

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป สภาพเศรษฐกิจ สังคมและที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ที่ตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยในโครงการอาคารชุดระดับราคาปานกลางที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า เพื่อทราบถึงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพเศรษฐกิจ และสังคมของผู้ซื้อกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อว่ามีคุณลักษณะหรือพฤติกรรมการอย่างไร การได้มาของข้อมูลครั้งนี้ คือ (1) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยข้อมูลครั้งนี้ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ตัวอย่าง จากผู้ที่ซื้อห้องชุดพักอาศัยในโครงการซีดีโฮม รัชดา และสุขุมวิท ในช่วงปี 2548 ซึ่งทั้ง 2 โครงการประสบความสำเร็จสามารถขายหมดในระยะเวลาอันสั้น คือภายใน 1 สัปดาห์ จากจำนวนกว่า 1,000 ยูนิต และ (2) ข้อมูลโครงการ ที่อยู่ผู้ซื้อ จากฐานข้อมูลของบริษัทฯ

จากการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี เป็นผู้มีรายได้สูง คือรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป มีถึง 62.6% โดยแต่แรกตั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้ที่รายได้ต่อเดือนประมาณ 25,000-40,000 บาท แต่พบว่ามีเพียง 3.7% เท่านั้น และส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท 43.7% อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 48% ซึ่งมีที่พักอาศัยในปัจจุบันเป็นบ้านเดี่ยวและเป็นเจ้าของเอง โดยปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ซื้อให้ความสำคัญมาก 3 ลำดับแรก คือ ทำเล, ที่ตั้ง และชื่อเสียงผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อไม่ได้เปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ เมื่อเข้าสอบถามรายละเอียดโครงการครั้งแรกก็ตัดสินใจซื้อทันที โดยส่วนใหญ่พบว่าจะตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง และกลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่ทราบข้อมูลโครงการมาจากเพื่อน-ญาติ แนะนำ 30.9%

โดยพบว่าเหตุผลในการตัดสินใจของผู้ซื้อสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ คือ (1) ซื้อเพื่อการลงทุน มีถึง 45% (2) เพื่อเก็งกำไรมี 16.9% (3) ซื้อเพื่อพักอาศัย 37.7% (แยกเป็นซื้อเพื่อให้ญาติ / ลูกพักอาศัย 13.1%, เพื่อพักอาศัยเอง 12.3% และเพื่อเป็นบ้านพักอาศัยหลังที่ 2 12.3%) โดยพบว่าผู้ซื้อ ที่ซื้อเพื่อการลงทุนและเก็งกำไร รวมกันถึง 61.9% ซึ่งมากกว่าผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยจริง ทางผู้วิจัยสังเกตเห็นประเด็นที่สำคัญที่ค้นพบจากวิจัยฉบับนี้ โดย ผู้ซื้อห้องชุดพักอาศัยในโครงการนี้พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพื่อการลงทุน และเก็งกำไร ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ซื้อจะอยู่ในกลุ่มของ INVESTER ซื้อเพื่อเก็บไว้ให้เช่า หรือขายต่อ เพราะคิดว่าให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากว่าการลงทุนในรูปแบบอื่นๆ โดยปัจจัยในการตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่ตั้ง และชื่อเสียงผู้ประกอบการเป็นหลัก เพราะโครงการอาคารชุดพักอาศัยนี้ยังไม่มีการก่อสร้างเป็นการขายกระดาษก่อน ซึ่งในปัจจุบันโครงการอาคารชุดที่อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามีการเปิดตัวจำนวนมากในอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ถ้าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อเพื่อการลงทุน และเพื่อการเก็งกำไร เริ่มมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ตลาดอาคารชุดพักอาศัยจะต้องเผชิญกับภาวะล้นตลาดอีกครั้งก็ได้ ดังนั้นด้านผู้ประกอบการ และภาครัฐต้องหาแนวทางในการป้องกันไว้แต่เนิ่นๆ

This thesis aims at studying general information and socio-economic conditions of buyers of middle-range condominium projects situated close to an MRT station so as to find out the factors influencing their decision to buy. It also looks at a correlation between the socio-economic status of the buyers and their reasons to buy in order to discover any traits or behavior patterns. The researcher used questionnaires as a research instrument and collected data from 350 subjects who were buyers of City Home Ratchada and Sukhumvit projects during the year 2005. The two projects were very successful and all 1000 units were sold within 1 week after launch. The information about the project and addresses of buyers are from the company's data base.

The findings show that most buyers are aged between 36-45 years old. 62.6% earn a high income--approximately 100,001 baht up per household per month. Initially the project targeted a group of buyers earning about 25,000-40,000 baht per month, but this group actually accounts for only 3.7%. Most of the buyers (43.7%) have a Master's degree and 48% work in a private company. They already own a house. The three most important factors motivating their decision to buy are the area, the location and the reputation of the project entrepreneur. Most buyers of City Home condominium units didn't compare it with other projects and bought the unit upon receiving information of the project on their first visit. Most buyers made their own decision to buy and had heard of the project from friends and relatives (30.9%).

It is found that there are 3 main reasons for buying such condominiums. The first is for investment (45%), while 16.9% bought to make a profit, and 37.7% bought the units for residence (13.1% bought units for their relatives / children while 12.3% bought as their second home). It was found that those who bought for investment and profit making combined account for 61.9%, which outweighs the number of buyers who purchased the units as residences. These investors bought the units so they could lease or sell them to the third party as this yields higher returns than those from other types of investment. The three most important factors motivating the decision to buy were the area, location and reputation of the entrepreneur as the sales took place prior to the project completion. At present more and more condominium projects have mushroomed close to MRT stations and at a faster rate. If most buyers buy units as investment, it may result in an oversupply of condominiums in the future market. The public sector as well as entrepreneurs must therefore join hands to find preventive measures to make sure such problems do not take place.