

Analysis of Differences in Factors that Supporting Home Purchase Decision of Home Buyers at 39th -43rd House and Condo Expo: Before and after the Emergence of COVID-19 Pandemic Outbreak
การวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโดครั้งที่ 39-43 : ก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19

Yuwadee siri¹

Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

ยิวดี ศิริ²

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

zooaey@gmail.com

Apinya Ingard³

Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University

อภิญา อิงอาจ⁴

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

apinya.i@hotmail.com

Received : 2024-03-25

Revised : 2023-05-27

Accepted : 2023-05-30

¹ Associate Professor

² รองศาสตราจารย์

³ Assistant Professor, Ph.D

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.

Abstract

This research aims to compare homebuyers' behavior and support factors for decision-making before and after the COVID-19 pandemic outbreak. The key question is whether the pandemic has changed homebuyers' behavior and decision-making process. Statistical analysis is used to examine the relationship between variables affecting the purchase decision before and after the pandemic. The data is collected from questionnaires administered by the Real Estate Information Center, Government Housing Bank, to 1,081 homebuyers at the 39th-43rd House and Condo expo.

The results of the study found that there was inconsiderable difference in behavior related to attribute information such as the gender of house buyers. Before the COVID-19 pandemic outbreak, the proportion of buyers was higher than after the COVID-19 occurred. The results found that before the COVID-19 pandemic outbreak, the majority of buyers were males in the age under 30 years and more interested in buying condominiums than other types of housing. However, after the COVID-19 pandemic outbreak, it was found that the majority of buyers were female in the age between 31 to 40 years and more interested in buying townhouses than other types of housing. When considering the variables related to factors supporting home purchases before and after the COVID-19 pandemic outbreak, by sorting the factors with the highest importance to the factors with the least importance, it was found that the location factor is the most important. Secondly were services, pricing, and credit factors respectively. When considering all aspects of information, conclusions are shown that before and after the COVID-19 pandemic outbreak, gender does not affect changed. However, it was found that the residential style has changed mainly from condominiums to townhouse and the age range with a higher average age of home purchaser effect in the same direction as the COVID-19 pandemic outbreak. That is, when most people have to change their behavior to work from home, there is an increased demand for usable space for working at home.

Keywords: housing purchase decision, housing demand and supply

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเด็นสำคัญว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้พฤติการณ์ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ ทั้งนี้ โดยนำหลักเกณฑ์ทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ผลเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ต่อตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทั้งก่อนและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยใช้ฐานข้อมูลจากแบบสอบถามที่ทางศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่ได้เก็บรวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโดครั้งที่ 39-43 จำนวนรวม 1,081 ชุด

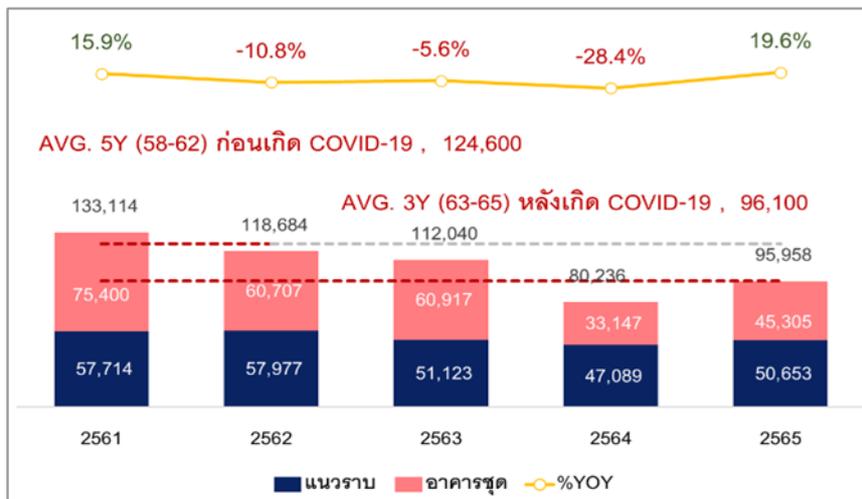
ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมที่เกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะ เช่น เพศของผู้ซื้อทั้งก่อนและหลังมีสัดส่วนแตกต่างกันเล็กน้อย ช่วงก่อนเกิดโควิด-19 ผู้จองซื้อที่มีสัดส่วนสูงกว่าหลังเกิดโควิด-19 ในกลุ่มไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มมากกว่า 40 ปี โดยพบว่า ก่อนเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดนั้น กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย อายุไม่เกิน 30 ปี และสนใจซื้อคอนโดมิเนียมมากกว่าที่อยู่อาศัยในรูปแบบอื่น แต่ภายหลังการเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดแล้วพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 31-40 ปี และสนใจซื้อทาวน์เฮ้าส์มากกว่าที่อยู่อาศัยในรูปแบบอื่น แต่เมื่อพิจารณาจากตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุนการซื้อที่อยู่อาศัยทั้งก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์ โดยการเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากไปหาปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยพบว่า ปัจจัยด้านทำเลมีความสำคัญสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นปัจจัยด้านบริการ ด้านราคา และด้านสินเชื่อตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลทุกด้านประกอบกันสามารถสรุปได้ว่า ก่อนและหลังการเกิดโควิด -19 เพศไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง แต่กลับพบว่า ลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนแปลงจากความต้องการคอนโดมิเนียมไปสู่ทาวน์เฮ้าส์เป็นส่วนใหญ่ และช่วงอายุที่มีค่าเฉลี่ยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยที่สูงมากขึ้น ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับวิกฤตการณ์โควิด-19 กล่าวคือ เมื่อคนส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานที่บ้าน (work from home) จึงมีความต้องการพื้นที่ใช้สอยในการทำงานที่บ้านเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย อุปสงค์-อุปทานด้านที่อยู่อาศัย

บทนำ

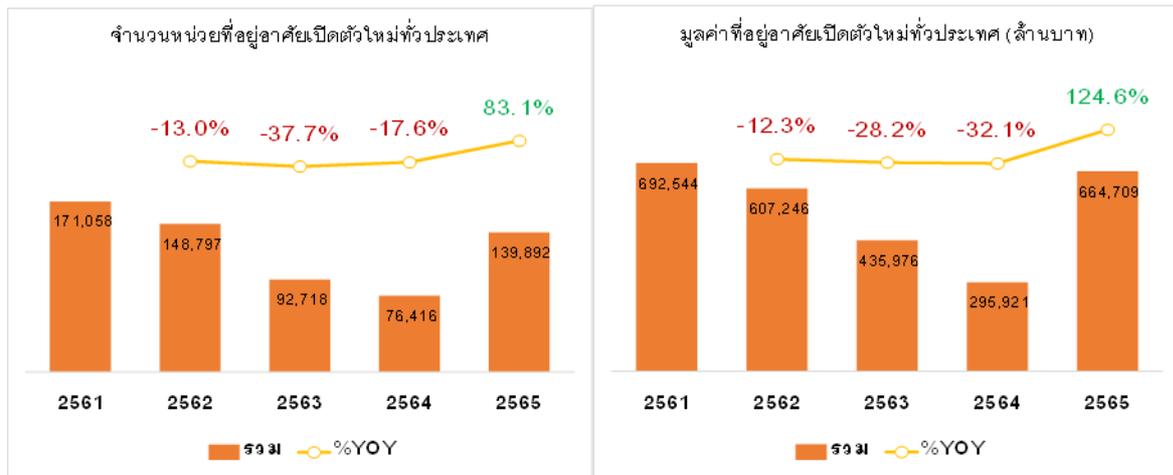
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ โดยมูลค่าของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทยคิดเป็นสัดส่วนถึง 10-12% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) (Krungsri Research, 2024) อีกทั้งพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น มีรากฐานมาจากเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม หากพิจารณาจากกลไกทางเศรษฐกิจพบว่า ที่อยู่อาศัยมีบทบาทสำคัญใน 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค และส่วนที่เป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุน อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่อทางลบกับเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและหนึ่งในภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างมากคือ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานที่อยู่อาศัย

ในด้านอุปทานที่อยู่อาศัยข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ รายงานว่า ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2562-2564 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยลดลงจากปีก่อนหน้าลงมาร้อยละ -10.8, -5.6 และ -23.8 ตามลำดับ และเริ่มฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งมีอัตราการเติบโตจากปีก่อนหน้า (YoY) ร้อยละ 19.6 อย่างไรก็ตาม จำนวนหน่วยสร้างเสร็จจดทะเบียนเฉลี่ยประมาณ 96,100 หน่วยต่อปี ในช่วงหลังโควิดซึ่งยังคงมีจำนวนน้อยกว่าช่วงก่อนโควิด (ช่วงปี พ.ศ. 2558-2562) ที่มีจำนวนเฉลี่ย 124,600 หน่วยต่อปี ซึ่งเกิดจากโครงการที่กำลังก่อสร้างหยุดชะงักจากปัญหาแพร่ระบาดจากการติดเชื้อในไซต์งานก่อสร้าง ทำให้มีการบังคับใช้มาตรการการควบคุมโรคทำให้การก่อสร้างล่าช้ากว่าแผน (ภาพที่ 1)



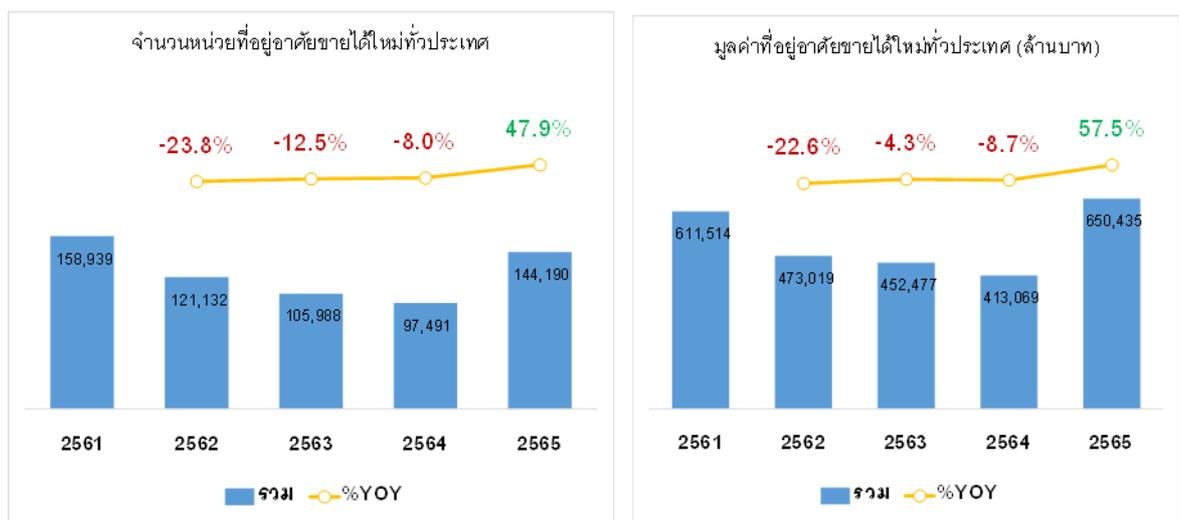
ภาพที่ 1 จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในกรุงเทพและปริมณฑล ระหว่างปี พ.ศ.2561-2565

การลดลงของที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนดังกล่าว สอดคล้องกับจำนวนที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ทั่วประเทศที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2564 โดยในปี พ.ศ. 2564 ลดลงมากที่สุดเหลือเพียง 76,416 หน่วย เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นช่วงก่อนโควิดที่มีที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ประมาณ 171,058 หน่วย สะท้อนภาพตลาดที่โครงการเปิดตัวใหม่ถูกเลื่อนออกไปเนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการลดลงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการอยู่อาศัยและสภาพเศรษฐกิจ ทั้งนี้ จำนวนที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่เริ่มฟื้นตัวขึ้นในปี พ.ศ. 2565 ที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.1 (ภาพที่ 2)



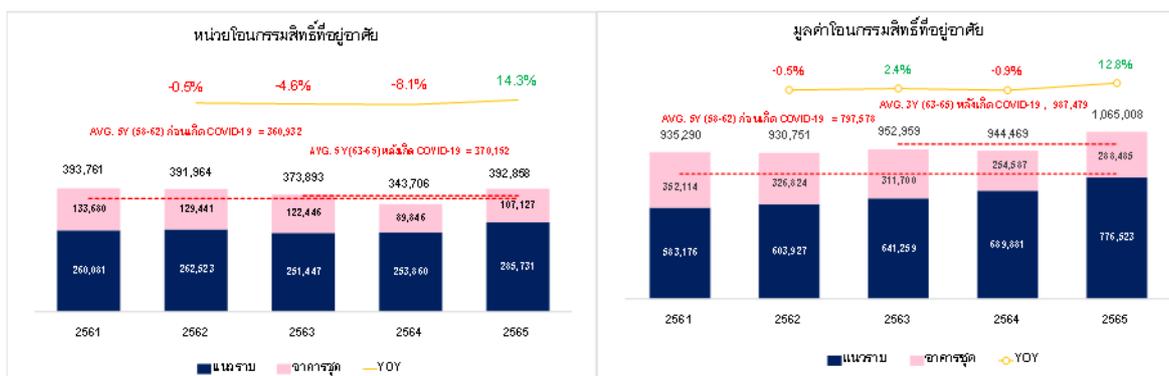
ภาพที่ 2 ที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ.2561-2565

ในด้านอุปสงค์ที่อยู่อาศัย พบว่า ที่อยู่อาศัยขายใหม่ทั่วประเทศมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ.2562-2564 เช่นเดียวกัน โดยทั้งจำนวนหน่วยและมูลค่าลดลงมากกว่าร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2562 อย่างไรก็ตามหากพิจารณาแยกตามประเภทของที่อยู่อาศัย จะพบว่า ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์ มีหน่วยขายได้ใหม่เฉลี่ยสูงกว่าช่วงก่อนโควิดสะท้อนว่า ที่อยู่อาศัยในกลุ่มแนวราบได้รับผลกระทบน้อยกว่าที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด เนื่องจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคที่มีความต้องการพื้นที่ใช้สอยที่เพิ่มมากขึ้นและเป็นสัดส่วน ตอบสนองต่อการทำงานแบบ work from home ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรการเพื่อการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาด (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ที่อยู่อาศัยขายได้ใหม่ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ.2561-2565

ในขณะที่ข้อมูลจำนวนหน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศมีทิศทางลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2562-2564 ในช่วงร้อยละ -0.5 ถึง -8.1 เนื่องจากกำลังซื้อหดตัวลง ผู้บริโภคชะลอการก่อหนี้และระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยมีทิศทางที่คงตัวและเริ่มมีทิศทางเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2565 (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 จำนวนหน่วยและมูลค่า การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ.2561-2565

จากการจัดงาน“งานมหกรรมบ้านและคอนโด” โดยมีการนำที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและแนวสูงมาเปิดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่ต้องการที่อยู่อาศัย ข้อมูลสถิติมูลค่าขายได้จากการจองซื้อที่อยู่อาศัยภายในงานที่ผ่านมา พบว่า งานครั้งที่ 38-44 มียอดขายภายในงานเฉลี่ยประมาณ 4,575 ล้านบาท และงานครั้งที่ 38 (มีนาคม พ.ศ. 2561) มียอดขายมากที่สุดประมาณ 8,000 ล้านบาท เนื่องจากเป็นช่วงที่ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้ดีดูได้จากข้อมูล GDP ในปี พ.ศ. 2561 ที่ขยายตัวร้อยละ 4.1 ในขณะที่งานครั้งที่ 41 (กันยายน พ.ศ. 2562) มียอดขายน้อยที่สุดประมาณ 3,500 ล้านบาท เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างช่วงก่อนและหลังโควิด-19 พบว่า ช่วงก่อนโควิด-19 (ครั้งที่ 38-41) มียอดขายภายในงานเฉลี่ย 4,981 ล้านบาท ในขณะที่ช่วงหลังโควิด-19 (ครั้งที่ 42-44) มียอดขายภายในงานเฉลี่ย 4,033 ล้านบาท ซึ่งลดลงร้อยละ -19.03 จากช่วงก่อนโควิด-19 สะท้อนให้เห็นสถานการณ์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่มักเป็นไปในทิศทางเดียวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าขายได้ภายในงานมหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 38-44

	ครั้งที่	ช่วงที่จัดงาน	มูลค่าขายได้ในงาน	% การเปลี่ยนแปลงเทียบกับครั้งที่ก่อนหน้า
ก่อนเกิด COVID-19	38	15-18 มี.ค. 61	8,000	105.1%
	39	4-7 ต.ค. 61	4,000	-50.0%
	40	21-24 มี.ค. 62	4,423	10.6%
	41	12-15 ก.ย. 62	3,500	-20.9%
หลังเกิด COVID-19	42	27-30 ต.ค. 65	3,600	2.9%
	43	23-26 มี.ค. 66	4,500	25.0%
	44	2-5 พ.ย. 66	4,000	-11.1%

Source: Housing supply and demand forecast 2023 by Real Estate Information Center Government Housing Bank, 2023b. (<https://www.reic.or.th/Product/Magazine>).

จากข้อมูลข้างต้น จึงเกิดประเด็นคำถามว่า วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนทั่วไปเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดหรือไม่ อย่างไร

คำถามในงานวิจัย

1. ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 39-43 ทั้งโดยรวมและจำแนกตามช่วงเวลาก่อนและหลังการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. ปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยระหว่างช่วงเวลาก่อนและหลังการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 39-43 ทั้งโดยรวมและจำแนกตามช่วงเวลาก่อนและหลังการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยระหว่างช่วงเวลาก่อนและหลังการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละปัจจัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงเวลาก่อนและหลังการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจปัจจัยที่ใช้สนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในระหว่างก่อนและหลังการเกิดวิกฤต โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อวงการอสังหาริมทรัพย์ในการใช้วางแผนการสร้างที่อยู่อาศัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ได้รับผลกระทบทางลบจากวิกฤตการณ์ใดวิกฤตการณ์หนึ่ง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โดยธรรมชาติมนุษย์ต้องการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมตามอัตภาพ ในบริบทที่ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตได้กล่าวถึงความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์ไว้ว่า สาเหตุที่ทำให้บุคคลอยากเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย แม้ว่าการเป็นเจ้าของหน่วยที่อยู่อาศัยนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มากกว่าการเช่ามาก แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้ต้องการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยโดยมีเหตุผลทั้งทางด้านสังคม เช่น การสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัว มีความเป็นอยู่ที่ดีในตอนเช้า ได้รับการนับหน้าถือตาในสังคม ฯลฯ หรือเหตุผลทางเศรษฐกิจ เช่น เป็นการลงทุน เป็นสิ่งจูงใจให้รู้จักเก็บออม เป็นต้น

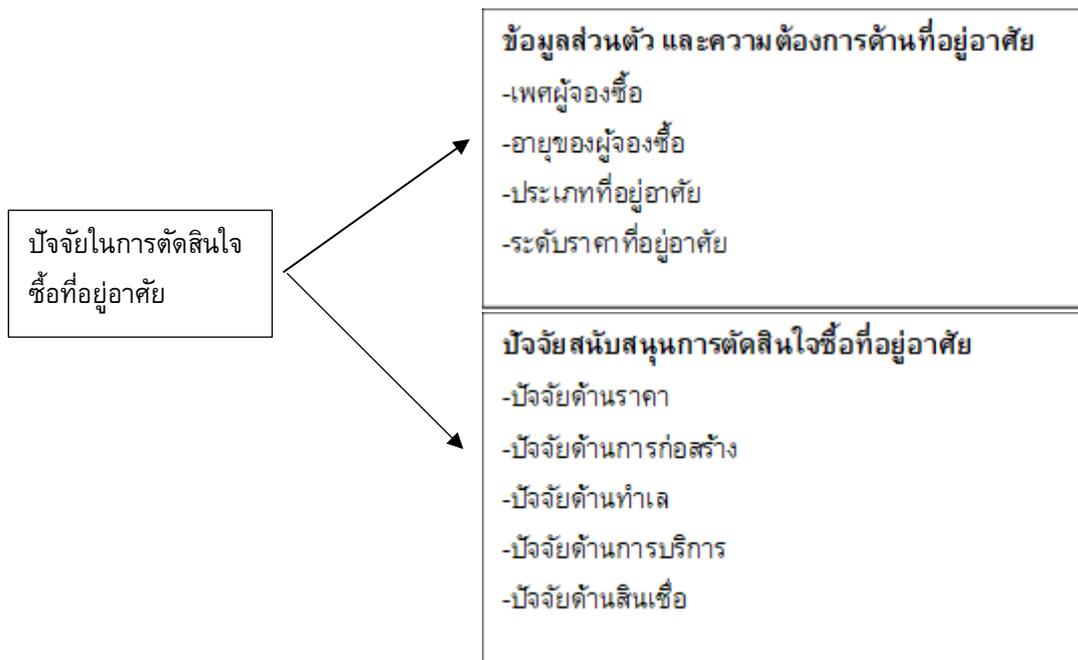
Kotler (2003) ได้กล่าวถึงหลักการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นนับเป็นการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคโดยใช้คำถามหลักในการค้นหาพฤติกรรมจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ (1) ใครบ้างที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย (2) ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (3) ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (4) ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ (7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ในขณะที่ Rewat Chatreevisish (2010) กล่าวว่า การอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นควรใช้แบบจำลอง Stimulus—Buyer's black box—Buyer's response กล่าวคือ เหตุจูงใจทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของ

ผู้บริโภค (buyer's black box) ที่เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิต หรือนักการตลาดไม่สามารถคาดคะเนได้เมื่อผู้บริโภครับรู้ต่อสิ่งกระตุ้นและเกิดความต้องการแล้ว จึงจะเกิดการซื้อ หรือการตอบสนอง (buyer's response) ขึ้น

นอกจากนี้แล้ว ศาสตราจารย์ฟิลลิป คอตเลอร์ ยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งเร้า หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อไว้ดังนี้ ปัจจัยทางวัฒนธรรม (cultural factors) เป็นพื้นฐานของความคิดมนุษย์ทุกคน ที่ซึมซับเข้ามาอย่างไม่รู้ตัว วัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยมที่แตกต่างกันไปก็จะส่งผลให้คนคิดไม่เหมือนกัน ปัจจัยทางสังคม (social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นแบบอย่างหรือทรงอิทธิพลต่อความคิด เช่น ครอบครัว บทบาทและสถานภาพ ผู้ที่มีสถานภาพ หรือมีหน้ามีตาในสังคมย่อมนิยมเลือกใช้ของที่มีคุณภาพดี หรือบ่งบอกสถานภาพทางสังคมของคนผู้นั้นได้ ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) การตัดสินใจซื้อย่อมได้รับอิทธิพลโดยตรงจากลักษณะส่วนบุคคล และความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ ได้แก่ อายุ อาชีพ และสถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ

กรอบแนวคิด

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น จึงนำมากำหนดตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ สถานการณ์การเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยจะศึกษาเปรียบเทียบระหว่างช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นตัวแปรต้นในการศึกษาครั้งนี้ และศึกษาถึงตัวแปรตามที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ข้อมูลประชากรศาสตร์และความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ประเภทที่อยู่อาศัย และช่วงราคาของที่อยู่อาศัย และ (2) ปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการก่อสร้าง ปัจจัยด้านทำเล ปัจจัยด้านบริการ และปัจจัยด้านสินเชื่อ ดังกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโดครั้งที่ 39-43 (พ.ศ. 2561-2566) จำนวน 1,371 ชุด ซึ่งจัดเก็บข้อมูลโดยศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยการแจกแบบสอบถามแบบไม่เจาะจงซึ่งแจกกับผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยที่สะดวกตอบแบบสอบถามจำนวน 1,371 คน อย่างไรก็ตามหลังจากได้ลงข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้แยกแยะชุดข้อมูลด้วยโปรแกรมการทางสถิติ SPSS และตัดทอนแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไปจำนวน 290 คน จึงเหลือข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ในครั้งนี้นับจำนวน 1,081 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาโดยศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามในส่วนที่เป็นข้อมูลประชากรศาสตร์และความต้องการด้านที่อยู่อาศัยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ 1 รายการ และแบบสอบถามปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจำนวน 5 ด้านมีลักษณะแบบประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ (1 คือ น้อยที่สุด ถึง 5 คือ มากที่สุด) และผู้วิจัยได้นำข้อมูลในส่วนของการประเมินค่าความสำคัญมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นในแต่ละด้าน พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นตามวิธีการ Cronbach's alpha ของปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการก่อสร้าง ปัจจัยด้านทำเล ปัจจัยด้านบริการ และปัจจัยด้านสินเชื่อ เท่ากับ 0.895, 0.897, 0.833, 0.908 และ 0.943 ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ว่า เป็นแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในที่เหมาะสมเนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในบทความวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ลักษณะทางสังคมของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 39-43

1. สถานภาพทางสังคมของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยจำนวน 1,081 คน โดยเฉลี่ยพบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศชายเฉลี่ยร้อยละ 40.3 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.4 ส่วนใหญ่มีสถานะโสด โดยสัดส่วนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 70.8 ในขณะที่เป็นผู้สมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 29.2 ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 31-40 ปี และ 21-30 ปี เป็นสัดส่วนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 37.3 และ 36.7 ตามลำดับ

2. สถานภาพด้านเศรษฐกิจของผู้จองซื้อ ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 30,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาคือ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 50,001-70,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลความสามารถในการผ่อนชำระที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.6 ซึ่งเป็นระดับที่ผู้มีรายได้ 30,001-50,000 บาทต่อเดือนสามารถจ่ายได้

3. สถานภาพด้านความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ที่จองซื้อพบว่า ประเภทที่อยู่อาศัยที่ซื้อในงานส่วนใหญ่เป็นคอนโดมิเนียมเฉลี่ยร้อยละ 48.5 รองลงมา ได้แก่ ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยวเฉลี่ยร้อยละ 30.3 และ 16.2 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสัดส่วนการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมอย่างมากจากข้อมูลครั้งที่ 42 และ 43 ซึ่งจัดขึ้นในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า สัดส่วนผู้ซื้อคอนโดมิเนียมเฉลี่ยลดลงเป็นร้อยละ 32.9 จากเดิมช่วงก่อนโควิด-19 ที่มีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ประมาณร้อยละ 59.0

ในด้านราคาที่อยู่อาศัยมีผู้จองซื้อเฉลี่ยส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 76.7 อยู่ในระดับราคาต่ำกว่า 4.00 ล้านบาท โดยช่วงที่ซื้อมากที่สุดอยู่ในช่วงระดับราคา 2.00 - 2.99 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40.7 ในขณะที่ช่วงระดับราคาที่มีคนซื้อน้อยที่สุดคือ

ระดับราคาเกิน 15.00 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.4 แต่หากพิจารณาจากข้อมูลที่ซื้อครั้งที่ 42 และ 43 ที่จัดขึ้นหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ที่อยู่อาศัยในระดับราคาต่ำกว่า 4.00 ล้านบาท มีสัดส่วนลดลง ในขณะที่กลุ่มราคาตั้งแต่ 4.00 ล้านบาทขึ้นไป มีสัดส่วนสูงขึ้น และในด้านสาเหตุความต้องการซื้อของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ซื้อเพื่อต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อต้องการแต่งงาน หรือแยกครอบครัวร้อยละ 14.3 และต้องการความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยด้านสนับสนุนการตัดสินใจโดยรวมของผู้จองซื้อจำแนกออกเป็นด้านราคา ด้านการก่อสร้าง ด้านทำเล ด้านบริการ และด้านสินเชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากค่ามากไปน้อย ได้แก่ ด้านทำเล (Mean = 4.376, SD = 0.595) ด้านบริการ (Mean = 4.340, SD = 0.624) ด้านราคา (Mean = 4.269, SD = 0.588) ด้านสินเชื่อ (Mean = 4.246, SD = 0.697) และด้านการก่อสร้าง (Mean = 4.236, SD = 0.627) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะการจองซื้อที่อยู่อาศัยระหว่างก่อนเกิดโควิด-19 และหลังเกิดโควิด-19 ของผู้จองซื้ออยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 39-43

จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยทั้งหมด 1,081 คน แบ่งเป็นข้อมูลของผู้ซื้อก่อนเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 39 - 41) จำนวน 521 คน (ร้อยละ 48.2) และข้อมูลของผู้ซื้อหลังเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 42-43) จำนวน 560 คน (ร้อยละ 51.8) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโด

ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโด	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเกิดเหตุการณ์ Covid-19 (ครั้งที่ 39 - 41)	521	48.2
หลังเกิดเหตุการณ์ Covid -19 (ครั้งที่ 42 - 43)	560	51.8
รวม	1,081	100.0

สำหรับการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนตัว และความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโดในช่วงเวลา ก่อนและหลังเกิดเหตุการณ์โควิด-19 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละ เป็นดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวกับช่วงเวลาก่อนและหลังเกิดเหตุการณ์โควิด-19

		ก่อนโควิด-19	หลังโควิด-19	รวม
เพศ เพศชาย	จำนวน	230	195	425
	% within เพศ	54.1%	45.9%	100.00%
เพศหญิง	จำนวน	291	365	656
	% within เพศ	44.4%	55.6%	100.00%
ช่วงอายุ ไม่เกิน 30 ปี	จำนวน	81	5	86
	% within อายุ	94.2%	5.8%	100.00%
31 - 40 ปี	จำนวน	285	315	600
	% within อายุ	47.5%	52.5%	100.00%
มากกว่า 40 ปี	จำนวน	110	102	212
	% within อายุ	51.9%	48.1%	100.00%

จากผลที่แสดงดังตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหรรมบ้านและคอนโดระหว่างก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีสัดส่วนของผู้ซื้อเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันเล็กน้อย ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.1) และเมื่อหลังเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.6) ในด้านอายุของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัย พบว่า มีสัดส่วนแตกต่างกันชัดเจนในกลุ่มผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปี กล่าวคือในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 (ร้อยละ 94.2) ส่วนกลุ่มคนที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงหลังเกิดโควิด-19 (ร้อยละ 52.5) และกลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 (ร้อยละ 51.9) แต่ก็ค่อนข้างใกล้เคียงกับคนที่มาในช่วงหลังเกิดโควิด-19 (ร้อยละ 48.1) โดยในด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันในช่วงก่อนและหลังนั้นพบว่า ไม่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ แต่ในช่วงอายุก่อน-หลังกลับส่งผลอย่างมีนัยยะสำคัญซึ่งจะนำมาแสดงผลการวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่อยู่อาศัยกับช่วงเวลาก่อนและหลังเกิดเหตุการณ์โควิด-19

			ก่อนโควิด-19	หลังโควิด-19
ประเภทที่อยู่อาศัย	คอนโดมิเนียม	จำนวน	317	183
		% within Period	60.8%	32.7%
ทาวน์เฮ้าส์		จำนวน	132	237
		% within Period	25.3%	42.3%
บ้านเดี่ยว		จำนวน	57	101
		% within Period	10.9%	18.0%
บ้านแฝด		จำนวน	15	39
		% within Period	2.9%	7.0%
รวม			521	560
ช่วงราคาที่อยู่อาศัย	ไม่	จำนวน	120	73
		% within Period	23.0%	13.0%
เกิน 1.99 ลบ.	2 - 2.99 ลบ.	จำนวน	209	235
		% within Period	40.1%	42.0%
3.00	ลบ. ขึ้นไป	จำนวน	192	252
		% within Period	36.9%	45.0%
รวม			521	560

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อในช่วงก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังตารางที่ 4 พบว่า ในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 ส่วนใหญ่เป็นการซื้อคอนโดมิเนียม และเมื่อหลังเกิดโควิด-19 พบว่า มีจำนวนผู้จองซื้อคอนโดมิเนียมลดลงและหันไปสนใจจองทาวน์เฮ้าส์เพิ่มขึ้น

และเมื่อพิจารณาช่วงราคาของที่อยู่อาศัยที่ผู้จองซื้อระหว่างก่อนและหลังเกิดโควิด-19 พบว่า ช่วงก่อนเกิดโควิดราคาที่อยู่อาศัยที่ผู้จองซื้อส่วนใหญ่จองที่อยู่อาศัยอยู่ในช่วงราคา 2-2.99 ล้านบาท โดยพบว่า ราคาที่อยู่อาศัยที่ผู้ซื้อในช่วงหลังเกิดโควิด-19 มีระดับราคาสูงกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

สำหรับความคิดเห็นของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในงานมหกรรมบ้านและคอนโดในช่วงก่อนและหลังเกิดโควิด-19 ที่มีต่อปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการก่อสร้าง ปัจจัยด้านทำเล ปัจจัยด้านบริการ และปัจจัยด้านสินเชื่อ (ตารางที่ 5) ทั้งนี้ โดยค่าคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ลำดับปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อในภาวะการณ่ปกติผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลเป็นลำดับหนึ่ง โดยจะมีตัวแปรรองเกี่ยวกับวิธีการเดินทาง การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ เป็นต้น

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระหว่างก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ	ก่อนโควิด-19 (n = 521)		หลังโควิด-19 (n = 560)	
	Mean (SD.)	อันดับ	Mean (SD.)	อันดับ
ปัจจัยด้านราคา	4.176 (0.603)	3	4.356 (0.560)	3
ปัจจัยด้านการก่อสร้าง	4.141 (0.648)	5	4.325 (0.593)	4
ปัจจัยด้านทำเล	4.282 (0.625)	1	4.463 (0.552)	1
ปัจจัยด้านบริการ	4.266 (0.608)	2	4.409 (0.631)	2
ปัจจัยด้านสินเชื่อ	4.172 (0.693)	4	4.314 (0.695)	5

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระหว่างก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งสะท้อนว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อในช่วงหลังเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีค่าค่อนข้างสูงกว่าก่อนการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในทุก ๆ ปัจจัย ซึ่งถ้าหากพิจารณาจัดอันดับตามค่าเฉลี่ยมากขึ้นไปน้อย จะเห็นว่าในช่วงก่อนและหลังเกิดโควิด-19 ปัจจัยด้านทำเลเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านบริการ และอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา

ในประเด็นนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทำเล เป็นปัจจัยอันดับหนึ่งที่ผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในวงนวมกรรมบ้านและคอนโดทั้งช่วงก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั้งนี้ พิจารณาได้จากตัวแปรรองในเรื่องวิธีการเดินทางโดยเฉพาะโครงการคมนาคมรวมถึงการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ เป็นต้น รองลงมาอันดับสอง คือปัจจัยด้านบริการ โดยเฉพาะในด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และอันดับสาม คือปัจจัยด้านราคา โดยเฉพาะความสามารถในการจ่าย

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยในวงนวมกรรมบ้านและคอนโดระหว่างก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีสัดส่วนของผู้ซื้อเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน โดยในช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเมื่อหลังเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในด้านอายุของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัย พบว่า มีสัดส่วนต่างกันโดยในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 ส่วนใหญ่เป็นสัดส่วนของผู้ซื้อที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี รองลงมา คืออายุมากกว่า 40 ปี ในขณะที่หลังการเกิดโควิด-19 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ในกรณีดังกล่าวหากนำข้อมูลไปวิเคราะห์ร่วมกับภาวะสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงระยะเวลาที่เกิดโควิด-19 จะพบว่า ในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 นั้น กำลังซื้อในกลุ่มผู้มีอายุไม่เกิน 30 ปีมีความเชื่อมั่นในการลงทุนเพราะเศรษฐกิจในช่วงนั้นมีการขยายตัวอย่างมาก (Krungsri Research, 2024) ดังนั้นเมื่อกลุ่มคนรุ่นใหม่ยังไม่พบความผันผวนทางเศรษฐกิจใด ๆ จึงกล้าที่จะตัดสินใจลงทุนในเรื่องที่อยู่อาศัย แต่เมื่อเกิดโควิด-19 แล้ว ทำให้เกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมากทำให้กลุ่มผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีชะลอการตัดสินใจ สัดส่วนในช่วงหลังการเกิดโควิด-19 จึงลดน้อยลง (Krungsri Research, 2024) ส่วนกลุ่มที่มีความต้องการและมีความจำเป็นในด้านที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะกลุ่ม

ผู้มีอายุ 31-40 ปี ซึ่งส่วนใหญ่สามารถอนุมานได้ว่า เป็นกลุ่มผู้ที่มีครอบครัว จึงยังมีเหตุผลความต้องการทางสังคมอยู่ เช่น คู่สมรสที่กำลังจะแต่งงาน หรือการมีสมาชิกในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ยังต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเมื่อถึงช่วงระยะเวลาที่จำเป็น แม้ว่าเกิดโควิด-19 ก็ตาม ดังนั้นอายุในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 จึงมีความแตกต่างกันอันเป็นผลมาจากวิกฤตการณ์ดังกล่าว ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ที่กล่าวว่า เหตุการณ์สำคัญเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลต่ออุปสงค์ของที่อยู่อาศัย

สำหรับผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า ในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 ส่วนใหญ่เป็นการซื้อคอนโดมิเนียม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sunchai Thanawibulchai (2016) และหากนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ร่วมกับช่วงอายุของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยก่อนการเกิดโควิด-19 จะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องกันอย่างมากโดยเฉพาะกับกลุ่มช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มวัยทำงานตอนต้นเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน หรือมีการเดินทางที่สะดวกใกล้รถไฟฟ้า ซึ่งประเด็นนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pornraht Pongprasert (2019) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยใกล้รถไฟฟ้า แต่พอช่วงหลังเกิดโควิด-19 เป็นต้นมา พบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อทาวน์เฮ้าส์ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงช่วงอายุประกอบ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี อันเป็นกลุ่มที่เริ่มสร้างครอบครัวจึงมีความต้องการพื้นที่ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ที่กล่าวว่า จำนวนคนในครอบครัว (จำนวนประชากร) เพิ่มมากขึ้นเป็นสาเหตุหนึ่งของการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งอย่างไรก็ดีทั้งการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัยกับช่วงอายุมีความสอดคล้องกันทั้งก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์โควิด-19

เมื่อพิจารณาช่วงราคาของที่อยู่อาศัยที่ผู้ซื้อซื้อระหว่างก่อนและหลังเกิดโควิด-19 พบว่า ช่วงก่อนเกิดโควิด-19 ราคาที่อยู่อาศัยที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้ออยู่ในช่วงราคา 2-2.99 ล้านบาท เมื่อพิจารณาร่วมกับรูปแบบที่ซื้อคือ คอนโดมิเนียมเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับช่วงอายุที่ไม่เกิน 30 ปี จึงมีความสอดคล้องกันทั้งระดับราคา รูปแบบ และช่วงอายุ ในขณะที่เดียวกันก็พบว่า หลังเกิดโควิด-19 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงราคาตั้งแต่ 3.00 ล้านบาทขึ้นไป และผลที่พบว่า ราคาที่อยู่อาศัยที่ผู้ซื้อในช่วงหลังเกิดโควิด-19 มีราคาเฉลี่ยสูงกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น ทั้งนี้ จะเห็นว่า ข้อมูลทั้งทางด้านระดับราคาและลักษณะรูปแบบที่อยู่อาศัยมีความสอดคล้องกับวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นกล่าวคือ ผู้ซื้อซื้อในช่วงอายุดังกล่าวคือ ผู้ที่มีช่วงอายุในวัยทำงานและเริ่มสร้างครอบครัว เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รูปแบบการทำงานแบบ work from home ทำให้เกิดความต้องการพื้นที่การทำงานมากขึ้น ผู้ซื้อซื้อภายหลังเกิดวิกฤตการณ์จึงปรับเปลี่ยนความต้องการจากคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่ใช้สอยน้อยมาเป็นทาวน์เฮ้าส์ หรือบ้านเดี่ยวที่มีพื้นที่ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ราคาของที่อยู่อาศัยในลักษณะนี้มีราคาสูงขึ้นในลักษณะที่มีความสัมพันธ์กัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยทราบเป็นอย่างดีว่า งานนทกรรมบ้านและคอนโดฯ เป็นงานที่รวบรวมจำนวนโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายให้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยไว้มากที่สุด และมีการจัดงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี จึงนับได้ว่า ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของผู้ตัดสินใจซื้อสามารถสะท้อนภาพความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี ผลการวิจัยนี้จึงสามารถตอบโจทย์บางประการถึงความต้องการผู้บริโภคเมื่อมีภาวะทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำลงได้ในระดับหนึ่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการจะได้ทราบว่า เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ใดที่ส่งผลกระทบต่อภาวะทางเศรษฐกิจจนอาจทำให้การขายอสังหาริมทรัพย์มีสัดส่วนลดลงอย่างเช่น กรณีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้ประกอบการควรจะต้องพิจารณาให้ความสนใจในปัจจัยใดเพิ่มเติม อาทิเช่น การต้องการพื้นที่ส่วนกลางที่สามารถ

ปรับเปลี่ยนการใช้งานได้หลาย ๆ รูปแบบ หรือพื้นที่ภายในหน่วยที่อยู่อาศัยที่เป็นสัดส่วนเพื่อตอบสนองการ work from home หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อลดการสัมผัสอันเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคอันจะเป็นการลดจำนวนสินค้าคงค้างในตลาดไม่ให้เกิดอุปทานส่วนเกินจนมากเกินไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ดำเนินการจัดเก็บโดยศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ มาวิเคราะห์ผลในทางสถิติเพื่อจะตอบคำถามในงานวิจัยว่า พฤติกรรมของผู้จองซื้อที่อยู่อาศัยก่อนและหลังการเกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด -19 ซึ่งแม้ว่า ข้อมูลจะแสดงผลทางสถิติที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ แต่พบว่า ในการออกแบบเครื่องมือที่นำไปใช้เก็บข้อมูลนั้น ผู้สร้างเครื่องมือยังขาดการเก็บข้อมูลตัวแปรรองที่สำคัญในทุกบริบทของข้อความทางด้านปัจจัยที่จะสามารถนำไปแสดงผลให้เห็นรายละเอียดที่แท้จริงต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยอย่างเป็นรูปธรรมได้ ซึ่งหากต่อไปจะมีการเพิ่มเติมข้อมูลส่วนนี้เข้าไปในแบบสอบถามที่จัดเก็บในงานมหกรรมบ้านและคอนโด ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่แท้จริงได้ก็จะสามารถขยายความเข้าใจของตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์ให้เห็นภาพชัดเจนถึงแนวทางการความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อผู้ประกอบการจะนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี

References

- Chatreevisish, R. (2010). *Strategic management*. Inhouse Knowledge. (in Thai).
- Kotler, Phillip. (2003). *Marketing management*. Pearson Education.
- Krungsri Research. (2023). *Business/industry outlook 2024 – 2026: Residential business in Bangkok and metropolitan area*. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/housing-in-upcountry>
- Krungsri Research. (2024). *Business/industry trends 2024-2026: Residential business in Bangkok and metropolitan area*. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/housing-in-bmr/io/housing-in-bmr-2024-2026>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Pongprasert, P. (2019). Factors affecting the residential location choice near urban rail station in CBD area: A case study of transit-supportive real estate development in Bangkok. *Journal of Business, Economics and Communications*, 14(1), 136-149. (in Thai).
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2018). *Report on the demand for purchasing addresses at the 39th House and Condo Expo, October 2018*. REIC-Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2019a). *Report on the demand for purchasing addresses at the 40th House and Condo Expo, March 2019*. REIC-Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2019b). *Report on the results of purchasing demand at the 41st House and Condo Expo, September 2019*. REIC-Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2022). *Report on the demand for purchasing addresses at the 42nd House and Condo Expo, October 2022*. REIC-Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2023a). *Housing*. <https://www.reic.or.th/Product/Chart/1/Housing>
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2023b). *Housing supply and demand forecast 2023*. <https://www.reic.or.th/Product/Magazine>
- Real Estate Information Center Government Housing Bank. (2023c). *Report on the demand for purchasing addresses at the 43rd House and Condo Expo, March 2023*. REIC-Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Thanawibulchai, S. (2016). *Factors influencing decision making on purchasing condominiums along the BTS and MRT lines in Bangkok and metropolitan area* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University.