	17	13.4	40	13.2
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการพร้อม	3	3.2	5	6.1	4	3.1	12	4.0
รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	12	12.8	11	13.4	12	9.4	35	11.6
อื่นๆ	6	6.4	-	-	4	3.1	10	3.3
รวม	94	31.0	82	27.1	127	41.9	303	100

สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้านเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ

กลุ่มผู้ซื้อบ้านหลังแรกกับสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้านเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้านหลังแรกเพื่ออยู่อาศัยเองมีความวัตถุประสงค์ในการซื้อเพราะ ต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเองเพื่อแยกครอบครัว มากที่สุด ร้อยละ 53.7 และแต่งงาน แยกครอบครัวมาเป็นอันดับที่ 2 ร้อยละ 27.3 และสาเหตุที่สามคือเจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน ร้อยละ 4.8

กลุ่มผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อบ้านหลังแรกเพื่ออยู่อาศัยเอง จากความจำเป็นในการปรับฐานะทางสังคม คือ การที่ต้องมีที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง แต่งงานแยกครอบครัว และถูกไล่ที่ ดังแสดงในตารางที่ 6.3

ตารางที่ 5.69 เปรียบเทียบกลุ่มที่ซื้อบ้านหลังแรก และเปรียบเทียบสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้านกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ

สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้าน ของกลุ่มผู้ซื้อบ้านหลังแรก	อยู่อาศัยเอง		ประกอบธุรกิจ		อยู่แล้วจึงขาย		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- แต่งงาน แยกครอบครัว	45	27.3	-	-	-	-	-	-	45	25.7
- ต้องการที่อยู่อาศัยใหม่เป็นของตนเอง	89	53.9	-	-	5	100	-	-	94	53.7
- รายได้เพิ่มขึ้นต้องการที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น	7	4.2	-	-	-	-	-	-	7	4.0
- สาธารณูปโภค/สาธารณูปการไม่เพียงพอ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	8	4.8	2	40.0	-	-	-	-	10	5.7
- การเดินทางไม่สะดวก	2	1.2	-	-	-	-	-	-	2	1.1
- สิ่งแวดล้อมไม่ดี	2	1.2	-	-	-	-	-	-	2	1.1
- อื่นๆ	10	6.1	3	60.0	-	-	-	-	13	7.4
- ขายเพราะไม่ใช่แบบที่ต้องการ	2	1.2	-	-	-	-	-	-	2	1.1
รวม	165	94.3	5	2.9	5	2.9	-	-	175	100

การเปรียบเทียบข้อมูลข้อมูลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเกี่ยวกับการศึกษาที่ผ่านมา

เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มรายได้ปานกลางที่ซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลาง ที่ทำการสำรวจ โดย เศษะ บุญยชัย ในปี 2529 และ ฉวีวรรณ เคน้ไพบุลย์ ที่ทำการสำรวจในปี 2531 เปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ซื้อที่สำรวจในช่วง มกราคม-กันยายน ปี 2541 พบว่าเป็นกลุ่มสังคมกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 5.70 เปรียบเทียบ ข้อมูลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเปรียบเทียบกับการศึกษาที่ผ่านมา

ข้อมูลทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ซื้อเปรียบเทียบกับการศึกษาที่ผ่านมา		
เศษะ บุญยชัย	ฉวีวรรณ เคน้ไพบุลย์	ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
ปี 2529	ปี 2531	ปี 2539-2541
สถานภาพสมรส	สถานภาพสมรส	สถานภาพสมรส
สมรส	สมรส	สมรส
โสด	โสด	โสด
ม่าย/แยกกันอยู่	ม่าย/แยกกันอยู่	ม่าย/แยกกันอยู่
ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา
	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	มัธยมปลาย/ปวช.
	อนุปริญญา	ปริญญาโทหรือสูงกว่า
	มัธยมปลาย/ปวช.	ประถมศึกษา/มัธยมต้น
	ประถมศึกษา/มัธยมต้น	อนุปริญญา
		รายได้
รายได้	รายได้	รายได้
1. 10,000-20,000 บาท/เดือน	1. 20,000-30,000 บาท/เดือน	1. 20,000-30,000 บาท/เดือน
	2. 50,001 บาท/เดือน ขึ้นไป	2. 40,001-50,000 บาท/เดือน
	3. 30,001-40,000 บาท/เดือน	3. 30,001-40,000 บาท/เดือน
	4. 40,001-50,000 บาท/เดือน	4. 10,000-20,000 บาท/เดือน
อาชีพหลัก	อาชีพหลัก	อาชีพหลัก
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ลูกจ้างบริษัทเอกชน
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
เจ้าของกิจการ	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ
ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	ค้าขาย

เดอะ บุญยะชัยปี 2529	ฉวีวรรณ เค้นไพบุลย์ปี 2531	ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ		
อันดับที่ 1		
1. ที่ตั้งโครงการ	1. ความสามารถในการจ่าย	1. ต้องการออมในรูปแบบสหกรณ์ทรัพย์มากกว่าออมเป็นเงินสด
1. นำไม่ท่วม		
2. ใกล้ที่ทำงาน		
3. ใกล้ถนนใหญ่		
อันดับที่ 2		
2. รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	2. ที่ตั้งโครงการ	2. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน
1. คุณภาพการก่อสร้าง	1. ใกล้ที่ทำงาน	1. ราคาขายกับคุณภาพของบ้าน
2. ขนาดเนื้อที่	2. ใกล้ถนนใหญ่	2. จำนวนเงินค่างวดน้อย
3. มีประโยชน์ใช้สอยมาก	3. ใกล้บ้านพ่อแม่-ญาติ	3. เงื่อนไขการเงินไม่ยุ่งยาก
อันดับที่ 3		
3. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	3. ต้องการออมในรูปแบบสหกรณ์ทรัพย์มากกว่าออมเป็นเงินสด	3. ที่ตั้งโครงการและตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี
1. ราคากับคุณภาพของตัวบ้าน		1. ใกล้ที่ทำงาน
2. อัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระ		2. ใกล้ถนนใหญ่
อันดับที่ 4		
4. สิ่งอำนวยความสะดวก	4. ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน	4. รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง
1. มียารักษาความปลอดภัย	1. ราคากับคุณภาพของตัวบ้าน	1. การออกแบบบ้าน
2. ร้านค้าภายในหมู่บ้าน	2. จำนวนเงินค่างวดน้อย	2. ประโยชน์ใช้สอย
อันดับที่ 5	3. เงื่อนไขการเงินไม่ยุ่งยาก	3. ชื่อเสียงบริษัท
5. ความเชี่ยวชาญของโครงการ	5. รูปแบบบ้านและการก่อสร้าง	5. ความสามารถใจการจ่าย
1. มีประโยชน์ใช้สอยมาก	1. มีประโยชน์ใช้สอยมาก	
2. คุณภาพการก่อสร้าง	2. คุณภาพการก่อสร้าง	
3. ขนาดเนื้อที่	3. ขนาดเนื้อที่	
อันดับที่ 6		
6. ด้านบริการ	6. สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	6. สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ
1. มีบ้านตัวอย่างให้ชม	1. มีขนาดถนนกว้าง	1. มีขนาดถนนกว้าง
2. บริการซ่อมบ้าน	2. มีประปาใช้	2. มีประปาใช้
	3. มีโทรศัพท์	3. สวนสาธารณะ/สระว่ายน้ำ

อันดับที่ 7

7. การส่งเสริมการขาย

7. มีสถานภาพทางสังคมดีขึ้น

7. มีสถานภาพทางสังคมดีขึ้น

1. การต้อนรับของพนักงานขาย

2. ส่วนลด

ตารางที่ 5.71 เปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

แต่เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมีปัจจัยที่แตกต่างกันคือ ปัจจัยการตัดสินใจของปี 2529 ทำการสำรวจโดย เศษะ บุญยชัย อันดับแรก คือ ที่ตั้งโครงการ โดยพิจารณาเรื่องน้ำไม่ท่วม ใกล้ที่ทำงานและถนนใหญ่ ตามลำดับ อันดับที่สองเป็นรูปแบบของบ้านและการก่อสร้างโดยพิจารณาคุณภาพของการก่อสร้าง ขนาดเนื้อที่ และประโยชน์ใช้สอยมาก อันดับที่สาม เป็นเรื่องราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน และอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ

ปัจจัยการตัดสินใจของปี 2531 ทำการสำรวจโดย ฉวีวรรณ เค้นไพบุลย์ อันดับแรกคือ ความสามารถในการจ่าย อันดับที่สองเป็นปัจจัยด้าน ที่ตั้งโครงการโดยพิจารณาจากใกล้ที่ทำงาน ใกล้ถนนใหญ่ ใกล้บ้านพ่อแม่-ญาติ อันดับที่สามเป็นความต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าออมเป็นเงินสด

จากการศึกษา ปัจจัยการตัดสินใจของปี 2541 พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจอันดับแรกคือความต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์มากกว่าออมเป็นเงินสด อันดับที่สอง เป็นเรื่อง ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน โดยพิจารณาจาก ราคาขายกับคุณภาพของบ้าน, จำนวนเงินค่างานน้อยและเงื่อนไขการเงินไม่ยุ่งยาก และปัจจัยการตัดสินใจอันดับที่สามเป็น ที่ตั้งโครงการ และตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีโดยพิจารณาเรื่อง ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ถนนใหญ่และ บ้านเดิมอยู่ในบริเวณนี้ ตามลำดับ

ในส่วนกระบวนการตัดสินใจพบว่ากระบวนการทั้งหมดไม่แตกต่างกันมากนัก คือ มีการเปรียบเทียบโครงการต่างๆ 3-4 โครงการ มากกว่า 5 โครงการ และไม่ได้เปรียบเทียบเลย ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก การใช้เวลาในการตัดสินใจ ประมาณ 1 เดือนเท่ากัน โดยรับข่าวสาร โครงการที่ซื้อส่วนใหญ่มาจาก ผู้แนะนำ และ ป้ายโฆษณา และไปสำรวจพบเอง ตามลำดับ แต่ในส่วนการตัดสินใจซื้อสำคัญ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ชาย เป็นผู้ตัดสินใจสำคัญ ซึ่งเป็นเพราะในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจตกต่ำการตัดสินใจในด้านที่อยู่อาศัยซึ่งมีราคามูลค่าสูง และผูกพันกับการผ่อนชำระระยะยาว ซึ่งแหล่งเงินในการผ่อนชำระรายเดือนมาจากหัวหน้าครอบครัว จึงเป็นผู้ตัดสินใจสำคัญที่สุดในช่วงนี้

ตารางที่ 5.72เปรียบเทียบกระบวนการเลือกตัดสินใจชื่อกระบวนการเลือกตัดสินใจชื่อ

เศษะ บุญยะชัยปี 2529	ฉวีวรรณ เค้นไพบุลย์ปี 2531	ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
1. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลกับ โครงการอื่นๆ		
1. 4 โครงการ	1. ไม่ได้เปรียบเทียบเลย	1.มากกว่า 5 โครงการ
	2. 3 โครงการ	2.ไม่ได้เปรียบเทียบเลย
2. การใช้ระยะเวลา	2. การใช้ระยะเวลา	2. การใช้ระยะเวลา
1. ใช้เวลา 1 เดือน	1. ใช้เวลา 1 เดือน	1. ใช้เวลา 1 เดือน
	2. ชั่วทันทีเมื่อชมครั้งแรก	
3. การรับข่าวสาร โครงการ	3. การรับข่าวสาร โครงการ	3. การรับข่าวสาร โครงการ
1. ป้ายโฆษณา	1. จากผู้แนะนำ	1. จากผู้แนะนำ
2. จากผู้แนะนำ	2. ป้ายโฆษณา	2. ไปสำรวจ/พบเอง
3. หนังสือพิมพ์	3. หนังสือพิมพ์	3. ป้ายโฆษณาทั่วไป
4. ผู้ตัดสินใจชื่อที่สำคัญ	4. ผู้ตัดสินใจชื่อที่สำคัญ	4. ผู้ตัดสินใจชื่อที่สำคัญ
1. คู่สมรส	1. ผู้ตอบแบบสอบถาม: ผู้หญิง	1. ผู้ตอบแบบสอบถาม: ผู้ชาย
	2. คู่สมรส	2. คู่สมรส