

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

ของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่

The Relationship between Social Value and Housing Behavior of Generation Y in Chiang Mai Province

ฉันทนา ทับเงิน

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคนเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ อันจะเป็นแนวทางกำหนดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและปรับปรุงโครงการทางอสังหาริมทรัพย์ให้มีความสอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคยิ่งขึ้น สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุระหว่าง 22 ถึง 39 ปี รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สุ่มการศึกษาตามระเบียบหลักวิธีวิทยาการวิจัยสมัยใหม่ อันประกอบไปด้วย 2 ส่วนดังนี้ 1) การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปและค่านิยมสังคมของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา 2) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์และค่านิยมทางสังคมต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 22 ถึง 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท มีสถานภาพโสด มากไปกว่านั้นยังพบว่า สถานภาพที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นบ้านเดี่ยวที่อาศัยร่วมกับบิดามารดา โดยอยู่รวมกัน 1 ถึง 3 คนต่อครัวเรือน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มากไปกว่านั้นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับค่านิยมทางสังคมต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคน Generation Y ในจังหวัดเชียงใหม่ ปรากฏว่าภาพรวมของปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ทว่าภาพรวมของปัจจัยทางด้านค่านิยมกลับมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การเลือกที่อยู่อาศัย พฤติกรรม เจนเนอร์เรชั่นวาย ความสัมพันธ์ จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This study has set objectives to study the socio-demographic of gen-Y in Chiang Mai province. Besides, to explore the relationship between social value and housing behavior in order to improve resident project or real estate planning in the future. The data was collected from Chiang Mai citizens who have aged from 22 to 39 years old for 400 observations. To analyze the data, researcher has defined process as two steps follows: 1) using descriptive statistic for studying the sample characteristic and social value impact 2) using Pearson's correlation for studying the relationship between socio-demographic and social value on housing behavior.

Base on the result found that the sample was mostly male with the age during 22 to 30 years old, single, bachelor's degree of education, and being as an office worker with an approximate income of 15,000 to 25,000 baths. Moreover, the sample has a single-house for living with their family consists of 3 people in Mueang Chiang Mai district area. Moreover, the outcome of a relationship between the socio-demographic and social value on housing behavior for gen-Y in Chiang Mai province showed that "socio-demographic" has a positive relation to the condominium selection. Meanwhile, "social values" has a positive relation to the single-house selection at statistic significant level of 0.05

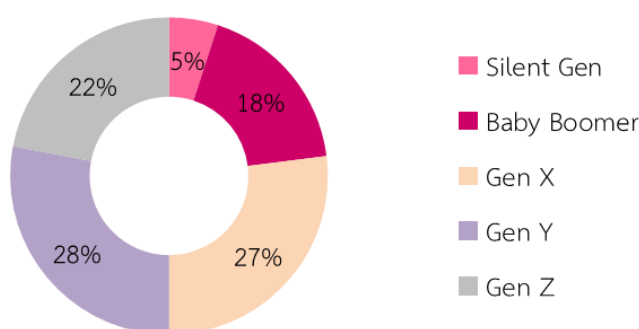
Keywords: Housing, Behavior, generation Y, Relationship, Chiang Mai province

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัย (Resident) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในการพักอาศัยและป้องกันตัวเองจากภัยอันตรายภายนอก มากไปกว่านั้นยังแสดงถึงความมั่นคงและการพัฒนาในท้องถิ่นอีกด้วย ทว่าในปัจจุบันมุมมองของผู้คนที่มิต่อที่อยู่อาศัยไม่ได้เป็นเพียงแค่สถานที่เพื่อใช้ในการพักพิงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงสอดคล้องกับความต้องการและการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า (พลัส พร็อพเพอร์ตี้, 2562) อันมาจากการเติบโตทางอารยธรรม ค่านิยม เทคโนโลยี และการเปลี่ยนผ่านทางประชากร ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละยุค ประกอบกับความต้องการส่วนบุคคล (Consumer Preference) ไม่ว่าจะเป็นความต้องการพื้นที่ส่วนตัว หรือการขยายพื้นที่เพื่อรองรับกับสมาชิกใหม่ในครอบครัว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้นอย่างมีนัยสำคัญ พจนากับฐานโครงสร้างประชากรของไทยได้เริ่มมีการเปลี่ยน

ผ่านจากยุค Generation X (Gen X) คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 40 ถึง 54 ปี เข้าสู่ยุค Generation Y (Gen Y) คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 22 ถึง 39 ปี (เทอร์ร่า บีเคเค, 2560) ส่งผลให้กำลังหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังภาพ 1 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนประชากรของไทยโดยแบ่งตามช่วงอายุว่าจำนวนกลุ่มประชากรกลุ่ม Gen X และ Gen Y กลายเป็นกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ในขณะที่กลุ่ม Gen X ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย แต่กลุ่ม Gen Y ก้าวเข้าสู่วัยทำงานและกลายเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป (Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก, ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>)



ภาพ 1 แสดงสัดส่วนประชากรของไทยโดยแบ่งตามช่วงอายุ

ที่มา: จาก “ข้อมูลสถิติจำนวนประชากร,” โดย สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง, 2559 ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php

อนึ่ง ในช่วงวัยระหว่าง 22 ปีขึ้นไปนี้เอง เป็นช่วงแห่งการเริ่มทำงานและสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง มีการวางแผนทางการเงิน ด้านครอบครัวและที่อยู่อาศัย แต่ด้วยลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงของกลุ่มคนใน Gen Y เมื่อเทียบกับลักษณะของประชากรในยุคที่ผ่านมา อาทิ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ Smart Worker ที่ให้น้ำหนักความสำคัญของการใช้ชีวิตและการทำงานแบบสมดุล มีแนวโน้มการแต่งงานที่ช้ากว่าปกติ ส่งผลให้อัตราการเจริญพันธุ์ต่ำ มีมาตรฐานในการเลือกสรรสินค้าหรือบริการด้วยการตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลและมุ่งไปยังความคุ้มค่าเป็นหลัก อีกทั้งมีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีที่สูงขึ้นกว่ายุคที่ผ่านมา มีการเรียนรู้หลักการบริหารการเงินเพื่อใช้สร้างความมั่งคั่งให้ตนเองในอนาคต (สุเมธ สุขมงคล, 2560) เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ผันวนกับการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y จึงเกิดเป็นแรงผลักดันให้กับภาครัฐกิจหรือผู้ประกอบการตื่นตัวและต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ไม่เว้นแม้กระทั่งธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เองก็ต้องมีการปรับตัวด้วย

เช่นกัน ดังนั้น การคิดแนวทางการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับตลาดผู้บริโภคนอกเมือง จึงมีความสำคัญจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายและตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยอย่างแท้จริง

เห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมข้างต้นนี้ ทำให้แนวโน้มอุปสงค์ในภาพรวมเป็นไปตามค่านิยมของสังคม กล่าวคือ ในสภาวะสังคมปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในอรรถประโยชน์จากสินค้ามากขึ้น โดยเน้นไปยังความคุ้มค่าที่ได้รับ เฉกเช่นเดียวกับการเลือกที่อยู่อาศัยจะต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบครันภายใต้ปัจจัยเงื่อนไขที่ผู้บริโภคเผชิญ (สุทธภา อมรวิวัฒน์ และคณะ, 2557) ทั้งนี้บนหลักของการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจำเป็นต้องผ่านหลักการพิจารณาเบื้องต้นอันประกอบไปด้วย งบประมาณ (Budget), ทำเลที่ตั้ง (Location), ลักษณะของที่อยู่อาศัย (House Design), สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility), เจ้าของโครงการ (Project Owner) ซึ่งจากปัจจัยข้างต้นทั้งหมดนี้เคยถูกใช้พิสูจน์แนวคิดต่างๆ ในงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมาอย่างหลากหลาย และผลการศึกษาที่เกิดขึ้นนั้นมีทิศทางของพฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Socio-demographic) ร่วมกับปัจจัยทางการตลาดพื้นฐาน 4Ps อันประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการบรรยายและชี้วัดพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังปรากฏในงานของ นิติทัศน์ วัฒนพันธ์ และชุติมาวดี ทองจีน (2561); สิทธิชัย พันธุ์ธัญกิจ (2557); ภัฐพเดช มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร (2556) แต่กระนั้นการศึกษาในประเด็นนี้ยังคงถูกละเลยตัวแปรบรรยายที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงประจักษ์บางประการ (Omitted Variables) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแปรทางด้านค่านิยมของผู้บริโภค (Social Value) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการศึกษา (Research Gap) ด้วยกระบวนการวิทยาการวิจัยสมัยใหม่ (New Research Methodology) อันจะนำประโยชน์ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงโครงการที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคมของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคน Gen Y

ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน
2. ค่านิยมทางสังคมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ทางพฤติกรรมและค่านิยมของคน Gen Y ต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการประยุกต์หลักการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) โดยเลือกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษา ประชากรเป้าหมายที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาลูกข่ายทั้งหมดโดยมีอายุระหว่าง 22 ถึง 39 ปี โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด ตลอดจนลดค่าความคลาดเคลื่อนในแบบจำลองจากปัญหาการสุ่มคลาดเคลื่อน (Random Sampling Error) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอแมริม อำเภอสันทราย อำเภอสารภี และอำเภอหางดง ที่เป็นเขตเศรษฐกิจและมีการลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์เกี่ยวกับบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม และคอนโดมิเนียม เป็นจำนวนมาก ซึ่งใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2562

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมสังคม

ค่านิยมทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งจากการพัฒนาทฤษฎีลำดับความต้องการของ อับราฮัม มาสโลว์ ซึ่งในปัจจุบันสังคมมนุษย์นั้นมีความเชื่อว่าค่านิยมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากค่านิยมทางสังคมนั้นเป็นสิ่งที่ชี้นำหรือตัดสินให้บุคคลปฏิบัติไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งนักวิชาการได้มีความเห็นว่าค่านิยมเป็นพลวัตผลักดันของสังคมภายใต้พฤติกรรมของมนุษย์โดยส่วนใหญ่ (เกรียงไกร เรืองน้อย, 2555) ฉะนั้น การที่สังคมจะก้าวหน้าหรือเสื่อมถอยนั้นย่อมขึ้นอยู่กับค่านิยมของสังคมเป็นสำคัญ ทำให้การปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้องและเหมาะสมถูกนำมาใช้ในแวดวงการศึกษามากขึ้น ทว่าโดยเนื้อแท้แล้วค่านิยมหรือวิถีปฏิบัติ นั้น คือ ความเชื่อของบุคคลที่ยึดมั่นว่าสิ่งใดมีค่า มีความสำคัญ ตลอดจนยกย่องและบูชาในคุณค่า นั้น โดยพิจารณาตามหลักทางจิตวิทยา จิตวิทยา สังคมศาสตร์ และสุนทรียศาสตร์ว่าเป็นสิ่งที่ดีไม่ขัดต่อข้อบังคับของสังคม ตลอดจนการยึดถือและปฏิบัติตาม (Spranger, 1928) สำหรับในทางวิชาการนั้นค่านิยมถูกแบ่งออกเป็น 6 ประเภทโดยจำแนกตามลักษณะสำคัญ ดังนี้ 1) ค่านิยมทางทฤษฎีและวิชาการ (Theoretical Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงการเข้าถึงความจริง เหตุผล การศึกษา และการรวบรวมความรู้ 2) ค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงคุณค่าประโยชน์แก่ตัวบุคคล รวมไปถึงสินทรัพย์และความมั่นคง

3) ค่านิยมทางด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงความชื่นชอบ พอใจในความงาม ความเหมาะสมในคุณลักษณะต่าง ๆ 4) ค่านิยมทางสังคม (Social Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงความต้องการที่ทำให้คุณประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์ ทั้งในสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ 5) ค่านิยมทางการเมือง (Political Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงความมีชื่อเสียง อำนาจ และอิทธิพล 6) ค่านิยมทางด้านศาสนาและความเชื่อ (Religious Value) คือ ค่านิยมที่ใฝ่ถึงความยึดมั่นในความเชื่อ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตลอดจนศาสนาและอุดมการณ์อันสูงสุดในจักรวาล

นอกจากนี้ ยังมีนักสังคมวิทยาได้จำแนกลักษณะของค่านิยมตามกลุ่มคน โดยพิจารณาจำแนกเป็นระดับบุคคล กลุ่มคน หรือสังคม ซึ่งถ้าผู้จำแนกยึดถือลักษณะของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเสมอ อาจทำการจำแนกลักษณะของค่านิยมออกเป็นค่านิยมที่มีลักษณะยืนยงถาวร กับ ค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงตามค่านิยมที่มีลักษณะหรือระดับของความสำคัญมากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งรวมไปถึงลักษณะของค่านิยมที่เป็นความเชื่อด้วย ขณะที่ในอีกมุมมองหนึ่งค่านิยม คือ ความเชื่อที่เป็นตัวกำหนดแบบแผนในการดำเนินชีวิต (Mode of Conduct) และเป็นอุดมการณ์ของชีวิต (End-States of Existence) ที่บุคคลหรือสังคมเห็นว่าดีงาม (Preferable) (Rokeach, 1973) ค่านิยมมีหน้าที่เป็นตัวนำในการตัดสินใจและการกระทำต่าง ๆ (Schwartz, 2007) ดังนั้น ค่านิยมจึงสัมพันธ์กับทุกสิ่งโดยทั่วไปและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ (สุนทรี โคมิน และ สนิท สมักรการ, 2522) ซึ่ง Phenix (1996) ใช้หลักความสนใจและความปรารถนาของบุคคลในการแบ่งค่านิยมออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ 1) ค่านิยมทางสังคม (Social Values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้เกิดความรักความเข้าใจและ ความต้องการของอารมณ์ของบุคคล 2) ค่านิยมทางวัตถุ (Material Values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้ชีวิตร่างกายของคนเรา สามารถดำรงอยู่ได้ต่อไป ได้แก่ ปัจจัยสี่ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า และยารักษาโรค 3) ค่านิยมทางความจริง (Truth Values) เป็นค่านิยมเกี่ยวกับความจริงซึ่งเป็นค่านิยมที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้ที่ต้องการความรู้ และนักวิทยาศาสตร์ที่ต้องการค้นหากฎของธรรมชาติ 4) ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Values) เป็นค่านิยมที่ทำให้เกิดความรับผิดชอบชั่วดี 5) ค่านิยมทางสุนทรียะ (Aesthetic Values) เป็นความซาบซึ้งใจในความดีงามของสิ่งต่าง ๆ 6) ค่านิยมทางศาสนา (Religious Values) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนาความสมบูรณ์ของชีวิต รวมทั้งความศรัทธาและการบูชาในทางศาสนา

จากทัศนะต่าง ๆ เกี่ยวกับความหมายของค่านิยม จึงสามารถสรุปความหมายของค่านิยมได้ว่าเป็นความเชื่อ เป็นความคิด เป็นพฤติกรรม และสิ่งที่คนในสังคมหนึ่งเห็นว่ามีคุณค่า จึงยอมรับมาปฏิบัติ ค่านิยมมักมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัย มีหน้าที่เป็นตัวนำในการตัดสินใจและการกระทำต่าง ๆ ค่านิยมจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยแท้จริงแล้วนั้นเป็นสิ่งที่ถูกทำการค้นคว้าและศึกษามานานทั้งในมนุษย์และสัตว์ ทว่าการจะตอบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัยนั้นเป็นเรื่องที่ยากและยังคงมีความซับซ้อน (Mayo, 1980) เนื่องด้วยความแตกต่างทางปัจเจกบุคคลที่ไม่อาจควบคุมได้ หนึ่งในช่วงที่ผ่านมาได้มีการทดลองศึกษาโดยนำแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์เพื่อวัดความพึงพอใจโดยอ้อม Goodman (1986); Morrow-Jones, Irwin, and Roe (2004) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคสำหรับลักษณะของพื้นที่ใกล้เคียงแบบนีโอคลาสสิกดั้งเดิม โดยวัดจากตัวแปรทางด้าน ผังบ้าน ความหนาแน่น การกระจายของพื้นที่ ตลอดจนระยะทางในการไปกลับระหว่างเมืองและที่อยู่ แต่ผลเชิงประจักษ์ในครั้งนั้นสะท้อนผลได้ออกมาไม่ดีเท่าที่ควร เพราะความพึงพอใจที่ได้จากการประเมินนั้นต่ำกว่าความพึงพอใจเฉลี่ย เนื่องจากแบบจำลองในความเชื่อทางลัทธินีโอคลาสสิก (Neo-classic School) นั้นมักจะพิจารณาถึงอรรถสูงสุดในการตัดสินใจ เมื่อปัจจัยทางด้านรายได้และความมั่งคั่งถูกกำหนดให้คงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง มากไปกว่านั้นพฤติกรรมด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคยังเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน ทำให้แบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นในหลายงานที่ผ่านมาสามารถใช้พยากรณ์ได้เพียงในระยะสั้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามงานศึกษาของ Mayo (1980); Timmermans, Molin, and Noortwijk (1994); Bajari and Kahn (2003) ได้ศึกษากระบวนการทางเลือกที่พักอาศัย โดยใช้วิธีการสร้างแบบจำลองที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม ซึ่งได้ระบุเพิ่มเติมว่าแม้ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Socio-demographic) จะมีความแปรปรวนสูงต่อการใช้พยากรณ์พฤติกรรม แต่ปัจจัยดังกล่าวยังคงมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัย โดยอิงจากการทบทวนวรรณกรรมและผลการศึกษาที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากเดิมที่มุ่งเน้นไปยังความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อลักษณะทางกายภาพของที่อยู่อาศัย เป็นความพึงพอใจทางการตลาด 4Ps และ 7Ps ด้วยเหตุที่ว่าสามารถเข้าถึงพฤติกรรมเชิงลึกได้มากกว่าการบรรยายถึงความชอบทางกายภาพ ทั้งยังสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาและต่อยอดได้ ดังปรากฏในงานวิจัยเชิงประจักษ์ของ ภัทพเดช มาเจริญ และ วรภูมิ เบญจโอฬาร (2556); ณัฏพล กติกาวงศ์จร (2556); ปรัชญาภรณ์ เพ็ไร (2559); ชัชวาล เวศย์วรุฒม์ (2553); ณัฐปภัฏ ปิ่นทอง (2558); นพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559); วิภา ถิระโสภณ (2558); ชวลัน ธรินาียงกูร และ นิพัทธ์พนธ์ สนิทเหลือ (2561) ทั้งนี้ หากมองไปยังกระบวนการวิเคราะห์ที่ผ่านมาทำให้พบว่า การทดสอบยังมีจุดบกพร่องในหลายประการ แม้กระบวนการดังกล่าวจะใช้หลักวิชาการเชิงลึกตลอดจนการประยุกต์แนวคิดอื่นร่วมด้วย อาทิ การศึกษาของ Morrow-Jones, Irwin, and Roe (2004); Bajari and Kahn (2003); Coolen and Hoekstra (2001); Sirgy, Grzeskowiak, and Su (2005) ที่เลือกใช้กระบวนการวิเคราะห์ถดถอยสามระดับ (Three-stages Regression) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพื้นที่ (Spatial Regression) ทว่าการบรรยายถึงพฤติกรรมเชิงประจักษ์ของผู้บริโภคโดยแท้จริงนั้นเป็นการยากและไม่สามารถสรุปได้แน่ชัด ตลอดจนข้อคำถามทางการศึกษาที่ยังคงไว้ซึ่งความไม่กระจ่างชัด ทำให้ยังคงมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจที่ยังไม่ถูกค้นพบ

(Timmermans, Molin, and Noortwijk, 1994) อีกทั้ง แบบจำลองที่สร้างขึ้นนั้นจะพบว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีผลต่อการขับเคลื่อนนโยบายและการพัฒนาเมืองในเชิงการทดลอง แต่ในทางปฏิบัติแล้วปัจจัยที่ถูกทำการทดลองดังกล่าวนี้ไม่สามารถนำมาใช้ได้จริง (Browne and Hemsley, 2010) จากวรรณกรรมข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัยนั้นยังคงไว้ซึ่งช่องว่างทางการศึกษา (Research gap) ประกอบกับในปัจจุบัน โครงสร้างทางประชากรนั้นได้มีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ช่วง เจเนอเรชันวาย โดยสมบูรณ์ ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประเด็นสำคัญที่ยังไม่ถูกค้นพบนี้ และได้นำกลับมาทำการศึกษากันอีกครั้งด้วยกระบวนการวิจัยสมัยใหม่เพื่อประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำผลการศึกษานี้ ไปสู่การพัฒนาและการปรับปรุง โครงการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนลดช่องว่างทางการศึกษาในประเด็นเดียวกันในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการดำเนินการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคน เจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วยกระบวนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดขอบข่ายของประชากรศึกษาจำเพาะบุคคลที่มีอายุระหว่าง 22 ถึง 39 ปี ซึ่งเลือกพื้นที่ศึกษาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอแมริม อำเภอสันทราย อำเภอสารภี และอำเภอหางดง ที่เป็นเขตเศรษฐกิจและมีการลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ตามการคำนวณจากสูตรของ Cochran (1963) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย ประกอบกับการคัดกรองข้อคำถามจากผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะด้าน ซึ่งชุดข้อมูลถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ได้นำแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์และอิทธิพลการตัดสินใจซื้อมาใช้ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Close-ended question) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ อิทธิพลการตัดสินใจซื้อ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ สถานที่ รูปแบบ และระดับราคาที่ใช้เลือกซื้อ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย ข้อมูล 4 ส่วนได้แก่ ค่านิยมทางด้านการใช้ชีวิต ค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ ค่านิยมทางด้านสุนทรียภาพ และค่านิยมทางด้านการสังคม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Close-ended question) โดยมีเกณฑ์ประเมินความเห็น 5 ระดับ (Rational Scale)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำมาซึ่งข้อสรุปของการศึกษา ผู้วิจัยได้วางกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การวัดอิทธิพลการตัดสินใจซื้อ โดยใช้หลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์และค่านิยมทางสังคมต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และทำการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน (ร้อยละ 51.70) มีอายุระหว่าง 22 ถึง 30 ปี จำนวน 248 คน (ร้อยละ 62) มีสถานภาพโสด จำนวน 252 คน (ร้อยละ 63) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 261 คน (ร้อยละ 65.30) มีการประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.80) และมีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท จำนวน 198 คน (ร้อยละ 49.50) ดังตาราง 1 ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ	ชาย	207	51.70
	หญิง	193	48.30
	รวม	400	100.00
2. อายุ	22-30 ปี	248	62.00
	31-39 ปี	152	38.00
	รวม	400	100.00
3. สถานภาพ	โสด	252	63.00
	สมรส	126	31.50
	หม้าย	1	0.30
	แยกกันอยู่	14	3.50
	หย่าร้าง	7	1.80
	รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
4. ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	11	2.80
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	77	19.30
	อนุปริญญา/ปวส.	22	5.50
	ปริญญาตรี	261	65.30
	ปริญญาโท	29	7.20
	รวม	400	100.00
5. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	58	14.50
	พนักงานเอกชน	175	43.80
	ข้าราชการ	44	11.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	14.80
	อาชีพอิสระ	41	10.30
	ธุรกิจส่วนตัว	18	4.50
	อื่น ๆ	5	1.30
	รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 15,000 บาท	125	31.30
	15,000-25,000 บาท	198	49.50
	25,001-35,000 บาท	71	17.80
	35,001-45,000 บาท	5	1.30
	55,000 บาทขึ้นไป	1	0.30
	รวม	400	100.00

ในส่วนของอิทธิพลของค่านิยมสังคมต่อการเลือกที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาคือค่านิยมทางด้านการใช้ชีวิต และค่านิยมทางด้านสุนทรียภาพกับ ค่านิยมทางด้านสังคม ซึ่งแสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยค่านิยมของกลุ่มตัวอย่าง

อิทธิพลของปัจจัยค่านิยม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	ลำดับความสำคัญ
ค่านิยมทางด้านการใช้ชีวิต	4.33	0.37	มากที่สุด	2
ค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ	4.35	0.46	มากที่สุด	1
ค่านิยมทางด้านสุนทรียภาพ	4.13	0.50	มาก	3
ค่านิยมทางด้านสังคม	4.13	0.50	มาก	3

เมื่อนำปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านค่านิยมสังคมมาทำการทดสอบความสัมพันธ์ร่วมกับการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสหสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของคนเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อยมาก ซึ่งอิทธิพลของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบแสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์และการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่

	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	ทาวน์โฮม/ ทาวน์เฮาส์	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์/ ตึกแถว
1. เพศ	-0.105**	-0.006	-0.071	0.144***	-0.009
2. อายุ	-0.123**	-0.073	0.026	0.110**	0.120**
3. สถานภาพ	-0.077	-0.048	0.020	0.045	0.139***
4. ระดับการศึกษา	-0.176***	0.135***	-0.004	0.192***	-0.162***
5. อาชีพ	-0.172***	-0.066	0.042	0.215***	-0.050
6. รายได้ต่อเดือน	-0.102**	-0.019	-0.016	0.096	0.073

หมายเหตุ: ***, **, * แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ

ขณะเดียวกันเมื่อทำการทดสอบปัจจัยทางด้านค่านิยมสังคมร่วมกับการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยทางด้านค่านิยมสังคมและการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของคนเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อยมาก ซึ่งอิทธิพลที่ของค่านิยมสังคมส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านค่านิยมทางสังคมต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่

	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	ทาวน์โฮม/ ทาวน์เฮาส์	คอนโดมิเนียม	อาคารพาณิชย์/ ตึกแถว
1. ค่านิยมทางด้านการใช้ชีวิต	0.249***	-0.124**	-0.083	-0.192**	0.020
2. ค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ	0.242***	0.021	-0.158**	-0.244**	0.087
3. ค่านิยมทางด้านสุนทรียภาพ	0.140***	-0.074	-0.109**	-0.094	0.041
4. ค่านิยมทางด้านสังคม	0.154***	0.043	-0.037	-0.153**	-0.048

หมายเหตุ: ***, **, * แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเชิงประจักษ์ครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 22 ถึง 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีระดับรายได้ระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท และมีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทพเดช มาเจริญ และ วรภูมิ เบญจโอฬาร (2556); ณัฏพล กติกาวงศ์จร (2556) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,000 ถึง 32,000 บาท ขณะเดียวกันผลการศึกษาข้างต้นนั้นขัดแย้งกับงานศึกษาของ ปรัชญาภรณ์ เพ็โร (2559); ชัชวาล เวศย์วรุตม์ (2553); ณัฐปภัค ปิ่นทอง (2558); นพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 30 ถึง 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 20,000 ถึง 40,000 บาท

ขณะที่ผลการศึกษาความสัมพันธ์ในกลุ่มปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการเลือกที่อยู่อาศัยของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลปรากฏชัดว่า ปัจจัยในกลุ่มนี้มีอิทธิพลค่อนข้างน้อยกับการเลือกที่อยู่อาศัย และปรากฏความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม/ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์/ตึกแถว แต่ปรากฏความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เป็นที่อยู่อาศัยในอนาคต จากผลข้างต้นอาจอธิบายได้ว่า กลุ่มคน Gen Y ที่เริ่มสร้างครอบครัว มีความต้องการที่อยู่อาศัยในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง ใกล้ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล โรงเรียน หรือ มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องของฟังก์ชันของที่อยู่อาศัยที่มีการใช้ประโยชน์สูงในพื้นที่จำกัด (พลัส พร็อพเพอร์ตี้, 2562) เพื่อช่วยให้การดำเนินชีวิตในเขตเมืองง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

ส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมทางสังคมกับการเลือกที่อยู่อาศัยของคน Gen Y ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ค่านิยมทางสังคมมีอิทธิพลค่อนข้างน้อยกับการเลือกที่อยู่อาศัย ทั้งยังมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเลือกที่อยู่อาศัยประเภท บ้านแฝด ทาวน์โฮม/ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม และอาคารพาณิชย์/ตึกแถว แต่ปรากฏความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว จากผลความสัมพันธ์เชิงประจักษ์นี้สามารถอธิบายได้ว่า แม้การเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม นั้น มีผลสอดคล้องกับพฤติกรรมกระแสนิยมของคน Gen Y จริง แต่ด้วยเนื้อที่แล้วการเลือกที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีนั้นอาจรวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ รวมด้วย ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ธรรมชาติและความสะดวก สภาพอากาศ ปัญหามลพิษ ตลอดจนการใช้ชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและครอบครัว ยังเป็นสิ่งที่ยึดมั่นเป็นหลักคู่กับสังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของคนเจนเนอร์เรชันวาย ในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอให้เจ้าของโครงการ นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนผู้ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ลงทุนในคอนโดมิเนียมและโครงการบ้านจัดสรรเป็นหลัก เนื่องจากเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี มากไปกว่านั้นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ อัตราการปล่อยสินเชื่อของบ้านและคอนโดมิเนียม เพราะถือเป็นกุญแจสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและพิจารณาโครงการเป็นลำดับต้น ๆ รองลงมา คือ การออกแบบที่สามารถใช้พื้นที่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดตลอดจนความปลอดภัย ทั้งนี้ ในโครงการบ้านและคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงทัศนียภาพที่เป็นธรรมชาติเพื่อสร้างความร่มรื่นน่าอยู่ให้แก่ผู้อยู่อาศัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจและการวิเคราะห์ผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบปัญหาบางประการ ตลอดจนอาจกลายเป็นส่วนละเอียดทางการศึกษา ดังนี้

1. ในแบบสอบถามควรคัดกรองปัจจัยที่มีความจำเป็นในการเลือกเป็นข้อสอบถาม เนื่องจากข้อมูลปัจจัยที่มากเกินไปส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความรำคาญและอาจได้มาซึ่งข้อมูลที่ไม่อาจตอบพฤติกรรมเชิงประจักษ์ได้อย่างแท้จริง

2. ควรเพิ่มมาตรวัดระดับความเห็นเพื่อให้สามารถเข้าถึงพฤติกรรมที่มีความละเอียดอ่อนและยากต่อการเข้าใจ ดังนั้น การใช้มาตรวัดเพียง 5 ระดับ อาจส่งผลให้ข้อมูลเกิดการกองตัวได้

3. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่ออุปสงค์เท่านั้น ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยภายในควบคู่เพื่อลดการละเลยปัจจัยศึกษาในลำดับต่อไป

4. ผลการศึกษาในครั้งนี้อาจจะยังไม่สามารถสะท้อนพฤติกรรมได้อย่างแท้จริง และไม่อาจสะท้อนความเป็นเหตุเป็นผลของปัจจัยศึกษา ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงสาเหตุควบคู่กันไปด้วย อาทิ การศึกษาผ่านสมการโครงสร้าง หรือการศึกษาความสัมพันธ์ในระยะยาว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนและประกอบการตัดสินใจลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร เรืองน้อย. (2555). **ค่านิยมที่พึงประสงค์และลักษณะคนไทยที่ดี**. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562.

จาก <https://www.gotoknow.org/posts/336897>

ชลลัน ธรินายางกูร และ นิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสมุทรปราการ**. วารสารบัณฑิตศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, (-), 179-187.

ชัชวาล เวศย์วรุฒม์. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัชพล กติกาวงศ์จร. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านทาวน์โฮมในจังหวัดปทุมธานี**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ณัฐปคัลภ์ ปิ่นทอง. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เทอร์รี่ บีเคเค. (2560). **สัดส่วนของประชากร Gen Y ของประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562.

จาก <https://today.line.me/th/pc/article/Where+Y+สัดส่วน+Gen+Y+ในประเทศไทย-2pJvmN>

นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นิติทัศน์ ลมุนพันธ์ และ ชุติมาวดี ทองจีน. (2561). **ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิต ภาพลักษณ์ของที่อยู่อาศัยแรงจูงใจในการเลือกซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง**.

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2, 63-75, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- ปรัชญาภรณ์ เพ็ญ. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ภายใต้การปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน**. นิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พลัส พร็อพเพอร์ตี้. (2562). **การเลือกที่อยู่อาศัยให้ตอบโจทย์**. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562. จาก <https://www.plus.co.th/articles/PLUS-1612/เทคนิคการซื้อขายเช่า-เลือกที่อยู่อาศัย-ให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์-1612?>
- กัญเพชร มาเจริญ และ วรภูมิ เบญจ โอฬาร. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น**. วารสารวิชาการวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 6(2), 22-34.
- วีณา ถิระ โสภณ. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธิชัย พันธุ์ธัญกิจ. (2557). **การศึกษาอิทธิพลของค่านิยมทางศิลปวัฒนธรรมกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางในเขตพระรามเก้า สาทร สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัยประเภทห้องชุด**.
- สถิติจำนวนประชากร. (2559). **สัดส่วนประชากรของไทยโดยแบ่งตามช่วงอายุ**. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562. จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- สุทธภา อมรวิวัฒน์ และคณะ. (2557). **กลยุทธ์มดใจผู้บริโภค Gen Y**. *Journal of economic intelligence center (EIC)*, -(), 17-33.
- สุนทรี โคมิน และสนธิ สมักรการ. (2522). **ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สุทธภา อมรวิวัฒน์ และคณะ. (2557). **กลยุทธ์มดใจผู้บริโภค Gen Y**. *Journal of economic intelligence center (EIC)*, -(), 17-33.
- สุนทรี โคมิน และสนธิ สมักรการ. (2522). **ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- Allen C. Goodman. (1988). **An econometric model of housing price, permanent income, tenure choice, and housing demand**. *Journal of urban econometric*, 23(-), 327-353.

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques, 3rd ed.* New York: Wiley Eduard Spranger. (1928). *Types of Men.* lebensformen; Halle.
- Eduard Spranger. (1928). *Types of Men.* lebensformen; Halle.
- Graeme Browne and Martin Hemsley. (2010). *Consumer participation in housing: reflecting on consumer preferences.* *Journal of Australian psychiatry*, 18(6), 579-583.
- Harry Timmermans, Eric Molin, and Lily van Noortwijk. (1994). *Housing choice process: stated versus revealed modeling approaches.* *Journal of housing and the built environment*, 9(3), 215-227.
- Hazel A. Morrow-Jones, Elena G. Irwin, and Brian Roe. (2004). *Consumer preference for neo-traditional neighborhood characteristics.* *Journal of housing policy debate*, 15(1), 171-202.
- Henny Coolen and Joris Hoekstra. (2001). *Values as determinants of preferences for housing attributes.* *Journal of housing and the built environment*, 16(-), 285-306.
- M. Joseph Sirgy, Stephan Grzeskowiak, and Chenting Su. (2005). *Explaining housing preference and choice: the role of self-congruity and function congruity.* *Journal of housing and the built environment*, 20(-), 329-347.
- Patrick Bajari and Matthew E. Kahn. (2003). *Estimating housing demand with an application to explaining racial segregation in cities.* *NBER working paper*, 9891(-), 2-25.
- Phenix. (1996). *Social values.* *New Jersey* : Prentice-Hall.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values & Value Systems.* New York: Free
- Schwartz, S. H. (2007). *Basic Human Values: theory, methods, and application.* From [http://segrdid2.fmag.unict.it/Allegati/convegno%207 8 10 05/Schwartzpaper.pdf](http://segrdid2.fmag.unict.it/Allegati/convegno%207%208%2010%2005/Schwartzpaper.pdf)
- Stephen K. Mayo. (1980). *Theory and estimation in the econometrics of housing demand.* *Journal of urban economics*, 10(-), 95-116.