

ความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย

The Marketing Feasibility for Real Estate Development Project: Terrorism Self-Defense Home

กมลชนก ลิ้มวิจิตรสุข¹

บทคัดย่อ

ความเป็นไปได้ทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้ายเป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นให้ได้มาซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาด ในการดำเนินการวิจัยนี้อาศัยข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพประกอบกับวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายหลากทฤษฎี เช่น ทฤษฎีด้านการตลาด ด้านกฎหมาย สถาปัตยกรรม การก่อสร้าง และด้านเศรษฐศาสตร์ ได้รับข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งจากผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการก่อการร้าย ซึ่งในความต้องการของประชาชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้การวิจัยพบว่า ประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถป้องกันตนจากการก่อการร้ายถึงร้อยละ 65.50 ทั้งในลักษณะซื้อหรือต่อเติมบ้านภายใต้งบประมาณต่ำกว่า 1.5 ล้านบาท รูปแบบบ้านที่ต้องการซื้อคือ บ้านเดี่ยวมีขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่เกิน 50 ตารางเมตร แต่อุปสรรคหลักในความสำเร็จนี้คือ ปัจจัยด้านราคา เนื่องจากประชาชนในพื้นที่รายได้ต่อครอบครัวเฉลี่ยต่ำกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ข้อเสนอแนะจากประชาชนคือ การได้รับความร่วมมือจากทางรัฐบาลเข้ามามีส่วนช่วยให้การดำรงชีวิตของประชาชนในพื้นที่ที่มีความยาก

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้ทางการตลาด, บ้านป้องกันตนเอง, การก่อการร้าย

Abstract

This study focuses on obtaining marketing feasibility proposals. Both quantitative and qualitative data are utilized and analyzed by a variety of theories such as Marketing, Law, Architecture, Construction, and Economics. The data and information are received from the

¹ นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

entrepreneurs, terrorism experts, and the people in the three southern border provinces. The research finds that 65.50 percent of people in the three southern border provinces need terrorism protection shelters under a budget of less than 1.5 million baht in form of a detached house, 50 square meters or less. However, the main obstacle against the success is the price factor because people in the area have average income per family lower than 50,000 Baht per month. The key suggestion received from the public is that they need the government's cooperation to improve of the well-being of people in the area.

Keywords: Marketing Feasibility, Self-Defense Home, Terrorism

บทนำ

การก่อการร้ายในยุคปัจจุบันเกี่ยวข้องกับความเร็ว และความซับซ้อนของความรู้ เทคโนโลยี การสื่อสาร ศาสนา และวัฒนธรรม รูปแบบของการก่อการร้ายมีหลากหลายรูปแบบ และขอบเขตการก่อการร้ายก็ขยายออกไปเป็นวงกว้างทั้งการก่อการร้ายภายในแต่ละประเทศ และการก่อการร้ายระหว่างประเทศ หรือการก่อการร้ายสากล (international terrorism) ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า อาวุธที่มีประสิทธิภาพสูงที่มีความแม่นยำต่อเป้าหมายในการปฏิบัติการ ตลอดจนการคมนาคมและการสื่อสารที่รวดเร็ว เจ้าหน้าที่ของรัฐจึงค้นหาตัวผู้ก่อการได้ลำบากมากยิ่งขึ้น รูปแบบการก่อการร้ายมุ่งเป้าไปสู่ความเป็นสาธารณะมากขึ้น ไม่ใช่เฉพาะที่ตัวบุคคลสำคัญหรือรัฐบาล บุคคลทั่วไปก็สามารถเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการก่อการร้ายได้ เพราะเพียงเพื่อที่จะแสดงให้เห็นถึงความอ่อนแอของรัฐที่ไม่สามารถป้องกันหรือดูแลชีวิตและทรัพย์สินของพลเมืองของตนได้ส่งผลให้เกิดสภาวะตระหนก (panics) และหวาดกลัว (terror)

สำหรับ การก่อการร้าย ในประเทศไทย คำนี้ยังคงเป็นข้อถกเถียงและยังไม่ชัดเจน เนื่องจากขาดองค์ความรู้หลายๆ อย่างเกี่ยวกับการก่อการร้าย รวมทั้งยังไม่มีองค์กรกลางหรือสถาบันหลักที่ชัดเจนเข้ามารับผิดชอบหรือกำกับดูแลในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้สู่ประชาชน รวมทั้งผู้ศึกษางานด้านก่อการร้ายหรือหน่วยปฏิบัติฝ่ายความมั่นคงก็มีการบัญญัติศัพท์เฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เช่นคำว่า “การก่อการร้าย” หรือ “การก่อความไม่สงบ” หรือ “การก่อเหตุรุนแรง” เป็นต้น แต่เพื่อความสะดวกในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลวิเคราะห์และทำความเข้าใจที่ตรงกันกับนิยามของนานาชาติ ผู้วิจัยขอใช้คำว่า “การก่อการร้าย”

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาคือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบันเห็นได้ว่าการก่อการร้ายสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกภูมิภาคของประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ซึ่งมีความต่อเนื่องมากกว่าภูมิภาคอื่นในประเทศไทยผลจากการก่อการร้ายทำให้ประชาชนในทุกพื้นที่ที่ถูกก่อการร้ายขาดความปลอดภัยในการใช้ชีวิตในการอยู่อาศัยรวมทั้งสูญเสียทรัพย์สิน สถานการณ์การก่อการร้ายและความไม่

สงบในสามจังหวัดชายแดนใต้หรือตามแนวชายแดนของประเทศไทยที่มีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน ยังคงมีความรุนแรงส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวขาดความปลอดภัยในการใช้ชีวิตในการอยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม จากกรณีการสำรวจร่องรอยของคุณพรพรรณ วีระปรียากร (2555) ซึ่งเกี่ยวกับความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าสถานการณ์การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในสามจังหวัดชายแดนใต้กลับดำเนินไปในทิศทางตรงกันข้าม ยิ่งมีความรุนแรง ราคาที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ยิ่งเติบโตมากขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การลงทุนและการตลาดแบบพึ่งพาผู้ประกอบการธุรกิจตามประสบการณ์ของครอบครัวแบบรุ่นสู่รุ่นผลانبกการรับการสนับสนุนบางส่วนจากภาครัฐรวมกับการเข้าสู่ระบบการจัดสรร ระบบธนาคารพาณิชย์ โครงการที่ขอรับการจัดสรรส่วนใหญ่มีจำนวนหน่วยของที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 35 – 50 หน่วย โดยกำหนดราคาตามความพึงพอใจระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคแบบหนึ่งหน่วยหนึ่งราคา ใช้ธนาคารพาณิชย์เป็นกลไกประสานงานระหว่างกัน จากแบบสำรวจร่องรอยพบว่าประชาชนบางส่วนให้ข้อมูลว่า หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความปลอดภัยให้กับโครงการได้มากขึ้นย่อมมีโอกาสในการขายได้มากขึ้นเช่นกันภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ดังนั้น แม้จะมีการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์มากในพื้นที่ดังกล่าวแต่ในเรื่องรูปแบบบ้านที่ปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินยังคงเป็นความรับผิดชอบของประชาชนเพียงฝ่ายเดียว ความต้องการบ้านที่ปลอดภัยจึงนำมาสู่การวิจัยครั้งนี้ภายใต้โจทย์วิจัยที่ว่า ความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อเสนอความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย โดยผ่านการสำรวจความต้องการความพึงพอใจและความคิดเห็นที่อยู่อาศัย วิเคราะห์รูปแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดผ่านทัศนคติของผู้ประกอบการ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการก่อการร้ายเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการลงทุน การลงทุน วัตถุประสงค์ ทำเลที่ตั้ง การกำหนดราคา ส่วนผสมทางการตลาด และด้านสถาปัตยกรรมก่อสร้าง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์นั้นสามารถนำไปพัฒนาเป็นรูปแบบบ้านที่มีลักษณะพิเศษทนต่อแรงปะทะในสถานการณ์ความไม่สงบ อันจะนำไปสู่โอกาสความเป็นไปได้เชิงธุรกิจต่อไป

วิธีการศึกษา

แบบแผนการวิจัยสำหรับการวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบผสมที่ผสมผสานข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการสอบถามประชาชนในพื้นที่เป้าหมาย และข้อมูลคุณภาพที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม

(ผู้ประกอบการและผู้ลงทุนในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการก่อการร้าย ผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านวัสดุยุทธภัณฑ์)

การออกแบบผู้ให้ข้อมูล ประชากรการวิจัย และกลุ่มตัวอย่าง

การออกแบบผู้ให้ข้อมูล ประชากรการวิจัย และกลุ่มตัวอย่าง อธิบายได้ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ข้อมูลเชิงปริมาณ (รวมทั้งสิ้น 400 คน)	ข้อมูลเชิงคุณภาพ (รวมทั้งสิ้น 8 คน)
ประชากร คือ ประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส	ก) ผู้ประกอบการและผู้ลงทุนในพื้นที่และจาก ส่วนกลาง ดำเนินการเลือกแบบกำหนดคุณสมบัติ และเจตนาในการร่วมให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย
กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในสามจังหวัด ชายแดนใต้ ที่ยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยจำนวน 400 คน โดยได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามแนวคิด Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกระจายตามสัดส่วนของโครงสร้าง ประชาชนในแต่ละจังหวัด (สำหรับการเลือกกลุ่ม ดำเนินการด้วยการเลือกสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วน)	ข) ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการก่อการร้าย ดำเนินการ เลือกแบบกำหนดคุณสมบัติและเจตนาในการร่วม ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย (โดยมีประสบการณ์ทาง การทหาร การก่อการร้าย และเคยปฏิบัติหน้าที่ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้) ค) ผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัสดุหรือ ยุทธภัณฑ์ รวมถึงนักกฎหมาย และผู้ประกอบการที่ ได้รับอนุญาตในการจำหน่ายยุทธภัณฑ์

หมายเหตุ: ผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยสามารถยุติการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยได้ตลอดเวลาเพื่อพิทักษ์สิทธิส่วนบุคคลของตนเอง
และผู้วิจัยดำเนินการโดยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์อย่างรอบคอบ ดังนั้น จำนวนของผู้ให้ข้อมูล
จากการสัมภาษณ์จึงมีไม่มาก

การออกแบบตัวแปรและเครื่องมือ หรือเทคนิคที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การออกแบบตัวแปรและเครื่องมือ หรือเทคนิคที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การออกแบบตัวแปรและเครื่องมือ หรือเทคนิคที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล	เครื่องมือหรือเทคนิค	ตัวแปรที่ต้องการ
ประชาชนในพื้นที่ลพบุรี ชายแดนใต้จำนวน 400 คน	แบบสอบถาม	ก) ข้อมูลพื้นฐานของประชาชนในฐานะผู้บริโภค เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ข) ระดับความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย (ทั้งมิติของส่วนผสมทางการตลาด มิติความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับบ้าน ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัย การกำหนดงบประมาณในการซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัย)
ผู้ประกอบการและผู้ลงทุนในพื้นที่ และจากส่วนกลาง	การสัมภาษณ์	ข้อมูลด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบตัวบ้านทิศทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ที่มีลักษณะเฉพาะ
ผู้ทรงคุณวุฒิทางการก่อการร้าย	การสัมภาษณ์	ข้อมูลด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบตัวบ้านทิศทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ที่มีลักษณะเฉพาะ
ผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัสดุหรือยุทธภัณฑ์	การสัมภาษณ์	แนวทางปฏิบัติทางกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับวัสดุที่เข้าข่ายยุทธภัณฑ์ การขออนุญาตเกี่ยวกับวัสดุที่เข้าข่ายยุทธภัณฑ์

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ระดับความต้องการที่อยู่อาศัย

ความต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถป้องกันตนจากการก่อการร้าย ร้อยละ 65.50 ผู้ประสบเหตุ (จากผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 ราย ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ต้องการซื้อหรือต่อเติมบ้านหรือที่

อยู่อาศัย แต่จะดำเนินการภายใต้งบประมาณต่ำกว่า 1.5 ล้านบาทร้อยละ 61.00 เนื่องจากความเสียหายที่ได้รับลำดับแรกเป็นความเสียหายต่อการบาดเจ็บทางร่างกายร้อยละ 37.70 ทั้งนี้รูปแบบบ้านที่ต้องการซื้อคือจากบ้านเดี่ยวร้อยละ 71 หมู่บ้านจัดสรรร้อยละ 13.00 และทาวน์เฮาส์ร้อยละ 9.00 ขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่เกิน 50 ตารางเมตรร้อยละ 48.50 โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสังหาริมทรัพย์หลังใหม่เพื่อเหตุผลต่างๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อความสะดวกสบายร้อยละ 35.50 เพื่อเป็นบ้านหลังที่สองร้อยละ 24.20 และเพื่อหนีความรุนแรงร้อยละ 19 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านหรือที่อยู่อาศัย

สาเหตุการตัดสินใจซื้อบ้านขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาต้องมีความสอดคล้องกับรายได้ของผู้บริโภคไม่ก่อภาระมากเกินไปในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ ซึ่งรายได้ของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่รายได้ต่อครอบครัวต่ำกว่า 50,000 บาท โดยผู้ประกอบการใช้นโยบายในเรื่องการมอบส่วนลดพิเศษ (ค่าเงินดาว์น) นับเป็นความพึงพอใจที่มากที่สุดจากการประเมินแบบสอบถาม รองลงมาคือด้านทำเล สถานที่ที่ตั้งต้องใกล้สถานที่ราชการ เช่น ศูนย์ราชการ และโรงพยาบาล โดยการต่อเติมบ้านหรือบ้านป้องกันตนเองนี้ต้องมี ความคงทน แข็งแรง ถาวรของผนัง ประตู หน้าต่าง หลังคามากกว่าบ้านปกติโดยอัตราการยอมรับของมูลค่าบ้านที่สูงขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 20 จากบ้านรูปแบบทั่วไป โดยสำนักงานขายที่ติดต่อได้สะดวกจัดเป็นช่องทาง การจัดจำหน่ายหลักที่ประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้

ความเป็นไปได้ทางการตลาดผ่านทัศนคติของผู้ประกอบการ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิ

ก) การเกี่ยวข้องของวัสดุในการก่อสร้างกับการเป็นยุทธภัณฑ์พิจารณาการที่วัสดุที่ใช้เป็นส่วนประกอบของตัวบ้าน หากเป็นวัสดุหรือมีสารที่เข้าข่ายเป็นยุทธภัณฑ์ต้องทำเรื่องขออนุญาตจาก ปลัดกระทรวงกลาโหมตามนัยพระราชบัญญัติยุทธภัณฑ์ พ.ศ. 2530 ประกอบกับพระราชกฤษฎีกาควบคุม การส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งอาวุธยุทธภัณฑ์และสิ่งที่ใช้ในสงคราม พ.ศ. 2535

ข) การเกี่ยวข้องของวัสดุในการก่อสร้างกับการเป็นยุทธภัณฑ์ ที่พิจารณาไปที่เจตนารมณ์ของการ นำไปใช้ รวมถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงสรรพคุณของวัสดุชิ้นนั้นๆ โดยใช้พระราชบัญญัติ ควบคุมยุทธภัณฑ์ พ.ศ. 2530 มาตรา 4 ซึ่งควรได้รับการอนุญาตจากกระทรวงกลาโหม

ค) การเกี่ยวข้องของ วัสดุในการก่อสร้าง กับการเป็น ยุทธภัณฑ์ มีเอกสารที่เกี่ยวข้องในการใช้ ใน การขออนุญาต 3 กลุ่มเอกสารได้แก่ 1) เอกสารประกอบการยื่นขอสอบประวัติ 2) เอกสารประกอบการยื่น ขอนัดตรวจสถานที่เก็บยุทธภัณฑ์ 3) เอกสารประกอบการยื่นคำขออนุญาตยุทธภัณฑ์ จำนวน 18 รายการ

ง) การให้นัยของ บ้านป้องกันตนเองจากการก่อการร้าย ในมิติของหน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาจาก นโยบายรัฐเกี่ยวกับหมู่บ้านเสริมสร้างความมั่นคง 122 หมู่บ้าน ตามแผนงบประมาณในลักษณะบูรณาการ เรื่องการขับเคลื่อนการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนใต้งบประมาณ พ.ศ. 2559 โดยกรมโยธาธิการและผังเมือง มีงบประมาณในกิจกรรมการก่อสร้างปรับปรุงและซ่อมแซมเส้นทางในหมู่บ้านเสริมสร้างความมั่นคง 270

ล้านบาท ตัวชี้วัดของโครงการนี้ คือ ความเป็นอยู่ของประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจากทางภาครัฐบาล

บทสรุป

ความเป็นไปได้ทางการตลาดของบ้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้ายสามารถอธิบายถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงปัจจัยที่กำหนดโอกาสการประสบความสำเร็จของบ้านป้องกันตน ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย

ปัญหาและอุปสรรคต่อความเป็นไปได้ทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย	
ราคา	ประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้ ร้อยละ 78.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาทต่อเดือน การกำหนดราคาอาจต้องมีความหลากหลายเพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน
ผู้นำทางศาสนา	ประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้ นับถือศาสนาอิสลาม สิ่ง que เข้าสู่ชุมชนผู้มืบทบาทในการพิจารณา กำหนดความเป็นได้ได้คือ ผู้นำทางศาสนา (มีผลถึงร้อยละ 52)
ผู้ประกอบการ	ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ หากร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในพื้นที่ที่จะมีความเป็นไปได้มากกว่าดำเนินการเอง
นโยบายรัฐ	นโยบายเกี่ยวกับการเยียวยา ซึ่งส่วนใหญ่พิจารณาที่ "เหยื่อ" ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุคคลมากกว่าสิ่งปลูกสร้าง

ตารางที่ 4 ปัจจัยกำหนดความเป็นไปได้ทางการตลาดของอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย

ปัจจัยกำหนดความเป็นไปได้ทางการตลาดของบ้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย	
ราคา	ประกอบด้วยส่วนลดภาษีเงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ ณ ที่จ่าย เหลือเพียงร้อยละ 0.10 รวมถึงค่าธรรมเนียมการโอน ให้เหลือเพียงร้อยละ 0.10
วัสดุก่อสร้าง	ประชาชนที่ได้รับผลกระทบให้ความสำคัญกับ ผนัง หน้าต่าง ประตู ที่ต้องแข็งแรงมากกว่าบริเวณตัวบ้าน (ร้อยละ 35.50 – 37.50)
รูปแบบบ้าน	บ้านชั้นเดียว ไม่ขัดต่อหลักการทางศาสนาอิสลาม
การประชาสัมพันธ์	ควรเน้นการประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบปกติ ไม่เน้นการให้ความสำคัญกับวัสดุเกินไป
ธนาคารพาณิชย์	การเปิดโอกาสการลงทุนร่วมกับต่างประเทศ และรับสิทธิการยกเว้นภาษี (จังหวัดยะลา) รวมถึงการคมนาคมขนส่ง
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	กรอบแนวทางและหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติการบริการราชการจังหวัดชายแดนใต้ พ.ศ. 2553 มาตรา 9 (7) ที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตการอยู่ดีกินดีของประชาชน (ด้านอาชีพ ค่าแรง การศึกษาของบุตรฯ)
หลักการแนวคิด	นำหลักการและแนวคิดในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช "เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา" มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

ภายใต้เป้าหมายหลักของการวิจัยที่มุ่งเน้น ให้ได้มาซึ่งความเป็นไปได้ทางการตลาด ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จึงพิจารณาเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคร ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ต่อองวิชาการ และต่อประเทศชาติเป็นหลัก ซึ่งข้อเสนอแนะจากการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อผู้บริโภครในสามจังหวัดชายแดนใต้และผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์

ผลการวิจัยสะท้อนว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านป้องกันตนจากการก่อการร้าย โดยผู้บริโภครที่เป็นประชาชนในสามจังหวัดชายแดนใต้กำหนดงบประมาณความต้องการไว้ต่ำกว่า 1.5 ล้านบาท โดยรูปแบบบ้านชั้นเดียวนั้นไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม ขนาดพื้นที่ไม่เกิน 50 ตารางเมตร ภายใต้วัตถุประสงค์ซึ่งเน้นที่ความสะดวกสบาย โดยหากเป็นบ้านแบบที่ 1 ที่มีวัสดุสำหรับส่วนที่เป็นกระฉก ที่มีคุณสมบัติในการคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัยภายในบ้านได้ดีกว่า

