

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อบ้านตากอากาศที่อยู่ในเขตโรงแรม ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2545 ได้แบ่งการวิเคราะห์ไว้หลายส่วน โดยในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัย ใช้แบบสอบถามที่เป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด (สามารถศึกษาได้จาก ภาคผนวก)

สำหรับตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นคนต่างชาติ และบางส่วนเป็นคนไทย ซึ่งเดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ จะมาประเทศไทยในบางครั้ง จึงมีความคุ้นเคยกับการใช้ชีวิต วัฒนธรรม ของคนต่างชาติ ผู้วิจัยใช้เวลาค่อนข้างนานในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง นาน ๆ ครั้ง จะกลับมาใช้บ้านพักตากอากาศเป็นครั้งคราว ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมทั้ง ใช้เวลาประมาณ 8 เดือน นับตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2546 จนถึงเดือนมกราคม 2547 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ค้ำยัน คือ

กลุ่มที่ 1) กลุ่มประชากรที่เป็นเจ้าของบ้านพักตากอากาศจำนวน 12 ราย

กลุ่มนี้ มีจำนวน 12 ตัวอย่าง จากประชากรทั้งหมด 12 ราย (เนื่องจากภายในบ้านพักตากอากาศในโครงการ บ้านอันทรียร์รีสอร์ท ภูเก็ต ที่มีการขายให้ผู้สนใจ มีเพียง 12 หลัง โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ทางผู้วิจัย ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมด คือ 12 แบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มประชากรที่ยังไม่ได้เป็นเจ้าของบ้านพักตากอากาศจำนวน 280 ราย

กลุ่มนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เป็นลูกค้า ภายในโรงแรมในเครือทั้งหมดเป็นจำนวน 280 ราย

โดยในการสรุปรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ ผู้วิจัยจัดเก็บมานี้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล จากข้อมูลแจกแจงจากแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้นี้ ครอบคลุมข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) ข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของคนต่างชาติ
- 2) ข้อมูลด้านที่พักอาศัย
- 3) ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และกระบวนการตัดสินใจ
- 4) ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของบ้านพักตากอากาศ
- 5) ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต
- 6) ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ ผู้วิจัย ได้แบ่งภาคสำหรับการวิเคราะห์ ออกเป็น 2 ภาค ดังนี้

ภาคที่ 1) การวิเคราะห์ ความถี่ของข้อมูล

ภาคที่ 2) การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของข้อมูล

ภาคที่ 1

การวิเคราะห์ความถี่

ข้อมูลร่วม ตัวอย่างกลุ่มที่ 1-2

ส่วนที่ 1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 5.1) แสดงเพศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	12	100.0	252	90.0
2	หญิง	0	0.0	28	10.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของ 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

- กลุ่มที่ 1) ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เป็นเพศชาย
 กลุ่มที่ 2) ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ จำนวนทั้งสิ้น 280 คน เป็นชายทั้งสิ้น 252 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และเป็นหญิงทั้งสิ้น 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ของยอดรวม

ตารางที่ 5.2) แสดงอายุ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 26 ปี	0	0.0	15	5.4
2	26 - 35 ปี	1	8.3	27	9.6
3	36 - 45 ปี	2	16.7	112	40.0
4	46 - 55 ปี	7	58.3	101	36.1
5	56 - 60 ปี	1	8.3	14	5.0
6	มากกว่า 60 ปี	1	8.3	11	3.9
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลข้างต้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่า

- กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 46-55 ปี รองลงมาคือ ช่วง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.3 และ 16.7 ตามลำดับ
 กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี รองลงมาคือ ช่วง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 36.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3) แสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ออสเตรเลีย	0	0.0	8	2.9
2	เกาหลี	0	0.0	6	2.1
3	อังกฤษ	2	16.7	2	0.7
4	เยอรมัน	2	16.7	17	6.1
5	เดนมาร์ก	0	0.0	18	6.4
6	เนเธอร์แลนด์	3	25.0	5	1.8
7	นอร์เวย์	0	0.0	3	1.1
8	รัสเซีย	0	0.0	7	2.5
9	สวีเดน	1	8.3	10	3.6
10	อาหรับเอมิเรตส์	0	0.0	3	1.1
11	ซาอุดีอาระเบีย	0	0.0	5	1.8
12	นิวซีแลนด์	0	0.0	2	0.7
13	สหรัฐอเมริกา	1	8.3	12	4.3
14	แคนาดา	0	0.0	9	3.2
15	ญี่ปุ่น	0	0.0	24	8.6
16	ฮ่องกง	0	0.0	21	7.5
17	ไต้หวัน	1	8.3	45	16.1
18	จีน	0	0.0	12	4.3
19	สิงคโปร์	0	0.0	41	14.6
20	มาเลเซีย	0	0.0	8	2.9
21	ไทย	2	16.7	22	7.9
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

- กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ส่วนใหญ่เป็นชาวเนเธอร์แลนด์ รองลงมาจะเป็นชาวอังกฤษ เยอรมัน และไทย คิดเป็นร้อยละ 25.0, 16.7, 16.7 และ 16.7 ตามลำดับ
- กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับกลุ่มนี้ ไต้หวัน ถือเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด รองลงมาจะเป็นสิงคโปร์ และญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 16.1, 14.6 และ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4) แสดงสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	0	0.0	71	25.4
2	หย่าร้าง	1	8.3	10	3.6
3	แต่งงาน	11	91.7	175	62.5
4	หม้าย	0	0.0	24	8.6
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ประชากรส่วนใหญ่ จากการสำรวจในครั้งนี้ แต่งงานแล้วเกือบทั้งสิ้น มีหย่าร้างจำนวนหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 91.7 และ 8.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ประชากรส่วนใหญ่ เป็นมีสถานะสมรสแล้ว รองลงมาจะเป็นคนโสด และเป็นหม้ายตามลำดับ ส่วนหย่าร้างอยู่ลำดับสุดท้าย เมื่อคิดเป็นร้อยละตามลำดับจะได้ 62.5, 25.4, 8.6 และ 3.6

ตารางที่ 5.5) แสดงสัญชาติของกลุ่มสมรส คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ออสเตรเลีย	0	0.0	4	2.3
2	เกาหลี	0	0.0	5	2.9
3	อังกฤษ	0	0.0	1	0.6
4	เยอรมัน	1	8.3	5	2.9
5	เดนมาร์ก	0	0.0	4	2.3
6	เนเธอร์แลนด์	2	16.7	4	2.3
7	นอร์เวย์	0	0.0	5	2.9
8	รัสเซีย	0	0.0	3	1.7
9	สวิสเซอร์แลนด์	0	0.0	6	3.4
10	อาหรับเอมิเรตส์	0	0.0	1	0.6
11	ซาอุดีอาระเบีย	0	0.0	5	2.9
12	นิวซีแลนด์	0	0.0	1	0.6
13	สหรัฐอเมริกา	0	0.0	8	4.6

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
14	แคนาดา	0	0.0	4	2.3
15	ญี่ปุ่น	0	0.0	5	2.9
16	ฮ่องกง	1	8.3	11	6.3
17	ไต้หวัน	3	25.0	14	8.0
18	จีน	0	0.0	8	4.6
19	สิงคโปร์	0	0.0	23	13.1
20	มาเลเซีย	0	0.0	2	1.1
21	ไทย	5	41.7	56	32.0
22	ไม่ตอบ(คนโสด,หย่าร้าง,หม้าย)	0	0.0	105	-
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

- กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ในจำนวนประชากรที่ทำการสำรวจ พบว่า คู่สมรสของประชากรส่วนใหญ่ มีสัญชาติไทย รองลงมา คือ ไต้หวัน และเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 41.7, 25.0 และ 16.7 ตามลำดับ
- กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ คู่สมรสของกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติไทย รองลงมาคือคนสิงคโปร์ และไต้หวัน คิดเป็นร้อยละ 32.0, 13.1 และ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.6) แสดงสถานที่พักอาศัยของคู่สมรส

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ประเทศไทย	3	25.0	36	20.9
2	ประเทศบ้านเกิด	4	33.3	123	71.5
3	ประเทศอื่น ๆ	5	41.7	13	7.6
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

- กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว สำหรับสถานที่พักอาศัยของคู่สมรสของประชากรที่สำรวจ เห็นว่า ส่วนใหญ่อยู่ประเทศอื่น ๆ รองลงมาคือบ้านเกิดของประชากรที่ศึกษา ส่วนที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยนั้น น้อยที่สุด ซึ่งสามารถแจงเป็นร้อยละได้ตามลำดับดังนี้ ร้อยละ 41.7, 33.3 และ 25.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่คู่สมรสจะอยู่ในประเทศบ้านเกิดของตน รองลงมาจะอยู่ในประเทศไทย และประเทศอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 71.5, 20.9 และ 7.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.7) แสดงจำนวนบุตร คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีบุตร	3	25.0	122	43.6
2	มีบุตร 1 คน	1	8.3	79	28.2
3	มีบุตร 2 คน	5	41.7	61	21.8
4	มีบุตร 3 คน	1	8.3	7	2.5
5	มีบุตร 4 คน	2	16.7	5	1.8
6	มีบุตร มากกว่า 4 คน	0	0.0	6	2.1
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงจำนวนบุตร ของประชากร จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่แล้ว มีบุตรจำนวน 2 คน รองลงมาไม่มีบุตร และมีบุตรจำนวน 3 คน เป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 41.7, 25.0 และ 16.7 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ในกลุ่มนี้ คนส่วนใหญ่ยังไม่มียุติกร ลำดับรองลงมาจะมีบุตรจำนวน 1 คน และ 2 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 43.6, 28.2 และ 21.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.8) แสดงสถานที่พักอาศัยของบุตร คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ประเทศไทย	3	33.3	32	20.3
2	ประเทศบ้านเกิด	4	44.4	101	63.9
3	ประเทศอื่น ๆ	2	22.2	25	15.8
4	ไม่ตอบ(ไม่มีบุตร)	3	-	122	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว อาศัย สำหรับสถานที่พักอาศัยของบุตรของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประเทศบ้านเกิดของตน รองลงมาจะอยู่ในประเทศไทย และประเทศอื่น ๆ สามารถแสดงเป็นร้อยละ 33.3, 25.0 และ 16.7 ตามลำดับ ซึ่งจากการพิจารณา ก็สอดคล้องกับข้อมูลแสดงการพักอาศัยของคู่สมรส ซึ่งคาดว่า บุตรจะพักอาศัยอยู่กับคู่สมรส

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตาก กลุ่มนี้ส่วนใหญ่บุตรจะอยู่ในประเทศบ้านเกิดของตนเอง รองลงมาจะอยู่ในประเทศไทย และประเทศอื่น ๆ ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 63.9, 20.3 และ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.9) แสดงวุฒิการศึกษา คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ประถมศึกษา	0	0.0	1	0.4
2	มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0	24	8.7
3	มัธยมศึกษาตอนปลาย	0	0.0	30	10.8
4	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	1	8.3	50	18.1
5	ปริญญาตรี	7	58.3	142	51.3
6	ปริญญาโท	4	33.3	30	10.8
7	ปริญญาเอก	0	0.0	0	0.0
8	ไม่ตอบ (ไม่ต้องการแจ้ง)	0	-	3	-
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว การศึกษาของประชากรกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือปริญญาโท และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 58.3, 33.3 และ 8.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับกลุ่มนี้ คนส่วนใหญ่จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับประกาศนียบัตร และมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 51.3, 18.1 และ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.10) แสดงอาชีพ หรือตำแหน่งหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ผู้อำนวยการ, ที่ปรึกษาในหน่วยงานใหญ่	5	41.7	37	13.2
2	เจ้าหน้าที่ระดับบริหาร	3	25.0	142	50.7
3	นักลงทุน, เจ้าของกิจการ หรือกรรมการ	3	25.0	13	4.6
4	ธุรกิจอุตสาหกรรม	0	0.0	7	2.5
5	งานอิสระ	0	0.0	45	16.1
6	งานอื่น ๆ (เกษียณ)	1	8.3	36	12.9
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ข้อมูลข้างต้น แสดงถึงอาชีพ และตำแหน่งหน้าที่การงานของ กลุ่มที่ทางผู้วิจัยศึกษา คนส่วนใหญ่มีตำแหน่งหน้าที่การงานเป็นผู้อำนวยการ/ที่ปรึกษาในหน่วยงานใหญ่ รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร และนักลงทุน/เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละโดยเรียงตามลำดับดังนี้ 41.7, 25.0 และ 25.0

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ขององค์กรใด ๆ ระดับบริหาร รองลงมาคือประกอบอาชีพอิสระ และผู้อำนวยการ, ที่ปรึกษาในหน่วยงานใหญ่ ๆ คิดเป็นร้อยละ 50.7, 16.1 และ 13.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.11) แสดงเหตุผลที่เข้ามาประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ปัญหาการเมืองที่บ้านเกิด	0	0.0	0	0.0
2	ท่องเที่ยว ขามว่าง	4	33.3	148	57.4
3	รัฐบาล หรือบริษัทส่งมา	0	0.0	30	11.6
4	ลงทุนส่วนตัว	6	50.0	19	7.4
5	รักษาร่างกาย	0	0.0	7	2.7
6	ชอบวิถีชีวิตของไทย	0	0.0	29	11.2
7	มาเยี่ยมญาติ หรือเพื่อน	0	0.0	5	1.9
8	อื่น ๆ	2	16.7	20	7.8
	รวมทั้งสิ้น	12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว กลุ่มประชากรที่ศึกษาอยู่นี้ แสดงเหตุผลการเข้าประเทศไทย ดังนี้ กลุ่มประชากรส่วนใหญ่จะเข้ามาลงทุนส่วนตัว (ธุรกิจส่วนตัว) รองลงมาคือเข้ามาในลักษณะท่องเที่ยว และด้วยเหตุผลอื่น ๆ สามารถแจกแจงเป็นร้อยละ 50.0, 33.3 และ 16.7 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่แจ้งเหตุผลว่าจะเข้ามาเพื่อการท่องเที่ยวขามว่าง รองลงมาคือรัฐบาลหรือบริษัทส่งมา ชอบวิถีชีวิตของไทย และวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ระบุ โดยสามารถคิดเป็นร้อยละ 57.4, 11.6, 11.2 และ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.12) แสดงจำนวนรายได้ประจำปี คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 10,000,00๐ บาท	0	0.0	121	45.5
2	10,000,000–20,000,000 บาท	7	58.3	50	18.8
3	20,000,001–30,000,000 บาท	4	33.3	69	25.9
4	30,000,001–40,000,000 บาท	0	0.0	6	2.3

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5	40,000,001-50,000,000 บาท	1	8.3	17	6.4
6	มากกว่า 50,000,001 บาท	0	0.0	3	1.1
	รวมทั้งสิ้น	12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว หลังจากที่ได้สำรวจลักษณะของอาชีพของกลุ่มประชากรแล้ว ทางผู้วิจัยได้สำรวจถึงจำนวนรายได้ของประชากรด้วย ผลปรากฏว่า กลุ่มประชากรมีรายได้อยู่ในระดับ 10 - 20 ล้านบาท ต่อปี เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือระดับ 20 - 30 ล้านบาท ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 และระดับ 40 - 50 ล้านบาท ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 8.3

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับกลุ่มนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว มีรายได้โดยเรียงลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีรายได้ในช่วง ค่ากว่า 10 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือช่วง 20 - 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.9 และลำดับ 3 คือช่วง 10 - 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.9

ตารางที่ 5.13) แสดงลักษณะการเข้ามาในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ขออนุญาตทำงาน	0	0.0	35	12.5
2	ท่องเที่ยวระยะสั้น	8	66.7	236	84.3
3	พักอาศัยอย่างถาวรในประเทศไทย	4	33.3	9	3.2
	รวมทั้งสิ้น	12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นเหตุผล ที่ทางกลุ่มประชากร แรงความประสงค์ในการเข้าประเทศไทย กับกองตรวจคนเข้าเมือง มีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มคนส่วนใหญ่แจ้งกับทางกองตรวจคนเข้าเมืองว่าเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวระยะสั้น คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรองลงมาแจ้งเพื่อของพักอาศัยอย่างถาวรในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 33.3

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ เนื่องจากกลุ่มนี้ เป็นนักท่องเที่ยวเสียส่วนใหญ่ ลักษณะการแจ้งการเข้ามาในประเทศไทยกับกองตรวจคนเข้าเมืองจึงเป็นลักษณะการท่องเที่ยวระยะสั้น คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมาจะเป็นการขออนุญาตทำงาน คิดเป็น

ร้อยละ 12.5 และลำดับสุดท้ายคือการพักระยะอย่างถาวรในประเทศไทย คิดเป็น ร้อยละ 3.2

ส่วนที่ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่ถาวร ณ บ้านเกิดของตัวอย่าง ตารางที่ 5.14) แสดงประเภทที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	บ้านเดี่ยว	10	83.3	172	61.4
2	ทาวน์เฮาส์	0	0.0	0.0	0.0
3	ตึกแถว	0	0.0	9	3.2
4	คอนโดมิเนียม	2	16.7	99	35.4
5	แฟลต	0	0.0	0	0.0
6	อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นรูปแบบการพักอาศัยของประชากรในประเทศบ้านเกิด ก่อนที่จะมาซื้อบ้านพักตากอากาศภายในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะอยู่บ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 83.3 และรองลงมาจะอยู่ในคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 16.7

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ กลุ่มนี้ก็เช่นกัน กลุ่มใหญ่ ๆ จะเป็นคนที่อยู่ในบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาจะอยู่ในคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 35.4 และตึกแถวคิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 5.15) แสดงพื้นที่ทั้งหมดของที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	61-90 ตารางเมตร	0	0.0	6	2.1
2	91-120 ตารางเมตร	0	0.0	24	8.6
3	121-150 ตารางเมตร	0	0.0	21	7.5
4	151-180 ตารางเมตร	2	16.7	28	10.0
5	181-210 ตารางเมตร	1	8.3	16	5.7
6	211-240 ตารางเมตร	0	0.0	10	3.6
7	241-270 ตารางเมตร	0	0.0	64	22.9
8	271-300 ตารางเมตร	1	8.3	40	14.3
9	301-350 ตารางเมตร	7	58.3	71	25.4

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10	มากกว่า 350 ตารางเมตร	1	8.3	0	-
	รวมทั้งสิ้น	12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว สำหรับบ้านพักอาศัย ณ ประเทศบ้านเกิดของกลุ่มประชากร ส่วนใหญ่จะมีขนาดที่ค่อนข้างใหญ่โต กล่าวคือ กลุ่มใหญ่พักอาศัยอยู่ในบ้านขนาด 301-350 ตารางเมตร รองลงมา จะอยู่บ้านขนาด 151-180 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 58.3 และ 16.7 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เคยพักอาศัยในที่พักที่มีขนาด 301-350 ตารางเมตร รองลงมาขนาด 241-270 ตารางเมตร และ ขนาด 271-300 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 25.4, 22.9 และ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.16) แสดงลักษณะการครอบครองที่อยู่อาศัยในประเทศของท่าน คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	12	100.0	216	77.1
2	เช่าต่อ	0	0.0	49	17.5
3	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ร่วมกัน	0	0.0	5	1.8
4	อื่น ๆ	0	0.0	10	3.6
	รวมทั้งสิ้น	12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ลักษณะการครอบครองบ้านพักอาศัย ณ ประเทศบ้านเกิดของคนกลุ่มนี้ ทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ 100 จะซื้อบ้าน และเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เอง

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับคนกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยของตนเอง รองลงมาจะเป็นการเช่าต่อ และลักษณะอื่น ๆ (ผู้อาศัย) คิดเป็นร้อยละแล้ว จะได้ 77.1, 17.5 และ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.17) แสดงลักษณะของที่พักอาศัยในประเทศไทย ก่อนซื้อบ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ที่พักแบบ ไทม์แชร์ริง	0	0.0
2	ห้องภายในโรงแรม	6	50.0
3	บ้านเพื่อน	0	0.0
4	คอนโดมิเนียม	1	8.3

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
5	บ้านพักตากอากาศภายในโรงแรม	5	41.7
6	อื่น ๆ	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว สำหรับที่พักอาศัยที่ทางกลุ่มประชากรที่ศึกษาเข้ามาพักภายในประเทศไทย ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศนั้น มีอยู่หลายรูปแบบ ส่วนใหญ่จะพักภายในห้องพักของโรงแรม รองลงมาจะพักที่บ้านพักตากอากาศภายในโรงแรม และคอนโดมิเนียม ซึ่งอาจจะเป็นการเช่า ซึ่งสามารถคิดเป็นร้อยละ 50.0, 41.7 และ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.18) แสดงรายละเอียดของที่พักอาศัยดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ห้องมาตรฐานของโรงแรม	2	16.7
2	ห้องชุดของโรงแรม	4	33.3
3	บ้านแบบ 1 ห้องนอน	0	0.0
4	บ้านแบบ 1 ห้องนอน พร้อมสระว่ายน้ำ	2	16.7
5	บ้านแบบ 2 ห้องนอน	1	8.3
6	บ้านแบบ 2 ห้องนอน พร้อมสระว่ายน้ำ	1	8.3
7	บ้านแบบ 2 ห้องนอน พร้อมสระว่ายน้ำ, จากูซี่ และพื้นที่พักผ่อนภายนอก	1	8.3
8	บ้านแบบมากกว่า 2 ห้องนอน พร้อมสระว่ายน้ำ และมีบริเวณพื้นที่	1	8.3
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ลักษณะที่พักที่คนกลุ่มนี้เข้ามาพักอาศัย ก่อนซื้อบ้านพักตากอากาศ ส่วนใหญ่แล้วจะเข้ามาพักในห้องชุดของโรงแรม รองลงมาคือห้องมาตรฐาน และบ้านพักตากอากาศขนาด 2 ห้องนอน สำหรับรูปแบบอื่น ๆ ก็มีบ้างประปราย เราสามารถคิดเป็นร้อยละ 33.3, 16.7, และ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.19) แสดงปีที่ตัดสินใจซื้อบ้านพักดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ปี ค.ศ.2000	5	41.7
2	ปี ค.ศ.2001	6	50.0
3	ปี ค.ศ.2002	1	8.3
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ก่อนที่จะซื้อบ้านในโครงการบ้านชั้นตรี รีสอร์ท กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ซื้อบ้านพักเพื่อพักอาศัยมาแล้ว ในปี ค.ศ.2001 รองลงมาซื้อในปี 2000 และปี 2002 คิดเป็นร้อยละ ได้ดังนี้ 50.0, 41.7 และ 8.3

ตารางที่ 5.20) แสดงจำนวนครั้งที่มา บ้านชั้นตรี รีสอร์ท ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบ้านหลังนี้ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยมาก่อน	6	50.0
2	เคยมาแล้ว 2 ครั้ง	2	16.7
3	เคยมาแล้ว 3 ครั้ง	2	16.7
4	เคยมาแล้ว 4 ครั้ง	1	8.3
5	เคยมาแล้ว 6 ครั้ง	1	8.3
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

จากการสำรวจจำนวนครั้งของการเคยมาที่โครงการบ้านชั้นตรี รีสอร์ทนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาที่โครงการนี้แล้วก่อนตัดสินใจซื้อ แต่เมื่อพิจารณาจากจำนวนครั้งของการมาที่โครงการ ผู้ที่ไม่เคยมาก่อนซื้อ มีจำนวน ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ เคยมาแล้ว 2 ครั้ง และเคยมาแล้ว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 16.7

ตารางที่ 5.21) แสดงให้ทราบถึงลำดับความต้องการในทรัพย์สินแต่ละประเภท คิดเป็นร้อยละ

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว											
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	บ้านพักตากอากาศ	12	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0
2	รถสปอร์ตหรู	0	0.0	6	50.0	6	50.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0
3	เพชร และเครื่องประดับ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0	12	100.0
4	เรือยอร์ช	0	0.0	6	50.0	6	50.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0
5	เครื่องบินส่วนตัว	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0	0	0.0	12	100.0

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว											
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	บ้านพักตากอากาศ	247	88.2	24	8.6	9	3.2	0	0.0	0	0.0	280	100.0
2	รถสปอร์ตหรู	0	0.0	203	72.5	46	16.4	31	11.1	0	0.0	280	100.0
3	เพชร และเครื่องประดับ	3	1.1	0	0.0	5	1.8	0	0.0	272	97.1	280	100.0
4	เรือยอร์ช	0	0.0	48	17.1	220	78.6	12	4.3	0	0.0	280	100.0
5	เครื่องบินส่วนตัว	30	10.7	5	1.8	0	0.0	237	84.6	8	2.9	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว กลุ่มนี้ เห็นว่าบ้านพักตากอากาศ เป็นความความสำคัญอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนรถสปอร์ต และเรือยอร์ช ถูกพิจารณาให้เป็นความสำคัญลำดับ 2 และ 3, สำหรับ เครื่องบินส่วนตัว ให้ความสำคัญลำดับที่สี่ ส่วนที่ให้มีความสำคัญ เป็นอันดับสุดท้ายคือ เพชร และเครื่องประดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับกลุ่มนี้ บ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ 88.2 ก็เป็นความสำคัญลำดับหนึ่งด้วยเช่นกัน รองลงมาคือรถสปอร์ต คิดเป็น 72.5 ยึดถือเป็นการลำดับสอง เรือยอร์ชเป็นความต้องการลำดับสาม คิดเป็นร้อยละ 78.6 สำหรับอันดับสุดท้าย ก็คือเพชรและเครื่องประดับ เหมือนกัน

สรุปแล้ว ทั้งสองกลุ่ม ให้ความสำคัญกับ บ้านพักตากอากาศ เป็นอันดับ 1 และรองลงไป เป็นรถสปอร์ต และเรือยอร์ช ตามลำดับ

ตารางที่ 5.22) แสดงการเป็นเจ้าของบ้านพักตากอากาศในภูเก็ต ก่อนที่จะซื้อที่นี้ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยมีบ้านในภูเก็ตมาก่อน แต่มีที่อื่น	2	16.7	18	6.4
2	ไม่เคยมีมาก่อน	6	50.0	237	84.6
3	เคยมีในภูเก็ต แต่ขายไปแล้วก่อนซื้อหลังนี้	2	16.7	25	8.9
4	อื่น ๆ	2	16.7	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า คนส่วนใหญ่ ยังไม่เคยมีบ้านพักตากอากาศมาก่อน รองลงมา จะเคยซื้อบ้านพักตากอากาศที่อื่น และบางส่วนเคยซื้อ แต่ได้ขายไปแล้ว ซึ่งสามารถแสดงโดยคิดเป็นร้อยละ 50.0, 16.7 และ 16.7

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ สำหรับกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีบ้านพักตากอากาศมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 84.6 รองลงมาเคยมีบ้านพักตากอากาศในภูเก็ตแต่ขายไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.9 และไม่เคยมีในภูเก็ตแต่มีอยู่ที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 6.4

ส่วนที่ 3) ข้อมูลบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 5.23) แสดงช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการนี้เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	หนังสือพิมพ์	0	0.0	9	3.2
2	เพื่อน	5	41.7	54	19.3
3	อินเทอร์เน็ต	0	0.0	11	3.9
4	ป้ายโฆษณา	0	0.0	0	0.0
5	พนักงานขาย	0	0.0	0	0.0
6	บริษัทตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์	0	0.0	4	1.4
7	เคยมาที่โครงการ ลานู่นามาก่อน	3	25.0	26	9.3
8	เคยพักภายในโครงการนี้มาก่อน	1	8.3	0	0.0
9	ญาติและเพื่อน	1	8.3	4	1.4
10	คู่สมรส	1	8.3	36	12.9
11	สถาปนิก/วิศวกรที่ปรึกษา	1	8.3	0	0.0
12	นิตยสารอสังหาริมทรัพย์	0	0.0	136	48.6
13	อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ผู้วิจัย ได้สำรวจเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ว่าทางกลุ่มประชากรกลุ่มนี้ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการนี้ได้อย่างไร ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ทราบจากเพื่อน รองลงมาจะเคยมาที่โครงการ และพักที่โครงการมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 41.7, 25.0 และ 8.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ทางผู้วิจัย ได้สอบถามเกี่ยวกับเรื่องช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ และทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการนี้ และโครงการในเครือ ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ได้รับทราบจากนิตยสาร-สิ่งพิมพ์ รองลงมาจะค้นหาทางอินเทอร์เน็ต และรับทราบจากคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 48.6, 19.3 และ 12.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.24) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศ

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญของผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว																												รวม			
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5		ลำดับ 6		ลำดับ 7		ลำดับ 8		ลำดับ 9		ลำดับ 10		ลำดับ 11		ลำดับ 12		ลำดับ 13		ไม่ตอบ		รวม			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1	ทัศนียภาพจากโครงการ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	50.0	4	33.3	0	0.0	2	16.7	0	0.0	12	100		
2	เจ้าของโครงการมีประวัติดีกับบ้าน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	8.3	4	33.3	2	16.7	3	25.0	2	16.7	0	0.0	0	0.0	12	100		
3	ผู้ซื้อหลายรายเป็นนายช่างดีกับบ้าน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	50.0	1	8.3	0	0.0	0	0.0	3	25.0	2	16.7	0	0.0	12	100		
4	ทำเลที่ตั้ง	8	66.6	2	16.7	2	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
5	สถานบริการต่างๆ	0	0.0	1	8.3	0	0.0	7	58.3	3	25.0	0	0.0	1	8.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
6	เครื่องมืออำนวยความสะดวกและพื้นที่	0	0.0	0	0.0	5	41.7	3	25.0	0	0.0	4	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
7	รูปแบบการออกแบบ	0	0.0	2	16.7	1	8.3	2	16.7	5	41.6	2	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
8	คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	0	0.0	4	33.3	1	8.3	0	0.0	3	25.0	2	16.7	2	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
9	บ้านเสร็จพร้อมหรือพร้อมขาย	0	0.0	2	16.7	0	0.0	3	25.0	1	8.3	3	25.0	3	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
10	ราคา	4	33.4	1	8.3	3	25.0	0	0.0	0	0.0	1	8.3	3	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
11	การประเมินความเสี่ยงการเงิน / รัฐบาล	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	41.7	2	16.6	5	41.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
12	มูลค่าสิ่งในอากาศ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	41.7	5	41.7	2	16.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100
13	ผลตอบแทนการลงทุน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	33.3	2	16.7	6	50.0	0	0.0	0	0.0	12	100		

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญของผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ																												รวม			
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5		ลำดับ 6		ลำดับ 7		ลำดับ 8		ลำดับ 9		ลำดับ 10		ลำดับ 11		ลำดับ 12		ลำดับ 13		ไม่ตอบ		รวม			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1	ทัศนียภาพจากโครงการ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	1.8	108	38.6	114	40.7	0	0.0	53	18.9	0	0.0	280	100		
2	เจ้าของโครงการมีประวัติดีกับบ้าน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	31	11.1	68	24.3	103	36.8	27	9.6	51	18.2	0	0.0	0	0.0	280	100		
3	ผู้ซื้อหลายรายเป็นนายช่างดีกับบ้าน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	166	59.3	31	11.1	0	0.0	40	14.3	27	9.6	16	5.7	0	0.0	280	100		
4	ทำเลที่ตั้ง	208	74.3	54	19.3	18	6.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
5	สถานบริการต่างๆ	0	0.0	9	3.2	0	0.0	162	57.8	28	10.0	38	13.6	43	15.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
6	เครื่องมืออำนวยความสะดวกและพื้นที่	0	0.0	0	0.0	123	43.9	28	10.0	38	13.6	91	32.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
7	รูปแบบการออกแบบ	0	0.0	98	35.0	10	3.6	80	28.6	74	26.4	18	6.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
8	คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	0	0.0	68	24.3	68	24.3	107	38.2	16	5.7	21	7.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
9	บ้านเสร็จพร้อมหรือพร้อมขาย	0	0.0	18	6.4	3	1.1	58	20.7	33	11.8	107	38.2	61	21.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
10	ราคา	72	25.7	33	11.8	58	20.7	0	0.0	0	0.0	10	3.6	107	38.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
11	การประเมินความเสี่ยงการเงิน / รัฐบาล	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	83	29.6	98	35.0	0	0.0	99	35.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	280	100
12	มูลค่าสิ่งในอากาศ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	78	27.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	164	58.5	38	13.6	0	0.0	280	100
13	ผลตอบแทนการลงทุน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	69	24.6	0	0.0	38	13.6	173	61.8	0	0.0	280	100		

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับแรก ที่เป็นทัศนคติของกลุ่มนี้ ทำเลที่ตั้ง ถือว่าสำคัญเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 66.6 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา เป็นความสำคัญลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 33.4

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับแรก ที่เป็นทัศนคติของกลุ่มนี้ ทำเลที่ตั้ง ถือว่าสำคัญเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา เป็นความสำคัญลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 25.7

ตารางที่ 5.25) แสดงที่ปรึกษาคนสุดท้ายก่อนตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ญาติ	0	0.0	0	0.0
2	คู่สมรส	2	16.7	77	27.5
3	ตัวเอง	10	83.3	183	65.4
4	เพื่อนจากประเทศตนเอง	0	0.0	20	7.1
5	สถาปนิก/วิศวกรที่ปรึกษา	0	0.0	0	0.0
6	นักการเงิน	0	0.0	0	0.0
7	บริษัทที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย	0	0.0	0	0.0
8	อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ข้อมูลจากตารางข้างต้นนี้ ก็มีความสำคัญมาก ทางผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มประชากรกลุ่มนี้ปรากฏว่า มีเพียง 2 ทางเลือกที่ตอบ อันดับแรก คือ ตัดสินใจเอง อันดับที่สอง คือปรึกษาคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 83.3 และ 16.7

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ผู้วิจัย ได้พยายามค้นหาข้อเท็จจริง ว่า คนในกลุ่มนี้ หากต้องการซื้อบ้านพักตากอากาศ ใครจะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลสำคัญในการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับสุดท้าย ปรากฏว่า ลำดับแรกคือ ตัดสินใจเอง รองลงมาคือคู่สมรส และ เพื่อนฝูง เมื่อคิดเป็นร้อยละ จะได้เท่ากับ 65.4, 27.5 และ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.26) แสดงช่องทางการซื้อบ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ซื้อโดยตรงกับเจ้าของโครงการ/นักลงทุน	8	66.7
2	พนักงานขาย	3	25.0
3	บริษัทตัวแทนอสังหาริมทรัพย์	1	8.3
4	ซื้อจากเจ้าของเดิมที่เป็นคนไทย	0	0.0
5	ซื้อจากเจ้าของเดิมที่ไม่ใช่คนไทย	0	0.0
6	อื่น ๆ	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว สำหรับช่องทางการซื้อบ้านพักตากอากาศ ของกลุ่มประชากรทั้งหมดที่ทางผู้วิจัยสำรวจ ส่วนใหญ่ซื้อตรงกับเจ้าของโครงการ รองลงมาจัดซื้อผ่านพนักงานขาย และบริษัทตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 66.7, 25.0 และ 8.3 ของประชากรทั้งหมด

ส่วนที่ 4) ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศ

ตารางที่ 5.27) แสดงโครงการบ้านพักตากอากาศที่ใช้ในการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้เปรียบเทียบ	3	25.0	0	0.0
2	เปรียบเทียบ 1 โครงการ	3	25.0	9	3.2
3	เปรียบเทียบ 2 โครงการ	6	50.0	65	23.2
4	เปรียบเทียบ 3 โครงการ	0	0.0	187	66.8
5	เปรียบเทียบ 4 โครงการ หรือมากกว่า	0	0.0	19	6.8
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ เกี่ยวกับเรื่องการเปรียบเทียบ ซึ่งย่อมมีก่อนการตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินมูลค่าสูง ปรากฏว่า ส่วนใหญ่เปรียบเทียบกับโครงการอื่น 2 โครงการ, รองลงมา เปรียบเทียบโครงการอื่น 1 โครงการ และไม่ได้เปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 50.0, 25.0 และ 25.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่หากต้องการจะซื้อบ้านพักตากอากาศจะทำการเปรียบเทียบโครงการต่าง ๆ 3 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 66.8

รองลงมาคิดว่าจะเปรียบเทียบ 2 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และลำดับที่ 3 จะเปรียบเทียบ 4 โครงการหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 5.28) แสดงระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ตัดสินใจทันทีหลังจากเห็นโครงการ	1	8.3	0	0.0
2	ใช้เวลาประมาณ 1 เดือน	9	75.0	14	5.0
3	ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน	0	0.0	66	23.6
4	ใช้เวลาประมาณ 3 เดือน หรือมากกว่า	2	16.7	200	71.4
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ระยะเวลาการตัดสินใจในการซื้อ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการตัดสินใจประมาณ 1 เดือน รองลงมาใช้เวลาถึง 3 เดือน และมีบางรายตัดสินใจซื้อเลยหลังเห็นโครงการ เปรียบเทียบเป็นร้อยละ 75.0, 16.7 และ 8.3 ของจำนวนทั้งหมด

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ผู้วิจัยได้สอบถามข้อคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาที่ทางกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ จะใช้ตัดสินใจ ถ้าหากมีโครงการจะซื้อบ้านพักตากอากาศปรากฏว่า ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลา 3 เดือน หรือ มากกว่า รองลงมาจะใช้เวลาประมาณ 2 เดือน และ 1 เดือนตามลำดับ

ตารางที่ 5.29) แสดงรูปแบบการชำระเงินซื้อบ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	จ่ายเงินดาวน์เป็นงวด และผ่อนต่อ	3	25.0	257	91.8
2	จ่ายทั้งหมดครั้งเดียว	4	33.3	23	8.2
3	จ่ายเป็นงวด ๆ แต่ไม่ได้เข้าไฟแนนซ์	5	41.7	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว รูปแบบการชำระเงินซื้อบ้านพักตากอากาศของคนกลุ่มนี้ ตามที่ได้แจกแจงข้างต้น ประชากรส่วนใหญ่ จ่ายเป็นงวด ๆ แต่ไม่ได้เข้าไฟแนนซ์, รองลงมาจ่ายหมดครั้งเดียว และจ่ายเงินดาวน์เป็นงวด และผ่อนต่อธนาคาร เมื่อคิดเป็นร้อยละเท่ากับ 41.7, 33.3 และ 25.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ กลุ่มนี้ หากจะซื้อส่วนใหญ่จะเลือกการจ่าย
ค่างวดเป็นงวดแล้วผ่อนต่อ รองลงมาจะจ่ายทั้งหมดในคราวเดียว คิดเป็นร้อยละ 91.8
และ 8.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.30) แสดงให้ทราบถึงเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศในโครงการนี้
กลุ่มที่ 1) ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	โปรโมชั่นรวมตกแต่งให้	1	8.3	11	91.7	12	100
2	สนิทสนมกับเจ้าของโครงการ	0	0.0	12	100	12	100
3	ใกล้สนามบิน	2	16.7	10	83.3	12	100
4	ใกล้กับที่พักคนต่างชาติ	1	8.3	11	91.7	12	100
5	ใกล้กับโรงเรียนนานาชาติ	1	8.3	11	91.7	12	100
6	ชายหาดสวยงาม	1	8.3	11	91.7	12	100
7	สภาวะแวดล้อมดี	8	66.7	4	33.3	12	100
8	เป็นการเก็บออมที่ดี	2	16.7	10	83.3	12	100
9	ได้รับผลตอบแทนจากการเช่า	4	33.3	8	66.7	12	100
10	ซื้อดีกว่าเช่า	0	0.0	12	100.0	12	100
11	เป็นทรัพย์สินของครอบครัว	5	41.7	7	58.3	12	100
12	สร้างมูลค่าทางการเงินที่ดี	8	66.7	4	33.3	12	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว มีความเห็นว่า เหตุผลที่เป็นเหตุผลอันดับ 1 คือ เรื่อง
ของสภาวะแวดล้อมที่ดี คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ การสร้างมูลค่าทางการเงินที่ดี คิดเป็นร้อย
ละ 66.7 และอันดับสาม ได้แก่ เป็นการทรัพย์สินของครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.7

กลุ่มที่ 2) ผู้ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	โปรโมชั่นรวมตกแต่งให้	210	75.0	70	25	280	100
2	สนิทสนมกับเจ้าของโครงการ	44	15.7	236	84.3	280	100
3	ใกล้สนามบิน	208	74.3	72	25.7	280	100
4	ใกล้กับที่พักคนต่างชาติ	258	92.1	22	7.9	280	100

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5	ใกล้กับโรงเรียนนานาชาติ	170	60.7	110	39.3	280	100
6	ชายหาดสวยงาม	280	100.0	0	0.0	280	100
7	สภาวะแวดล้อมดี	280	100.0	0	0.0	280	100
8	เป็นการเก็บออมที่ดี	171	61.1	109	38.9	280	100
9	ได้รับผลตอบแทนจากการเช่า	64	22.9	216	77.1	280	100
10	ซื้อดีกว่าเช่า	236	84.3	44	15.7	280	100
11	เป็นทรัพย์สินของครอบครัว	127	45.4	153	54.6	280	100
12	สร้างมูลค่าทางการเงินที่ดี	200	71.4	80	28.6	280	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

สำหรับกลุ่มที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ มีความเห็นว่า เหตุผลที่เป็นอันดับหนึ่งคือ สภาวะแวดล้อมที่ดี คิดเป็นร้อยละ 100.0, อันดับ 2 ชายหาดสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงไป คือ ใกล้ที่พักคนต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 92.1 และมีโปรโมชันรวมการตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 75.0

ตารางที่ 5.31) แสดงให้ทราบถึงปัญหาที่พบในการซื้อบ้านพักตากอากาศในประเทศไทย

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว												รวม	
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5		ไม่ตอบ			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	สิทธิความเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	6	50.0	5	41.7	0	0.0	1	8.3	0	0.0	0	0.0	12	100.0
2	ขั้นตอนการโอนกรรมสิทธิ์	3	25.0	2	16.7	6	50.0	0	0.0	1	8.3	0	0.0	12	100.0
3	สัญญาการบริหาร	1	8.3	0	0.0	0	0.0	11	91.7	0	0.0	0	0.0	12	100.0
4	ตีคดีปัญหาเรื่องกฎหมายคนต่างชาติ	2	16.6	5	41.7	5	41.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0
5	สัญญาการเช่า	0	0.0	1	8.3	1	8.3	10	83.4	0	0.0	0	0.0	12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

เมื่อพิจารณาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศไปแล้ว พบก่อนตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากประเด็นปัญหาที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 (เรียงตามลำดับ) พบว่า ปัญหาที่พบ และมีความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ ปัญหาเกี่ยวกับเรื่อง สิทธิความเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 50,0 รองลงมา คือขั้นตอนการโอนกรรมสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ตีคดีปัญหาเรื่องกฎหมายคนต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในโครงการ

ตารางที่ 5.32) แสดงขนาดพื้นที่บ้านพักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ขนาด 121-150 ตารางเมตร	0	0.0	15	5.4
2	ขนาด 151-180 ตารางเมตร	0	0.0	19	6.8
3	ขนาด 181-210 ตารางเมตร	2	16.7	14	5.0
4	ขนาด 211-240 ตารางเมตร	0	0.0	28	10.0
5	ขนาด 241-270 ตารางเมตร	0	0.0	13	4.6
6	ขนาด 271-300 ตารางเมตร	1	8.3	147	52.5
7	ขนาด 301-350 ตารางเมตร	6	50.0	42	15.0
8	ขนาด มากกว่า 351 ตารางเมตร	3	25.0	2	0.7
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ในส่วนของขนาดบ้านพักตากอากาศที่กลุ่มประชากรกลุ่มนี้ซื้อไว้ เมื่อดูจากข้อมูลแล้ว ส่วนใหญ่จะซื้อขนาด 301-350 ตารางเมตร, รองลงมาคือขนาด มากกว่า 351 ตารางเมตร และ 181- 210 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละได้ดังนี้ 50.0, 25.0 และ 16.7

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ในกลุ่มนี้ หากคิดจะซื้อ ส่วนใหญ่จะเลือกที่พักอาศัย หรือบ้านพักตากอากาศขนาด 271-300 ตารางเมตร รองลงมาจะเป็นขนาด 301-350 ตารางเมตร และ 211-240 ตารางเมตร โดยคิดเป็นร้อยละ 52.5, 15.0 และ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.33) รายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในบ้านพักตากอากาศ

กลุ่มที่ 1) ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีสระว่ายน้ำ	11	91.7	1	8.3	12	100
2	มี Jacuzzi	8	66.7	4	33.3	12	100
3	มีอ่างอาบน้ำนอกบ้าน	2	16.7	10	83.3	12	100
4	มีห้องอาบน้ำนอกบ้าน	4	33.3	8	66.7	12	100
5	มีศาลาเอนกประสงค์	8	66.7	4	33.3	12	100
6	มีสวน	9	75.0	3	25.0	12	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

ในกลุ่มของผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้วนี้ จะพึงพอใจในบ้านพักตากอากาศที่ต้องมีสระว่ายน้ำเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 91.7 ต้องการมีสวน เป็นลำดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 75.0 และต้องการมี Jacuzzi คิดเป็นร้อยละ 66.7 ต้องการมีศาลาอเนกประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 66.7

กลุ่มที่ 2) ผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีสระว่ายน้ำ	280	100.0	0	0.0	12	100
2	มี Jacuzzi	280	100.0	0	0.0	12	100
3	มีอ่างอาบน้ำนอกบ้าน	216	77.1	64	22.9	12	100
4	มีห้องอาบน้ำนอกบ้าน	242	86.4	38	13.6	12	100
5	มีศาลาอเนกประสงค์	280	100.0	0	0.0	12	100
6	มีสวน	280	100.0	0	0.0	12	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

ในกลุ่มของผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศนี้ ล้วนแล้วแต่มีความต้องการความครบครันในเรื่องเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยทั้ง 100% จะมีความต้องการในสระว่ายน้ำ Jacuzzi ศาลาอเนกประสงค์ และสวนหย่อม สำหรับความต้องการลำดับรองลงไปได้แก่ ห้องอาบน้ำนอกบ้าน และอ่างอาบน้ำนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 86.4 และ 77.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.34) แสดงจำนวนห้องนอน และห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	จำนวน 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ	0	0.0	15	5.4
2	จำนวน 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ	8	66.7	243	86.8
3	จำนวน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ หรือมากกว่า	4	33.3	22	7.9
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว จำนวน ห้องนอนของบ้านพักตากอากาศ ซึ่งทางกลุ่มประชากรกลุ่มนี้ เลือกซื้อ มีดังนี้ ส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านพักตากอากาศที่มีห้องนอนจำนวน 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรองลงมาคือ 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ หรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ในกลุ่มนี้ คนส่วนใหญ่หากต้องการจะซื้อ นิยมจะเลือกบ้านพักขนาด 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 86.8 รองลงมา ก็คือ

3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 7.9 และ ขนาด 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 5.4 จากอัตราร้อยละดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลุ่มที่ 1 อาจจะเป็นไปด้วยเหตุผลเดียวกัน

ตารางที่ 5.35) แสดงเวลาในการซื้อบ้านพักตากอากาศในโครงการนี้ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ปี ค.ศ.2000	4	33.3
2	ปี ค.ศ.2001	6	50.0
3	ปี ค.ศ.2003	2	16.7
รวมทั้งสิ้น		12	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว บ้านพักตากอากาศของโครงการ บ้านยันตรีรีสอร์ท ได้เริ่มขายในช่วงปี ค.ศ.2000 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจตกตอย แต่กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ซื้อบ้านพักตากอากาศในปี ค.ศ.2001 รองลงมาซื้อในปี 2000 และปี 2002 คิดเป็นร้อยละได้ดังนี้ 50.0, 33.3 และ 16.7

ตารางที่ 5.36) แสดงราคาบ้านพักตากอากาศที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	0	0.0	185	66.1
2	10-12 ล้านบาท	1	8.3	70	25.0
3	12-14 ล้านบาท	2	16.7	15	5.4
4	14-16 ล้านบาท	5	41.7	4	1.4
5	16-18 ล้านบาท	1	8.3	4	1.4
6	18-20 ล้านบาท	1	8.3	2	0.7
7	20-22 ล้านบาท	0	0.0	0	0.0
8	22-24 ล้านบาท	1	8.3	0	0.0
9	24-26 ล้านบาท	1	8.3	0	0.0
10	26-28 ล้านบาท	0	0.0	0	0.0
11	28-30 ล้านบาท	0	0.0	0	0.0
12	มากกว่า 30 ล้านบาท	0	0.0	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ตารางนี้ แสดงให้ทราบถึง ราคาของบ้านพักตากอากาศที่กลุ่มประชากรนี้ จัดซื้อ โดยส่วนใหญ่แล้ว จะซื้อบ้านพักในราคา 14 – 16 ล้านบาท, รองลงมาคือราคา 12 – 14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.7 และ 16.7 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาไปยังกลุ่มที่ 1 ผู้คนส่วนใหญ่ หากต้องการซื้อจะเลือกซื้อบ้านพักตากอากาศที่มีราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาท รองลงมาจะซื้อในราคา 10 - 12 ล้านบาท และ 12 - 14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.1, 25.0 และ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.37) แสดงจำนวนผู้พักอาศัยในแต่ละครั้งที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ซื้อบ้าน		กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	พักอาศัย 1 คน	0	0.0	0	0.0
2	พักอาศัย 2 คน	4	33.3	98	35.0
3	พักอาศัย 3 คน	3	25.0	130	46.4
4	พักอาศัย 4 คน	5	41.7	42	15.0
5	พักอาศัย 5 คน หรือมากกว่า	0	0.0	10	3.6
รวมทั้งสิ้น		12	100.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ในการมาใช้บ้านพักตากอากาศ หรือการพักอาศัยประจำ ของประชากรแต่ละรายนั้น ส่วนใหญ่จำนวนผู้พักอาศัยจะอยู่ที่ 4 คน รองลงมาคือ 2 คน และ 3 คน เราสามารถคิดเป็นร้อยละ 41.7, 33.3 และ 25.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติกับตัวอย่างกลุ่มนี้ ว่าหากซื้อแล้ว จะมีคนพักอาศัยในบ้านพักตากอากาศหลังที่จะซื้อกี่คน ส่วนใหญ่จะพักอาศัย 3 คน รองลงมา 2 คน และ 4 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 46.4, 35.0 และ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.38) แสดงให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อบ้านพักตากอากาศในโครงการนี้

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว										ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ
		ดีมาก		ดี		พอใช้		ไม่ดี		แย่มาก			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1	รูปแบบการออกแบบ	3	25.0	9	75.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.25	85.00
2	สิ่งอำนวยความสะดวก	1	8.3	10	83.3	1	8.3	0	0.0	0	0.0	4.00	80.00
3	คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	0	0.0	9	75.0	3	25.0	0	0.0	0	0.0	3.75	75.00
4	ทำเลที่ตั้ง	7	58.3	5	41.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.58	91.60
5	สถานบริการต่าง ๆ	4	33.3	8	66.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.33	86.60
6	การรักษาความปลอดภัย	2	16.7	10	83.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.17	83.40
7	ความสงบเรียบร้อย	6	50.0	6	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.50	90.00

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว										ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ
		ดีมาก		ดี		พอใช้		ไม่ดี		แย่มาก			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
8	สาธารณูปโภค	0	0.0	10	83.3	2	16.7	0	0.0	0	0.0	3.84	76.72
9	ผลตอบแทนจากการลงทุน	4	33.3	7	58.3	1	8.3	0	0.0	0	0.0	4.25	85.00
10	การบริหารจัดการทรัพย์สิน	1	8.3	11	91.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.08	81.60
11	การรักษาความสะอาด	2	16.7	10	83.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4.17	83.40
12	มีกำแพงสูงรอบบ้าน ปลอดภัย	1	8.3	8	66.7	3	25.0	0	0.0	0	0.0	3.83	76.60
13	ห้องอาบน้ำมอมองเปิด	2	16.7	8	66.7	2	16.7	0	0.0	0	0.0	4.00	80.00
14	สร้างแล้วเสร็จก่อนซื้อ	1	8.3	8	66.7	3	25.0	0	0.0	0	0.0	3.83	76.60
15	ราคาถูกกว่าเช่าโรงแรม	1	8.3	10	83.3	0	0.0	1	8.3	0	0.0	3.92	78.40
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด												4.10	81.99

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้น พบว่า

สำหรับการศึกษาในหัวข้อนี้ ทางผู้วิจัย ได้หาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในส่วนประกอบต่าง ๆ ของโครงการนี้ ปรากฏว่า ความพึงพอใจอันดับ 1 คือ ทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58(คิดเป็นร้อยละ 91.6) รองลงมาคือ ความสงบเรียบร้อย สถานบริการต่าง ๆ และรูปแบบในการออกแบบ คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 4.50(คิดเป็นร้อยละ 90.0), 4.33(คิดเป็นร้อยละ 86.6) และ 4.25(คิดเป็นร้อยละ 85.0) โดยรวมแล้ว ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10(คิดเป็นร้อยละ 81.99)

ส่วนที่ 6) ข้อมูลเกี่ยวกับพักอาศัยในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 5.39) แสดงให้เห็นทราบถึงแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักจังหวัดภูเก็ต

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	หนังสือ และสิ่งพิมพ์	146	52.1
2	อินเทอร์เน็ต	22	7.9
3	เพื่อน หรือญาติ	112	40.0
4	อื่น ๆ	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ รู้จักจังหวัดภูเก็ต พบว่า คนส่วนใหญ่รู้จักภูเก็ตผ่านทางหนังสือ-สิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาจะรู้จักผ่านทางเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 40.0 และลำดับสุดท้ายจะรู้จักผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตารางที่ 5.40) แสดงให้เห็นทราบถึงจำนวนครั้งในการมาเที่ยวภูเก็ต

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยมา ครึ่งนี้เป็นครั้งแรก	92	32.9
2	จำนวน 1 ครั้ง	75	26.7
3	จำนวน 2 ครั้ง	17	6.1
4	จำนวน 3 ครั้ง	20	7.1
5	จำนวนมากกว่า 3 ครั้ง	76	27.1
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

เพื่อให้ทราบถึงความถี่ในการมาท่องเที่ยวเมืองภูเก็ต ของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยว ทางผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งในการมาเที่ยว ผลปรากฏว่า ส่วนใหญ่จะไม่เคยมาเที่ยว โดยครั้งที่ตามเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 32.9, รองลงมาจะเคยมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.1 และจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตารางที่ 5.41) แสดงให้ทราบถึงประเภทที่พักอาศัยที่นิยมพักในภูเก็ต

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	โรงแรม	245	87.5
2	บ้านพักในเขตโรงแรม	29	10.4
3	บ้านพักส่วนตัวในบริเวณที่พักตากอากาศ	4	1.4
4	ที่พักประเภท ไร่/รีสอร์ท	0	0.0
5	คอนโดมิเนียม	2	0.7
6	บ้านพักในเมือง	0	0.0
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

บ้านพัก หรือสถานที่พักที่เป็นที่นิยมสำหรับคนกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ นิยมที่จะพักโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาจะพักในบ้านพักในเขตโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 10.4 และบ้านพักส่วนตัวในบริเวณที่พักตากอากาศ คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 5.42) แสดงให้ทราบถึงระยะเวลาในการพักที่ภูเก็ตแต่ละครั้ง

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	น้อยกว่า 7 วัน	164	58.6
2	1 สัปดาห์ – 2 สัปดาห์	35	12.5
3	3 สัปดาห์ – 4 สัปดาห์	41	14.6
4	มากกว่า 4 สัปดาห์	40	14.3
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

สำหรับระยะเวลาในการพักอาศัยของคนในกลุ่มนี้ ในการมาพักตากอากาศในภูเก็ตแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่จะพักโดยใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 58.6, รองลงมาจะพักประมาณ 3 – 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14.6 และพักระยะเวลามากกว่า 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 5.43) แสดงให้ทราบถึงความรู้จักบัตร “ไทยแลนด์พีวีเลจการ์ด” (TPC)

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	รู้จัก	21	7.5
2	ไม่รู้จัก	259	92.5
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบาย ในการจัดจำหน่ายบัตร “ไทยแลนด์พีวีเลจการ์ด” (TPC) ซึ่งให้สิทธิพิเศษสำหรับเจ้าของบัตรต่าง ๆ หลายประการ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย ผู้วิจัยพยายามค้นหาความจริง ว่านโยบายดังกล่าว เป็นที่รู้จักกับคนทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวหรือไม่

ผลปรากฏว่า คนส่วนใหญ่ไม่รู้จักกับบัตร “ไทยแลนด์พีวีเลจการ์ด” (TPC) คิดเป็นร้อยละ 92.5 สำหรับคนที่รู้จักบัตรดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 7.5

ตารางที่ 5.44) แสดงให้ทราบถึงลำดับความสำคัญของ สิทธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ “บัตรไทยแลนด์พีวีเลจการ์ด”

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ กรณี ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว									
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ไม่ตอบ		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	สิทธิในการซื้อสิ่งหามทรัพย์	0	0.0	4	26.7	11	73.3	265	0.0	15	100
2	ได้รับวีซ่าระยะยาว	15	100.0	0	0.0	0	0.0	265	0.0	15	100
3	บริการต่าง ๆ ที่รัฐเสนอให้	0	0.0	11	73.3	4	26.7	265	0.0	15	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

สำหรับสิทธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบัตร “ไทยแลนด์พีวีแอลการ์ด” (TPC) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ มีคนรู้จักค่อนข้างน้อย ผู้ที่รู้จัก ให้ความสำคัญกับเรื่อง การขยายระยะเวลาวีซ่าเป็นสำคัญ คิดเป็น 100% สำหรับปัจจัยด้านสิทธิในการซื้อสังหาริมทรัพย์และบริการอื่น ๆ ที่รัฐเสนอให้ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 อันดับ 3 อาจจะเป็นไปได้ว่า ไม่ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริง ไม่ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับงานบริการที่น่าเสนอ ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องที่ต้องประชาสัมพันธ์ต่อไป ตารางที่ 5.45) แสดงให้ทราบถึงความสามารถในการพักอยู่ในประเทศไทย กรณีที่ไม่มีข้อจำกัดด้านฐานะต่าง ๆ ที่ต้องทำ หรือวีซ่าไม่กำหนดระยะเวลา(กรณีชาวต่างชาติ)

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	1 สัปดาห์	41	14.6
2	2 สัปดาห์	57	20.4
3	3 สัปดาห์	8	2.9
4	4 สัปดาห์	67	23.9
5	มากกว่า 4 สัปดาห์	107	38.2
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

เพื่อรับทราบถึง ความต้องการที่แท้จริงเกี่ยวกับระยะเวลาในการพักอาศัยของคนกลุ่มนี้ กรณีที่คนไม่มีฐานะต่าง ๆ ที่ต้องทำ หรือวีซ่าไม่กำหนดระยะเวลา อนุญาตให้พักอาศัยในระยะยาวโดยรัฐบาล สำหรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวจะประสงค์ที่จะพักอาศัยนานเพียงใด ปรากฏว่า คนส่วนใหญ่ประสงค์ที่จะพักอาศัยนานมากกว่า 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.2, รองลงมาคือ 4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.9 และ 2 สัปดาห์ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.46) แสดงให้ทราบถึงรูปแบบที่พักกรณีต้องพักอาศัยในภูเก็ตเป็นระยะเวลายาวนาน

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	โรงแรม	72	25.7
2	บ้านพักในเขตโรงแรม	18	6.4
3	บ้านพักส่วนตัวในบริเวณที่พักตากอากาศ	135	48.2
4	ที่พักประเภท โฮมแชร์	27	9.6
5	คอนโดมิเนียม	0	0.0
6	บ้านพักในเมือง	28	10.0
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

สำหรับรูปแบบของสถานที่พักอาศัยในภูเก็ต กรณีที่ กลุ่มตัวอย่าง ต้องการพักอาศัยกรณีที่สามารถอยู่ท่องเที่ยวได้เป็นระยะเวลายาวนาน ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการพักบ้านพักส่วนตัวในบริเวณที่พุดากอากาศ คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาจะเป็นห้องพักในโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ บ้านพักในเมือง คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 5.47) แสดงให้ทราบถึงอาหารที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	อาหารประจำชาติ	61	21.8
2	อาหารไทย	190	67.9
3	อาหารนานาชาติ	29	10.4
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ตัวเลขสถิติข้างต้น แสดงให้เห็นถึง ประเภทอาหารที่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมชมชอบ อาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาจะรับประทานอาหารประจำชาติของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 67.9 และลำดับที่สามนิยมอาหารของชาติอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 10.4

ตารางที่ 5.48) แสดงให้ทราบถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้รัฐบาลจัดสรร

ลำดับ	รายการ	ลำดับความสำคัญ									
		ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ไม่ตอบ		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ระบบติดต่อสื่อสารความเร็วสูง	87	33.7	97	37.6	74	28.7	22	0.0	280	100.0
2	ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	194	75.2	42	16.3	22	8.5	22	0.0	280	100.0
3	รัฐบาลให้ระยะเวลาวีซ่านานขึ้น	142	55.0	97	37.6	19	7.4	22	0.0	280	100.0
4	การดูแลรักษาด้านสุขภาพ	143	55.4	63	24.4	52	20.2	22	0.0	280	100.0
5	การศึกษา	35	13.6	105	40.7	118	45.7	22	0.0	280	100.0
6	เพิ่มโอกาสการลงทุน ทำธุรกิจ	52	20.2	142	55.0	64	24.8	22	0.0	280	100.0
7	ลดเงื่อนไขในการขอใบอนุญาตทำงาน	31	12.0	121	46.9	106	41.1	22	0.0	280	100.0
8	แต่งงานกับคนไทย	10	3.9	96	37.2	152	58.9	22	0.0	280	100.0
9	เป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์	55	21.3	117	45.3	86	33.4	22	0.0	280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

จากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่คนเห็นว่าเป็นสิ่งที่รัฐบาลควรอำนวยความสะดวกให้ เป็นอันดับที่ 1 คือ ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาคือ การดูแลด้าน

การดูแลด้านสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 55.4 และ ขยายระยะเวลาวิซ่าให้ยาวนานยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 55.0 ตามลำดับ สำหรับความต้องการอื่น ๆ ก็กระจายตัว ตามข้อมูลข้างต้น

ตารางที่ 5.49) แสดงให้ทราบถึงปัญหาการขอต่อวีซ่าภายในประเทศไทย สำหรับชาวต่างชาติ

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีปัญหา	227	87.9
2	มีปัญหา	31	12.1
3	ไม่ตอบ (คนไทย)	22	0.0
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ข้อจำกัดอีกตัวหนึ่งในการพักอาศัย คือเมื่อวีซ่าหมด นักท่องเที่ยว สามารถต่อวีซ่า เพื่ออยู่อาศัยในประเทศได้นานขึ้น สะดวกหรือไม่ ผลการสอบถาม ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา ร้อยละ 87.9 ส่วนที่มีปัญหาคิดเป็นร้อยละ 12.1

ตารางที่ 5.50) แสดงให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในชุมชน ของนักท่องเที่ยว

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	เคยเข้าร่วม	90	32.1
2	ไม่เคยเข้าร่วม	190	67.9
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ผู้วิจัย สอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ กรณีที่มีกิจกรรมภายในชุมชน อาทิ งานเลี้ยงสังสรรค์ กลุ่มตัวอย่าง ได้เคยเข้าไปร่วมงานหรือไม่ ส่วนใหญ่จะไม่เข้าร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 67.9 และเคยเข้าร่วมงานมีจำนวน 32.1

ตารางที่ 5.51) แสดงให้ทราบถึงการจัดจ้างแรงงานของคนในท้องถิ่น และลักษณะการจัดจ้าง

ลำดับ	รายการ	กรณีผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ					
		เลือก		ไม่เลือก		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ทำเอง	175	62.5	105	37.5	280	100
2	แม่บ้าน ฟูลไทม์	85	30.4	195	69.6	280	100
3	แม่บ้าน पार्टไทม์	40	14.3	240	85.7	280	100
4	คนสวน ฟูลไทม์	85	30.4	195	69.6	280	100
5	คนสวน पार्टไทม์	40	14.3	240	85.7	280	100
6	คนขับรถ ฟูลไทม์	67	23.9	213	76.1	280	100
7	คนขับรถ पार्टไทม์	20	7.4	250	92.6	270	100

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

ข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกที่จะทำงานเอง ไม่ว่าจะเป็นงานบ้าน งานสวน หรือขับรถเอง คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือแม่บ้าน(พาร์ทไทม์ร้อยละ 14.3/ฟูลไทม์ ร้อยละ 30.4) และคนสวน (พาร์ทไทม์ร้อยละ 14.3/ฟูลไทม์ ร้อยละ 30.4) มักจะเป็นที่นิยมจัดจ้างมากกว่า คนขับรถ (พาร์ทไทม์ร้อยละ 7.4/ฟูลไทม์ ร้อยละ 23.9)

ตารางที่ 5.52) แสดงให้ทราบถึงการรับประทานอาหาร

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	รับประทานอาหารนอกบ้าน	225	80.4
2	รับประทานอาหารในบ้าน	55	19.6
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

สำหรับพฤติกรรมการรับประทานอาหาร ของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะรับประทาน อาหารข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 80.4 ที่เหลือจะรับประทานอาหารภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.6

ตารางที่ 5.53) แสดงให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ลำดับ	รายละเอียด	กลุ่มผู้ยังไม่ซื้อบ้าน	
		จำนวน	ร้อยละ
1	เคยเข้าร่วม	112	40.0
2	ไม่เคยเข้าร่วม	168	60.0
รวมทั้งสิ้น		280	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่า

นอกจากการเข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชนของตนเองแล้ว ผู้วิจัยยังได้สอบถามเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมฉลองปีใหม่ งานเทศกาลตรุษจีน งานเทศกาลสงกรานต์ ปรากฏว่า คนส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 60.0 สำหรับคนที่เคยเข้าร่วมมีเพียงร้อยละ 40.0

ภาคที่ 2

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลต่าง ๆ ที่ทางผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลมานี้ ทางผู้วิจัย ได้ทำการเปรียบเทียบ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่สำคัญ ๆ ซึ่งจะใช้เป็น ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่ของการวิจัย ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้น สำหรับชุดสำรวจความคิดเห็น ที่ทางผู้วิจัยออกเป็นแบบสอบถามไปนั้น มีอยู่ 2 ชุด โดยแบ่งออกเป็น

ชุดที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

ชุดที่ 2) กลุ่มผู้ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

สำหรับการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในครั้งนี้ ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่าง

- ความสัมพันธ์ที่ 1) เพศ กับ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ความสัมพันธ์ที่ 2) อายุ กับ ช่องทางที่ทำให้รู้จักโครงการ
- ความสัมพันธ์ที่ 3) สัญชาติคน กับ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ความสัมพันธ์ที่ 4) จำนวนบุตร กับ ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ
- ความสัมพันธ์ที่ 5) ศึกษา กับ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ความสัมพันธ์ที่ 6) รายได้ กับ ราคาของบ้านที่จะซื้อ

สำหรับ ความสัมพันธ์อื่น ๆ สำหรับตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามต่าง ๆ ผู้วิจัย แสดงไว้ในตอนท้าย ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมในภาคผนวก

ตารางที่ 5.54) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

เพศ	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ									รวม
	ญาติ	คู่สมรส	ตัวเอง	เพื่อน	สถาปนิก	นักการเงิน	นักกฎหมาย	อื่น ๆ		
ชาย	-	77.0	155.0	20.0	-	-	-	-	-	252.0
ร้อยละ	-	30.6	61.6	7.9	-	-	-	-	-	100.0
หญิง	-	-	28.0	-	-	-	-	-	-	28.0
ร้อยละ	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
รวม	-	77.0	183.0	20.0	-	-	-	-	-	280.0
ร้อยละ	-	27.5	65.4	7.1	-	-	-	-	-	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

จะสังเกตเห็นได้ว่า กรณีที่ทางคนกลุ่มนี้ จะซื้อบ้านพักตากอากาศนั้น คนส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.4 โดยแบ่งเป็นชาย จะตัดสินใจด้วยตัว ร้อยละ 61.6 รองลงมา คู่สมรสจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ร้อยละ 30.6 สำหรับ เพื่อนนั้นอยู่มีอิทธิพลลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 7.9

สำหรับหญิงนั้น มีแนวโน้มที่จะจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเองทั้งสิ้น โดยจากการสำรวจ เพศหญิง จะทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงสมัยใหม่ มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ดังนั้น การนำเสนอสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ จึงควรพิจารณาถึงประเด็นนี้ด้วย

ตารางที่ 5.55) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับช่องทางที่ทำให้รู้จักโครงการ

กลุ่มที่ 1) ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

เมื่อเรานำเอาช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับโครงการนี้ มาพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ โดยใช้ อายุเป็นตัวแปรอิสระในกลุ่มของผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว จะมีกลุ่มช่วงอายุใหญ่ ๆ 2 กลุ่ม ก็คือ

ช่วงอายุ 36-45 คนกลุ่มนี้ จะรู้จักโครงการนี้ ผ่านทางเพื่อน ร้อยละ 50.0 และ รู้จักเนื่อง จากเคยมาโรงแรม ร้อยละ 50.0

ช่วงอายุ 46-55 คนกลุ่มนี้ จะรู้จักโครงการนี้ ผ่านทางเพื่อน ร้อยละ 28.5 และ รู้จักเนื่อง จากเคยมาโรงแรม ร้อยละ 14.3 และสื่ออื่น ๆ กระจายตัวไปในแต่ละ ช่องทาง

โดยภาพรวมแล้วทุกช่วงอายุ ช่องทางที่คนรับทราบเกี่ยวกับโครงการนี้ ส่วนใหญ่จะมาจาก เพื่อนฝูง รองลงมาคือ เคยมาที่โรงแรมเอง

กลุ่มที่ 2) ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

เมื่อเรานำเอาช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับโครงการนี้ มาพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ โดยใช้ อายุ เป็นตัวแปรอิสระในกลุ่มของผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ จะมีกลุ่มช่วงอายุใหญ่ ๆ 2 กลุ่ม ก็คือ

ช่วงอายุ 36-45 คนกลุ่มนี้ จะรู้จักโครงการนี้ ผ่านทางเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาจะรู้ จักจากนิตยสาร และ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 40.2, 33.0 และ 25.0 ตาม ลำดับ

ช่วงอายุ 46-55 คนกลุ่มนี้ จะรู้จักโครงการนี้ ผ่านทางนิตยสารส่วนใหญ่ รองลงมาคือ เคยมาที่โรงแรม และจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 72.3, 15.8 และ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.55) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับช่องทางที่ทำให้รู้จักโครงการ

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว													
อายุ	ช่องทางในการรับทราบเกี่ยวกับโครงการนี้												รวม
	หนังสือพิมพ์	เพื่อน	อินเทอร์เน็ต	ป้ายประกาศ	พนักงานขาย	บริษัทตัวแทน	เคมมาโรจแรม	เคมพักโรจแรม	ญาติพี่น้อง	คู่สมรส	สถาปนิก	นิตยสาร	
ต่ำกว่า26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26-35	-	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
36-45	-	1.0	-	-	-	-	1.0	-	-	-	-	-	2.0
ร้อยละ	-	50.0	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	100.0
46-55	-	2.0	-	-	-	-	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	-	7.0
ร้อยละ	-	28.5	-	-	-	-	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	-	100.0
56-60	-	-	-	-	-	-	1.0	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0
มากกว่า60	-	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
รวม	-	5.0	-	-	-	-	3.0	1.0	1.0	1.0	1.0	-	12.0
ร้อยละ	-	41.7	-	-	-	-	25.0	8.3	8.3	8.3	8.3	-	100.0
กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ													
อายุ	ช่องทางในการรับทราบเกี่ยวกับโครงการนี้												รวม
	หนังสือพิมพ์	เพื่อน	อินเทอร์เน็ต	ป้ายประกาศ	พนักงานขาย	บริษัทตัวแทน	เคมมาโรจแรม	เคมพักโรจแรม	ญาติพี่น้อง	คู่สมรส	สถาปนิก	นิตยสาร	
ต่ำกว่า26	-	-	4.0	-	-	-	-	-	-	3.0	-	8.0	15.0
ร้อยละ	-	-	26.7	-	-	-	-	-	-	20.0	-	53.3	100.0
26-35	-	9.0	3.0	-	-	-	-	-	-	5.0	-	10.0	27.0
ร้อยละ	-	33.3	11.2	-	-	-	-	-	-	18.5	-	37.0	100.0
36-45	2.0	45.0	-	-	-	-	-	-	-	28.0	-	37.0	112.0
ร้อยละ	1.8	40.2	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-	33.0	100.0
46-55	6.0	-	4.0	-	-	2.0	16.0	-	-	-	-	73.0	101.0
ร้อยละ	5.9	-	4.0	-	-	2.0	15.8	-	-	-	-	72.3	100.0
56-60	1.0	-	-	-	-	-	7.0	-	2.0	-	-	4.0	14.0
ร้อยละ	7.1	-	-	-	-	-	50.0	-	14.3	-	-	28.6	100.0
มากกว่า60	-	-	-	-	-	2.0	3.0	-	2.0	-	-	4.0	11.0
ร้อยละ	-	-	-	-	-	18.2	27.3	-	18.2	-	-	36.3	100.0
รวม	9.0	54.0	11.0	-	-	4.0	26.0	-	4.0	36.0	-	136.0	280.0
ร้อยละ	3.2	19.3	3.9	-	-	1.4	9.3	-	1.4	12.9	-	48.6	100.0

ตารางที่ 5.56) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสัญชาติกับประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ ในกรณีอยู่เป็นระยะเวลายาวนาน

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

สัญชาติ	ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ						รวม
	โรงแรม	บ้านในโรงแรม	บ้านส่วนตัว	ที่พักพร้อมอาหารเช้า	คอนโดมิเนียม	บ้านในเมือง	
ออสเตรเลีย	2.0	1.0	3.0	-	1.0	1.0	8.0
ร้อยละ	25.0	12.5	37.5	-	12.5	12.5	100.0
เกาหลี	3.0	-	2.0	-	-	1.0	6.0
ร้อยละ	50.0	-	33.3	-	-	16.7	100.0
อังกฤษ	-	-	2.0	-	-	-	2.0
ร้อยละ	-	-	100.0	-	-	-	100.0
เยอรมัน	3.0	3.0	7.0	-	1.0	3.0	17.0
ร้อยละ	17.6	17.6	41.2	-	5.9	17.6	99.9
เดนมาร์ก	4.0	-	13.0	-	1.0	-	18.0
ร้อยละ	22.2	-	72.2	-	5.6	-	100.0
เนเธอร์แลนด์	2.0	-	3.0	-	-	-	5.0
ร้อยละ	40.0	-	60.0	-	-	-	100.0
นอร์เวย์	1.0	-	2.0	-	-	-	3.0
ร้อยละ	33.3	-	66.7	-	-	-	100.0
รัสเซีย	-	-	4.0	-	2.0	1.0	7.0
ร้อยละ	-	-	57.1	-	28.6	14.3	100.0
สวีตเซอร์แลนด์	2.0	3.0	5.0	-	-	-	10.0
ร้อยละ	20.0	30.0	50.0	-	-	-	100.0
อาหรับเอมิเรต	1.0	-	1.0	-	-	1.0	3.0
ร้อยละ	33.3	-	33.3	-	-	33.4	100.0
ซาอุดีอาระเบีย	3.0	-	1.0	-	-	1.0	5.0
ร้อยละ	60.0	-	20.0	-	-	20.0	100.0
นิวซีแลนด์	-	1.0	1.0	-	-	-	2.0
ร้อยละ	-	50.0	50.0	-	-	-	100.0
อเมริกา	4.0	-	5.0	-	2.0	1.0	12.0
ร้อยละ	33.3	-	41.7	-	16.7	8.3	100.0
แคนาดา	3.0	1.0	2.0	-	1.0	2.0	9.0
ร้อยละ	33.4	11.1	22.2	-	11.1	22.2	100.0
ญี่ปุ่น	3.0	1.0	15.0	-	3.0	2.0	24.0
ร้อยละ	12.5	4.2	62.5	-	12.5	8.3	100.0
ฮ่องกง	3.0	2.0	10.0	-	3.0	3.0	21.0
ร้อยละ	14.3	9.5	47.6	-	14.3	14.3	100.0
ไต้หวัน	15.0	1.0	23.0	-	3.0	3.0	45.0
ร้อยละ	33.3	2.2	51.1	-	6.7	6.7	100.0

สัญชาติ	ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ						รวม
	โรงแรม	บ้านในโรงแรม	บ้านส่วนตัว	ที่พักโทรม์เซอร์	คอนโดมิเนียม	บ้านในเมือง	
จีน	2.0	-	8.0	-	-	2.0	12.0
ร้อยละ	16.7	-	66.6	-	-	16.7	100.0
สิงคโปร์	16.0	3.0	16.0	-	2.0	4.0	41.0
ร้อยละ	39.0	7.3	39.0	-	4.9	9.8	100.0
มาเลเซีย	-	1.0	5.0	-	1.0	1.0	8.0
ร้อยละ	-	12.5	62.5	-	12.5	12.5	100.0
ไทย	5.0	1.0	7.0	-	7.0	2.0	22.0
ร้อยละ	22.7	4.5	31.8	-	31.8	9.2	100.0
รวม	72.0	18.0	135.0	-	27.0	28.0	280.0
ร้อยละ	25.7	6.4	48.2	-	9.6	10.0	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร สัญชาติ และประเภทของที่พักที่เลือกใช้บริการในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต ทางผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของคนที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ว่าปัจจุบันใช้ที่พักประเภทใดอยู่ ปรากฏว่า กลุ่มใหญ่ ๆ 3 กลุ่มใช้บริการที่พัสดังนี้

ไต้หวัน คนส่วนใหญ่ ต้องการพักในบ้านพักส่วน รองลงมา คือ ห้องพักภายในโรงแรม และ คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 51.1, 33.3 และ 6.7

สิงคโปร์ คนส่วนใหญ่ ต้องการพักในบ้านพักส่วน รองลงมา คือ ห้องพักภายในโรงแรม และ บ้านพักในเมือง คิดเป็นร้อยละ 39.0, 39.0 และ 9.8

ญี่ปุ่น คนส่วนใหญ่ ต้องการพักในบ้านพักส่วน รองลงมา คือ ห้องพักภายในโรงแรม และ คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 62.5, 12.5 และ 12.5

ไทย คนส่วนใหญ่ ต้องการพักในบ้านพักส่วน รองลงมา คือ คอนโดมิเนียม และ ห้องพักในโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 31.8, 31.8 และ 22.7

สำหรับตารางความสัมพันธ์นี้ จะเห็นได้ว่า คนส่วนใหญ่ทุกสัญชาติ ทุกทวีป นิยมพักนิยมพักในบ้านพักส่วนตัว รองลงมาคือห้องพักในโรงแรม แต่ส่วนคนไทยชอบที่จะพักในคอนโดมิเนียมเป็นลำดับรองลงไป

ตารางที่ 5.57) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนบุตรกับประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

จำนวนบุตร	ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ						รวม
	โรงแรม	บ้านในโรงแรม	บ้านส่วนตัว	ที่พักไทม์แชร์	คอนโดมิเนียม	บ้านในเมือง	
ไม่มี	107.0	14.0	-	-	1.0	-	122.0
ร้อยละ	87.7	11.5	-	-	0.8	-	100.0
1 คน	72.0	5.0	1.0	-	1.0	-	79.0
ร้อยละ	91.1	6.3	1.3	-	1.3	-	100.0
2 คน	48.0	10.0	3.0	-	-	-	61.0
ร้อยละ	78.7	16.4	4.9	-	-	-	100.0
3 คน	7.0	-	-	-	-	-	7.0
ร้อยละ	100.0	-	-	-	-	-	100.0
4 คน	5.0	-	-	-	-	-	5.0
ร้อยละ	100.0	-	-	-	-	-	100.0
มากกว่า 4 คน	6.0	-	-	-	-	-	6.0
ร้อยละ	100.0	-	-	-	-	-	100.0
รวม	245.0	29.0	4.0	-	2.0	-	280.0
ร้อยละ	87.5	10.4	1.4	-	0.7	-	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร จำนวนบุตร และประเภทของที่พักที่เลือกใช้บริการในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต ทางผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของคนที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ว่าปัจจุบันใช้ที่พักประเภทใดอยู่ ปรากฏว่า กลุ่มใหญ่ ๆ 3 กลุ่มใช้บริการที่พัสดังนี้

กลุ่มที่ 1 ไม่มีบุตร ส่วนใหญ่ กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่นิยมที่จะพักในห้องพักภายในโรงแรม รองลงมาจะเป็นบ้านพักตากอากาศในโรงแรม และคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 87.7, 11.5 และ 0.8 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 2 มีบุตร 1 คน ส่วนใหญ่ต้องการพักในห้องพักภายในโรงแรม รองลงมาคือ บ้านพักตากอากาศในโรงแรม และ บ้านพักส่วนตัวบรรยากาศรีสอร์ท และคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 91.1, 6.3, 1.3 และ 1.3 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 มีบุตร 2 คน ส่วนใหญ่ต้องการพักในห้องพักภายในโรงแรมด้วยเช่นกัน รองลงมาคือ บ้านพักตากอากาศในโรงแรม และบ้านพักส่วนตัวในบรรยากาศรีสอร์ท

เมื่อพิจารณาภาพรวมทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มที่กระจายตัวอยู่นี้ จะเห็นได้ว่า ทุกขนาดครอบครัว ต้องการที่พักอาศัยประเภทห้องพักภายในโรงแรมมากที่สุด ในกรณีที่พักอาศัยในระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งตรงกับประเภทของการท่องเที่ยวระยะสั้น รองลงมาคือบ้านพักตากอากาศภายในโรงแรม ในกลุ่มนี้ อาจจะเป็นคนที่มียรายได้ในระดับหนึ่ง หรือต้องการความเป็นส่วนตัวสูง

ตารางที่ 5.58) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

การศึกษา	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ								รวม
	ญาติ	คู่สมรส	ตัวเอง	เพื่อน	สถาปนิก	นักการเงิน	นักกฎหมาย	อื่น ๆ	
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
โรงเรียนเตรียม	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อนุปริญญา	-	-	1.0	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0
ปริญญาตรี	-	2.0	5.0	-	-	-	-	-	7.0
ร้อยละ	-	28.6	71.4	-	-	-	-	-	100.0
ปริญญาโท	-	-	4.0	-	-	-	-	-	4.0
ร้อยละ	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0
ปริญญาเอก	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การศึกษาอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	-	2.0	10.0	-	-	-	-	-	12.0
ร้อยละ	-	16.7	83.3	-	-	-	-	-	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

ตารางข้างต้น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศ ของกลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศไปแล้ว สำหรับระดับการศึกษานี้ กลุ่มใหญ่ ๆ มี 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่จบปริญญาตรี และปริญญาโท ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้คือ

ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเอง รองลงมา จะปรึกษาคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 71.4

และ 28.5 ตามลำดับ

ระดับปริญญาโท ทั้งหมดจะใช้การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.0

สังเกตได้ว่า คนที่มีการศึกษาส่วนใหญ่ จะมีความมั่นใจสูง กล้าที่จะตัดสินใจได้ด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างนี้ คนส่วนใหญ่จบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

การศึกษา	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ								รวม
	ญาติ	คู่สมรส	ตัวเอง	เพื่อน	สถาปนิก	นักการเงิน	นักกฎหมาย	อื่นๆ	
ประถมศึกษา	-	-	1.0	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0
มัธยมศึกษา	-	5.0	17.0	2.0	-	-	-	-	24.0
ร้อยละ	-	20.8	70.8	8.4	-	-	-	-	100.0
โรงเรียนเตรียม	-	1.0	25.0	4.0	-	-	-	-	30.0
ร้อยละ	-	3.3	83.3	13.4	-	-	-	-	100.0
อนุปริญญา	-	24.0	24.0	2.0	-	-	-	-	50.0
ร้อยละ	-	48.0	48.0	4.0	-	-	-	-	100.0
ปริญญาตรี	-	44.0	86.0	12.0	-	-	-	-	142.0
ร้อยละ	-	31.0	60.6	8.8	-	-	-	-	100.4
ปริญญาโท	-	2.0	28.0	-	-	-	-	-	30.0
ร้อยละ	-	6.7	93.3	-	-	-	-	-	100.0
ปริญญาเอก	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การศึกษาอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	-	76.0	181.0	20.0	-	-	-	-	277.0
ร้อยละ	-	27.4	65.3	7.2	-	-	-	-	100.0

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

ตารางข้างต้น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านพักตากอากาศ ของกลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศไปแล้ว สำหรับระดับการศึกษานี้ กลุ่มใหญ่ ๆ มี 3 กลุ่ม ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้คือ

ระดับอนุปริญญา ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเอง รองลงมาจะปรึกษาคู่สมรส และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48.0 48.0 และ 4.0 ตามลำดับ

ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเอง รองลงมาจะปรึกษาคู่สมรส และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 60.6, 31.0 และ 8.8 ตามลำดับ

ระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมาคือ ปรึกษาคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 93.3 และ 6.7 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น รวมถึงภาพรวมของทุกระดับการศึกษา จะเห็นว่า ส่วนใหญ่ จะตัดสินใจด้วยตนเอง และคู่สมรส โดยพิจารณาจากพื้นฐานการศึกษา ที่นับวันคนจะมีการศึกษาสูงขึ้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะมีการพัฒนาด้านความรู้สึกรู้จักคิด และความมั่นใจในการกล้าตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง

ตารางที่ 5.59) แสดงให้ทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับราคาของบ้านที่จะซื้อ

กลุ่มที่1) กลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว														
รายได้	ราคาบ้านพักตากอากาศที่ต้องการ													รวม
	ต่ำกว่า10 ล้าน	10-12 ล้าน	12-14 ล้าน	14-16 ล้าน	16-18 ล้าน	18-20 ล้าน	20-22 ล้าน	22-24 ล้าน	24-26 ล้าน	26-28 ล้าน	28-30 ล้าน	30 ล้าน ขึ้น		
ต่ำกว่า10 ล้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10-20 ล้าน	-	1.0	2.0	2.0	1.0	-	-	-	1.0	-	-	-	-	7.0
ร้อยละ	-	14.3	28.6	28.5	14.3	-	-	-	14.3	-	-	-	-	100.0
20-30 ล้าน	-	-	-	3.0	-	-	-	1.0	-	-	-	-	-	4.0
ร้อยละ	-	-	-	75.0	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	100.0
30-40 ล้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
40-50 ล้าน	-	-	-	-	-	1.0	-	-	-	-	-	-	-	1.0
ร้อยละ	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	100.0
50 ล้านขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	-	1.0	2.0	5.0	1.0	1.0	-	1.0	1.0	-	-	-	-	12.0
ร้อยละ	-	8.3	16.7	41.7	8.3	8.3	-	8.3	8.3	-	-	-	-	100.0

กลุ่มที่2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ														
รายได้	ราคาบ้านพักตากอากาศที่ต้องการ													รวม
	ต่ำกว่า10 ล้าน	10-12 ล้าน	12-14 ล้าน	14-16 ล้าน	16-18 ล้าน	18-20 ล้าน	20-22 ล้าน	22-24 ล้าน	24-26 ล้าน	26-28 ล้าน	28-30 ล้าน	30 ล้าน ขึ้น		
ต่ำกว่า10 ล้าน	78.0	33.0	6.0	1.0	2.0	1.0	-	-	-	-	-	-	-	121.0
ร้อยละ	64.5	27.3	5.0	0.8	1.7	0.7	-	-	-	-	-	-	-	100.0
10-20 ล้าน	40.0	9.0	-	-	-	1.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0
ร้อยละ	80.0	18.0	-	-	-	2.0	-	-	-	-	-	-	-	100.0
20-30 ล้าน	42.0	19.0	7.0	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69.0
ร้อยละ	60.9	27.5	10.1	1.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
30-40 ล้าน	4.0	-	-	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.0
ร้อยละ	66.7	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
40-50 ล้าน	12.0	3.0	-	-	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-	17.0
ร้อยละ	70.6	17.6	-	-	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
50 ล้านขึ้นไป	3.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.0
ร้อยละ	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
รวม	179.0	64.0	13.0	4.0	4.0	2.0	-	-	-	-	-	-	-	266.0
ร้อยละ	67.3	24.1	4.9	1.5	1.5	0.8	-	-	-	-	-	-	-	100.0

กลุ่มที่ 1) ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

จากตารางข้างต้น แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับราคาบ้านที่ซื้อ ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว ซึ่งกลุ่มใหญ่ ๆ จะมีรายได้อยู่ 2 ระดับ มีรายละเอียดความสัมพันธ์ดังนี้

ระดับรายได้ 10-20 ล้านบาทต่อปี กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อบ้านพักตากอากาศที่ 12-14 ล้านบาท และ 14-16 ล้านบาท ในระดับเดียวกัน คือ ร้อยละ 28.5 รองลงมาจะซื้อบ้านขนาด 10-12 ล้านบาท, 16-18 ล้านบาท และ 24-26 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.3, 14.3 และ 14.3

ระดับรายได้ 20-30 ล้านบาทต่อปี ระดับรายได้นี้จะเลือกซื้อบ้านในราคา 14-16 ล้านบาท รองลงมา คือ 22-24 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 75.0 และ 25.0

ในภาพรวม ส่วนใหญ่สนใจที่จะซื้อบ้าน ณ ระดับราคา 14-16 ล้านบาท รองลงมาคือ 12-14 ล้านบาท สำหรับกลุ่มตัวอย่างนี้

กลุ่มที่ 2) ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

รายละเอียดข้อมูล : จากข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ที่ยังไม่ซื้อบ้านพักตากอากาศ

จากตารางข้างต้น แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับราคาบ้านที่ซื้อ ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ซึ่งกลุ่มใหญ่ ๆ จะมีรายได้อยู่ 3 ระดับ มีรายละเอียดความสัมพันธ์ดังนี้

ระดับรายได้ ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อบ้านในระดับราคา ต่ำกว่า 10 ล้านบาท รองลงมาคือ 10-12 ล้านบาท และ 12-14 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 64.5, 27.3 และ 5.0

ระดับรายได้ 10-20 ล้านบาทต่อปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อบ้านในระดับราคา ต่ำกว่า 10 ล้านบาท รองลงมาคือ 10-12 ล้านบาท และ 18-20 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 80.0, 18.0 และ 2.0

ระดับรายได้ 20-30 ล้านบาทต่อปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อบ้านในระดับราคา ต่ำกว่า 10 ล้านบาท รองลงมาคือ 10-12 ล้านบาท และ 12-14 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 60.9, 27.5 และ 10.1

ภาคที่ 3

การวิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจบ้านพักตากอากาศ

ภาพรวมของลักษณะการดำรงชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการสำรวจนี้ แบ่งตามลักษณะของความเป็นเจ้าของ กล่าวคือ มีอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มของผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว และกลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีลักษณะการดำรงชีวิตในภูเก็ตที่แตกต่างกัน ในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงชาวต่างชาติเพียงอย่างเดียว หมายรวมถึงชาวไทยที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างด้วย ทั้งนี้ รูปแบบการดำรงชีวิต ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแล้ว จะเห็นได้ว่า

กลุ่มที่ 1) กลุ่มผู้ซื้อบ้านพักตากอากาศแล้ว

กลุ่มนี้เมื่อพิจารณาจากข้อมูลที่จัดเก็บได้ อยู่ในกลุ่มผู้ที่เข้ามาดำรงชีวิต หาเลี้ยงชีพในประเทศไทย หรือเป็นกลุ่มที่มาพำนัก ตั้งหลักแหล่งในประเทศ ซึ่งการซื้อบ้านพักตากอากาศในภูเก็คนั้น ก็เพื่อใช้เป็นแหล่งพำนักพักผ่อน หรือใช้เพื่อธุรกิจของตน

ดังนั้น รูปแบบของบ้านพักตากอากาศ คนกลุ่มนี้ จึงต้องการความเพียบพร้อม ความสมบูรณ์แบบ เงินทองสำหรับกลุ่มนี้ ไม่ใช่เป็นประเด็นหลักในการพิจารณา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีฐานะพอสมควร

ในกลุ่มนี้ ค่อนข้างความเป็นส่วนตัว ต้องการอยู่ในสถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อมที่ดี มีบริการคอยรับใช้อย่างครบถ้วน ไม่ชอบความยุ่งยากซับซ้อน

กลุ่มที่ 2) กลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านพักตากอากาศ

สำหรับคนกลุ่มนี้ค่อนข้างจะแตกต่างจากกลุ่มที่ 1) เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะมีนักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจบ้างเหมือนกัน ส่วนใหญ่เลือกที่จะพักในห้องพักในโรงแรมเนื่องจากการพำนักในระยะยาว ซึ่งกลุ่มนี้ เมื่อต้องอยู่ในประเทศไทยในระยะยาว ก็มีความต้องการความเป็นส่วนตัวด้วยเหมือนกัน คือต้องการพักในบ้านพักตากอากาศ

แต่ทว่า กลุ่มนี้ อาจจะยังไม่คุ้นเคยกับบ้านพักตากอากาศในเขตโรงแรมเท่าที่ควร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ในประเทศไทยและก็มีโอกาสในการพัฒนาในวงการธุรกิจสังหาริมทรัพย์ด้วยกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จากการรวบรวมข้อมูล พบว่า กลุ่มนี้ รู้จักเพียงบ้านพักตากอากาศในเขตรีสอร์ท ซึ่งเป็นลักษณะที่นิยมกันทั่วโลก

คนกลุ่มนี้ เมื่ออยู่ในระยะสั้น จะรักความสะดวกสบาย จึงเลือกห้องพักโรงแรมเป็นหลัก สำหรับพื้นฐานของคนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัว ชอบท่องเที่ยว หากมี

โอกาสที่จะเข้ามาพำนักอาศัยในระยะยาว ก็ไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะเลือกที่จะทำอะไร ๆ ด้วยตนเอง เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย กล่าวคือ คนกลุ่มนี้จะเป็นคนที่เลือกใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น

ภาพรวมของโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการครอบครองบ้านพักตากอากาศ

ความเป็นเจ้าของในที่ดิน

สำหรับคนไทยที่ต้องการจะซื้อบ้านพักตากอากาศภายในประเทศไทยสักข่อมกระทำได้ เนื่องจากมีสิทธิตามกฎหมายในการครอบครองอสังหาริมทรัพย์อยู่แล้ว แต่สำหรับคนต่างชาตินั้น ค่อนข้างจะมีปัญหาในการถือครองกรรมสิทธิ์ ในอดีตที่ผ่านมา การถือครองกรรมสิทธิ์ โดยคนต่างชาตินั้น มีกฎหมายที่รองรับเพียงพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2534 เท่านั้น ที่อนุญาตให้ชาวต่างชาติ ถือครองกรรมสิทธิ์ในห้องชุด เนื่องจากเป็นห้องพักเหนือพื้นดิน ไม่ได้ถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดิน

ซึ่งเข้าใจว่ากฎหมายต้องการคุ้มครอง และไม่ต้องการให้ชาวต่างชาติมาเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในผืนแผ่นดินไทย อันจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ การถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินของคนต่างชาตินั้น จึงเป็นเรื่องที่เป็นอุปสรรคในเชิงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ในกรณีที่จะทำการตลาดกับชาวต่างชาติ ต้องการเงินต่างชาติไหลเข้าประเทศ หากจะทำธุรกิจการคนในประเทศโดยตรง สำหรับบ้านพักตากอากาศ ก็มีค่อนข้างจำกัด เฉพาะกลุ่ม

ช่องทางธุรกิจ

ด้วยเหตุดังกล่าวในการขจัดปัญหาเรื่องอุปสรรค ด้านการครอบครองกรรมสิทธิ์ของชาวต่างชาติ ข้างต้น ทั้งภาคธุรกิจ และรัฐบาล ก็พยายามหาหนทางในการบรรเทาปัญหาดังกล่าว

ในภาคธุรกิจ ที่เห็นได้ชัดเจนในกรณีบ้านพักตากอากาศในเขตโรงแรมก็คือ ไม่ได้ขายที่ดิน แต่เป็นการเช่าที่ดินระยะยาว ที่เสนอขายก็คือบ้านพักตากอากาศที่สมบูรณ์แบบ มีความครบถ้วน มีบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก มีสภาวะแวดล้อมที่ดี เป็นจุดขาย แต่จะต้องลบความรู้สึก “ความอยากเป็นเจ้าของที่ดิน” ให้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนไทยส่วนใหญ่แล้วล้วนแต่ต้องการเป็นเจ้าของที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง แต่สำหรับชาวต่างชาติ เรื่องการซื้อสิ่งปลูกสร้าง โดยการเช่าที่ดินระยะยาวนั้นมีมานานแล้ว เนื่องจากคนกลุ่มนี้ ต้องการใช้ชีวิตอย่างสุขสบายในช่วงชีวิตของตนเอง

ในภาครัฐบาล เนื่องจากค่อนข้างจำกัดทางด้านกฎหมายที่ดิน ที่อนุญาตให้ชาวต่างชาติครอบครองอสังหาริมทรัพย์เป็นบางประเภทเท่านั้น เช่น อาคารชุด หรือที่ดินสิ่งปลูกสร้าง ตามกฎหมายส่งเสริมการลงทุนเท่านั้น จึงเป็นการยากที่จะอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาครอบครอง แต่ถึงกระนั้น เพื่อส่งเสริมการลงทุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว รัฐบาลก็พยายามที่จะส่งเสริมโดยนโยบายการพำนักท่องเที่ยวระยะยาว(Longstay) เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจต่อเนื่อง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจำหน่ายอาหาร และธุรกิจต่าง ๆ ที่รองรับการท่องเที่ยว

การจำหน่ายบัตร Thailand Privilege Card พยายามที่จะดึงนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้าประเทศ เนื่องจากกลุ่มนี้ ค่อนข้างมีกำลังซื้อ โดยนำเสนอขายบัตรสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกต่อสมาชิกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับบัตรนี้ มีข้อเสนอให้เจ้าของบัตร สามารถเป็น “เจ้าของกรรมสิทธิ์” ในที่ดินมากถึง 10 ไร่ ผ่านทางบริษัทผู้จำหน่ายบัตร ซึ่งถือหุ้นโดยรัฐบาล

ภาพรวมของความต้องการ และการตอบสนองความต้องการในบ้านพักตากอากาศ

ด้านความต้องการ(Demand)

ในแต่ละปี จะมีนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยจำนวนมาก ที่เข้ามาในเขตภูเก็ต ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีต่อธุรกิจการพัฒนา “บ้านพักตากอากาศภายในโรงแรม” เพื่อนำออกจำหน่าย

จากตัวเลขทางสถิติในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในภูเก็ต ประมาณ 3,000,000 คน (ตั้งแต่ปี พ.ศ.2539-2544) สามารถสร้างรายได้ให้กับภูเก็ตประมาณ 60,000 ล้านบาท ต่อปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ.2539-2544) นับว่าค่อนข้างสูง

สำหรับภูเก็คนั้น เป็นสถานที่ที่เป็นที่รู้จักดี ในฐานะเมืองท่องเที่ยว นอกจากนั้น ยังเป็นดินแดนธุรกิจ อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี ที่มีความพร้อมสำหรับการเข้ามาทำธุรกิจ หรือพักอาศัย ในสถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อมดี

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าแล้ว สามารถแบ่งแยกตามวัตถุประสงค์การเข้ามาภูเก็ตได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้มีฐานะ ชาวไทย

กลุ่มผู้มีฐานะในจังหวัดอื่น

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้มีฐานะดี เป็นกลุ่มผู้คนที่ประสบความสำเร็จในชีวิต มีตำแหน่งหน้าที่ หรือประกอบธุรกิจในเขตจังหวัดอื่น คนกลุ่มนี้จะซื้อบ้านพักตากอากาศ เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ หรือเป็นสถานที่รับรองทางธุรกิจ

กลุ่มนักธุรกิจภายในภูเก็ต

กลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจ ภายในจังหวัดภูเก็ต ที่ค่อนข้างมีฐานะ แทนที่จะซื้อบ้านพักตามปกติ จะถูกชักชวนให้มาอยู่ในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันในด้านบริการ และสถานที่ ที่อยู่ในทำเลที่มีสภาวะแวดล้อมที่ดี และไม่ต้องเป็นภาระในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการดูแลรักษา

กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างชาติ

กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใหญ่มาก ตามตัวเลขที่กล่าวมาไว้ตอนต้น ว่าในแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวหลายล้านคน ซึ่งถ้าสามารถเข้าตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของคนกลุ่มนี้ได้ “บ้านพักตากอากาศในเขตโรงแรม” ก็เป็นทางเลือกหนึ่ง ของคนกลุ่มนี้ เพราะไม่ต้องรับผิดชอบในการดูแลความปลอดภัยและหลีกเลี่ยงความยุ่งยากในการบำรุงรักษา นอกจากนี้ยังได้สถานที่ที่มีสภาวะแวดล้อม ทิวทัศน์ดี ตามที่ตนต้องการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ (Supply)

สำหรับ บ้านพักตากอากาศในเขตโรงแรม ภายในจังหวัดภูเก็ต นั้น จากการสำรวจจะเห็นว่าบ้านพักตากอากาศที่สามารถพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับธุรกิจนี้ได้เพิ่มมากขึ้น ล้วนแต่เป็นโครงการที่สร้างขึ้นใหม่ จำเป็นจะต้องใช้ทรัพยากรที่ดิน ซึ่งเท่ากับเป็นการลดพื้นที่ว่างและพื้นที่สีเขียวของเกาะภูเก็ตในภาพรวม นอกจากนั้นยังเพิ่มการนำเอาวัสดุก่อสร้างต่างๆ เข้ามาสู่พื้นที่เป็นการเพิ่มผลภาวะให้มากขึ้น ดังนั้นการนำเอาห้องพักเดิมที่มีอยู่แล้วมาปรับปรุงพัฒนา ในด้านของโครงสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนับสนุนเพราะเป็นการรักษาสภาวะแวดล้อมโดยตรง

ตามที่ได้กล่าวไว้ตอนต้น ว่าในเรื่องของการนำเสนอ นั้น ขึ้นอยู่กับโปรแกรมทางการตลาด ซึ่งจะต้องขจัดภาพลบเกี่ยวกับ “การต้องเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์” มาเป็น “ความสะดวกสบายในสถานที่ดีในช่วงชีวิตของตน” ซึ่งเป็นแนวคิดของการเช่าที่ดินระยะยาวในหลาย ๆ ประเทศ

จากทรัพยากรห้องพักของโรงแรมที่มีศักยภาพสามารถปรับปรุงให้เป็น “บ้านพักตากอากาศ” เพื่อรองรับความต้องการของชาวต่างชาติ และชาวไทยได้อีกจำนวนซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าในทางธุรกิจและรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวม

ในภาพรวมแล้ว “บ้านพักตากอากาศในเขตโรงแรม” สามารถนำเสนอในรูปแบบใหม่ รูปแบบหนึ่ง ของที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Longstay) ได้ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายให้กับลูกค้าด้วยสิทธิขาดหรือการให้เช่าระยะยาว สำหรับผู้ที่พำนักอาศัยระยะยาว (Longstay)