

## ความต้องการของคนรุ่นใหม่ในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคต

## The Demand of New Generations to Purchase Their Future Living Spaces

วัชรระ บุนนาค<sup>1</sup>ชาญเดช เจริญวิริยะกุล<sup>2</sup><sup>1</sup>หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคตของคนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เก็บข้อมูลจากประชาชนที่มีอายุระหว่าง 19-30 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการบ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด ในโซนกรุงเทพฯชั้นใน และโซนกรุงเทพฯด้านตะวันตก มีการก่อสร้างที่มีคุณภาพ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีพื้นที่ใช้สอยลงตัว ราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท และใกล้ที่ทำงาน

**คำสำคัญ:** คนรุ่นใหม่, ความต้องการที่อยู่อาศัย, ที่อยู่อาศัยในอนาคต

## Abstract

The demand for living space or housing is growing demand and it is an important factor for new generations to purchase houses. The objectives of this research were to study the demand for future living space for new generations in Bangkok areas and its nearby areas. The data collection was focused on people with the age of 19-30 years old who were living in Bangkok areas and its nearby areas. A total of 400 people was obtained sample group for this study. The findings revealed that the majority of the respondents need single house or twin house in the inner zone of Bangkok and the west zone of Bangkok. The majority of the respondents needed high quality of construction, with the good security system, with the proper space. The price range of the house was in the range of 2 million baht. The preferred location was the house near their working place.

**Keywords:** New generation, Demand living spaces, Future living spaces

## บทนำ

ที่อยู่อาศัยนับเป็นปัจจัยสำคัญ ต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม นอกจากจะเป็น ที่พักอาศัยแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่แสดงฐานะทางสังคมทางหนึ่งด้วย ในแต่ละครอบครัว การมีบ้านหนึ่งหลังสำหรับการอยู่อาศัยไม่สำคัญว่าเป็นเจ้าของหรือเช่าพักอาศัยก็ยังมีผลให้ มีคุณภาพชีวิตที่ดี และเหมาะสม ได้ แต่เป้าหมายของ ครอบครัวที่ยังขาด ธรรมชาติในที่พักของตนเอง อาจต้องการเพียงบ้านสักหลัง ไว้เป็นทรัพย์สินของตนและเพิ่มความภาคภูมิใจ ในขณะที่บางครอบครัวอาจมีที่พักอาศัยเกินพอดีหรือ เรียกได้ว่า มีเกินกว่า

ความต้องการที่แท้จริงของตน ทำให้เกิดอุปสงค์ในการซื้อบ้านหลังที่สอง และหลังที่สาม ตามมานอกจากนี้ ยังเกิดจากอุปสงค์บางกลุ่มที่มีการย้ายถิ่นฐาน จากต่างจังหวัดเข้ามาอยู่ในเมืองหลวง และกลุ่มนักลงทุนในตลาดอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมบริเวณเส้นทางรถไฟฟ้า BTS MRTและบริเวณส่วนต่อขยายสายต่างๆ เข้ามาเพิ่มความต้องการที่อยู่อาศัยให้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ ช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา จำนวนอุปทานเสนอขายเติบโต เป็นเท่าทวีคูณ “จากข้อมูลฝ่ายวิจัยและพัฒนา ของบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ได้ลงภาคสนามสำรวจตลาด

อสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล ช่วงครึ่งปีแรก 2553 พบคอนโดมิเนียมเปิดใหม่มีจำนวนสูงขึ้นจาก ช่วงเดียวกันในปี 2552 ถึงร้อยละ 173 (หรือ 16,035 ยูนิต) จาก 74 โครงการ 25,301 ยูนิต และพบอัตราการเติบโตของอุปสงค์ในตลาดปัจจุบันตอบรับสูงขึ้นถึงร้อยละ 176 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2552 มาอยู่ที่ 22,907 ยูนิต ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นวิวัฒนาการที่อยู่อาศัยใหม่ในอนาคตที่ผู้บริโภคร่วมให้ความสนใจกับที่อยู่อาศัยขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น

ความเปลี่ยนแปลงของสังคม และปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันทำให้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แม้รูปแบบที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว จะยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ตามข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (กุมภาพันธ์ 2553) แต่ในความเป็นจริงและการใช้ชีวิตในสังคม ปัจจุบันบ้านเดี่ยวอาจไม่สามารถตอบโจทย์ การใช้ชีวิตได้ทั้งหมด และไม่สามารถซื้อเป็นทรัพย์สินได้ในทุกครัวเรือน เพราะปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ Magatrend (2010) ได้คาดการณ์แนวโน้มช่วง 10-20 ปีข้างหน้า ได้กล่าวไว้ส่วนหนึ่งถึง “รูปแบบครัวเรือนจะเริ่มมีแนวโน้มเล็กลง รูปแบบการใช้ชีวิต (life style) ของคนจะเปลี่ยนไปสู่ความสะดวกสบายมากขึ้น เป็นต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัย โดยเน้นศึกษากับกลุ่มคน รุ่นใหม่ ซึ่งอยู่ในกลุ่ม Generation Y ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนมาก เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดแตกต่างและมีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยในอนาคตคาดว่า ประชากรกลุ่มนี้จะเติบโตขึ้น เป็นที่มีความต้องการที่แท้จริง (real demand) ในตลาดที่อยู่อาศัย เพื่อสามารถมองเห็นแนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยได้ชัดเจนขึ้น และสามารถนำ ผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็น แนวทางวางแผนด้านยุทธศาสตร์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และ การพัฒนา ด้านที่อยู่อาศัยในเขตเมือง ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการ ที่อยู่อาศัยในอนาคตของคนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

**ขอบเขตของการวิจัย:** ศึกษาเฉพาะในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

## การทบทวนวรรณกรรม

**Generation Y** นิเวศน์ ธรรมะ (2552) ได้กล่าวถึงประชากร หรือผู้บริโภคในกลุ่มนี้ว่า จัดเป็นกลุ่มที่มีอายุโตขึ้นมา อยู่ในกลุ่มวัยรุ่น เข้าสู่วัยทำงาน เป็นคนที่สามารถกระโดดเข้าไปสู่วัยทำงานได้ อาจจะมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งพ่อแม่จะอยู่ในรุ่น Generation X คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับความสับสน เนื่องจากครอบครัวประกอบไปด้วยคน 3 รุ่น คือ Generation B, Generation X และ Generation Y ซึ่งมีความคาบเกี่ยวระหว่างการใช้ เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นคนในกลุ่มนี้จึงเกิดมาพร้อมกับความสงสัย อย่างไรก็ตาม คนกลุ่ม Generation Y มีความเชี่ยวชาญการท่องโลก อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว คนในกลุ่มนี้มีการเลือกรับสื่อเป็นของตนเอง

คนในกลุ่ม Generation Y มักจะมีความมั่นใจในตัวเองสูงมาก ต้องการเงินเดือนสูงๆ และไม่ต้องการได้เต้าการทำงาน จากข้างล่างคนกลุ่มนี้คาดหวัง เงินเดือนมากกว่าคนที่ม่ประสบการณ์การทำงานมาก่อน ชอบทำงานในอาชีพอิสระ เป็นเจ้าของธุรกิจ มีการศึกษาสูง มองว่าผู้ใหญ่มีความคิดล้าหลัง

## ความต้องการที่อยู่อาศัย (housing demand)

Alonso (1964: 170-171) ได้แบ่งประเภทของความต้องการที่อยู่อาศัย (housing demand) ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. ความจำเป็นในการมีที่อยู่อาศัย (housing need) มนุษย์ทุกคนมีความจำเป็น ที่จะต้องมีที่อยู่

อาศัยเนื่องจากที่อยู่อาศัยถือเป็น ปัจจัยสี่ของชีวิต มนุษย์ทุกคนเกิดมาแล้วต้องแสวงหาที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะที่ที่อยู่อาศัยนั้นจะมีคุณภาพต่ำเพียงใด หรือตนจะเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยนั้นหรือไม่ก็ตาม

2. ความอยากได้หรือความต้องการมีที่อยู่อาศัย (housing want) มนุษย์ทุกคนต่างก็มีความจำเป็นในการ ได้รับการสนองตอบในการมีที่อยู่อาศัย ดังนั้นจึงอยากได้หรือต้องการมีที่อยู่อาศัย อย่างไม่มีที่สิ้นสุด แม้บุคคลที่มีที่อยู่อาศัยแล้ว แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ ก็จะดิ้นรนเพื่อให้ได้ที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ส่วนผู้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองแล้ว ก็ยังมีความใฝ่ฝันที่จะมีที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพดีขึ้นไปอีกตามลำดับ

3. ความต้องการ ซื้อหาที่อยู่อาศัยที่มีอำนาจซื้อ (housing demand) ความอยากได้บ้าน หรือความใฝ่ฝันที่จะมี ที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองนั้น จะเป็นจริงได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีเงินพอที่จะสามารถซื้อได้ (affordability) หากไม่มีเงินเพียงพอความฝันนั้น ก็เป็นเพียงความต้องการไม่ใช่ ความต้องการที่มีอำนาจซื้อ ดังนั้นความต้องการซื้อหาที่อยู่อาศัย จะหมายถึงความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีอำนาจซื้อ หรือความต้องการซื้อหาบ้าน หรือ เป็นความต้องการซื้อหาที่อยู่อาศัย ซึ่งเท่ากับ ความอยากได้บ้านบวกกำลังซื้อนั่นเอง

### แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัย

Alonso (1964: 168) กล่าวถึงการเลือกที่อยู่อาศัยว่าการเลือกบริเวณพักอาศัย ในเมืองมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับราคาที่ดินคือในบริเวณใจกลางเมือง ที่ดินจะมีราคาสูงกว่าบริเวณอื่น ๆ ดังนั้นกรณีการมีที่อยู่ในเมืองต้องยอมลงทุนสูง ในขณะที่เดียวกัน ที่ดินจะมีราคาลดลงตามระยะทางที่ห่างใจกลางเมืองออกไป ซึ่งจะมีผลทำให้ราคาที่พักอาศัยลดลงตามไปด้วย นอกจากราคาที่ดินยังแปรผัน กับค่าขนส่งอีกด้วย กล่าวคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชานเมืองที่ดินราคาถูก แต่จะต้องเสีย

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือการขนส่งสูงกว่าคนที่อาศัยอยู่ในใจกลางเมือง โดยมีการเลือกบริเวณพักอาศัยมีปัจจัยหลัก 3 ประการ ที่ต้องพิจารณาคือ

1. ราคาของที่อยู่อาศัย ซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และความสามารถในการจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัย

2. รูปแบบของที่อยู่อาศัย ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้อยู่อาศัย ซึ่งจะสัมพันธ์กับขนาดของครอบครัว และสถานภาพสมรส

3. ที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และระยะห่างจากที่ทำงาน รวมไปถึง ลักษณะทางกายภาพและ สิ่งแวดล้อมของพื้นที่นั้นๆ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 1,372,852 คน (กรมการปกครอง, 2554)

### กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,372,852 คน โดยการนำมาคำนวณหาขนาดกลุ่ม ตัวอย่างที่เหมาะสมตามสูตรของ Yamane (1973) ประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

คือแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล: สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ประเภทที่อยู่ที่ต้องการในอนาคต

ที่อยู่อาศัยใหม่ที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
คอนโดมิเนียม	101	25.0
ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม	31	8.0
บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	267	66.7
อาคารพาณิชย์	1	0.3

ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่อยู่อาศัยในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการบ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด (ร้อยละ 66.7) รองลงมา

ได้แก่ คอนโดมิเนียม ทาวน์เฮาส์หรือทาวน์โฮม และอาคารพาณิชย์ ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 2 จำนวนห้องนอนและห้องน้ำที่ต้องการ จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย (ร้อยละ)

ประเภทที่อยู่อาศัย	จำนวนห้องนอน				
	1 ห้อง	2 ห้อง	3 ห้อง	4 ห้อง	5 ห้องขึ้นไป
คอนโดมิเนียม	36.6	48.5	12.9	2.0	0.0
ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม	3.2	29.0	58.1	6.5	3.2
บ้านเดี่ยว /บ้านแฝด	1.5	18.4	44.6	27.3	8.2
อาคารพาณิชย์	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
ประเภทที่อยู่อาศัย	จำนวนห้องน้ำ				
	1 ห้อง	2 ห้อง	3 ห้อง	4 ห้อง	5 ห้องขึ้นไป
คอนโดมิเนียม	42.0	52.0	4.0	1.0	1.0
ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม	0.0	54.8	25.8	19.4	0.0
บ้านเดี่ยว /บ้านแฝด	1.9	36.0	31.8	18.7	11.6
อาคารพาณิชย์	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

ด้านจำนวนห้องนอนในที่อยู่อาศัยของแต่ละประเภท พบว่าที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบ 2 ห้องนอน (ร้อยละ 48.5) รองลงมาคือ รูปแบบ 1 ห้องนอน รูปแบบ 3 ห้องนอน และรูปแบบ 4 ห้องนอน ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์หรือทาวน์โฮม บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด และอาคารพาณิชย์ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบ 3 ห้องนอน (ร้อยละ

ละ 58.1, 44.6 และ 100 ตามลำดับ)

ด้านจำนวนห้องน้ำในที่อยู่อาศัยของแต่ละประเภท พบว่า ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ทาวน์เฮาส์หรือทาวน์โฮม และบ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบ 2 ห้องน้ำ (ร้อยละ 52.0, 54.8 และ 36.0 ตามลำดับ) ส่วนที่อยู่อาศัยประเภทอาคารพาณิชย์ พบว่า ต้องการรูปแบบ 3 (ตารางที่ 2)

## ตารางที่ 3 ทำเลที่สนใจซื้อ

ทำเลที่สนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ชั้นใน	94	23.5
กรุงเทพฯ ด้านตะวันตก	94	23.5
กรุงเทพฯ ตอนบน	85	21.3
กรุงเทพฯ ด้านตะวันออก	50	12.5
กรุงเทพฯ ด้านตะวันออกเฉียงเหนือ	48	12.0
กรุงเทพฯ ตอนใต้	29	7.2

ด้านทำเลที่สนใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในโซนกรุงเทพฯ ชั้นใน และโซนกรุงเทพฯ ด้านตะวันตกเท่ากัน (ร้อยละ 23.5) รองลงมาได้แก่ โซนกรุงเทพฯ

ตอนบน โซนกรุงเทพฯ ด้านตะวันออก โซนกรุงเทพฯ ด้านตะวันออกเฉียงเหนือ และ โซนกรุงเทพฯ ตอนใต้ (ตารางที่ 3)

## ตารางที่ 4 ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยจำแนกรายด้าน

ความต้องการ	Mean	SD.	ระดับ
<b>ด้านราคา</b>			
ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.553	1.213	มาก
ระหว่าง 3-5 ล้านบาท	3.270	1.192	ปานกลาง
ระหว่าง 6-8 ล้านบาท	2.238	1.133	น้อย
เกิน 8 ล้านบาทขึ้นไป	1.698	1.055	น้อยที่สุด
<b>ด้านทำเล</b>			
ใกล้ที่ทำงาน	4.103	0.938	มากที่สุด
ใกล้ครอบครัว	3.730	1.156	มาก
ใกล้รถไฟฟ้า	3.648	1.094	มาก
ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก	4.030	0.872	มาก
ใกล้สถานที่สำคัญ	3.798	0.961	มาก
ใกล้ทางด่วน	3.848	1.026	มาก
<b>ด้านประเภทผลิตภัณฑ์</b>			
คอนโดมิเนียม	3.158	1.301	ปานกลาง
บ้านเดี่ยว หรือ บ้านแฝด	3.988	1.125	มาก
ทาวน์เฮาส์หรือ ทาวน์โฮม	2.973	1.100	ปานกลาง
อาคารพาณิชย์ หรือ ตึกแถว	2.340	1.026	น้อย
<b>ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์</b>			
รูปทรงทันสมัย	3.985	0.788	มาก
พื้นที่ใช้สอยลงตัว	4.343	0.736	มากที่สุด
เน้นนวัตกรรมใหม่ๆ	3.933	0.860	มาก
เน้นพื้นที่สีเขียว	4.195	0.857	มาก
พื้นที่จอดรถเพียงพอ	3.970	0.872	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (สระว่ายน้ำ ฟิตเนส)	3.810	1.030	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.485	0.736	มากที่สุด

จำนวนบ้านหรือห้องชุดในโครงการ ไม่หนาแน่นเกินไป	4.108	0.856	มาก
งานก่อสร้างมีคุณภาพคุณภาพ	4.625	0.671	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขาย			
ส่วนลดเงินสด	4.240	0.857	มากที่สุด
บัตรกำนัลหรือของแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.823	1.022	มาก
ตกแต่งพร้อมเฟอร์นิเจอร์ครบชุด	4.115	0.990	มาก
มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ มอบให้ เช่น Fix ที่จอดรถ	4.143	0.935	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านความต้องการที่จะมีการซื้อที่อยู่อาศัย จำแนกรายด้านของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อไม่เกิน 2 ล้านบาทในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 3-5 ล้านบาท มีความต้องการซื้อในระดับปานกลาง และราคาระหว่าง 6-8 ล้านบาท มีความต้องการซื้อในระดับน้อย ส่วนที่มีความต้องการน้อยที่สุดในด้านนี้คือ ราคาสูงกว่า 8 ล้านบาทขึ้นไป มีความต้องการซื้อในระดับน้อยที่สุด

ด้านทำเล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อใน ทำเลใกล้ที่ทำงาน ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือทำเลที่ต้องการระดับมาก คือ ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตลาดมินิมาร์ท ห้างสรรพสินค้าโรงพยาบาล ฯลฯ ใกล้ทางด่วน ใกล้สถานที่สำคัญ ใกล้ครอบครัว และใกล้รถไฟฟ้า

ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ คอนโดมิเนียม และ ทาวน์เฮาส์ หรือทาวน์โฮม มีความต้องการซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่มีความต้องการน้อยในด้านนี้ คือ อาคารพาณิชย์ หรือตึกแถว

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความต้องการงานก่อสร้างมีคุณภาพ ระเบียบรักษาความปลอดภัยที่ดี และพื้นที่ใช้สอยลงตัว อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนที่มีคะแนนเฉลี่ยความต้องการน้อยที่สุดในด้านนี้ คือ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนสอินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการส่วนลด เงินสดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการสิทธิพิเศษต่างๆ (เช่น Fix ที่จอดรถ หรือ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี ฯลฯ) ตกแต่งพร้อม เฟอร์นิเจอร์ครบชุด และบัตรกำนัลหรือของแถม (เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า)

### ข้อเสนอแนะ

ความต้องการของคนทุกยุคทุกสมัย ยังมีความต้องการบ้านเดี่ยว หรือบ้านแฝด เพราะมีความคาดหวังความมั่นคงในชีวิต ด้วยการมีบ้านเป็นของตนเอง เป็นส่วนตัวและมีขนาดใหญ่ขึ้น ดังนั้นจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้เห็นแนวทางการเติบโตในตลาดที่อยู่อาศัยใหม่ในอนาคตได้ว่า ตลาดแนวราบยังอยู่ในความสนใจของผู้บริโภคเป็นหลัก แม้กระทั่งกลุ่มคน Generation ใหม่ที่คิดว่ามีความแตกต่างทางค่านิยมและการใช้ชีวิต แต่กลับพบว่ายังคงความเป็นอนุรักษ์นิยมเช่นเดียวกับในอดีต การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแนวสูง (คอนโดมิเนียม อาคารชุด) มากจนเกินพอดี จึงอาจมีสนองตอบความต้องการได้เพียงระยะสั้นเท่านั้น แต่สุดท้ายแล้ว ผู้บริโภคยังต้องการบ้านเดี่ยวสูงสุด หากเป็นเช่นนั้นตลาด คอนโดมิเนียมอาจเป็นเพียงตลาดของนักเก็งกำไรเท่านั้น เพราะ real demand ที่แท้จริงยังมุ่งหวังไปที่ตลาดแนวราบเป็นสำคัญ





เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2554). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 26, 2560, จาก <http://203.113.86.149/hpstat9/people2.htm>

นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Alonso, W. (1964). *Location and land use: Toward a general theory of land rent*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: New York Harper and Row.