

ประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ EFFECTIVENESS OF APPLICATION OF FIRST HOUSE POLICY INTO PRACTICE

ไวชิษฐ์ บุญเทพประทาน¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงบริบทสภาพปัญหา และอุปสรรคของนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางที่มีประสิทธิผลในการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบนโยบายบ้านหลังแรก (2) สมาคมทั้ง 3 องค์การหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (3) นักวิชาการ (4) ผู้ประกอบการ รวมทั้งหมด 8 คน โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อบ้านตามนโยบายบ้านหลังแรก จำนวน 400 คน

สำหรับผลการวิจัย ได้ข้อค้นพบที่อยู่ในรูปของ “ตัวแบบประสิทธิผลของการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ” ขึ้นมาโดยการศึกษาวิจัยในปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีทั้งหมด 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรม 2) ปัจจัยผู้ประกอบการ 3) ปัจจัยนโยบายรัฐบาล 4) ปัจจัยผู้บริโภค ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ ดังนั้นรัฐบาลควรที่จะต้องให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายบ้านหลังแรก เพื่อให้ประชาชนมีชีวิตที่ดีขึ้น และมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ซึ่งการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัตินั้นจะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของภาพรวมในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมด ดังที่กล่าวมานั้นนโยบายนี้จะเป็นการกระตุ้นทางเศรษฐกิจของประเทศ และที่สะท้อนถึงความเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ: นโยบายรัฐบาล นโยบายบ้านหลังแรก ประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Abstract

The research objectives consist of studying the problem and obstructed of the First Home Tax Rebate Policy context, studying on the impact factors of the First Home Tax Rebate Policy and finally developing effectiveness the First Home Tax Rebate Policy that be the most beneficial implementation.

The research scope was conducted only in Bangkok. The significant interviewees included the public chief executives who are responsibility with the first home policy, three real estate associations and eight scholars. In this research, population and sampling unit were the consumers who participants with the First Home Tax Rebate Policy. In order to achieve the research objectives, both qualitative and quantitative researches were being implemented. While the qualitative research was used as the main study, the quantitative research was used to support the information validation. The researcher collects the qualitative research by purposive selection of eight depth interviewees from four groups of chief executives. The results were analyzed for finding on efficiency implementation. On the other hand, the quantitative research was collected the data from the consumers or the first home buyer on this program to find out the related factors or external factors such as demographic information factors, public policy factors, consumer behavior factors, real estate industrials competition factors and entrepreneur factors which impacted on the First Home Tax Policy efficiency implementation.

The researcher has developed model “The effectiveness Model of First House Policy” by the study of the various factors, which associated with four factors by the order from most to least: 1) competitive factors in the real estate industry 2) entrepreneurs aspects 3) the government policy 4) the consumer’s choice which effected the policies on the First Home Tax Rebate Policy to be implemented. Therefore, the government needs to be extremely focused on setting and implementing the First Home Tax Rebate Policy which will help the people to have their own home. Consequently, the public quality of living could be improved. The implementation of this policy can stimulate the entire industry of real estate on economic. Nevertheless, this policy could generate the country economics and reflects sustainable growth in the future.

Keywords: Government Policy, First Home Policy, Effectiveness of Policy Implementation

บทนำ

ประชากรในโลกขณะนี้มียุ่ประมาณ 6,950 ล้านคนในปี พ.ศ. 2555 และมีการคาดการณ์จากองค์การสหประชาชาติว่าจะเพิ่มเป็น 9,200 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 สำหรับประเทศไทยในปี พ.ศ.2556 นั้นมีประชากรทั้งสิ้น 64,871,000 คน (มหาวิทยาลัย มหิดล, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2557) จากจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นโดยมีการกระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งบ้านเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดของทุกคนเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตที่สนองความต้องการโดยทั่วไปของมนุษย์ เพื่อให้อยู่ได้ตามปกติสุขตอบสนองความต้องการและเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเป็นผู้มีหลักแหล่ง สร้างการยอมรับ ความเชื่อมั่นเป็นสัญลักษณ์ที่บอกถึงฐานะและระดับในสังคมและตอบสนองความต้องการทางจิตใจ เป็นดัชนีชี้วัดถึงความสำเร็จรู้สึกถึงความมีเกียรติ ฐานะและเป็นส่วนหนึ่งที่จะตอบสนองความรู้สึกรับรู้ถึงความมั่นคงในชีวิต นอกจากนั้นแล้ว บ้านยังเป็นสินทรัพย์ที่มีราคาสูง ซึ่งการซื้อต้องอาศัยเหตุผลและระยะเวลาในการตัดสินใจนานกว่าเรื่องอื่น ในส่วนของพฤติกรรมของประชาชนนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายที่สนับสนุนในเรื่องนี้ของรัฐบาล แต่ไม่ว่าประชาชนทุกคนหรือผู้ประกอบการทุกรายจะได้ประโยชน์ เพราะนโยบายดังกล่าวมุ่งเน้นกับผู้ที่มียาได้น้อยจนถึงปานกลาง โดยเฉพาะปัจจุบันอัตราดอกเบี้ยทางเศรษฐกิจได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการบริหารและทางเศรษฐกิจ ทำให้อัตราการเพิ่มของประชากรขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ในส่วนของผู้ประกอบการก็ต้องการกลยุทธ์การตลาดที่จะนำไปพัฒนาโครงการซึ่งจะเป็นการช่วยลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจหากทำโครงการจัดสรรที่ล้มเหลวและจะนำมาซึ่งความไม่มีประสิทธิภาพของนโยบายนี้ ซึ่งรัฐบาลเองก็อยู่ในฐานะที่จะต้องทราบถึงพฤติกรรมของประชาชนในการเลือกซื้อบ้านเมื่อมีการสนับสนุนจากนโยบายนี้ รวมทั้งการประเมินผลเพื่อสร้างองค์ความรู้จากข้อค้นพบที่จะนำไปปรับปรุงเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานครั้งต่อไปของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากที่สุด (สำนักข่าว ไอเอ็นเอ็น, 2556)

ในส่วนการเลือกตั้งครั้งหลังสุดเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2554 นั้นนับเป็นการแข่งขันกันด้วยนโยบายประชานิยมอย่างเต็มรูปแบบ แต่ละพรรคการเมืองนำเสนอแบบทุ่มสุดตัว เพื่อสร้างความแตกต่างจากพรรคคู่แข่ง ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เพราะพรรคการเมืองต้องการเอาใจกลุ่มคนหนุ่มสาวหรือผู้ที่กำลังจะซื้อบ้านหลังแรก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีสิทธิที่เป็นพลังเงียบที่อาจมีผลต่อชัยชนะในการเลือกตั้ง สำหรับนโยบาย “บ้านหลังแรก” นั้นในภาพรวมถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยมีผู้เข้ามาจองจนหมดภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่วันและที่สำคัญมีผลกระทบด้านให้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องลดดอกเบี้ยเงินกู้แข่งขันกันเพื่อช่วงชิงผู้ซื้อบ้านหลังแรก ทำให้ประชาชนได้ประโยชน์ทั้งสองทาง (ซัช อนุวัตรอุดม, 2556) แต่หากพิจารณาถึงความจำเป็นของนโยบายเหล่านี้ ภายใต้งบประมาณและทรัพยากรของภาครัฐที่มีอยู่อย่างจำกัด รัฐบาลควรมุ่งช่วยเหลือประชาชนที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงที่อยู่อาศัยก่อนกลุ่มที่มีความสามารถในการเข้าถึงอยู่แล้ว ที่กำหนดเพดานราคาที่อยู่อาศัยของผู้ที่จะได้รับประโยชน์กลับสูงถึง 3 ล้านบาทและ 5 ล้านบาท โดยสมมติว่า ผู้ซื้อบ้านสามารถกู้เงินได้ร้อยละ 100 โดยคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี และผ่อนชำระเป็นเวลา 30 ปี ผู้ซื้อบ้านต้องผ่อนชำระเงินกู้ประมาณ 1.8 และ 3 ล้านบาทต่อเดือนตามลำดับ ซึ่งโดยปกติธนาคารจะคำนวณยอดการผ่อนประมาณร้อยละ 40 ของรายได้ แสดงว่าผู้กู้ต้องมีรายได้ประมาณ 4.5 และ 7.5 ล้านบาทต่อเดือนตามลำดับ ซึ่งสูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนที่มีรายได้ 20,903 บาทต่อเดือนเป็นอย่างมาก (เดลินิวส์, 2556)

โดยผู้ขอรับการสนับสนุนตามนโยบายนี้จะต้องมีคุณสมบัติ 1) ต้องไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองและไม่เคยใช้สิทธิ์ประโยชน์ทางภาษี (สิทธิหักค่าลดหย่อนดอกเบี้ย เงินกู้ซื้อหรือสร้างที่อยู่อาศัยและสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้จากการขายบ้านเก่าซื้อบ้านใหม่) 2) กรณีคู่สมรส ใช้สิทธิ์ประโยชน์ทางภาษีได้เพียงแห่งเดียว 3) กรณีเป็นการกู้ร่วม ผู้กู้ร่วมจะไม่ได้รับสิทธิหากมีกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยของตนเองและเคยใช้สิทธิ์หักลดหย่อนแล้ว ซึ่งจากข้อมูลกรมสรรพากร ในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนผู้ใช้สิทธิ์แล้วประมาณ 9,600 ราย รัฐสูญเสียภาษีจำนวน 224 ล้านบาท ทำให้ประมาณการได้ว่า นโยบายบ้านหลังแรก จะทำให้ภาครัฐต้องสูญเสียงบประมาณไปทั้งสิ้น 4,500 ล้านบาท มีผู้ได้รับประโยชน์ประมาณ 28,800 ราย ซึ่งความเสี่ยงจากความเสียหายนั้น ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2557) ได้ทำการวิเคราะห์ที่จะเป็นการเพิ่มหนี้สาธารณะให้กับประเทศชาติเป็นจำนวนมาก ในประเด็นนี้มีความเสี่ยงในด้านของเศรษฐกิจ ซึ่งนอกจากการแทรกแซงระบบตลาดบ้านแล้วทำให้เกิดการบิดเบือนไปแล้วในประเด็นอื่นๆ ได้แก่

1) การใช้เงินงบประมาณอย่างไม่มีประสิทธิภาพเนื่องจากโครงการเหล่านี้นั้นมีผลประโยชน์กลับมาสู่ประเทศชาติไม่มากนัก ไม่ว่าจะเป็นประชาชนผู้ซื้อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ สถาบันการเงินและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แต่ ความเสียหายจากงบประมาณที่ใช้ไปกลับมีเป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้านำเงินดังกล่าวไปพัฒนาเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางด้านอื่นน่าจะมีประโยชน์กว่ามาก

2) การเบียดเบียนอนาคตของประเทศ การใช้เงินงบประมาณสำหรับนโยบายนี้ ก็เป็นการเพิ่มหนี้สาธารณะให้มากขึ้น ซึ่งต้องมีการการจ่ายดอกเบี้ยแต่ละปีที่จะเป็นภาระในระยะยาว ซึ่งจำนวนเงินของหนี้สาธารณะนี้จะทำให้เครดิตของประเทศลดลงและอาจเสี่ยงต่อวิกฤติทางการเงินในอนาคต

3) ความคล่องตัวของรัฐบาลในการดูแลปัญหาต่างๆ จะลดน้อยลงไปหากเกิดเหตุคับขันขึ้นมา เพราะรัฐบาลจะไม่มีงบประมาณทางการคลังที่จะดูแลได้ เช่น ปัญหายุทธพิบัติอุทกภัยครั้งใหญ่ ในปี พ.ศ.2554 หรือ เหตุการณ์คลื่นยักษ์ซึนามิ เป็นต้น ที่สำคัญทุกอย่างที่ก่อหนี้ในวันนี้ อีก 5-6 ปี จะเป็นชนวน ให้เกิดวิกฤติขึ้นมาได้

4) เมื่อมีหนี้มากขึ้น จะถูกทุกฝ่ายจากทั่วโลกจับจ้องมาก และจะมีคำถามถึงรัฐบาลว่าจะจ่ายหนี้คืนได้หรือไม่ ทั้งนี้ ในช่วงที่เกิดปัญหาวิกฤติการคลังนั้นกองทุนการเงินระหว่างประเทศหรือ ไอเอ็มเอฟ ได้ทำการศึกษาพบว่า ประเทศที่เกิดวิกฤติจะมีหนี้เฉลี่ย 70-80%

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดคือความสำคัญในนโยบายที่จะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงทำการวิจัยในเรื่องนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมาย กระจายสินทรัพย์สู่ประชาชนโดยทั่วไป โดยมีการพิจารณาถึงความจำเป็นและกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับการช่วยเหลือในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่นและความเข้มแข็งและเจริญก้าวหน้าให้เกิดขึ้นกับครอบครัว สังคมและประเทศชาติ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบทสภาพปัญหา อุปสรรคของนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของบริษัท อสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรง นักวิชาการ สมาคมบ้านจัดสรร สมาคม อสังหาริมทรัพย์ สมาคมอาคารชุด สมาคมการขายและการตลาดแห่งประเทศไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ซื้อบ้านตามนโยบายบ้าน หลังแรก สำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้วิธีของ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 1088) ช่วงความ เชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านวิชาการจากการทบทวนวรรณกรรมที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผลจากการสังเคราะห์ในแต่ละด้าน ได้แก่ 1) วิเคราะห์นโยบาย จากแนวคิด ทฤษฎี ของ Huges (1998) และ Nagamura & Smallwood (1980) 2) การนำแผนนโยบายไปปฏิบัติ จากแนวคิด ทฤษฎี ของ Dunn (1994) Boston (1996) 3) ผลกระทบการนำนโยบายไปปฏิบัติ จากแนวคิด ทฤษฎี ของ Gruening (2001) และ Lynn (1996) 4) การควบคุมประสิทธิภาพของนโยบาย จากแนวคิด ทฤษฎี ของ Merton (1997) และ Whipple (1995) 5) ปัญหาการนำนโยบายไปปฏิบัติ จากแนวคิด ทฤษฎี ของ Buchanan and Musgrave, (1999) และ Dye (2012)

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการรวบรวมคุณลักษณะ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะครอบครัว ระดับ การศึกษา อาชีพ ระยะเวลาการทำงาน รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยภายใน มีดังต่อไปนี้ ความเชื่อถือของนโยบายรัฐบาล ประสิทธิภาพของนโยบาย การแข่งขันใน อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ ได้แก่ วิเคราะห์นโยบาย การนำแผน นโยบายไปปฏิบัติ ผลกระทบการนำนโยบายไปปฏิบัติ การควบคุมประสิทธิภาพของนโยบาย ปัญหาการนำ นโยบายไปปฏิบัติ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 1 มีนาคม พ.ศ.2557-31 กรกฎาคม พ.ศ.2557

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรม จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายบ้านหลังแรก นั้นรัฐบาลมีกำหนดโดยมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การกำหนดเป้าหมาย หลักการและวิธีที่ปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์และการเตรียมการสนับสนุนในแนวทาง อย่างกว้างๆ โดยกำหนดขึ้นเป็นโครงการเอาไว้ล่วงหน้าในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประชาชนอย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมในการตัดสินใจ จัดสรรทรัพยากรทั้งหมดให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนนั้นต้องมองถึงขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยเน้นที่จะดำเนินการแก้ปัญหาต่างๆ ในสังคม ที่เป็นการดำเนินกิจกรรม

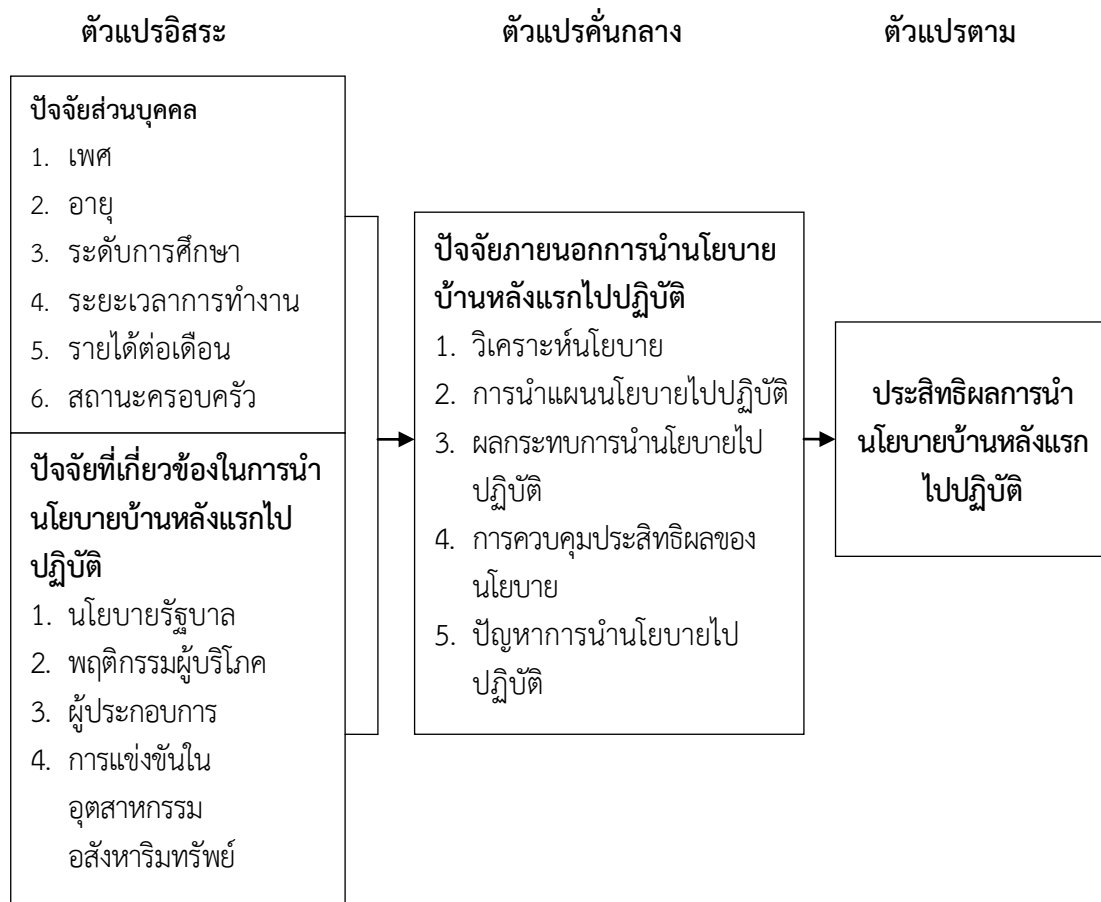
ของรัฐบาลเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารและพัฒนาประเทศ ดังนั้นการนำไปปฏิบัติให้เกิดผล จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก จะต้องทำการวางแผนรองรับทั้งระยะสั้นหรือระยะยาวที่จะก่อให้เกิดรูปธรรมความมีประสิทธิภาพของนโยบายที่ประกอบด้วยมาตรฐานและกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้การนำไปปฏิบัติเป็นจริงขึ้นมาโดยใช้ทรัพยากรหรืองบประมาณให้น้อยที่สุดก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาทางสังคมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเต็มที่ สูงสุดตามเป้าหมายที่ติดตามมาหลังจากการปฏิบัตินั้นต้องได้รับการยอมรับของสังคม มีแนวทางที่ชัดเจนและรับรู้กันทั่วไป โดย นโยบายบ้านหลังแรกจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของประชาชนผู้ซื้อบ้านที่ให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านวงเงินกู้ ด้านภาษี ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการมีที่อยู่และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัวและสถานที่ทำงานที่ต่างกันจะมีความสัมพันธ์กันการตัดสินใจซื้อบ้าน (สมบัติ ธำรงธัญวงศ์ (2549); Coulter (2005); Ilago (2001); ปัทมธาดา กิจหัตถพร (2554); ณัฐฐา วินิจนัยภาค (2554))

2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารการตลาด ซึ่งการตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้าน นั้นเป็นกิจกรรมซึ่งทำให้สินค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลง มีการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในส่วนของตัวที่ดินและบ้านจากผู้ประกอบการบ้านจัดสรรไปยังผู้บริโภค โดยจุดเริ่มต้นของการตลาดบ้านเริ่มจากประชาชนมีความจำเป็น (Needs) ที่จะต้องมีที่อยู่อาศัยเนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นรายได้ระดับใดก็ตาม หากเป็นประชาชนที่ทำงานแล้วและมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่จะสามารถซื้อบ้านได้ก็ย่อมจะมีความต้องการ (Wants) และสิ่งสำคัญในการซื้อบ้านนั้นต้องมีอำนาจซื้อเกิดขึ้นด้วยการตลาดบ้านเป็นส่วนสำคัญส่งผลให้ผู้ประกอบการ ต้องพยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วยเพิ่มอำนาจซื้อให้กับประชาชนที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อให้เร็วที่สุด ซึ่งในจุดนี้เองที่นโยบายบ้านหลังแรกที่จะช่วยสนับสนุนให้ประชาชนมีบ้านง่ายขึ้นเนื่องจากจำนวนเงินที่ต้องจ่ายรวมมีมูลค่าลดลงที่เป็นแรงจูงใจให้มีการตัดสินใจซื้อที่ง่ายขึ้น (Kotler & Armstrong (2003); Ahadzie, Proverbs & Olomolaiye (2008); Bond, Seiler & Seiler (2002))

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในส่วนของปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในกระบวนการซื้อบ้านอยู่อาศัย ที่ต้องคำนึงถึงลักษณะพฤติกรรมต่างๆ เพื่อที่จะได้ดำเนินงานทางการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้ สำหรับการตัดสินใจซื้อ นั้นจะมีหลายองค์ประกอบไป เช่น ระดับความต้องการ สภาวะเศรษฐกิจ รูปแบบการดำรงชีวิต (Life style) ด้านคุณสมบัติของบ้านและการใช้งาน ชนิดของบ้านที่ต้องการจะเลือกใช้ รูปแบบภายนอกที่สวยงาม ราคาสินค้าและมาตรฐานคุณภาพของบ้าน ตัวผู้ประกอบการโครงการ ช่วงเวลาที่จะซื้อและวิธีการชำระเงิน (Schiffman & Kanuk (2007); Eagel, (1993) ; Dick & Kuanl (1994))

4. แนวคิด ทฤษฎี การแข่งขันในอุตสาหกรรมตามแบบจำลองวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือทฤษฎีแรงผลักดันทั้ง 5 (Five-Force) ซึ่งเป็นโมเดลด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ในการวิเคราะห์สภาวะและแนวโน้มของตัวแปรระดับอุตสาหกรรมจะทำให้เข้าใจลักษณะและความเป็นไปของอุตสาหกรรมที่ทำอยู่การวิเคราะห์ สภาพและแนวโน้มของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อ “โอกาส” และ “อุปสรรค” ที่ธุรกิจเผชิญอยู่ เช่น แรงจากการคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ แรงจากอำนาจต่อรองของผู้บริโภค แรงจากการคุกคามของสินค้าทดแทนที่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นรอบตัวของผู้ประกอบการ เป็นต้น (Porter (1980); พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ (2552))

กรอบแนวคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

สมมติฐานของงานวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยนโยบายรัฐบาล มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก
- สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก
- สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยผู้ประกอบการ มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก
- สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักเสริมด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ และหาข้อมูลเพิ่มเติมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ในวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ที่ปรากฏในกรอบแนวคิด โดยตั้งสมมติฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ดำเนินการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามโดยสร้างคะแนนมาตรฐานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินความหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยนำประเด็นที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาตั้งประเด็นคำถามไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสรุปแล้ววิเคราะห์และตีความร่วมกับวรรณกรรม เพื่อให้ได้คำนิยามปฏิบัติการที่สอดคล้องกันเพื่อนำไปเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามต่อไป

2. แบบสอบถาม

2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากร

2.2 ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง

2.2.1 ด้านนโยบายบ้านหลังแรก

2.2.2 ด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ

2.2.3 ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

2.2.4 ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม

2.2.5 ด้านประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก

2.3 ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่านพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถามและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะในการทดสอบความเชื่อมั่นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรจำนวน 30 คน ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์ครอนบร็คแอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งเป็นข้อมูล ทุติยภูมิ ที่เป็นเอกสารวิชาการ รวมทั้งผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้การแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากผู้ถูกวิจัยได้ตอบคำถามครบทุกข้อ ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามพร้อมทั้งลงรหัสประจำชุดแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับประชาชนที่เป็นผู้บริโภค และระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับสถิติเชิงอ้างอิง นั้นใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและค่าการแปรปรวนทางเดียว

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มาทำการรายงานผลโดยการสรุปข้อมูลอย่างเป็นระบบและปราศจากอคติเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์และค่าถดถอยพหุคูณ ในการวิจัยนี้มีผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่สำคัญได้แก่

ตารางที่ 1 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของความคิดเห็นของตัวแปรต่าง ๆ

ลำดับ	ตัวแปร	($\bar{X}$)	SD	ระดับ	อันดับ
1	ด้านนโยบายของรัฐบาล	3.83	0.646	มาก	3
2	ด้านผู้บริโภค	3.94	0.756	มาก	1
3	ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม	3.75	0.690	มาก	4
4	ด้านผู้ประกอบการ	3.90	0.635	มาก	2
5	ด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรก	3.72	0.656	มาก	5

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวกับการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติในด้านต่าง ๆ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ ลำดับแรกได้แก่ ด้านผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (SD = 0.756) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 ด้านผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (SD = 0.635) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 ด้านนโยบายของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (SD = 0.646) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 4 ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (SD = 0.690) อยู่ในระดับมาก และลำดับที่ 5 ด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (SD = 0.656) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1 ปัจจัยนโยบายรัฐบาล มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2 ปัจจัยด้านผู้บริโภค มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3 ปัจจัยผู้ประกอบการ มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4 ปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายบ้านหลังแรก	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการศึกษา

นโยบายบ้านหลังแรกนั้นมีความสำคัญของรัฐบาลต่อทั้ง 2 รัฐบาลที่ผ่านมาเพราะเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีโอกาสในการเป็นเจ้าของบ้านที่อยู่อาศัยได้ง่ายขึ้น เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน สำหรับเงื่อนไขในการอนุมัติให้ประชาชนซื้อบ้านหลังแรกในครั้งแรกนั้นเป็นการกำหนดวงเงินมูลค่าบ้านไม่เกิน 1 ล้านบาท ในอัตราดอกเบี้ย 0% เป็นเวลานาน 3 ปี โดยให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นผู้ปล่อยกู้ซึ่งรัฐบาลจะชดเชยอัตราดอกเบี้ยให้ 3 ใน 4 ของดอกเบี้ยทั้งหมด สำหรับ รัฐบาลต่อมาได้เปลี่ยนมาใช้มาตรการให้สิทธิหักลดหย่อนภาษีได้ 10% หรือไม่เกิน 500,000 บาทของมูลค่าบ้านไม่เกิน 5 ล้านบาท เป็นการหักโดยตรงจากเงินที่ต้องเสียภาษี ใน

ระยะเวลา 5 ปี ปีละไม่เกิน 100,000 บาท จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 รัฐบาล นั้นพยายามจะให้สิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด แต่ในทางปฏิบัติแล้ววิธีการในครั้งแรกจะดีกว่า เพราะมีช่องว่างที่ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ที่ซื้อบ้านราคาต่างกัน ที่เป็นเช่นนั้นเพราะอาจมีเงื่อนไขจากผลประโยชน์ทับซ้อนที่เป็น การทุจริตเชิงนโยบาย เพราะนักการเมืองบางกลุ่มจะเป็นเจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งการได้สิทธิจากการลดภาษีไม่ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ต่ำได้รับประโยชน์จริง เพราะส่วนใหญ่มักเสียภาษีปีละ ไม่มากนักอยู่แล้ว อีกทั้งทุกฝ่ายให้ความเห็นว่านโยบายนี้เป็นเพียงกลยุทธ์หาเสียงทางการเมืองที่เน้นต้องการ คะแนนเสียงในการเลือกตั้งเท่านั้น ไม่มีความสมเหตุสมผลหากนำมาปฏิบัติจริง เพราะจะเป็นการใช้งบประมาณ เป็นจำนวนมาก แต่ได้ผลคุ้มค่าน้อย จึงสังเกตได้ว่าระยะเวลาของการปฏิบัติจะมีจำกัด ไม่ยาวนานนัก ในการ ปฏิบัติตามนโยบายเพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายนั้น รัฐบาลต้องตั้งหน่วยงานอิสระเพื่อประเมินผลอย่าง เป็นรูปธรรมว่างงบประมาณที่ใช้ไปเป็นจำนวนมากสามารถสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ หรือไม่ ซึ่งในการที่รัฐบาลจะพัฒนาคุณภาพชีวิตและความอยู่ดีมีสุขให้กับประชาชนที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัย นั้น จะต้องสร้างความสามารถในการให้ประชาชนส่วนนี้ในการสร้างรายได้จากภาวะหนี้สินอันเกิดจากการซื้อบ้านใน นโยบายนี้ด้วย หากทำไม่ได้ก็จะกลายเป็นปัญหานี้เสียส่งผลร้ายกับสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ในที่สุด รวมทั้ง งบประมาณในการใช้จ่ายที่เกี่ยวกับนโยบายบ้านหลังแรกนั้นมากเกินไปในระยะยาว อาจทำให้ประเทศไทยนั้น มีหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้นเพื่อนำมาใช้จ่ายกับนโยบายนี้และจะทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ที่ยังไม่มีบ้านอยู่อาศัยจะ กลายเป็นผู้รอรับการอุปถัมภ์พึ่งพาและรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลมากกว่าที่จะพยายามสร้างรายได้มาเพื่อ ชื้อด้วยตนเอง ดังนั้นต้องมีกรอบระยะเวลาดำเนินการที่ชัดเจนเพราะหากไม่มีระยะเวลาดำเนินการสิ้นสุดจะไม่ผลิ ตเกิดขึ้นและอาจสร้างความเสียหายได้

ดังนั้นประสิทธิผลของนโยบายนี้ต้องให้หลายฝ่ายเข้ามาทำการประเมินเพราะหากให้ฝ่ายรัฐบาลทำ เพียงลำพังจะเกิดความลำเอียงและให้ข้อมูลเพียงด้านเดียวได้ ที่สำคัญต้องมีการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชน ตระหนักถึงความสำคัญ มีความรู้ ความเข้าใจในจุดประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการนำไปสู่การพัฒนาที่ ยั่งยืนเพราะใช้เงินงบประมาณที่เป็นภาษีของทุกคน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องมีส่วนร่วมใน การดูแล รักษาให้เกิดผลประโยชน์อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ให้มีการกระจายโอกาสในการเป็นเจ้าของบ้านอยู่อาศัย ที่เป็นแนวทางที่ถูกต้องและสามารถแก้ปัญหาให้กับประชาชนมีความมั่นคงในชีวิตได้จริงและควรได้รับการ สนับสนุนอย่างเต็มที่ แต่อาจนำไปสู่ภาวะหนี้สินของภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องก่อหนี้ สาธารณะเพิ่มขึ้น โดยความจริงแล้วนโยบายนี้เป็นส่วนหนึ่งของอุดมการณ์ทางการเมือง ที่จะต้องทำ ผลประโยชน์เพื่อชาติและประชาชน ซึ่งหากสำเร็จย่อมก่อให้เกิดผลดีซึ่งจะนำมาซึ่งความมั่นคงของในอนาคต ความมีประสิทธิผลจะเกิดขึ้นได้จากการสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชนที่ได้รับประโยชน์ จะมีส่วนช่วยให้ นโยบายนี้ประสบความสำเร็จที่จะทำให้เกิดความมีประสิทธิผลได้ต้องมีการวิเคราะห์งบประมาณที่ใช้ไปเพื่อ เปรียบเทียบดูว่าให้ผลประโยชน์มากน้อยเพียงไร เพื่อจุดมุ่งหมายที่มีประสิทธิผลในการประหยัดมากที่สุด โดย ความมีประสิทธิผลนั้นจะดูจากปัญหาที่ต้องลดลงอย่างชัดเจนเกิดประโยชน์ต่อประชาชนคุ้มกับงบประมาณที่ เสียไปหรือไม่

สำหรับจากผลการวิเคราะห์ผลสัมพันธถดถอยพหุคูณ ระหว่างตัวแปรตาม ด้านประสิทธิผลการ นำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ กับปัจจัยตัวแปรต้นทั้ง 4 ตัว คือ ด้านนโยบายของรัฐบาล ด้าน ผู้ประกอบการ ด้านผู้บริโภค และ ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม ที่สมการ ประสิทธิผลในการนำนโยบาย บ้านหลังแรกไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด นั้นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหตุทั้ง 4 จะเป็นไปตามลำดับ ดังต่อไปนี้

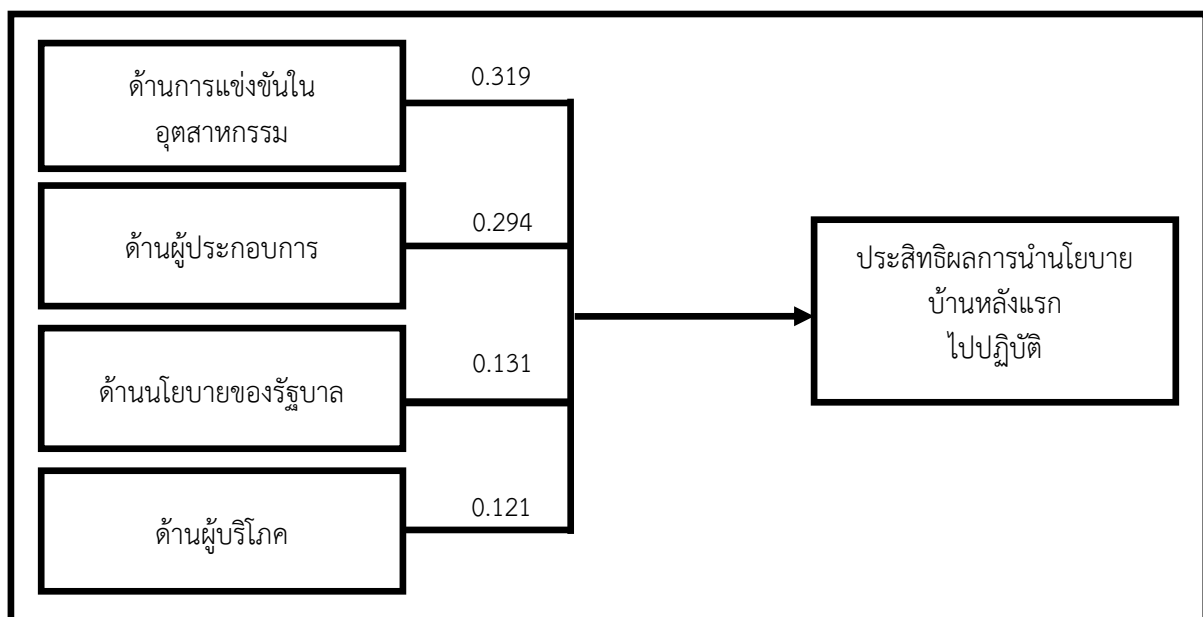
1. ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม ส่งผลกระทบโดยตรงต่อด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้าน หลังแรกไปปฏิบัติ มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณ 0.319

2. ด้านผู้ประกอบการ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณ 0.294

3. ด้านนโยบายของรัฐบาล ส่งผลกระทบโดยตรงต่อด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณ 0.131

4. ด้านผู้บริโภค ส่งผลกระทบโดยตรงต่อด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณ 0.121

จากข้อค้นพบดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ เป็นแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ โดยตั้งชื่อว่า “The Effectiveness Model of First House Policy” นั้นสามารถอธิบายเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการตามปัจจัยแต่ละด้านต่าง ๆ ที่มาจากการแปลความหมายของสมการด้านประสิทธิผลการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติที่เป็นไปตามลำดับดังภาพประกอบที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวแบบประสิทธิผลของการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ
(The Effectiveness Model of First House Policy)

จาก ตัวแบบประสิทธิผลของการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ (The Effectiveness Model of First House Policy) ดังกล่าวนั้นสามารถนำไปกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมของอสังหาริมทรัพย์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด นั้นต้องใช้นโยบายนี้ในการทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น โดยความช่วยเหลือสนับสนุนจากเงินงบประมาณของรัฐบาลที่จะส่งผลให้เกิดกำลังซื้อของประชาชนที่มากขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อมาสร้างความแตกต่างในตัวโครงการบ้านที่จำหน่ายให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

2. ด้านผู้ประกอบการที่ต้องมีการพัฒนาโครงการและก่อสร้างบ้านตามนโยบายนี้ ที่จะสร้างบ้านให้มีคุณภาพ และความน่าเชื่อถือมากขึ้น มีความเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคดีกว่าที่จะเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นแล้วนโยบายนี้ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการซื้อบ้านอยู่

อาศัยมากขึ้น เป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นนโยบายของรัฐบาล ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อและทัศนคติในทางด้านบวกกับโครงการนั้น

3. ด้านนโยบายของรัฐบาลที่ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเกิดผลดีเป็นอย่างมากในการดำเนินการ ให้มีมาตรฐานถูกต้อง มีข้อตกลงชัดเจน เปิดกว้างต่อการรับรู้ของสาธารณะชน มีการประเมินผลอย่างเที่ยงตรงและเปิดเผยต่อสื่อมวลชนตลอดเวลาส่งผลให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งนโยบายนี้จะทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสังคมและเพิ่มความมั่นคงให้กับชุมชน สังคมและประเทศชาติ

4. ด้านผู้บริโภค ที่มีความต้องการซื้อบ้านตามนโยบายนี้เพราะไม่อยากเสียสิทธิ์ของตนเอง โดยความต้องการซื้อบ้านในโครงการนั้นด้วยความจำเป็นเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของตนเองและครอบครัว และจะเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ในการได้รับผลประโยชน์เพิ่มเติมที่มากกว่าปกติตามนโยบายนี้ด้วยเหตุจูงใจที่มาจากผลประโยชน์พิเศษต่างๆ

ดังนั้นหากให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนของนโยบายบ้านหลักแรก ต้องพิจารณาไปที่องค์ประกอบสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม การสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญในจุดประสงค์และเป้าหมาย สอดคล้องกับ ศุภกร บัวนิยม (2541) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย โดยพบว่าผลประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มเติมที่เปรียบเสมือนการส่งเสริมการขายนั้น จะได้รับความนิยมชมชอบจากผู้ซื้อ ซึ่งจากนโยบายบ้านหลังแรกนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มียอดขายในช่วงนั้นมากกว่าแสนยูนิต ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านโยบายนี้เอื้อประโยชน์ให้บริษัทที่เกี่ยวข้อง เป็นการช่วยเหลือธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ ให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีกำไรมากขึ้นที่สำคัญจะสร้างความมั่นคงในระยะยาวให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย และสอดคล้องกับ ชัยเกียรติ สิงหอรกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านของโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ประชาชนที่เป็นผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ นั้นต้องเกิดแรงจูงใจที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

สอดคล้องกับ ปัทมดา กิจหัตถพร (2554) ที่ศึกษาเรื่องนโยบายบ้านหลังแรกและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของประชาชนในเขตเทศบาลแสนสุข จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า นโยบายนี้มองไปที่ความต้องการซื้อบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นหลัก เพราะบ้านนั้นมีแนวโน้มราคาที่สูงขึ้นตามเวลา สอดคล้องกับ ลลิตพร บุญเสาร์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรโครงการบางกอก บูเลอวาร์ด รามอินทรา โดยพบว่า ก่อนที่ผู้ซื้อบ้านจะตกลงใจในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ นั้นปัจจัยสำคัญมาจากความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองและมักจะเกิดแรงกระตุ้นจูงใจจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการบ้านจัดสรร ซึ่งนโยบายนี้ของรัฐบาลเหมือนทำการส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ประกอบการ ที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย ด้วยการสร้างความพึงพอใจและสนองตอบความต้องการของประชาชนให้มากที่สุด โดยมีผลที่ผู้ประกอบการจะได้ผลประโยชน์ มากกว่าใครๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย สภาพการแข่งขันที่จะลดลงเพื่อนำมากำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้มีความเหมาะสมเพื่อให้มีประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งนโยบายบ้านหลังแรก นั้นจะเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ ที่ส่วนใหญ่มีอิทธิพลทางจิตวิทยาในการเลือกซื้อบ้าน ที่กระตุ้นให้มีการตอบสนองต่อสิ่งนั้น การยอมรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร เมื่อผู้ซื้อได้ยอมรับและเข้าใจกับข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ รวมทั้งนโยบายนี้เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของผู้ซื้อในการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ นโยบายจะเน้นถึงคุณประโยชน์ส่วนลัดของบ้านอยู่อาศัยเพื่อก่อให้เกิดความต้องการมากยิ่งขึ้น ซึ่งการนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาประโยชน์ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดและมีประสิทธิผล ที่จะสร้างความพึงพอใจแก่คนส่วนใหญ่ของประเทศ เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้มีความเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในเชิงนโยบาย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่าหากต้องการให้นโยบายนี้มีประสิทธิภาพรัฐบาลต้องเป็นผู้ชี้ทิศทางที่ชัดเจน แปรแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติแล้วมอบหมายผู้รับผิดชอบในการกำหนดปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานพร้อมการวิเคราะห์ ปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่เหมาะสม เพื่อผลการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม มีการประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจ จัดสรรงบประมาณได้ตรงกับความต้องการที่เป็นจริง

1.2) จากผลการวิจัยพบว่า ต้องมีแผนกลยุทธ์ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อให้ทราบทิศทางในอนาคตและภารกิจที่ต้องปฏิบัติตามที่กำหนด จัดลำดับความสำคัญของงานให้เป็นแนวทางเดียวกันที่มีความชัดเจน เหมาะสมให้ทุกฝ่ายเห็นคุณค่าและความสำคัญ

1.3) จากผลการวิจัยพบว่าประสิทธิภาพเชิงต้นทุนที่ต้องมีการวัดความคุ้มค่าจากการใช้งบประมาณและจำนวนของประชาชนที่มีการโอบน้อมจริง

1.4) จากผลการวิจัยพบว่านโยบายบ้านหลังแรกถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการเมืองแบบประชานิยม ที่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของประชาชนอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย

1.5) จากผลการวิจัยพบว่าควรมีประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักในสิทธิและผลประโยชน์ในนโยบายนี้ ที่ต้องดำเนินการด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส ให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข

1.6) จากผลการวิจัยพบว่าการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติตามนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับผู้ปฏิบัติงานในทุกระดับที่ต้องมีความร่วมมือจากฝ่ายสนับสนุนต่างๆ ไม่มีความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ จนกลายเป็นอุปสรรคในการสนับสนุนนโยบาย รวมทั้งนักการเมือง ผู้มีอำนาจจัดสรรงบประมาณ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มอิทธิพลและประชาชนต้องให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่จึงจะสำเร็จได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในเชิงนโยบาย

2.1) จากผลการวิจัยพบว่านโยบายนี้ทำให้ต้นทุนในการพัฒนาโครงการและการประกอบธุรกิจต่ำลง ทำให้การแข่งขันไม่รุนแรงเพราะตลาดใหญ่พอที่จะไม่ต้องแย่งกัน รวมทั้งราคาขายที่ถูกลงจะทำให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อหาได้มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในการลงทุนพัฒนาโครงการตามนโยบายนี้ให้มากขึ้น

2.2) จากผลการวิจัยพบว่านโยบายบ้านหลังแรกเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มักได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความต้องการของประชาชน ก่อนเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจของซื้อบ้านในที่สุด ถือได้ว่านโยบายนี้สนองความต้องการได้อย่างตรงจุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในการลงทุนพัฒนาโครงการตามนโยบายนี้ให้มากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

3.1) การศึกษากลุ่มประชากรอื่นเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่คาดหวัง ว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยนี้อย่างไร

3.2) การศึกษาต่อยอดในการแก้ไข ปรับปรุง พัฒนา ประสิทธิภาพการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติ ให้เป็นไปตามความต้องการในปัจจุบันให้มากที่สุด

3.3) ศึกษาถึงประสิทธิภาพการนำนโยบายบ้านหลังแรกไปปฏิบัติในมิติอื่นๆ ที่มีความสำคัญ เพื่อจัดเตรียมข้อมูลให้แก่รัฐบาลที่จะใช้ในการกำหนดนโยบายหรือกิจกรรมการส่งเสริมในรูปแบบต่างๆ ของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการเปรียบเทียบกับประเทศอื่น

3.4) ควรศึกษาจากความคิดเห็นของข้าราชการ ซึ่งเป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติจริงเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขนโยบายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การใช้ SPSS for window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ซัช อนุวัตรอุดม. (2556). นโยบาย บ้านหลังแรก. (2556). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://politics.tlcthai.com/547>.
- ชัยเกียรติ สิงหกุล. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐรา วิจิณัยภาค. (2554). นโยบายสาธารณะ แนวทางในการศึกษาแบบสหวิทยาการ. โครงการเอกสาร ตำรา คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เดลินิวส์. (2556). ภาษีบ้านใหม่หลังแรก. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/Content/Article/62707>.
- ปัทมธาดา กิจหัตถพร. (2554). นโยบายบ้านหลังแรกและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของประชาชนในเขตเทศบาลแสนสุข จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัชร์ผจง วัฒนสินธุ์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: การศาสนา. มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2557). ข้อมูลของประชากรในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsr-th/populationthai.html>
- ลลิตภัทร บุญเสาร์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรโครงการบางกอก บูเลอวาร์ด รามอินทรา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศุภกร บัวนิ่ม. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยในเขตปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). ธุรกิจที่อยู่อาศัย: แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสังหาริมทรัพย์. สืบค้นจาก www.kasikornresearch.com.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2549). นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.
- ไอเอ็นเอ็น, สำนักข่าว. (2556). ครม. ขยายโครงการบ้านหลังแรก 0 % 3 ปี อีก 6 เดือน. สืบค้นจาก <http://www.innnews.co.th/shownews/show?newscode=414672>.
- Ahadzie, D. K., Proverbs, D. G., & Olomolaiye, P.O. (2008). Critical success criteria for mass house building projects in developing countries. International journal of project management, 26(6), 675-687.
- Bond, M. T., Seiler, V. L., & Seiler, M. J. (2002). Residential real estate price: A room with view. The journal of real estate research, 23(2/1), 129-137.
- Boston, Jonathan. (1996). Public Management: the New Zealand Model. Auckland: Oxford University Press.
- Buchanan, James. and Musgrave, Richard. (1999). Public Finance and Public Choice. Massachusetts: MIT Press.
- Coulter, M. (2005). Strategic management in action 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Dick, Alan S.; & Kuanl Basu. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. Journal of the Academy of Marketing Science, (49): 99-113.

- Dunn, William N. (1994). **Public Policy Analysis: An Introduction**. 2nd ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Dye, Thomas R. (2012). **Understanding Public Policy**. 14th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Eagel, J. F. (1993). **Consumer Behavior** 7th ed. Fort Worth: The Dryden.
- Gruening, G. (2001). **Origin and Theoretical Basis of New Public Management**. International Public Administration Journal. 4 No.1 2001.
- Huges, Owen. (1998). **Public Management and Administration**. London: Macmillan.
- Ilago, Simeon A. (2001). **Participation, the Internet, and Local Governance: A Review of Philippine Local Government Websites**. Asian Review of Public Administration. Vol. XIII. No. 2 (July-December 2001). 1-17.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). **Marketing: An introduction**. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lynn, Laurence E., Jr. (1996). **Public Management as Art, Science, and Profession**. NJ: Chatham House.
- Merton, Robert K. (1997). **Bureaucratic Structure and Personality**. **Classics of Public Administration**. edited by J.M. Shafritz and A.C. Hyde. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Nagamura, R. T., & Smallwood, F. (1980). **The Politics of Policy Implementation**. New York: St. Martin's Pressman.
- Porter, M.E. (1980). **Competitive Strategy**. New York : Free Press.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). **Consumer Behavior**. 9th ed. New Jersey : Pearson Education.
- Whipple, R.T.M. (1995). **Property valuation and analysis**. Sydney: Law Book.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory Analysis** 3rd ed. New York: Harper & Row.