

บทที่ 6

การวิเคราะห์ผลการศึกษา และสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาในบทที่ผ่านมาได้นำข้อมูลที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน มาจัดกลุ่ม และทำการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทำการวิเคราะห์ และสรุปผลตามวัตถุประสงค์โดยแยกเป็นประเด็นได้ต่อไปนี้ดังนี้

- 6.1 สภาพตลาดบ้านมือสอง และความต้องการอันเกี่ยวกับบ้านมือสอง
- 6.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง
- 6.3 มาตรการกระตุ้นตลาดบ้านมือสองที่สอดคล้องกับความต้องการ
- 6.4 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

6.1 สภาพตลาดบ้านมือสอง และความต้องการอันเกี่ยวกับบ้านมือสอง

1. อุปสงค์ของบ้านมือสอง

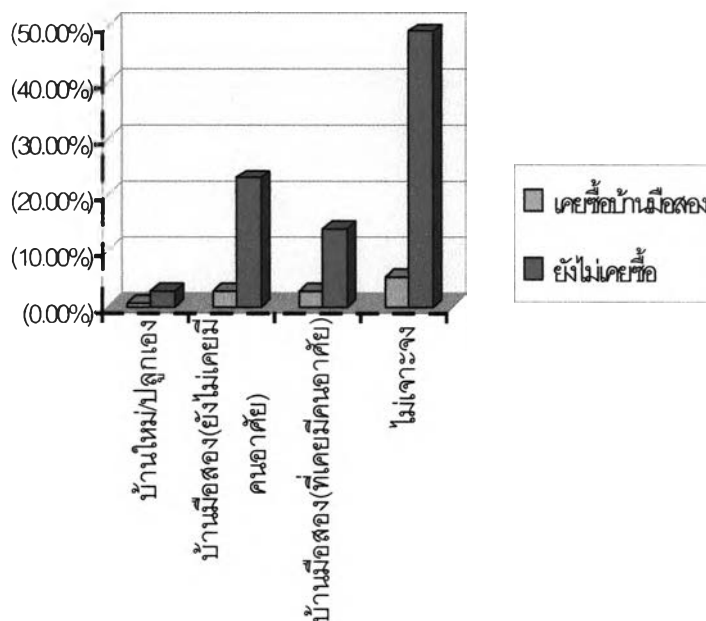
ด้านความสนใจซื้อ

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางที่ 5-9 เกี่ยวกับลักษณะของที่อยู่อาศัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำลังจะซื้อบ้าน ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะซื้อบ้านใหม่ หรือบ้านมือสอง ซึ่งเมื่อลองสร้างตารางความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของที่อยู่อาศัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะซื้อ กับประสบการณ์ในการซื้อดังตารางที่ 6-1

ตารางที่ 6-1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะที่อยู่อาศัยที่จะซื้อ กับประสบการณ์ในการซื้อ

		ประสบการณ์เกี่ยวกับบ้านมือสอง		
		เคยซื้อบ้านมือสอง	ยังไม่เคยซื้อ	รวม
คิดว่าจะซื้อ	บ้านใหม่/ปลูกเอง	(0.52%)	(2.62%)	(3.14%)
	บ้านมือสอง(ยังไม่เคยมีคนอาศัย)	(2.62%)	(23.04%)	(25.65%)
	บ้านมือสอง(ที่เคยมีคนอาศัย)	(2.88%)	(13.87%)	(16.75%)
	ไม่เจาะจง	(5.24%)	(49.21%)	(54.45%)
	รวม	(11.26%)	(88.74%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะที่อยู่อาศัยที่จะซื้อ กับประสบการณ์ในการซื้อ



พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อบ้านมือสอง และในประเด็นของความสนใจกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเริ่มมีความสนใจซื้อบ้านมือสองมากกว่าบ้านใหม่ เห็นได้จากร้อยละของความสนใจบ้านมือสองสูงกว่า ร้อยละของความสนใจในบ้านใหม่ ในกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยซื้อบ้านมือสองจะมีแนวโน้มที่จะต้องการบ้านมือสองแบบที่ยังไม่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ในกลุ่มผู้ที่เคยซื้อบ้านมือสองมาก่อนจะต้องการบ้านมือสองแบบที่เคยมีคนอยู่อาศัยแล้ว เนื่องจากพบว่าบ้านที่เคยมีคนอยู่อาศัยแล้วส่วนมากจะมีการบำรุงรักษาโดยผู้อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ บ้านมือสองที่ไม่เคยมีคนอยู่อาศัยส่วนมากจะมีสภาพทรุดโทรมกว่า

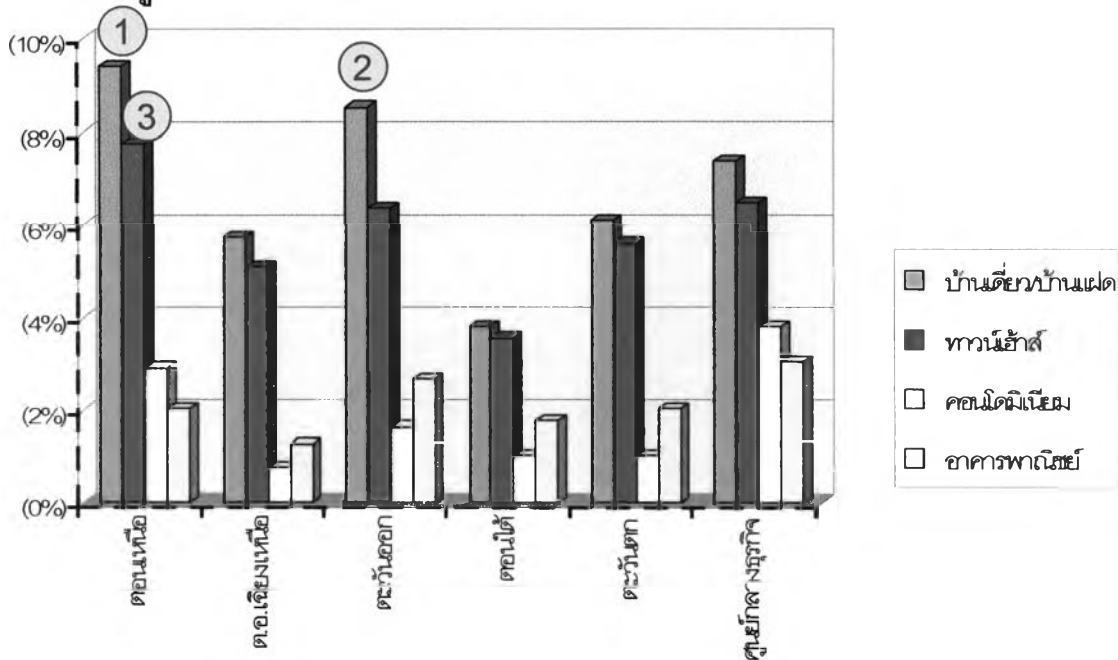
ด้านความต้องการซื้อ

จากตารางที่ 5-12 และ 5-13 พบว่าส่วนใหญ่สนใจที่จะซื้อบ้านมือสองประเภทบ้านเดี่ยว หรือบ้านแฝด และนิยมซื้อบ้านมือสองในลักษณะที่ปรับปรุงเสร็จพร้อมอยู่อาศัย

ตารางที่ 6-2 ความสัมพันธ์ระหว่างทำเล กับประเภทบ้าน

		ทำเลที่สนใจจะซื้อ(กทม.)						รวม
		ตอนเหนือ	ต.อ.เจียงเหนือ	ตะวันออก	ตอนใต้	ตะวันตก	ศูนย์กลางธุรกิจ	
ประเภทบ้านมือสอง	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	(9.43%)	(5.73%)	(8.54%)	(3.82%)	(6.11%)	(7.39%)	(41.02%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(7.77%)	(5.10%)	(6.37%)	(3.57%)	(5.61%)	(6.50%)	(34.90%)
	คอนโดมิเนียม	(2.93%)	(0.76%)	(1.66%)	(1.02%)	(1.02%)	(3.82%)	(11.21%)
	อาคารพาณิชย์	(2.04%)	(1.27%)	(2.68%)	(1.78%)	(2.04%)	(3.06%)	(12.87%)
	รวม	(22.17%)	(12.87%)	(19.24%)	(10.19%)	(14.78%)	(20.76%)	(100.00%)

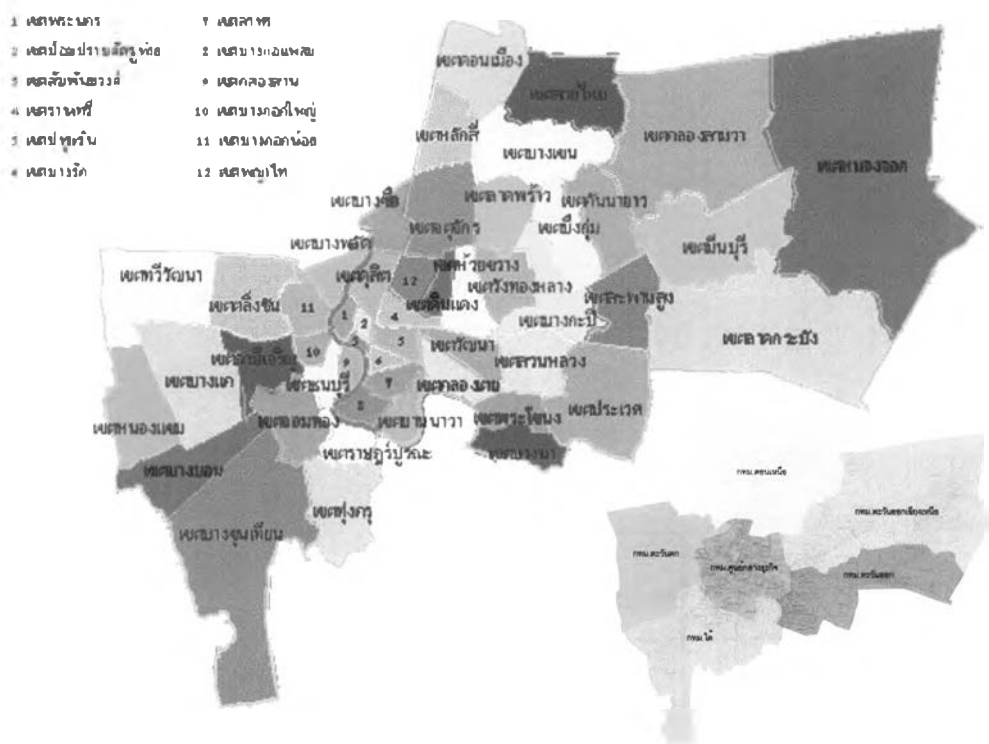
แผนภูมิที่ 6-2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทำเล กับประเภทบ้าน



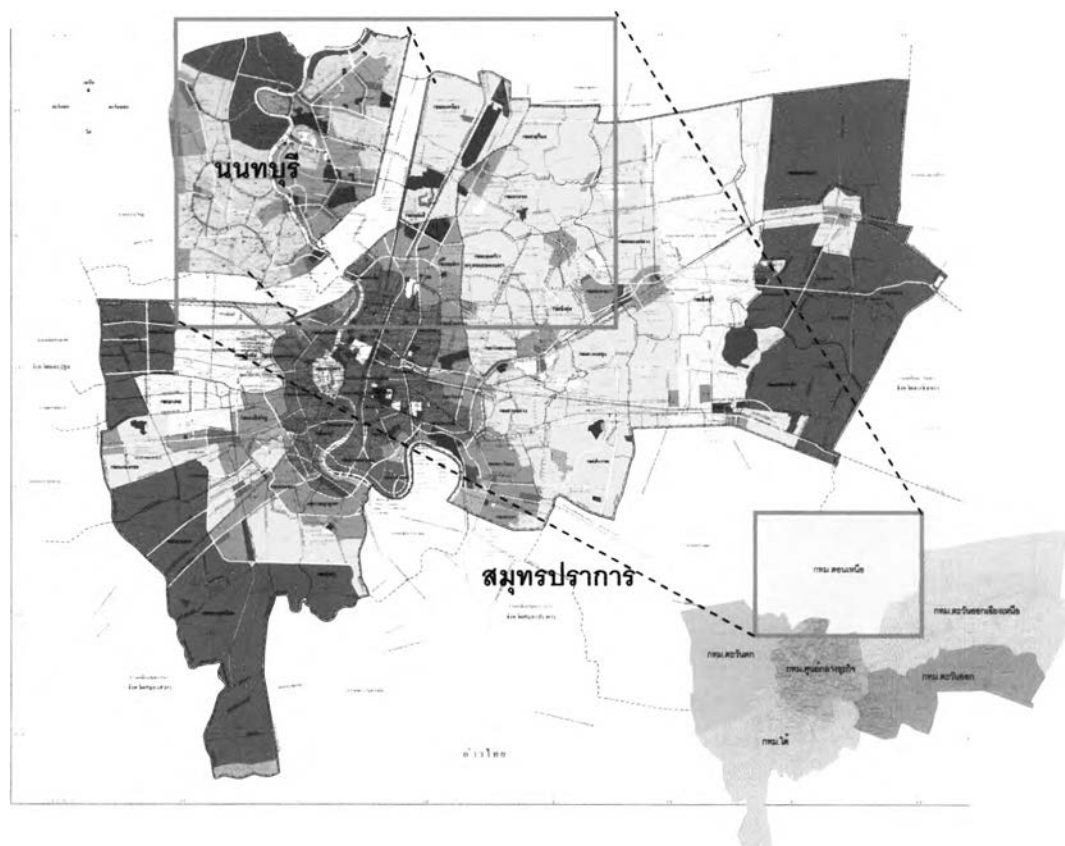
จากตารางที่ 6-2 พบว่าความต้องการบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง เรียงจากความ
ต้องการมากไปหาน้อยเป็นดังนี้

- ต้องการบ้านเดี่ยว/แฝด ในทำเลกรุงเทพมหานครตอนเหนือ
- ต้องการบ้านเดี่ยว/แฝด ในทำเลกรุงเทพมหานครตะวันออก
- ต้องการทาวน์เฮ้าส์ ในทำเลกรุงเทพมหานครตอนเหนือ

ภาพที่ 6-1 แสดงการแบ่งพื้นที่กรุงเทพฯเพื่อทำการศึกษ



ภาพที่ 6-2 แสดงผังการใช้ประโยชน์ที่ดินของกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

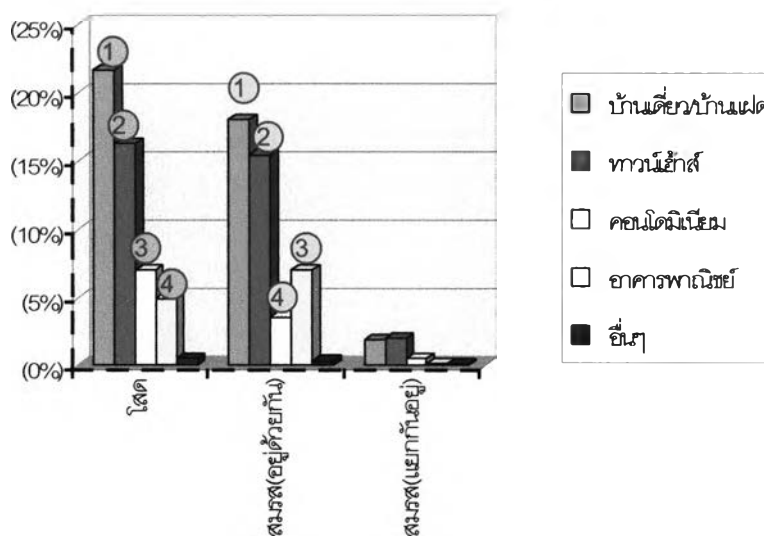


สาเหตุที่ทำให้กรุงเทพมหานครตอนเหนือ ได้รับความสนใจมากที่สุด น่าจะเป็นเพราะเมื่อดูตามผังการใช้ประโยชน์ที่ดินดังภาพที่ 6-2 แล้วพบว่าบริเวณดังกล่าวถูกกำหนดให้เป็นสีส้ม และเหลือง (หมายถึงเขตที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง และหนาแน่นน้อยตามลำดับ) เป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับในช่วงที่ผ่านมาได้มีการตัดถนนสายใหม่ เช่น ถนนนครอินทร์ ถนนราชพฤกษ์ ทำให้การคมนาคมสะดวกรวดเร็วขึ้น รวมทั้งเป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ที่ยังคงมีสภาพแวดล้อมที่ดี เหมาะสมแก่การอยู่อาศัยอีกด้วย

ตารางที่ 6-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับสถานภาพ

		สถานภาพ			
		โสด	สมรส(อยู่ด้วยกัน)	สมรส(แยกกันอยู่)	รวม
ประเภทบ้านมือสอง	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด	(21.69%)	(18.07%)	(1.89%)	(41.65%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(16.35%)	(15.49%)	(2.07%)	(33.91%)
	คอนโดมิเนียม	(7.06%)	(3.61%)	(0.52%)	(11.19%)
	อาคารพาณิชย์	(4.99%)	(7.06%)	(0.17%)	(12.22%)
	อื่นๆ	(0.52%)	(0.34%)	(0.17%)	(1.03%)
	รวม	(50.60%)	(44.58%)	(4.82%)	(100.00%)

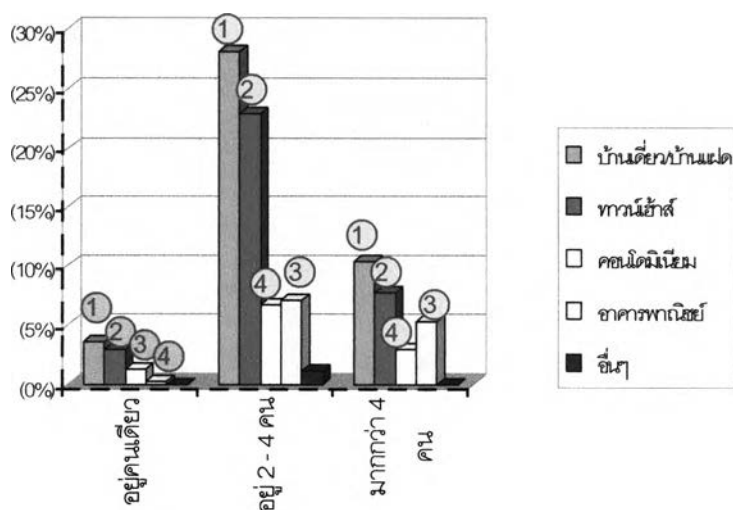
แผนภูมิที่ 6-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับสถานภาพ



ตารางที่ 6-4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับจำนวนสมาชิก

	จำนวนสมาชิกในบ้าน			
	อยู่คนเดียว	อยู่ 2 - 4 คน	มากกว่า 4 คน	รวม
บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	(3.61%)	(28.16%)	(10.29%)	(42.06%)
ทาวน์เฮ้าส์	(2.89%)	(22.92%)	(7.76%)	(33.57%)
คอนโดมิเนียม	(1.26%)	(6.68%)	(2.89%)	(10.83%)
อาคารพาณิชย์	(0.18%)	(7.04%)	(5.23%)	(12.45%)
อื่นๆ	(0.00%)	(1.08%)	(0.00%)	(1.08%)
รวม	(7.94%)	(65.88%)	(26.17%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับจำนวนสมาชิก



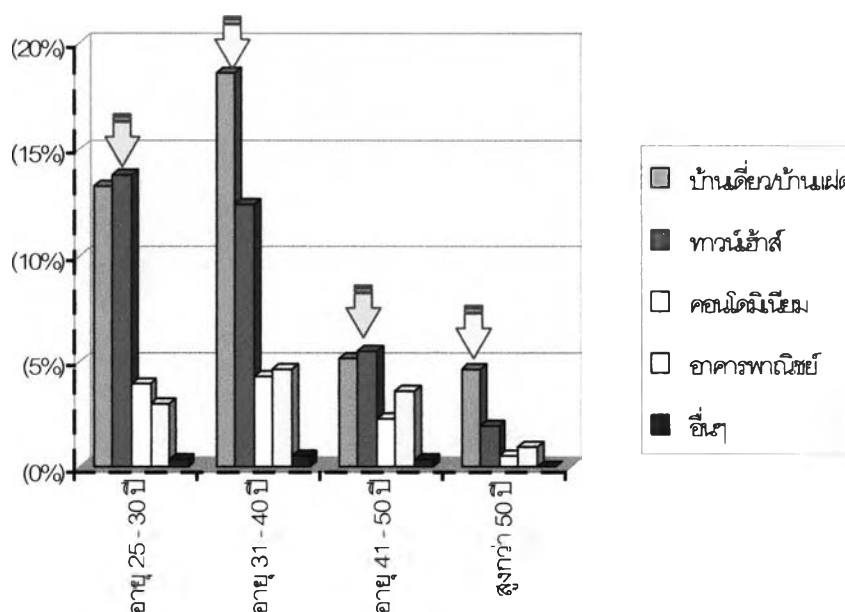
จากตารางที่ 6-3 และ 6-4 พบว่าสถานภาพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการเลือกประเภทของบ้านมือสอง สังเกตได้จากแนวโน้มการเลือกประเภทบ้าน

ในกลุ่มของคนโสด หรืออยู่คนเดียวจะเลือกคอนโดมิเนียมก่อนอาคารพาณิชย์ ในขณะที่ผู้ที่สมรสแล้ว หรือมีจำนวนสมาชิกมากกว่า 1 คนจะเลือกอาคารพาณิชย์ก่อนคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 6-5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับอายุ

		ช่วงอายุ				
		อายุ 25 - 30 ปี	อายุ 31 - 40 ปี	อายุ 41 - 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	รวม
ประเภทบ้านมือสอง	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	(13.29%)	(18.60%)	(5.15%)	(4.65%)	(41.69%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(13.79%)	(12.46%)	(5.48%)	(1.99%)	(33.72%)
	คอนโดมิเนียม	(3.99%)	(4.32%)	(2.33%)	(0.50%)	(11.13%)
	อาคารพาณิชย์	(2.99%)	(4.65%)	(3.65%)	(1.00%)	(12.29%)
	อื่นๆ	(0.33%)	(0.50%)	(0.33%)	(0.00%)	(1.16%)
	รวม	(34.39%)	(40.53%)	(16.94%)	(8.14%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทบ้านมือสองกับอายุ

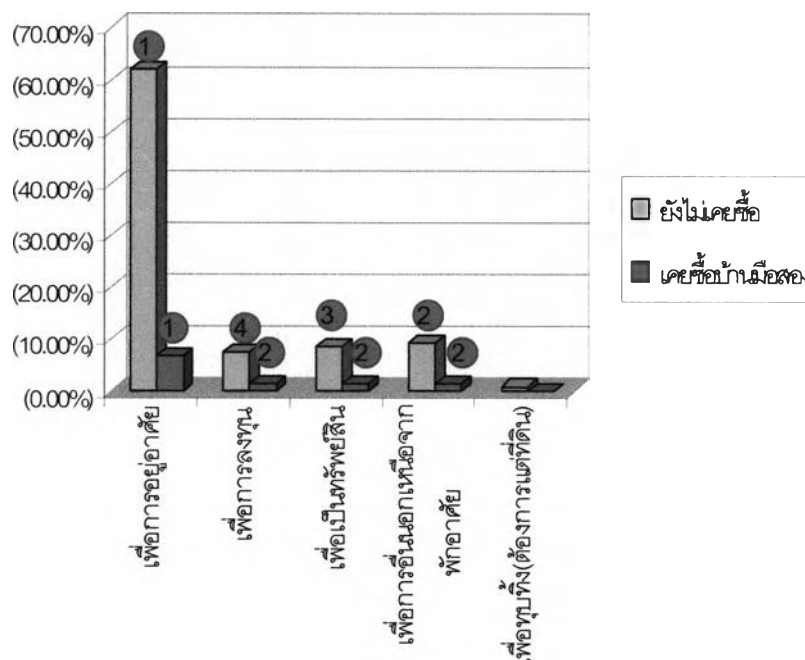


จากตารางที่ 6-5 พบว่าปัจจัยอายุส่งผลต่อการเลือกประเภทของบ้านมือสองดังนี้ กลุ่มอายุ 25-30 ปี ส่วนใหญ่จะเลือก ทาวน์เฮ้าส์ มากที่สุดในขณะที่กลุ่มอายุ 31ขึ้นไป จะมีแนวโน้มในการเลือก บ้านเดี่ยว/บ้านแฝดมากที่สุด โดยในกลุ่มอายุ 41-50 ปี จะเลือก ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 6-6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์กับวัตถุประสงค์ในการซื้อ

		ประสบการณ์เกี่ยวกับบ้านมือสอง		
		ยังไม่เคยซื้อ	เคยซื้อบ้านมือสอง	รวม
วัตถุประสงค์ในการซื้อ	เพื่อการอยู่อาศัย	(62.06%)	(6.92%)	(68.97%)
	เพื่อการลงทุน	(7.71%)	(1.38%)	(9.09%)
	เพื่อเป็นทรัพย์สิน	(8.70%)	(1.38%)	(10.08%)
	เพื่อการอื่นนอกเหนือจากพักอาศัย	(9.49%)	(1.38%)	(10.87%)
	เพื่อทุบทิ้ง(ต้องการแต่ที่ดิน)	(0.99%)	(0.00%)	(0.99%)
	รวม	(88.93%)	(11.07%)	(100.00%)

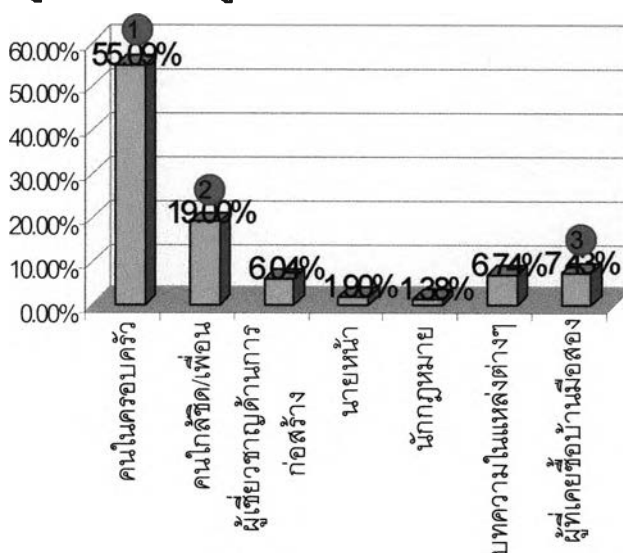
แผนภูมิที่ 6-6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์กับวัตถุประสงค์ในการซื้อ



จากตารางที่ 6-6 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มของการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจะสูงที่สุด ในขณะที่ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

เมื่อดูถึงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จากตารางที่ 5-14 สามารถแสดงผลเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 6-7 แสดงผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง



จากแผนภูมิที่ 6-7 พบว่าแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คนในครอบครัว, คนใกล้ชิด/เพื่อน และผู้ที่เคยซื้อบ้านมือสอง

ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงแหล่งข้อมูลข้างต้นแล้วพบว่า แหล่งข้อมูลดังกล่าวแทบจะมิได้มีข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับบ้านมือสองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเลย แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจที่ไม่ถูกต้อง หรืออาจกล่าวได้ว่าไม่รู้จักแหล่งข้อมูลที่เหมาะสม

2. อุปทานของบ้านมือสอง

ในส่วนของอุปทานของบ้านมือสองเมื่อดูจากตารางที่ 5-15 ในบทที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรสนใจที่จะซื้อจากเจ้าของโดยตรงมากที่สุด รองลงมาคือ จากสถาบันการเงิน ประมูลจากรมบังคับคดี และ ซื้อผ่านนายหน้าเป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 6-7 แสดงสถิติการขายบ้านมือสองปี 2547

ประมาณการขายบ้านมือสองในเขตกรุงเทพฯปริมณฑล ปี 2547			
รายการ	เสนอขาย ณ ต้นปี	ยอดขายได้ ระหว่างปี	สัดส่วนของยอดที่ขายได้
จำนวนบ้านมือสอง*	523,000	131,000	100%
1. ขายด้วยตนเอง	100,000	10,000	7.63%
2. ขายผ่านคนกลางและนายหน้า			
- ผ่านนายหน้าทั่วไป	100,000	30,000	22.90%
- ผ่านนายหน้าที่เป็นนิติบุคคล	60,000	15,000	11.45%
3. ขายโดยสถาบันการเงิน	60,000	13,000	9.92%
4. กรมบังคับคดี**	203,000	63,000	48.10%

ที่มา: ประมาณการโดยธอส. ร่วมกับสมาคมตัวแทน และนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

เมื่อย้อนดูถึงสถิติการขายบ้านมือสองในปี 2547 ดังที่แสดงในตาราง 6-7¹ พบว่าสัดส่วนอุปทานสูงสุดในตลาดกลับเป็นการขายโดยกรมบังคับคดี รองลงมา คือการขายผ่านนายหน้า ซึ่งสวนทางกับความต้องการซื้อของกลุ่มประชากรที่ต้องการจะซื้อจากเจ้าของโดยตรงมากที่สุด จึงอาจจะเป็นสาเหตุให้ตลาดบ้านมือสองไม่เติบโตอย่างที่ควร

ตารางที่ 6-8 แสดงสถิติที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จในกทม. และปริมณฑล

พ.ศ.	จำนวนหน่วย			รวม
	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์	
2538	48,909	1,089	61,944	178,853
2539	44,877	791	60,373	176,616
2540	41,305	1,009	43,480	148,631
2541	23,985	196	11,895	67,054
2542	17,469	178	2,319	29,029
2543	23,128	539	2,728	33,074
2544	24,041	227	5,062	33,980
2545	24,973	80	7,011	37,182
2546	34,592	1,144	12,950	56,085
2547	44,248	945	15,418	69,050

จากตารางที่ 6-8² พบว่าแนวโน้มที่อยู่อาศัยใหม่ที่เข้าสู่ตลาด บ้านเดี่ยวจะมีจำนวนสูงที่สุด ตามด้วยทาวน์เฮ้าส์, อาคารชุด และบ้านแฝด ตามลำดับ เมื่ออาศัยการคาดการณ์จำนวนอุปทานบ้านมือสองตามแนวทางที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้เสนอไว้ (คิด 10-12% จาก Stock) จะพบว่าสัดส่วนอุปทานของบ้านมือสองแต่ละประเภทน่าจะมีสัดส่วนเหมือนกับ สัดส่วนประเภทบ้านสร้างเสร็จที่เข้าสู่ตลาด

เมื่อดูถึงประเภทบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างสนใจซื้อในตารางที่ 5-12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนอุปทานที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าการขยายตัวของตลาดบ้านมือสอง ในด้านของอุปทานจะสัมพันธ์กับเรื่องของช่องทางจำหน่ายเป็นหลัก

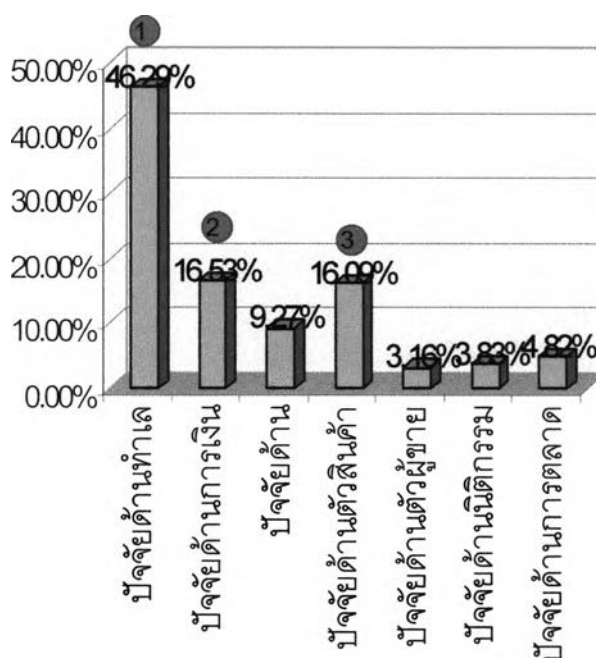
¹ วิจิต ว่อง, "สรุปสถานการณ์ตลาดบ้านมือสองปี 2547 และแนวโน้มปี 2548," วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปีที่ 11, ฉบับที่ 41 (เมษายน-มิถุนายน 2548): หน้า 57.

² ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์แห่งชาติ, "สถิติธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปี 2547" ใน รายงานประจำปี 2547 ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์แห่งชาติ, (กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์แห่งชาติ, 2547,) หน้า 76.

6.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

จากข้อมูลตารางที่ 5-10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (88.80%) จะยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อบ้านมือสองมาก่อน ความสนใจซื้อ จึงน่าจะขึ้นอยู่กับข้อพิจารณาของตัวบุคคลเป็นหลัก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองมีหลายปัจจัยด้วยกันดังที่ได้แสดงในตารางที่ 5-16 ในบทที่ผ่านมา

แผนภูมิที่ 6-8 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง



จากแผนภูมิที่ 6-8 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านทำเล คิดเป็น 46.29% ปัจจัยด้านการเงิน 16.53% และปัจจัยด้านตัวสินค้า 16.09% ตามลำดับ ส่วนปัจจัยตัวอื่นมีค่าร้อยละที่ค่อนข้างต่ำมากเมื่อเทียบกับปัจจัย 3 อันดับแรก

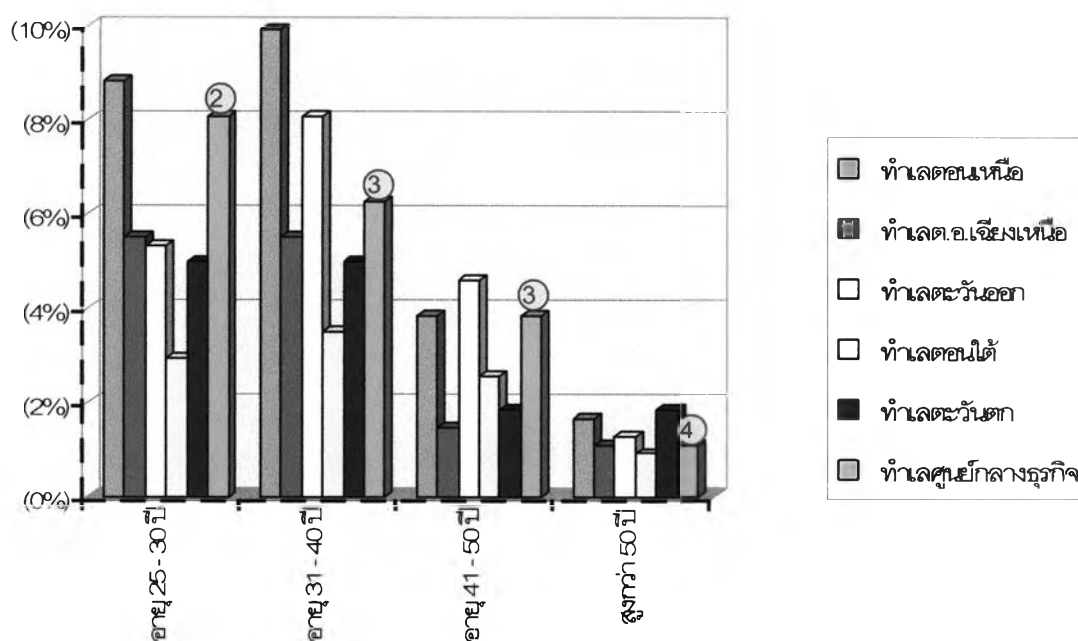
ประกอบกับข้อมูลสาเหตุที่สนใจซื้อจากตารางที่ 5-17 ที่สาเหตุ 3 อันดับแรกบ่งชี้ถึงเหตุผลด้านการเงิน(ราคาถูกกว่าบ้านใหม่), เหตุผลด้านทำเล(ไม่มีบ้านใหม่ในทำเลที่ต้องการ) และเหตุผลด้านตัวสินค้า(มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย) ดังนั้นจึงจะวิเคราะห์เฉพาะปัจจัยที่มีผลมากที่สุด 3 อันดับแรก ดังกล่าวข้างต้นได้แก่ ปัจจัยทำเล, ปัจจัยการเงิน และปัจจัยด้านตัวสินค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยทำเล

ตารางที่ 6-9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับทำเลที่สนใจ

		ช่วงอายุ				
		อายุ 25 - 30 ปี	อายุ 31 - 40 ปี	อายุ 41 - 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	รวม
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลดอนเหนือ	(8.82%)	(9.93%)	(3.86%)	(1.65%)	(24.26%)
	ทำเลต.อ.เจียงเหนือ	(5.51%)	(5.51%)	(1.47%)	(1.10%)	(13.60%)
	ทำเลตะวันออก	(5.33%)	(8.09%)	(4.60%)	(1.29%)	(19.30%)
	ทำเลตอนใต้	(2.94%)	(3.49%)	(2.57%)	(0.92%)	(9.93%)
	ทำเลตะวันตก	(4.96%)	(4.96%)	(1.84%)	(1.84%)	(13.60%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(8.09%)	(6.25%)	(3.86%)	(1.10%)	(19.30%)
	รวม	(35.66%)	(38.24%)	(18.20%)	(7.90%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับทำเลที่สนใจ



จากตารางที่ 6-9 พบว่าทำเลที่กลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุเลือกเป็นดังนี้
 กลุ่มอายุ 25-30 ปี พบว่าลำดับการเลือกเป็น กรุงเทพมหานครดอนเหนือ, ศูนย์กลางธุรกิจ และ กรุงเทพมหานครตะวันออกเจียงเหนือ ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 31-40 ปี พบว่าลำดับการเลือกเป็น กรุงเทพมหานครดอนเหนือ, กรุงเทพมหานครตะวันออก และศูนย์กลางธุรกิจ ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 41-50 ปี พบว่าลำดับการเลือกเป็น กรุงเทพฯตะวันออก, กรุงเทพฯตอนเหนือ และศูนย์กลางธุรกิจ ตามลำดับ

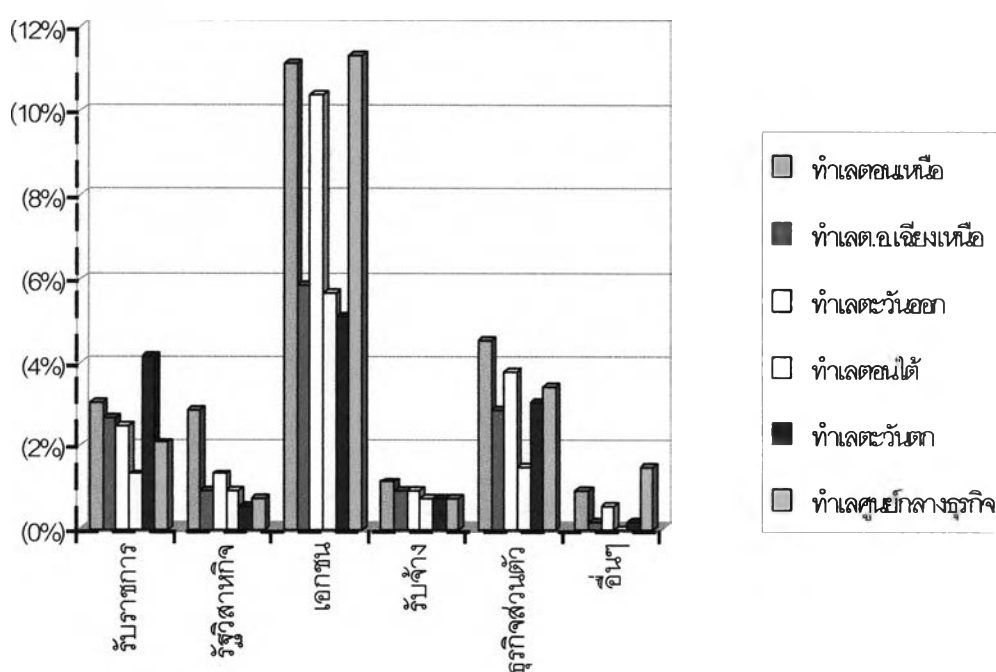
กลุ่มอายุ 50 ปี ขึ้นไป พบว่าลำดับการเลือกเป็น กรุงเทพฯตะวันตก, กรุงเทพฯตอนเหนือ และกรุงเทพฯตะวันออก ตามลำดับ

จะสังเกตเห็นได้ว่าในกลุ่มประชากรที่อายุมากขึ้นจะมีแนวโน้มลำดับการเลือกที่อยู่อาศัย ในทำเลศูนย์กลางธุรกิจลดลง

ตารางที่ 6-10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทำเลที่สนใจ

		อาชีพ						รวม
		รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ	
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลตอนเหนือ	(3.01%)	(2.82%)	(11.11%)	(1.13%)	(4.52%)	(0.94%)	(23.54%)
	ทำเลต.อ.เจียงเหนือ	(2.64%)	(0.94%)	(5.84%)	(0.94%)	(2.82%)	(0.19%)	(13.37%)
	ทำเลตะวันออก	(2.45%)	(1.32%)	(10.36%)	(0.94%)	(3.77%)	(0.56%)	(19.40%)
	ทำเลตอนใต้	(1.32%)	(0.94%)	(5.65%)	(0.75%)	(1.51%)	(0.00%)	(10.17%)
	ทำเลตะวันตก	(4.14%)	(0.56%)	(5.08%)	(0.75%)	(3.01%)	(0.19%)	(13.75%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(2.07%)	(0.75%)	(11.30%)	(0.75%)	(3.39%)	(1.51%)	(19.77%)
	รวม	(15.63%)	(7.34%)	(49.34%)	(5.27%)	(19.02%)	(3.39%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทำเลที่สนใจ

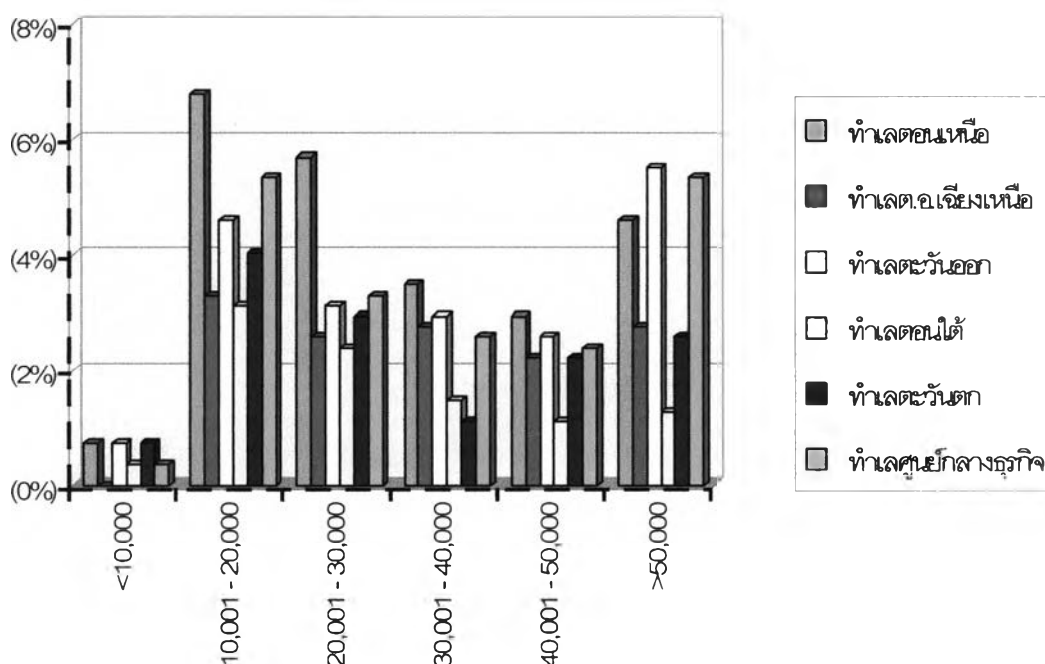


จากตารางที่ 6-10 พบว่าการเลือกทำเลของกลุ่มประชากร ในแต่ละสาขาอาชีพยังคงมีแนวโน้มที่จะเลือกทำเลกรุงเทพฯตอนเหนือ ,ตะวันออก และศูนย์กลางธุรกิจ เช่นเดียวกัน ดังนั้นปัจจัยด้านอาชีพจึงไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสนใจทำเลของบ้านมือสอง

ตารางที่ 6-11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับทำเลที่สนใจ

		รายได้ต่อเดือน(บาท)						
		<10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001 - 50,000	>50,000	รวม
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลตอนเหนือ	(0.74%)	(6.80%)	(5.70%)	(3.49%)	(2.94%)	(4.60%)	(24.26%)
	ทำเลต.อ.เจียงเหนือ	(0.00%)	(3.31%)	(2.57%)	(2.76%)	(2.21%)	(2.76%)	(13.60%)
	ทำเลตะวันออก	(0.74%)	(4.60%)	(3.13%)	(2.94%)	(2.57%)	(5.51%)	(19.49%)
	ทำเลตอนใต้	(0.37%)	(3.13%)	(2.39%)	(1.47%)	(1.10%)	(1.29%)	(9.74%)
	ทำเลตะวันตก	(0.74%)	(4.04%)	(2.94%)	(1.10%)	(2.21%)	(2.57%)	(13.60%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(0.37%)	(5.33%)	(3.31%)	(2.57%)	(2.39%)	(5.33%)	(19.30%)
	รวม	(2.94%)	(27.21%)	(20.04%)	(14.34%)	(13.42%)	(22.06%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับทำเลที่สนใจ

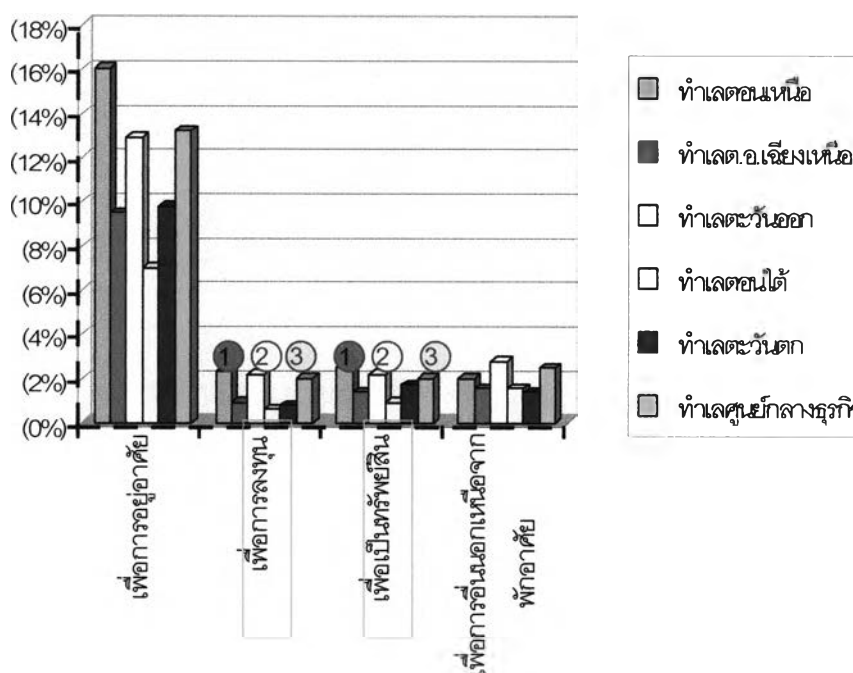


จากตารางที่ 6-11 พบว่ารายได้มีผลต่อการเลือกทำเลดังนี้
กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งจัดว่าเป็นผู้มีรายได้น้อยจะสนใจทำเลกรุงเทพฯตอนเหนือ, ตะวันออก และตะวันตก อาจเนื่องมาจากความต้องการที่จะอาศัยใกล้แหล่งงาน (ปริมาณพลของกรุงเทพฯมักจะมีโรงงานตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก)

ตารางที่ 6-12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการซื้อชื่อกับทำเลที่สนใจ

		วัตถุประสงค์ในการซื้อ				
		เพื่อการอยู่อาศัย	เพื่อการลงทุน	เพื่อเป็นทรัพย์สิน	เพื่อการอื่นนอกเหนือจากพักอาศัย	รวม
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลดอนเหนือ	(16.04%)	(2.34%)	(2.49%)	(2.02%)	(22.90%)
	ทำเลต.อ.เจียงเหนือ	(9.50%)	(0.93%)	(1.40%)	(1.56%)	(13.40%)
	ทำเลตะวันออก	(12.93%)	(2.18%)	(2.18%)	(2.80%)	(20.09%)
	ทำเลอนใต้	(7.01%)	(0.62%)	(0.93%)	(1.56%)	(10.12%)
	ทำเลตะวันตก	(9.81%)	(0.78%)	(1.71%)	(1.40%)	(13.71%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(13.24%)	(2.02%)	(2.02%)	(2.49%)	(19.78%)
	รวม	(68.54%)	(8.88%)	(10.75%)	(11.84%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการซื้อชื่อกับทำเลที่สนใจ



จากตารางที่ 6-12 จะพบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อจะส่งผลต่อการเลือกทำเลดังนี้ กลุ่มที่ซื้อเพื่อการอยู่อาศัย จะสนใจทำเลกรุงเทพฯ ดอนเหนือ, ศูนย์กลางธุรกิจ และ ตะวันออกตามลำดับ

กลุ่มที่ซื้อเพื่อการลงทุน จะสนใจทำเลกรุงเทพฯตอนเหนือ, ตะวันออก และศูนย์กลางธุรกิจตามลำดับ

กลุ่มที่ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน จะสนใจทำเลกรุงเทพฯตอนเหนือ, ตะวันออก และศูนย์กลางธุรกิจตามลำดับ

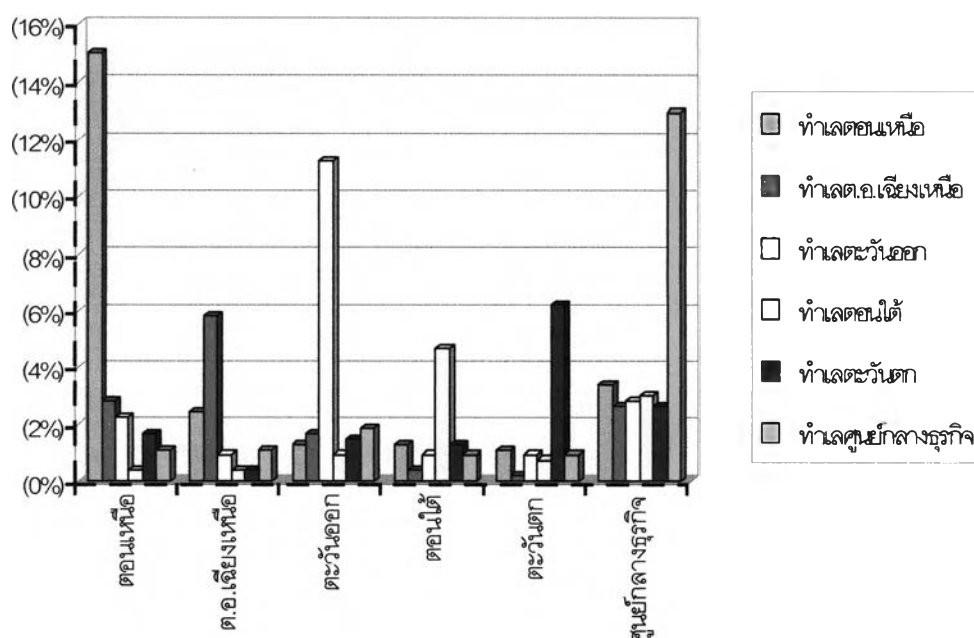
กลุ่มที่ซื้อเพื่อการอื่น จะสนใจทำเลกรุงเทพฯตะวันออก, ศูนย์กลางธุรกิจ และตอนเหนือตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าในกลุ่มที่ซื้อเพื่อลงทุน และเพื่อเป็นทรัพย์สินจะมีลำดับในการเลือกที่เหมือนกัน ซึ่งลำดับการเลือกดังกล่าวจะสอดคล้องกับลำดับการเลือกของกลุ่มผู้มีรายได้สูงในตารางที่ 6-11 ที่ผ่านมา

ตารางที่ 6-13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยปัจจุบันกับทำเลที่สนใจ

		ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน						รวม
		ตอนเหนือ	ต.อ.เฉียงเหนือ	ตะวันออก	ตอนใต้	ตะวันตก	ศูนย์กลางธุรกิจ	
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลตอนเหนือ	(15.01%)	(2.44%)	(1.31%)	(1.31%)	(1.13%)	(3.38%)	(24.58%)
	ทำเลต.อ.เฉียงเหนือ	(2.81%)	(5.82%)	(1.69%)	(0.38%)	(0.19%)	(2.63%)	(13.51%)
	ทำเลตะวันออก	(2.25%)	(0.94%)	(11.26%)	(0.94%)	(0.94%)	(2.81%)	(19.14%)
	ทำเลตอนใต้	(0.38%)	(0.38%)	(0.94%)	(4.69%)	(0.75%)	(3.00%)	(10.13%)
	ทำเลตะวันตก	(1.69%)	(0.38%)	(1.50%)	(1.31%)	(6.19%)	(2.63%)	(13.70%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(1.13%)	(1.13%)	(1.88%)	(0.94%)	(0.94%)	(12.95%)	(18.95%)
	รวม	(23.26%)	(11.07%)	(18.57%)	(9.57%)	(10.13%)	(27.39%)	(100.00%)

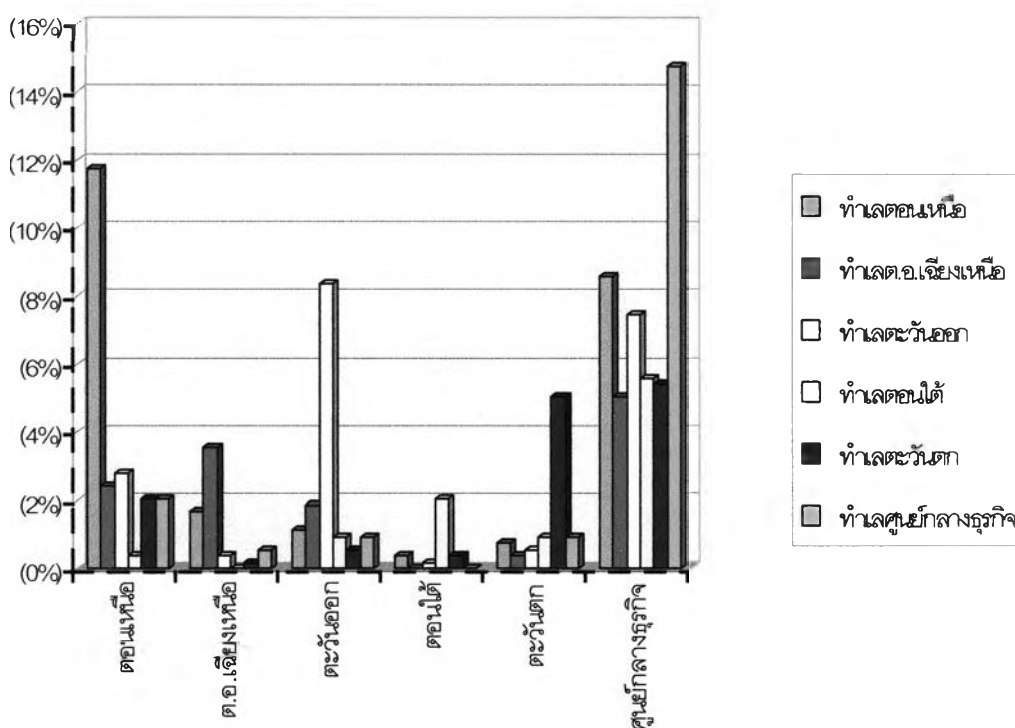
แผนภูมิที่ 6-13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยปัจจุบันกับทำเลที่สนใจ



ตารางที่ 6-14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่ทำงานปัจจุบันกับทำเลที่สนใจ

		สถานที่ทำงานในปัจจุบัน						รวม
		ตอเหนือ	ต.อ.เจียงเหนือ	ตะวันออก	ตอใต้	ตะวันตก	ศูนย์กลางธุรกิจ	
ทำเลที่สนใจจะซื้อ	ทำเลตอเหนือ	(11.75%)	(1.68%)	(1.12%)	(0.37%)	(0.75%)	(8.58%)	(24.25%)
	ทำเลต.อ.เจียงเหนือ	(2.43%)	(3.54%)	(1.87%)	(0.00%)	(0.37%)	(5.04%)	(13.25%)
	ทำเลตะวันออก	(2.80%)	(0.37%)	(8.40%)	(0.19%)	(0.56%)	(7.46%)	(19.78%)
	ทำเลตอใต้	(0.37%)	(0.00%)	(0.93%)	(2.05%)	(0.93%)	(5.60%)	(9.89%)
	ทำเลตะวันตก	(2.05%)	(0.19%)	(0.56%)	(0.37%)	(5.04%)	(5.41%)	(13.62%)
	ทำเลศูนย์กลางธุรกิจ	(2.05%)	(0.56%)	(0.93%)	(0.00%)	(0.93%)	(14.74%)	(19.22%)
	รวม	(21.46%)	(6.34%)	(13.81%)	(2.99%)	(8.58%)	(46.83%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่ทำงานปัจจุบันกับทำเลที่สนใจ

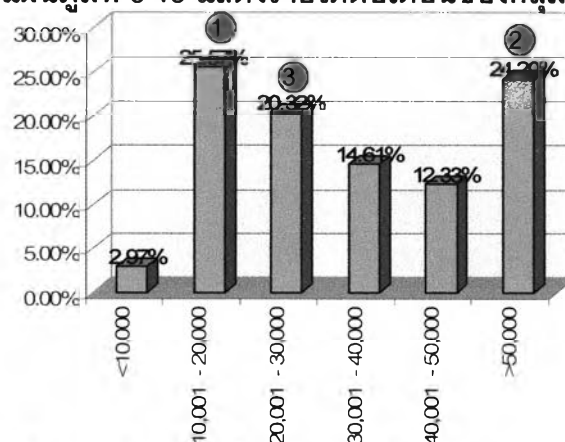


จากตารางที่ 6-13 และ 6-14 พบว่าที่อยู่อาศัย และที่ทำงานในปัจจุบันก็ส่งผลต่อการเลือกทำเลเช่นกัน โดยทำเลที่อยู่อาศัยใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ มีแนวโน้มที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกทำเลเดียวกันกับทั้งที่อยู่อาศัยปัจจุบัน และที่ทำงานในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยของคนไทยที่ชอบอยู่ติดที่ และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง จึงทำให้ถึงแม้จะซื้อที่อยู่อาศัยใหม่แต่ก็เลือกที่จะอยู่ในทำเล หรือย่านเดิมที่เคยอยู่ ส่วนความต้องการที่จะอยู่ในบริเวณเดียวกับแหล่งงาน น่าจะเป็นเหตุผลด้านความสะดวกในการคมนาคมเป็นหลัก

การวิเคราะห์ปัจจัยการเงิน

เมื่อพิจารณาถึงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลจากตารางที่ 5-5 พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็น 25.57% รองลงมา คือ มากกว่า 50,000 บาท 24.20% และอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท 20.32% ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6-15 แสดงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง



เมื่อลองนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงราคาสูงสุดที่กลุ่มประชากรสามารถซื้อได้ โดยอาศัยแนวคิดที่ว่าค่าใช้จ่ายเพื่อที่อยู่อาศัยจะคิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้ทั้งหมด มาคำนวณโดยอาศัยเครื่องคำนวณวงเงินสินเชื่อในเว็บไซต์ของธนาคารกรุงเทพ³ โดยใช้สมมติฐานดอกเบี้ยคงที่เท่ากับMLR(6.75%)ได้ผลดังตารางต่อไปนี้

ภาพที่ 6-3 แสดงลักษณะของเครื่องคำนวณสินเชื่อบนเว็บไซต์

ก็สามารถผ่อนชำระได้เดือนละ XX บาท จะขอสินเชื่อได้กี่บาท ?

จำนวนผ่อนชำระ: 33333 โปรดกรอกจำนวนผ่อนชำระต่อเดือนที่ผู้กู้สามารถจ่ายได้ ระยะผ่อนชำระ (ปี) และอัตราดอกเบี้ย

ระยะผ่อนชำระ (ปี): 30

อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี): 6.75

ผลลัพธ์

จำนวนสินเชื่อ

เพื่อเปรียบเทียบผลการคำนวณ คลิกไม่ข้างล่างเพื่อเพิ่มผลลัพธ์ข้างลงในตาราง

จำนวนผ่อนชำระ	ระยะเวลา(ปี)	อัตราดอกเบี้ย	จำนวนสินเชื่อ
3,333	30	6.75	513,877
6,666	30	6.75	1,027,755
10,000	30	6.75	1,541,786
13,333	30	6.75	2,055,664
16,666	30	6.75	2,569,541
33,333	30	6.75	5,139,238

³ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน). เครื่องคำนวณสินเชื่อ[Online]. ธนาคารกรุงเทพ. แหล่งที่มา: www.bbl.co.th

ตารางที่ 6-15 แสดงวงเงินสินเชื่อที่คำนวณโดยเครื่องคำนวณของเว็บไซต์ธนาคารกรุงเทพ

รายได้/เดือน	ความสามารถในการผ่อน /เดือน (1/3ของรายได้)	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ		
		20 ปี	25 ปี	30 ปี
10,000	3,333	438,342	482,406	513,877
20,000	6,666	876,658	964,812	1,027,755
30,000	10,000	1,315,159	1,447,363	1,541,786
40,000	13,333	1,753,502	1,929,769	2,055,664
50,000	16,666	2,191,844	2,412,175	2,569,541
100,000	33,333	4,383,821	4,824,496	5,139,238

หมายเหตุ: การคำนวณใช้อัตราดอกเบี้ยคงที่เท่ากับMLR คือ 6.75%

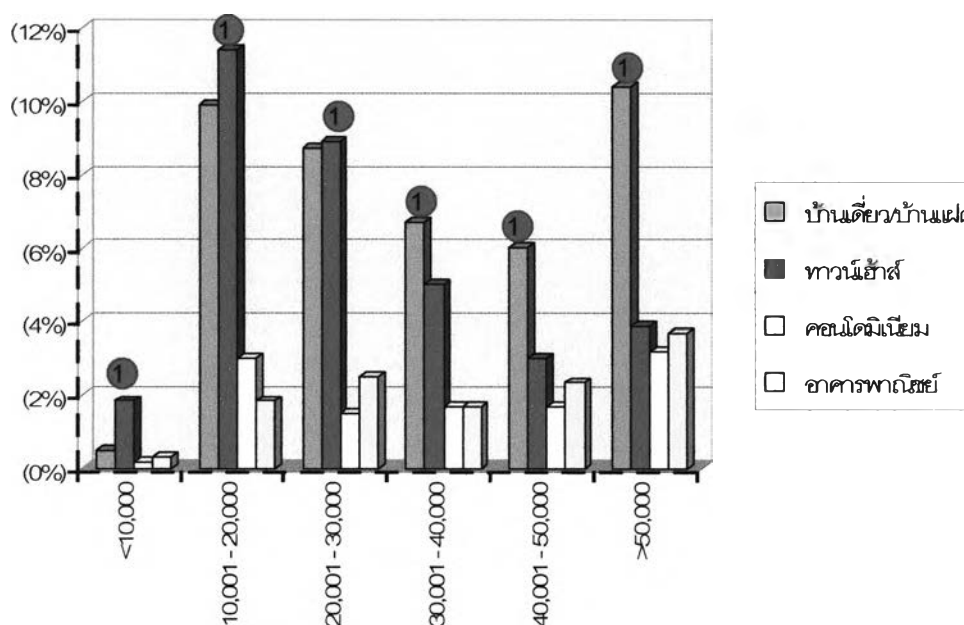
จากตารางที่ 6-15 จะสามารถอนุมานว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาทจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้เพียงระดับทาวน์เฮ้าส์เท่านั้น ผู้ที่มีระดับรายได้เกินกว่า 20,000 บาทขึ้นไปจึงจะสามารถซื้อที่อยู่อาศัยประเภทอื่นได้

เมื่อลองหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะซื้อดังตารางที่ 6-16

ตารางที่ 6-16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

		รายได้ต่อเดือน(บาท)						รวม
		<10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001 - 50,000	>50,000	
ประเภทบ้านมีสอง	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	(0.50%)	(9.90%)	(8.72%)	(6.71%)	(6.04%)	(10.40%)	(42.28%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(1.85%)	(11.41%)	(8.89%)	(5.03%)	(3.02%)	(3.86%)	(34.06%)
	คอนโดมิเนียม	(0.17%)	(3.02%)	(1.51%)	(1.68%)	(1.68%)	(3.19%)	(11.24%)
	อาคารพาณิชย์	(0.34%)	(1.85%)	(2.52%)	(1.68%)	(2.35%)	(3.69%)	(12.42%)
	รวม	(2.85%)	(26.17%)	(21.64%)	(15.10%)	(13.09%)	(21.14%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทที่อยู่อาศัยที่สนใจซื้อ

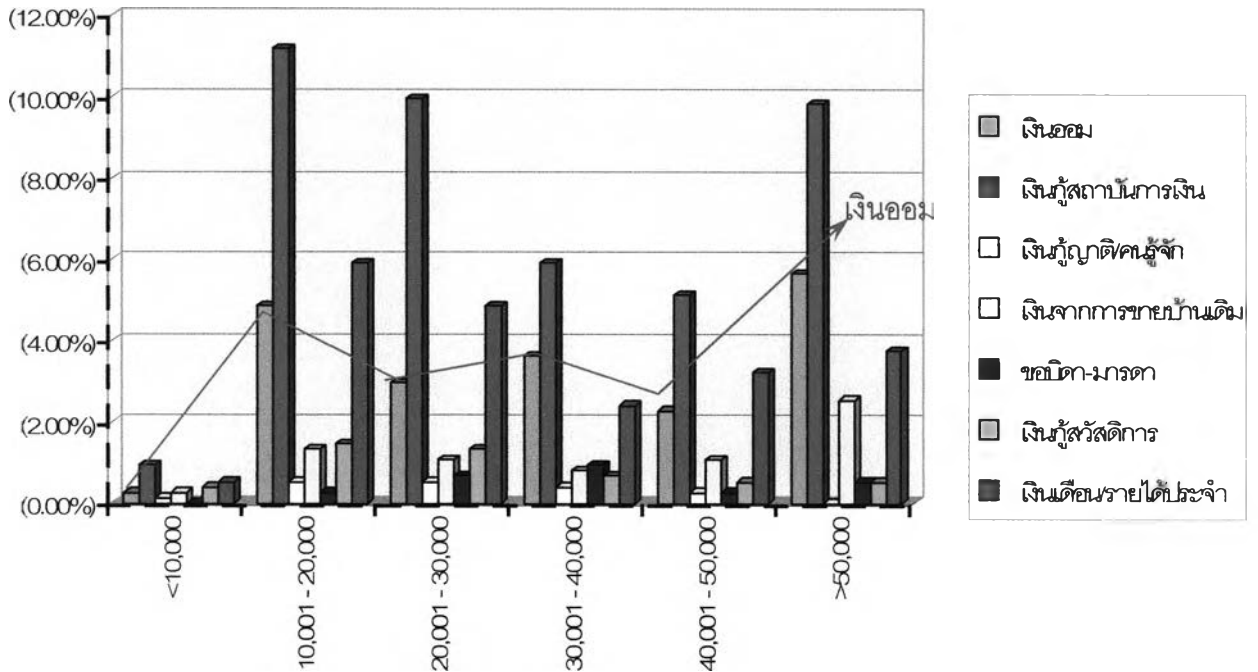


จากแผนภูมิที่ 6-16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจซื้อทาวน์เฮ้าส์ และในกลุ่มที่มีรายได้เกินกว่า 20,000 บาท ขึ้นไปจึงจะเริ่มมีแนวโน้มที่จะสนใจซื้อบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดกันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริง ทำให้สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มประชากรมีขีดความสามารถในการประเมินกำลังในการซื้อที่อยู่อาศัยของตนเองได้อย่างถูกต้อง

ตารางที่ 6-17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งเงินที่จะใช้ซื้อ

		รายได้ต่อเดือน(บาท)						รวม
		<10,000	10,001 - 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001 - 50,000	>50,000	
แหล่งเงินในการซื้อ	เงินออม	(0.27%)	(4.85%)	(2.96%)	(3.63%)	(2.29%)	(5.65%)	(19.65%)
	เงินกู้สถาบันการเงิน	(0.94%)	(11.17%)	(9.96%)	(5.92%)	(5.11%)	(9.83%)	(42.93%)
	เงินกู้ญาติ/คนรู้จัก	(0.13%)	(0.54%)	(0.54%)	(0.40%)	(0.27%)	(0.00%)	(1.88%)
	เงินจากการขายบ้านเดิม	(0.27%)	(1.35%)	(1.08%)	(0.81%)	(1.08%)	(2.56%)	(7.13%)
	ขอบิดา-มารดา	(0.00%)	(0.27%)	(0.67%)	(0.94%)	(0.27%)	(0.54%)	(2.69%)
	เงินกู้สวัสดิการ	(0.40%)	(1.48%)	(1.35%)	(0.67%)	(0.54%)	(0.54%)	(4.98%)
	เงินเดือน/รายได้ประจำ	(0.54%)	(5.92%)	(4.85%)	(2.42%)	(3.23%)	(3.77%)	(20.73%)
	รวม	(2.56%)	(25.57%)	(21.40%)	(14.80%)	(12.79%)	(22.88%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งเงินที่จะใช้ซื้อ



จากตารางที่ 6-17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้แหล่งเงินก้อนหลักที่จะใช้ซื้อบ้านดังนี้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้แหล่งเงิน จากเงินกู้สถาบันการเงินมากที่สุด รองลงมา คือ จากเงินรายได้ประจำยกเว้นผู้มีรายได้สูงเกิน 50,000 บาทจะใช้เงินออมเป็นลำดับต่อมา และ จะสังเกตได้ว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นอันดับการเลือกใช้เงินออมในการซื้อก็มีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย ซึ่ง น่าจะเนื่องมาจากรายได้ที่มากขึ้นทำให้มีเงินออมเหลือเก็บ ดังนั้นเมื่อซื้อบ้านจึงใช้เงินออมร่วมกับ เงินกู้เพื่อผ่อนชำระดอกเบี้ยลง

นอกจากนี้ยังพบประเด็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่ไม่มีเงินเหลือ ออม ต้องใช้เพียงเงินกู้ เมื่ออ้างอิงข้อมูลวงเงินสินเชื่อจากตารางที่ 6-15 พบว่าแทบจะเป็นไปไม่ได้ เลยที่คนกลุ่มนี้จะสามารถซื้อบ้านใหม่ในบริเวณกรุงเทพฯ และปริมณฑลได้ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อ บ้านใหม่ควรจะต้องมีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป

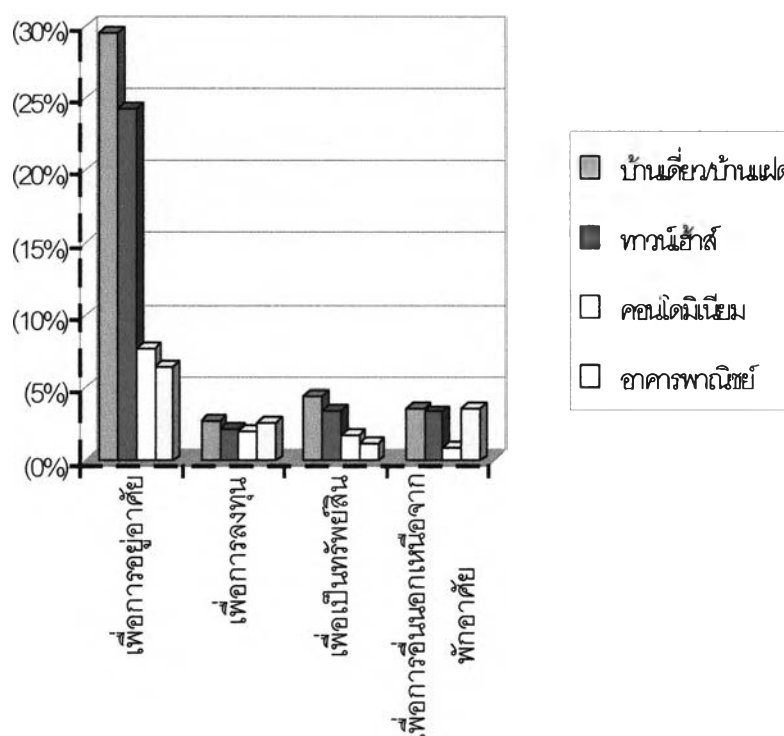
การวิเคราะห์ปัจจัยตัวสินค้า

จากตารางที่ 5-12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจที่จะซื้อบ้านมือสองประเภทบ้าน เดี่ยว หรือบ้านแฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ ตามลำดับ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยใน การเลือกดังนี้

ตารางที่ 6-18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์กับประเภทบ้านมือสอง

		วัตถุประสงค์ในการซื้อ				รวม
		เพื่ออยู่อาศัย	เพื่อการลงทุน	เพื่อเป็นทรัพย์สิน	เพื่อการอื่นนอกเหนือจากพักอาศัย	
ประเภทบ้านมือสอง	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	(29.56%)	(2.77%)	(4.40%)	(3.65%)	(40.38%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(24.28%)	(2.14%)	(3.52%)	(3.40%)	(33.33%)
	คอนโดมิเนียม	(7.67%)	(2.01%)	(1.76%)	(0.88%)	(12.33%)
	อาคารพาณิชย์	(6.42%)	(2.64%)	(1.26%)	(3.65%)	(13.96%)
	รวม	(67.92%)	(9.56%)	(10.94%)	(11.57%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์กับประเภทบ้านมือสอง



จากตารางที่ 6-18 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการซื้อ กับประเภทบ้านมีความสัมพันธ์ดังนี้

กลุ่มที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัย จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมตามลำดับ

กลุ่มที่ซื้อเพื่อการลงทุน จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, อาคารพาณิชย์ และทาวน์เฮ้าส์

ตามลำดับ

กลุ่มที่ซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม ตามลำดับ

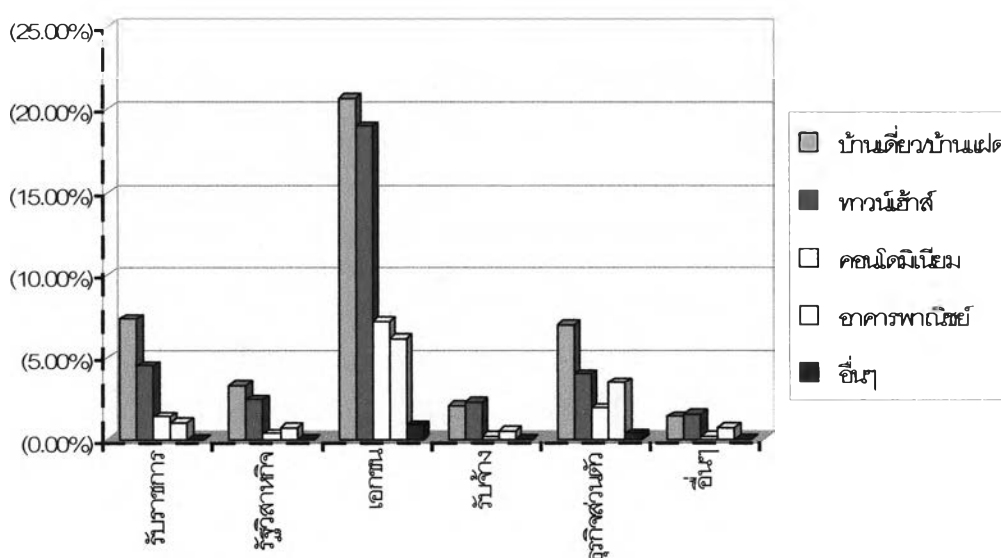
กลุ่มที่ซื้อเพื่อการอื่น จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด และอาคารพาณิชย์ เท่าๆกันแล้วจึงเป็น ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมตามลำดับ

พบว่าในทุกกลุ่มบ้านเดี่ยว/แฝดจะเป็นที่ต้องการที่สุด ในกลุ่มที่ซื้อเพื่อลงทุน และซื้อเพื่อการอื่น จะมีลำดับในการเลือกที่สอดคล้องกัน ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่ซื้อเพื่ออยู่ และซื้อเพื่อเป็น ทรัพย์สินก็มีลำดับในการเลือกที่สอดคล้องกันเช่นกัน

ตารางที่ 6-19 แสดงความสัมพันธ์อาชีพกับประเภทบ้านมือสองที่สนใจ

		อาชีพ						รวม
		รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	
ประเภทบ้านมือสอง	บ้านเดี่ยวบ้านแฝด	(7.35%)	(3.25%)	(20.68%)	(2.05%)	(7.01%)	(1.37%)	(41.71%)
	ทาวน์เฮ้าส์	(4.44%)	(2.39%)	(18.97%)	(2.22%)	(3.93%)	(1.54%)	(33.50%)
	คอนโดมิเนียม	(1.37%)	(0.34%)	(7.18%)	(0.17%)	(1.88%)	(0.17%)	(11.11%)
	อาคารพาณิชย์	(1.03%)	(0.68%)	(6.15%)	(0.51%)	(3.42%)	(0.68%)	(12.48%)
	อื่นๆ	(0.00%)	(0.00%)	(0.85%)	(0.00%)	(0.34%)	(0.00%)	(1.20%)
	รวม	(14.19%)	(6.67%)	(53.85%)	(4.96%)	(16.58%)	(3.76%)	(100.00%)

แผนภูมิที่ 6-19 แสดงความสัมพันธ์อาชีพกับประเภทบ้านมือสองที่สนใจ



จากตารางที่ 6-19 พบว่าอาชีพที่มีผลต่อประเภทบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างสนใจดังนี้ กลุ่มข้าราชการ จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมตามลำดับ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานเอกชน จะสนใจ บ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียมตามลำดับ

กลุ่มรับจ้าง จะสนใจ ทาวน์เฮ้าส์, บ้านเดี่ยว/แฝด และอาคารพาณิชย์ตามลำดับ

กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว จะสนใจบ้านเดี่ยว/แฝด, ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์

ตามลำดับ

จากลำดับการเลือกของกลุ่มตัวอย่างข้างต้น พบว่ามีเพียงกลุ่มที่ประกอบอาชีพรับจ้าง เท่านั้นที่มีลำดับการเลือก 2 อันดับแรกแตกต่างออกไป ซึ่งอาจเป็นผลมาจากรายได้ที่น้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นๆมีลำดับการเลือกเหมือนกัน คือ บ้านเดี่ยว/แฝด และทาวน์เฮ้าส์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนอุปทานตามข้อสรุปจากตารางที่ 6-8 พบว่าลำดับการเลือกสอดคล้องกับอุปทานที่มีในตลาดมากที่สุด 2 อันดับแรกเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกสินค้าประเภทใด น่าจะสัมพันธ์กับปริมาณของอุปทานสินค้าประเภทนั้นที่มีให้เลือกด้วย

6.3 มาตรการกระตุ้นตลาดบ้านมือสองที่สอดคล้องกับความต้องการ

จากตารางที่ 5-20 พบว่าแนวทางการส่งเสริมการขายตัวของตลาดบ้านมือสองที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ตามลำดับคือ

1. แนวทางมาตรการด้านการตลาด ในเรื่องของการสนับสนุนทางการเงิน
2. แนวทางด้านมาตรการรัฐ ในการลดค่าธรรมเนียมการโอน และภาษีธุรกิจเฉพาะลง
3. แนวทางมาตรการด้านฐานข้อมูล เกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านการซื้อบ้านมือสอง

ซึ่งจากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับเรื่องของเงินที่จะต้องจ่ายเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงค่อยพิจารณาปัจจัยด้านอื่น เมื่อดูถึงแนวทางที่กลุ่มตัวอย่างต้องการแล้วพบว่ามาตรการที่จะช่วยกระตุ้นตลาดบ้านมือสองได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการที่สุด คือเรื่องของการสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งเป็นมาตรการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในตลาด ทั้งในส่วนของนายหน้า และสถาบันการเงิน เพราะในส่วนของความต้องการในลำดับที่ 2 และ 3 นั้น ปัจจุบันทางภาครัฐได้ดำเนินการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

6.4 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ด้านสภาพทั่วไปของตลาดบ้านมือสอง

บ้านมือสองสามารถจำแนกตามแหล่งที่มาได้ดังนี้

1. บ้านมือสองที่เจ้าของขายเอง มีลักษณะเด่นอยู่ที่การสามารถต่อรองกับเจ้าของได้โดยตรง แต่มีข้อด้อย คือ ผู้ซื้อจะต้องตรวจสอบคุณภาพบ้านเอง
2. บ้านมือสองที่ขายโดยนายหน้า มีลักษณะเด่นอยู่ที่ความสะดวกในด้านของนิติกรรม แต่มีข้อด้อย คือ จะต้องมีการค่าบริการนายหน้าเพิ่มขึ้นมา
3. บ้านมือสองที่ขายโดยกรมบังคับคดี จุดเด่นอยู่ที่ราคาที่ดีกว่าทั่วไปมาก แต่มีข้อด้อย คือ มีขั้นตอนยุ่งยาก
4. บ้านมือสองที่ขายโดยสถาบันการเงิน จุดเด่นอยู่ที่การขอสินเชื่อทำได้ง่าย และได้มากกว่าทั่วไป แต่มีข้อด้อย คือ สภาพสินค้าที่อาจทรุดโทรม

ซึ่งโดยมากสองประเภทแรกเจ้าของจะต้องการขายเอง ส่วนสองประเภทหลังจะเป็นลักษณะของการบังคับขาย

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาด้านอุปสงค์พบว่ากลุ่มตัวอย่างเริ่มให้ความสนใจซื้อบ้านมือสองกันมากขึ้น ซึ่งประเภทที่อยู่อาศัยที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ บ้านเดี่ยว/บ้านแฝดชนิดปรับปรุงเสร็จพร้อมอยู่อาศัย ในด้านทำเลที่มีความต้องการบ้านมือสองมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯตอนเหนือ รองลงมาคือ กรุงเทพฯตะวันออก กับศูนย์กลางธุรกิจ ส่วนประเภทของบ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างสนใจซื้อจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับช่วงอายุของผู้ซื้อ, จำนวนสมาชิก และสถานภาพ ในส่วนของวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพื่อการอยู่อาศัยทำให้สมมติฐานของการวิจัยที่ว่าผู้ซื้อบ้านมือสองส่วนใหญ่น่าจะเป็นกลุ่มนักลงทุนจึงไม่เป็นความจริง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการหาข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่รู้จักแหล่งข้อมูลที่เหมาะสม

ทางด้านอุปทานพบว่าช่องทางอุปทานที่มีอยู่ในตลาดไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ที่สนใจจะซื้อโดยตรงจากเจ้าของเดิม, สถาบันการเงิน, กรมบังคับคดี และนายหน้า ตามลำดับ แต่ช่องทางอุปทานส่วนใหญ่เป็นการประมวลจากกรมบังคับคดี และขายผ่านนายหน้า จึงน่าจะเป็นเหตุให้ตลาดบ้านมือสองไม่ค่อยเติบโตเท่าที่ควร

แผนภูมิที่ 6-20 สรุปผลการศึกษาสภาพทั่วไปตลาดบ้านมือสอง



ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรมีการส่งเสริมการพัฒนา ช่องทางการขายโดยตรงจาก เจ้าของให้สามารถกระทำได้โดยสะดวกมากขึ้น ตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมให้ ผู้บริโภคสนใจซื้อบ้านมือสองมากขึ้น

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ปัจจัยที่ทำให้สนใจซื้อบ้านมือสอง พบว่ามีปัจจัยที่มีผลมากอยู่ 3 ด้านด้วยกันได้แก่

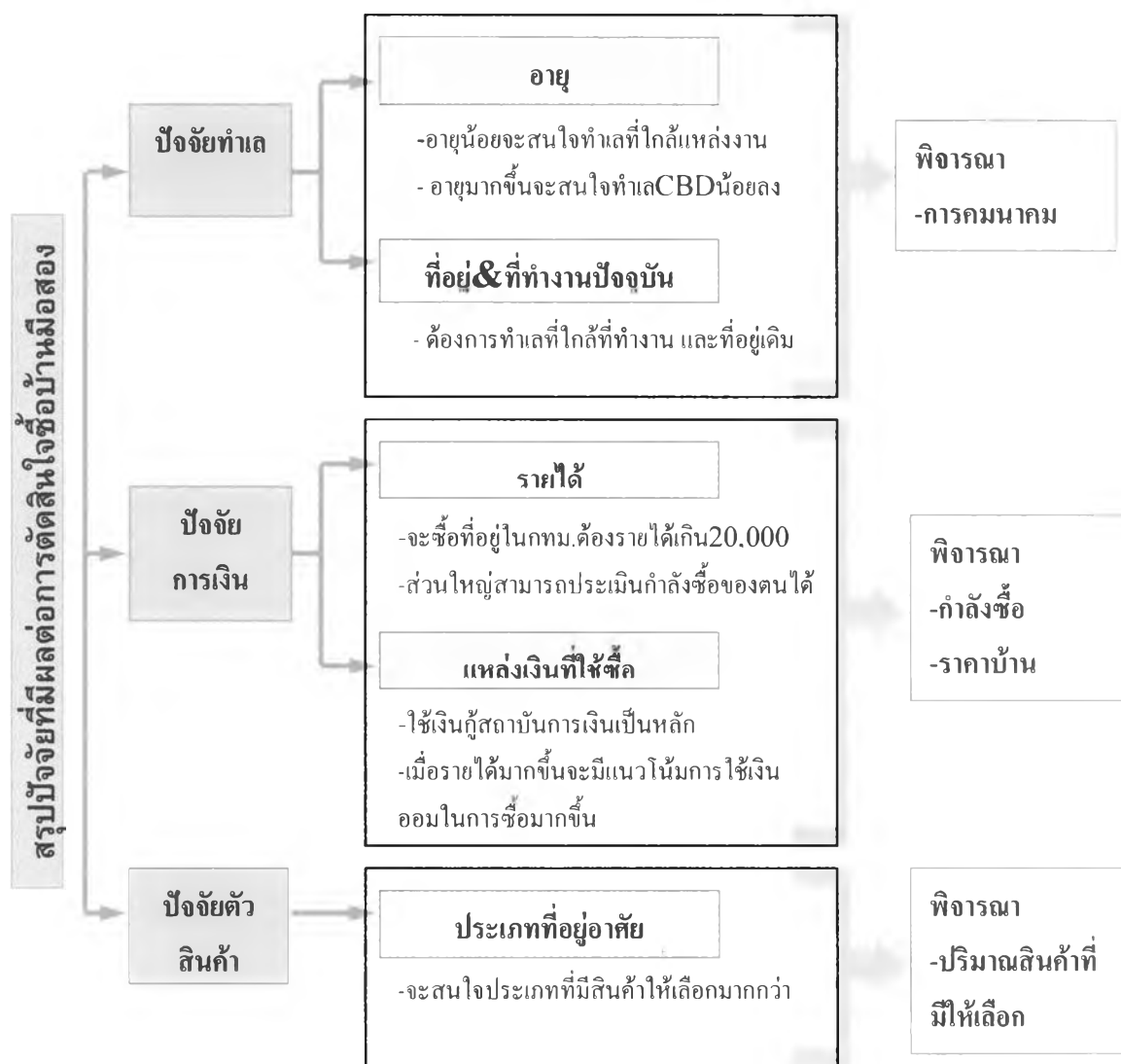
1. ปัจจัยด้านทำเล ตัวแปรที่มีผล ได้แก่ อายุ ที่อยู่ และที่ทำงานในปัจจุบัน โดยกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาเรื่องของ ความสะดวกในการคมนาคม เป็นหลัก

2. ปัจจัยด้านการเงิน ตัวแปรที่มีผล ได้แก่ รายได้ และแหล่งเงินในการซื้อ โดยกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาเรื่องของราคาบ้าน และกำลังซื้อเป็นหลัก ซึ่งผู้มีรายได้น้อย(ต่ำกว่า20,000 บาท/เดือน)ที่ไม่มีเหลือออม จะต้องพึ่งพาเงินกู้ในการซื้อที่อยู่อาศัย ทำให้มีกำลังซื้อไม่เพียงพอ

พอที่จะซื้อบ้านในเขตกทม.ซึ่งมีราคาสูงได้ ทำให้ไม่มีโอกาสซื้อบ้านอยู่ใกล้กับศูนย์กลางธุรกิจซึ่งเป็นแหล่งงานได้ นอกจากนี้พบว่าเมื่อรายได้สูงขึ้นจะมีแนวโน้มการใช้จ่ายเงินออมในการซื้อมากขึ้นตามไปด้วย

3. ปัจจัยด้านตัวสินค้า ตัวแปรที่มีผล ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาเรื่องปริมาณของสินค้าที่มีให้เลือก และวัตถุประสงค์ในการซื้อ

แผนภูมิที่ 6-21 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง



ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมให้ผู้มีรายได้น้อยในเมืองสามารถเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยของตนเองได้

การเปรียบเทียบบ้านใหม่ กับบ้านมือสองในปัจจุบันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เพื่อให้เห็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้สนใจซื้อบ้านมือสองชัดเจน จึงได้นำเอาปัจจัยที่ส่งผลให้ตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง มาเป็นประเด็นเปรียบเทียบบ้านใหม่ และบ้านมือสอง ซึ่งปัจจัยใดที่บ้านมือสองได้เปรียบบ้านใหม่ แสดงว่าปัจจัยนั้นน่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนหันมาสนใจบ้านมือสอง ซึ่งผลการเปรียบเทียบเป็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6-20 เปรียบเทียบบ้านใหม่ กับบ้านมือสองในปัจจุบันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	บ้านใหม่	บ้านมือสอง
1. ปัจจัยทำเล <u>การคมนาคม</u> - ระยะเวลาในการเดินทาง - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	-โดยมากอยู่ชานเมืองจึงต้องใช้เวลาเดินทาง -ค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับระยะทาง	-ส่วนใหญ่อยู่ในตัวเมืองเสียเวลาเดินทางน้อย -ค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับระยะทาง
2. ปัจจัยการเงิน <u>ความสามารถในการซื้อ</u> - รายได้ - มาตรการสนับสนุน <u>สินเชื่อ</u> - จำนวนเงินสินเชื่อ - ความยาก-ง่ายในการขอสินเชื่อ <u>ราคา</u> - ราคาซื้อ-ขาย - ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงซ่อมแซม	-ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสซื้อได้น้อย -ปัจจุบันไม่มีมาตรการสนับสนุน -ขึ้นอยู่กับเครดิตผู้กู้ -ต้องทำตามขั้นตอนปกติ -สูงกว่าเมื่อเทียบในขนาด และทำเลเดียวกัน -อาจจะต้องมีภาระค่าปรับปรุงบ้าง	-ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสซื้อได้มากกว่า -มีมาตรการลดหย่อนภาษี และค่าธรรมเนียม -ขอสินเชื่อได้สูงถึง90%ของราคาประเมิน -อนุมัติได้ง่าย และเร็วกว่าหากเป็นNPAของสถาบันการเงินที่ขอสินเชื่อตัวเอง -ถูกกว่าเมื่อเทียบในขนาด และทำเลเดียวกัน -อาจจะต้องมีภาระค่าปรับปรุงซ่อมแซมสูงกว่า
3. ปัจจัยด้านตัวสินค้า <u>คุณภาพ</u> - คุณภาพบ้าน <u>ปริมาณสินค้า</u> - ปริมาณสินค้า - ลักษณะของสินค้า	-ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบเจ้าของโครงการ -มีให้เลือกได้จำกัด -ค่อนข้างใกล้เคียงกันมาก	-ได้เห็นสภาพตามที่เป็นจริง -ถ้าเป็นบ้านที่มีคนเคยอาศัยจะผ่านการปรับปรุงมาเรียบร้อยแล้ว -มีให้เลือกจำนวนมาก และหลากหลายทั้งขนาดและทำเล -แตกต่างกันค่อนข้างมากในแต่ละหลัง

สรุปปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนที่กำลังจะซื้อบ้านหันมาสนใจบ้านมือสองมีดังนี้

1. ปัจจัยทำเล ในเรื่องของความสะดวก ในการคมนาคม เนื่องจากบ้านมือสองส่วนใหญ่อยู่ในตัวเมือง และอยู่ในแหล่งสาธารณูปโภค / สาธารณูปการ
2. ปัจจัยการเงิน ในเรื่องของสินเชื่อที่สามารถขอได้มากกว่า รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนจากรัฐ ทำให้ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถมีโอกาสซื้อที่อยู่อาศัยในกทม. และปริมณฑลได้
3. ปัจจัยด้านตัวสินค้า ในเรื่องของราคาที่ถูกกว่า มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และได้เห็นสภาพจริงของบ้านก่อนซื้อ

ด้านมาตรการกระตุ้นตลาดบ้านมือสองที่สอดคล้องกับความต้องการ

พบว่ามาตรการ ที่จะช่วยกระตุ้นตลาดบ้านมือสองได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด คือเรื่องของการสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งเป็นมาตรการ ที่ต้องอาศัยความร่วมมือจาก ภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในตลาด ทั้งในส่วนของโบรกเกอร์ และสถาบันการเงิน เพราะในส่วนของความต้องการในลำดับที่ 2 และ 3 นั้น ปัจจุบันทางภาครัฐได้ดำเนินการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แผนภูมิที่ 6-22 สรุปลำดับความสอดคล้องของมาตรการ



ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรมีการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบการนายหน้า และสถาบันการเงินเพื่อออกมาตรการการเงินมาช่วยสนับสนุน มาตรการด้านอื่นๆที่ภาครัฐได้จัดขึ้นเพื่อให้ภาพรวมของตลาดบ้านมือสองขยายตัวได้อย่างเต็มที่

แผนภูมิที่ 6-23 สรุปผลการวิจัย

