

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย  
: กรณีศึกษา บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนท์ จำกัด



นายนนท์ สหายุ

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเคหการ ภาควิชาเคหการ

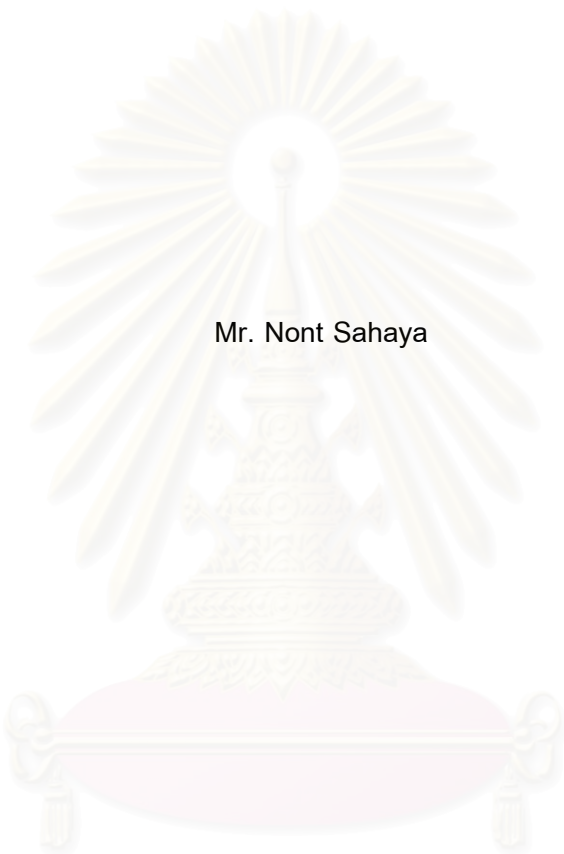
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-2220-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DECISION FACTORS OF SECOND HAND HOUSES BUYERS THROUGH BROKERS  
: A CASE STUDY OF THE ROYAL ASSETS CONSULTANT COMPANY LIMITED



Mr. Nont Sahaya

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Housing Development in Housing

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-2220-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย : กรณีศึกษา บริษัทโรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซ็ปต์แทนด์ จำกัด

โดย

นายนนท์ สหายา

สาขาวิชา

เคหการ

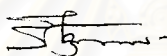
อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิต จุลาสัย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์ยุวดี ศิริ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สัจกุล)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



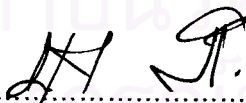
.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ขวลิต นิตยะ)



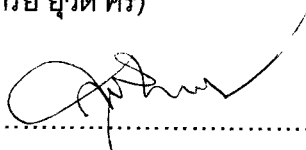
.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิต จุลาสัย)




.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ยุวดี ศิริ)



.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สุปรียา หิรัญโร)



.....กรรมการ

(นายบริษัท กาสินพิลา)

นนท์ สหายา : ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย : กรณีศึกษาบริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนซัลท์แทนต์ จำกัด. (Decision factors of Second hand Houses Buyers Through Brokers : A case study of The Royal Assets Consultant Company Limited.) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิต จุลลาสัย, อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : อาจารย์ยุวดี ศิริ, 87 หน้า  
ISBN 974-17-2220-6

จากอัตราการเจริญเติบโตของตลาดบ้านมือสอง พบว่ามีสัดส่วนถึง 20,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งในจำนวนนี้ เป็นการซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายเพียง 13.3% หรือ 2,600 ล้านบาท ซึ่งในสัดส่วนดังกล่าวนี้ น่าจะมีแนวทางที่จะเพิ่มจำนวน การซื้อขายผ่านบริษัทตัวแทนขายมากขึ้นกว่าเดิม

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบัน ปัญหา และ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือ สองผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยใช้แบบสอบถามผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนซัลท์แทนต์ จำกัด ระหว่างปี พ.ศ. 2545 จำนวน 150 ราย

ผลการวิจัย พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องพื้นที่ใช้สอย คือบ้านหลังเดิมมีขนาดเล็กไม่เพียงพอกับจำนวน สมาชิกในครอบครัวที่เพิ่มขึ้น ราคาซื้อเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1,500,001-2,000,000 บาท โดยสามารถแบ่งผู้ซื้อออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ผู้ที่เคยซื้อบ้านมาก่อน พบว่ากลุ่มนี้ต้องการการบริการ เนื่องจากมีประสบการณ์มาบ้างแล้ว ซึ่งเข้าใจ ปัญหาในการติดต่อกระทำการธุรกรรมต่างๆ 2) ผู้ที่ไม่เคยซื้อบ้านมาก่อน พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เพิ่งแยกตัวจากครอบครัว เดิมไม่มีประสบการณ์ซื้อบ้านมาก่อน คนกลุ่มนี้จึงต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ทศนคติภายหลังจากการที่ตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแล้ว ยังสามารถแบ่งได้เป็นอีก 2 ส่วนคือ 1) กลุ่มที่คิดจะซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกครั้ง เมื่อมีการซื้อในอนาคตในส่วนนี้พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้คนกลุ่มนี้สนใจที่จะซื้อต่อไปเป็นเพราะโอกาสในการเลือกสินค้าที่หลากหลายทั้งด้านทำเล ราคา รูปแบบ และการ บริการอำนวยความสะดวกด้านช่วยเหลือราคาเงื่อนไข ด้านสินเชื่อ การโอนกรรมสิทธิ์ การตรวจสอบสภาพบ้าน การ ออกแบบและปรับปรุง การซื้ออุปกรณ์ก่อสร้างบ้าน 2) กลุ่มที่ไม่คิดจะซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายหากมีการซื้อในอนาคตนั้น จากข้อมูลพบว่า เพราะความไม่มั่นใจในคุณภาพบ้านทั้งด้านการก่อสร้าง และประวัติความเป็นมา

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายนั้น เป็นเพราะ ผู้ซื้อให้ความสำคัญในเรื่องการอำนวยความสะดวกด้านการบริการ, ความคุ้มค่าในด้านราคาและเวลา และการอำนวยความสะดวก

ดังนั้นข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทตัวแทนขาย จะต้องสร้างความเข้าใจกับผู้ซื้อบ้านมือสอง โดยการแยกแยะระหว่าง สินค้าและบริการ โดยจะต้องเพิ่มการบริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบ้านมากขึ้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสินค้าเพิ่มขึ้น จากการให้บริการ ความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ซื้อบ้านมือสองได้รับประโยชน์และรู้สึกคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย

ภาควิชา .....เคหการ..... ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา .....เคหการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา.....2545..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 447 46054 25 : MAJOR HOUSING

KEY WORD : SECOND HAND HOUSE BUYERS THROUGH BROKER.

NONT SAHAYA : DECISION FACTERS OF SECOND HAND HOUSES BUYERS THROUGH BROKERS: A CASE STUDY OF THE ROYAL ASSETS CONSULTANT COMPANY LIMITED.

BUNDIT CHULASAI, THESIS CO-ADVISOR : YUWADEE SIRI, 87 pp. ISBN 974-17-2220-6

The primary objective of this study is to research the current situation of the second-hand housing market, its problems and factors leading to buyers buying second-hand houses through estate agents. A questionnaire is used to ask 150 buyers who bought second-hand houses through the Royal Asset Consultant Company Limited in 2001.

It is found that most respondents agree that, since they have more family members, they need a bigger house. The house should be between 1,500,001-2,000,000 baht. The buyers can be classified as those who had bought before and those who had not. The former know what kind of house they want and they are looking for the best service. However, the latter would like to live on their own so they need information and services. Furthermore, some would like to use the services of this company in the future because they can choose location, price, and design. The company can help them not only negotiate prices and conditions but also offer credit, rights transfer, house inspection, house renovation and the provision of construction materials.

Some, however, do not want to use the services again since they are not certain about the quality of the house regarding its construction, its owner and its history. It can be concluded that factors affecting buyers' decisions are worth in terms of price, time and services.

It is suggested that a sales company has to satisfy prospective buyers by drawing a line between goods (second-hand houses) and services. It should provide them with more information on houses to assure them that they are going to have premium-quality houses. In addition, it should facilitate them as well and quickly as it can to ensure their cost effectiveness.

Department ..... Housing ..... Student's signature .....

Field of study ..... Housing ..... Advisor's signature .....

Academic year ..... 2002 ..... Co-advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ โดยการแนะนำ ช่วยเหลือ ในข้อคิดเห็นต่างๆ จาก รศ.ดร.บัณฑิต จุลาสัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ยุวดี ศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งให้ข้อสังเกตที่สำคัญหลายประการ

ขอขอบพระคุณ คุณกอบศักดิ์ ไทน้อย ผู้จัดการฝ่ายขายบ้านมือสอง คุณวิศรา ปรีชาวนิช และพนักงานฝ่ายขายบ้านมือสอง บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซ็ปต์ แอนด์ จำกัด ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการตอบแบบสอบถามของผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านทางบริษัทของท่าน

นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ ชาวเคหการภาคนอกราชการ รุ่นที่ 1 ที่ได้ให้กำลังใจเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับข้าพเจ้า ที่ทำให้ข้าพเจ้าสามารถศึกษาเล่าเรียนจนประสบความสำเร็จได้

นนท์ สหายา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฉ

### บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาสำคัญ.....	1
1.2	วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3	ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.4	ข้อตกลงเบื้องต้น.....	5
1.5	วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	5
1.6	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	5
1.7	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	6
1.8	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	7
1.9	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	7
1.10	แหล่งที่มาของข้อมูล.....	8
1.11	นิยามศัพท์.....	8
1.12	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9

### บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1	แนวคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย.....	10
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.3	ประเภทบ้านมือสอง.....	13
2.4	กระบวนการตลาดอสังหาริมทรัพย์.....	14
2.5	ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองในปัจจุบัน.....	16
2.6	ขั้นตอนการทำงานของตัวแทน/ นายหน้า.....	22

## สารบัญ (ต่อ)

### หน้า

2.7	จรรยาบรรณของตัวแทนนายหน้า.....	23
<b>บทที่ 3 สถานการณ์บ้านมือสอง</b>		
3.1	การขยายตัวของตลาดบ้านมือหนึ่งในรอบ 1 ปี.....	26
3.2	การขยายตัวของตลาดบ้านมือสองในรอบ 10 ปี.....	28
3.3	ลักษณะตลาดบ้านมือสอง.....	30
3.4	สถานการณ์การจำหน่ายบ้านมือสอง.....	32
3.5	แนวโน้มตลาดบ้านมือสอง ปี 2546.....	35
3.6	สถานการณ์บ้านมือสองในกรุงเทพมหานคร.....	37
<b>บทที่ 4 ผลของการศึกษา</b>		
4.1	ข้อมูลผู้ซื้อ.....	41
4.2	ข้อมูลบ้านหลังเดิม.....	45
4.3	ข้อมูลของบ้านมือสอง.....	47
4.4	ข้อมูลการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย.....	50
<b>บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>		
5.1	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
5.2	ผลการวิจัย.....	61
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	69
รายการอ้างอิง.....		70
ภาคผนวก.....		71
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....		72



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 การเปรียบเทียบการขายบ้านมือสองด้วยวิธีการต่างๆ.....	4
ตารางที่ 3.1 อสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน	33
ตารางที่ 4.1 ประเภทอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	41
ตารางที่ 4.2 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างต่อครัวเรือน / เดือน.....	42
ตารางที่ 4.3 ทำเลที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
ตารางที่ 4.4 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน.....	43
ตารางที่ 4.5 ผลที่ได้จากการเลือกซื้อบ้านด้วยวิธีการต่างๆ.....	44
ตารางที่ 4.6 สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังจากการเลือกซื้อบ้าน.....	44
ตารางที่ 4.7 ปัญหาที่พบจากบ้านหลังเดิม.....	45
ตารางที่ 4.8 ปัญหาด้านขนาดที่พบ.....	45
ตารางที่ 4.9 ทำเลของบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง.....	46
ตารางที่ 4.10 ประเภทของบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง.....	46
ตารางที่ 4.11 ประเภทของบ้านมือสองที่ซื้อ.....	47
ตารางที่ 4.12 ราคาของบ้านมือสองที่ซื้อ.....	47
ตารางที่ 4.13 ทำเลของบ้านมือสองที่ซื้อ.....	48
ตารางที่ 4.14 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
ตารางที่ 4.15 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อบ้านมือสอง.....	49
ตารางที่ 4.16 การปรับปรุงบ้านหลังการซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
ตารางที่ 4.17 ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย.....	50
ตารางที่ 4.18 การเลือกซื้อบ้านหลังต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย.....	51
ตารางที่ 4.19 การแนะนำผู้อื่นซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายของกลุ่ม	51
ตัวอย่าง	
ตารางที่ 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ไม่เคย / เคยซื้อบ้านมาก่อนกับเหตุผล	53
หลักในซื้อบ้านหลังปัจจุบัน	
ตารางที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อบ้านครั้งต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย	55
กับข้อพิจารณาในการเลือกซื้อ	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบ้านได้ / ไม่ได้ตามที่หวังกับสิ่ง ที่คาดหวังไว้.....57	
ตารางที่ 5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เคย / ไม่เคยแนะนำใครซื้อบ้านผ่าน.....59 บริษัทตัวแทนขายกับเหตุผลหลักที่ซื้อ	
ตารางที่ 5.5 ความพอใจและไม่พอใจต่อการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัว.....59 แทนขาย	



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1.1 การซื้อบ้านมือสอง ณ.ต้นปี พ.ศ. 2541.....	2
แผนภูมิที่ 1.2 การซื้อบ้านมือสอง ปี พ.ศ. 2543.....	3
แผนภูมิที่ 1.3 การซื้อบ้านมือสอง ปี พ.ศ. 2545.....	3
แผนภูมิที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดมูลค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า.....	11
(Customer added value)	
แผนภูมิที่ 2.2 แสดงมูลค่าที่ส่งมอบลูกค้า (Customer delivered value).....	12
แผนภูมิที่ 3.1 หน่วยที่อยู่อาศัยในโครงการเปิดตัวใหม่เขตกรุงเทพมหานคร.....	26
และปริมณฑล	
แผนภูมิที่ 3.2 จำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มขึ้นในเขตกรุงเทพมหานครและ.....	27
ปริมณฑลปี 2536-2545	
แผนภูมิที่ 3.3 จำนวนที่อยู่อาศัยในกทม.และปริมณฑล ปี 2536-2545 (ก.ย.).....	28
แผนภูมิที่ 3.4 เครื่องชี้ภาวะ “บ้านว่าง” จากสถิติการใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้า.....	29
นครหลวง ธ.ค. 39 - ก.ย. 45	
แผนภูมิที่ 3.5 ภาวะบ้านว่างจากการใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวง.....	30
ณ เดือน กันยายน 2545	
แผนภูมิที่ 5.1 สรุปผลการวิจัย.....	62
แผนภูมิที่ 5.2 ผลการศึกษา.....	63

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

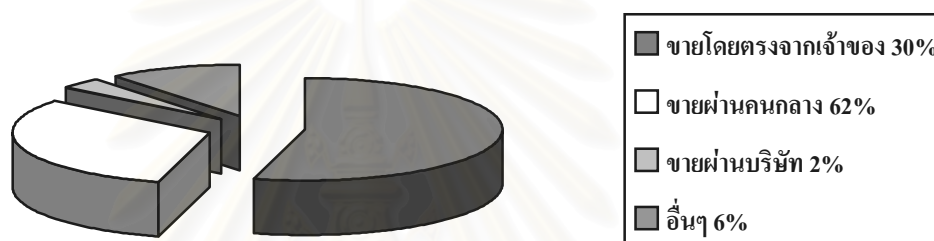
### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาสำคัญ

ในปี 2535 จนถึงปี 2539 เป็นยุคที่อสังหาริมทรัพย์เฟื่องฟูสุดขีด อัตราการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในยุคนั้นเติบโตสูงสุด ทำให้หลายๆ คนประสบความสำเร็จร่ำรวยในระยะเวลาอันสั้นจากยุคฟองสบู่และหลังจาก พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศ สถาบันการเงินหยุดการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โครงการต่างๆ ต้องหยุดดำเนิน กิจการ เนื่องจากขาดสภาพคล่อง โครงการบ้านจัดสรรต้องถูกทิ้งร้างผู้ประกอบการถูกฟ้องร้องจนหลายคนล้มละลายเป็นหนี้สินมากมาย ผลจากการผลิตสินค้าเกินความต้องการออกสู่ตลาดในยุคฟองสบู่ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539 นี้ มีทรัพย์สินรอการขายของธนาคารพาณิชย์ 13 แห่ง ณ เดือนมิถุนายน 2545 มีจำนวนรวมกัน 144,369 ล้านบาท และหากรวมทรัพย์สินที่รอการขายจากสถาบันการเงินอื่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ บริษัทเงินทุน บริษัทบริหารสินทรัพย์ สถาบันการเงินหรือ บบส. รวมทั้งทรัพย์สินในกระบวนการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดี ประมาณได้ว่าทั้งระบบมีไม่ต่ำกว่า 600,000 ล้านบาท ที่อยู่อาศัยที่สร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลรวมทั้งสิ้น 752,545 หน่วย หรือเฉลี่ยปีละ 150,000 หน่วย (พีรพัฒน์ วงศ์บุตร, วัฏจักรอาคารที่ดิน, กันยายน 2545: 60) จำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมดในตลาด (Housing Stock) ณ เดือนกันยายน 2545 มีจำนวน 17,301,351 หน่วย เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2544 ร้อยละ 2.3 ในจำนวนนี้เป็นที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด จำนวน 3,477,640 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 20.10 ของจำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมด (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2545) ในจำนวนดังกล่าวเป็นทั้งบ้านมือหนึ่งและบ้านมือสองรวมกัน ไม่มีหน่วยงานใดยืนยันได้ว่ามีบ้านมือสองอยู่ในตลาดจำนวนเท่าใด ธนาคารอาคารสงเคราะห์ใช้สถิติผู้ใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวงในเขตกรุงเทพฯ และ 2 จังหวัดปริมณฑล (นนทบุรีและสมุทรปราการ) เป็นเครื่องชี้วัดภาวะบ้านว่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ณ เดือนกันยายน 2545 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด 1,973,034 ราย เพิ่มขึ้นจากเดือนมิถุนายน 2545 ร้อยละ 1.08 หรือ 21,071 ราย ในจำนวนนี้คาดว่าจะจะเป็นบ้านว่าง 17.45 หรือ จำนวน 344,279 หน่วย เพิ่มขึ้นจากเดือนมิถุนายน 2545 ร้อยละ 0.44 หรือจำนวน 1,507 หน่วย ซึ่งบ้านว่างเหล่านี้พบมากในเขตมีนบุรี บางใหญ่ บางกะปิ และนนทบุรี (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2545)

จากผลการสำรวจของศูนย์วิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้ประมาณการจำนวนบ้านมือสองในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่พร้อมขายในตลาด ณ ต้นปี 2541 ว่ามีจำนวน 334,000 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นบ้านที่เสนอขายโดยตรงจากเจ้าของประมาณร้อยละ 30 เสนอขายผ่านคนกลางร้อยละ 62 และเป็นการเสนอขายผ่านบริษัทตัวแทนขายเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น (ศูนย์วิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์)

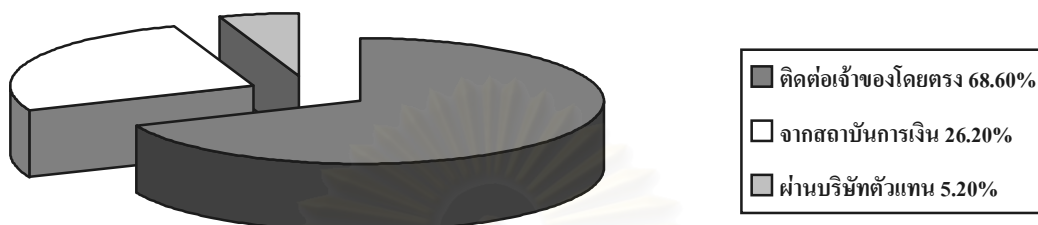
### แผนภูมิที่ 1.1 การซื้อบ้านมือสอง ณ ต้นปี พ.ศ. 2541



จำนวนบ้านมือสองพร้อมขายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ณ ต้นปี 2541

จากผลการวิจัยของภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ธันวาคม 2543 ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการบ้านมือสองของประชากรในพื้นที่ตอนเหนือของกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้สนใจซื้อบ้านมือสองภายใน 3 ปี จะทำการซื้อผ่านเจ้าของโดยตรง (ขายเอง) ร้อยละ 68.60 รองลงมาซื้อจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 26.20 และซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายร้อยละ 5.20 จากผลสำรวจของภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกี่ยวกับความต้องการบ้านมือสองของประชากรในพื้นที่ตอนเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้สำรวจข้อมูลด้านต่างๆ ของประชากรที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยในปี 2544 ครั้งที่ 3 พบว่า ผู้ที่มีปัญหาที่อยู่อาศัยสนใจและคิดจะซื้อบ้านมือสองที่เจ้าของนำออกขายเอง ร้อยละ 52.90 รองลงมาสนใจจะซื้อบ้านมือสองที่สถาบันการเงินนำออกประมูลขายร้อยละ 40.10 และสนใจจะซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายร้อยละ 7 (อีคอนนิวส์, 2544)

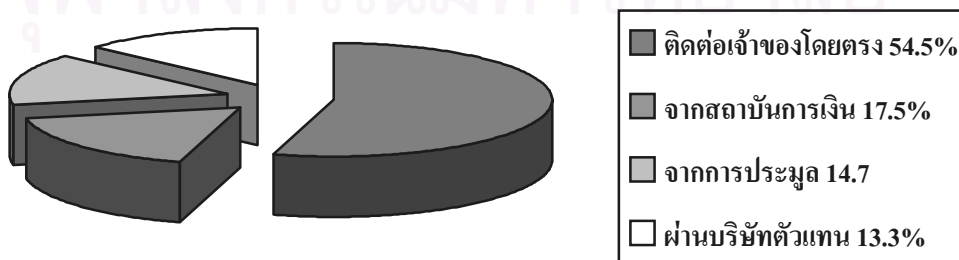
### แผนภูมิที่ 1.2 การซื้อบ้านมือสอง ปี พ.ศ. 2543



จำนวนการซื้อบ้านมือสองผ่านช่องทางการขายต่างๆ ปี 2543

ตลาดบ้านมือสองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2545 คาดว่ามีประมาณ 20,000-30,000 หน่วย และในจำนวนนี้มีการซื้อขายผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้ามีออาชีพ คาดว่าไม่ถึง 15% ส่วนใหญ่ทำการซื้อขายกันเอง หรือผ่านนายหน้าสมัครเล่นถึง 70% (ธนาคารอาคารสงเคราะห์\_2545) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ภาวะตลาดมือสองปี 2545-2546 ว่ามีมูลค่าตลาดในระดับ 20,000 ล้านบาทต่อปี และจากผลการสำรวจยังพบอีกว่าผู้ที่ซื้อบ้านมือสองใช้การติดต่อโดยตรงกับเจ้าของบ้าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.5 รองลงมาคือทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงินร้อยละ 17.5 การประมูลร้อยละ 14.7 และผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า 13.3 (ศูนย์วิจัยธนาคาร กสิกรไทย)

### แผนภูมิที่ 1.3 การซื้อบ้านมือสอง ปี พ.ศ. 2545



การซื้อบ้านมือสองผ่านช่องทางการขายต่างๆ ปี 2545

ตารางที่ 1.1 การเปรียบเทียบการขายบ้านมือสองด้วยวิธีการต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2545

ปี พ.ศ. 2541	ปี พ.ศ. 2543	ปี พ.ศ. 2545
ขายผ่านคนกลาง 62%	ขายตรงจากเจ้าของ 68.6%	ขายตรงจากเจ้าของ 54.5%
ขายตรงจากเจ้าของ 30%	ขายโดยสถาบันการเงิน 26.2%	ขายโดยสถาบันการเงิน 17.5%
โดยวิธีอื่นๆ 6%		ขายโดยการประมูล 14.7%
ขายผ่านบริษัทตัวแทนขาย 2%	ขายผ่านบริษัทตัวแทน 5.2%	ขายผ่านบริษัทตัวแทนขาย 13.3%

จากตารางข้างต้นเปรียบเทียบช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองด้วยวิธีการต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2545 พออธิบายได้ดังนี้

1. ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองโดยตรงจากเจ้าของยังคงมีจำนวนมากที่สุด และแนวโน้มจะลดลงเรื่อยๆ

2. ช่องทางการจำหน่ายโดยสถาบันการเงินอันเป็นเจ้าของทรัพย์สินเกิดขึ้นในปี 2543 จนถึงปัจจุบันและหลายสถาบันการเงินได้จัดตั้งบริษัทหรือหน่วยงานด้านการจัดการทรัพย์สินเหล่านี้เพื่อจำหน่ายแก่บุคคลทั่วไป

3. ช่องทางการจำหน่ายโดยการประมูลเป็นวิธีการใหม่สำหรับประเทศไทยที่เริ่มจะเป็นที่นิยมโดยทรัพย์สินที่ประมูลมีทั้งจากสถาบันการเงินที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินเอง และมาจากประชาชนที่ต้องการขายโดยการประมูล

4. ช่องทางการจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนขาย จะเห็นได้ว่ามีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จาก 2% ในปี 2541 เป็น 5.2% ในปี 2543 และ 13.3% ในปี 2545 นั้นแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการจำหน่ายในช่องทางนี้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ และน่าจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคตอันใกล้

จากสิ่งที่น่าสนใจข้างต้นโดยประเด็นของช่องทางการจัดจำหน่าย โดยบริษัทตัวแทนขายซึ่งมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับธุรกิจตัวแทนจำหน่ายบ้านมือสอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่ายังไม่เคยมีผู้ใดทำการศึกษามาก่อนจะได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย ตลอดจนศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบ้านมือสองผ่านตัวแทนขาย

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา

- 1) ศึกษากลุ่มผู้ที่ซื้อบ้านมือสองโดยการซื้อผ่านตัวแทนขาย โดยศึกษาเฉพาะที่ซื้อผ่านบริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนต์ จำกัด
- 2) การทำวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะบ้านมือสองประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ อาคารชุด และอาคารพาณิชย์

### 1.4 ข้อยกเว้นเบื้องต้น

ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสองตั้งแต่ช่วงระยะเวลา 1 มกราคม พ.ศ. 2545 – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2545 เท่านั้น เนื่องจากมีการจัดเก็บระบบข้อมูลตามระบบ ISO 9001:2000 ของบริษัท ในปี พ.ศ. 2545

### 1.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย

การสำรวจข้อมูลเบื้องต้น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการออกแบบสอบถาม และตอบแบบสอบถามโดยผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ

- ศึกษาแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลบ้านมือสองจากวิทยานิพนธ์ วารสาร นิตยสาร ตลอดจนหนังสือตำรา และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 1.6 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนต์ จำกัด ในปี พ.ศ.2545 เนื่องจากบริษัทนี้มีการจัดเก็บระบบข้อมูลตามระบบ ISO 9001:2000 ในปีดังกล่าว



### ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Nop) โดยกลุ่มประชากรจำนวน 240 ราย คำนวณจากสูตรของ Yamane ซึ่งการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้ค่าพารามิเตอร์ประมาณได้นี้คลาดเคลื่อนไปไม่เกิน  $\pm 5\%$  ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 150 ราย ค่ารายละเอียดต่อไปนี้

$$Nop = \frac{N}{1+NE^2}$$

Nop คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยประชากร 150 คน

N คือ จำนวนประชากรซึ่งได้แก่ 240 ราย

E คือ ขนาดความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ ในที่นี้คือ  $\pm 5\%$

$$\text{ฉะนั้น } Nop = \frac{240}{\{1+(240)(0.05)^2\}} = 150 \text{ กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้}$$

### 1.7 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีคำถามที่เป็นปลายเปิดและปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 17 ข้อ โดยมีรายละเอียดการสร้างดังต่อไปนี้

1. การกำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้จะครอบคลุมประเด็นต่างๆ และทำการถามแบบ Cross Check เพื่อยืนยันคำตอบ โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ซื้อบ้านมือสอง เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อครัวเรือน ทำเลของสถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของบ้านหลังเดิม เป็นข้อมูลบ้านหลังเดิมก่อนมาซื้อบ้านหลังปัจจุบันของผู้ตอบ แบบสอบถามซึ่งเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง ประเภทของบ้าน และปัญหาของบ้านหลังเดิมนี้นี้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของบ้านมือสองที่ซื้อ เป็นข้อมูลบ้านหลังใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยเกี่ยวกับ ทำเลที่ตั้ง ประเภทของบ้าน ราคาบ้าน วัตถุประสงค์ของการซื้อ เหตุผลที่ซื้อบ้านหลังนี้ และซื้อแล้วทำอะไรบ้างกับบ้านหลังนี้

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย เป็นข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเกี่ยวกับ การซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายซึ่งเกี่ยวข้องกับ ข้อพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านตัวแทนขาย การซื้อบ้านหลังต่อไป สิ่งที่คาดหวังในการซื้อบ้านมือสอง และการบริการหลังการขาย

2. ทำโครงสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแต่ละแบบสอบถามจะมีประเด็นเฉพาะมาปรับและสร้างแบบคำถามและตัวเลือก โดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง ตรงตามวัตถุประสงค์และทฤษฎี
3. พิมพ์แบบสอบถามและส่งรหัส (CODE) เพื่อการวิเคราะห์
4. ส่งแบบสอบถามและติดตามแบบสอบถามกลับคืนให้ผู้วิจัย

### 1.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปพบผู้ตอบแบบสอบถามตามรายละเอียดที่ได้รับจาก บริษัท ไรย์ล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนท์ จำกัด และได้ติดตามของแบบสอบถามกลับมาโดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอจดรายชื่อ ที่อยู่ ผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัท ไรย์ล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนท์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ซื้อตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2545 โดยมีรายชื่อจำนวน 150 ราย

ขั้นที่ 2 ส่งแบบสอบถามโดยเจ้าหน้าที่ 5 คน โดยเริ่มส่งตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2546 และนำกลับมาให้ทั้งสิ้น 150 ราย ครบตามจำนวนที่ส่งในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2546

### 1.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

ได้รวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและได้วิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาเพื่อทำการคัดเลือกตรวจสอบคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ ซึ่งพบว่าแบบสอบถามสามารถนำไปวิเคราะห์ได้จริงครบจำนวน 150 ชุด

2. ได้ทำการลงรหัส (CODE) ลงในแบบสอบถามทุกชุด

3. ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับคำถามปลายเปิด

4. ได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Release 11.0.1 ดังนี้

- 4.1 ค่าสถิติบรรยาย (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เป็นตัวอธิบาย

- 4.2 วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สำคัญในรูปตารางความสัมพันธ์ (Crosstab)

5. ได้วิเคราะห์จากข้อมูลทฤษฎีประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

6. ได้ทำการวิเคราะห์ ประมวล และสรุปผลการศึกษา โดยนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการบรรยายตามตาราง แผนภูมิ แผนที่ และแผนผังการศึกษา

### 1.10 แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม จากผู้ซื้อบ้านมือสองผ่าน บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทแทนด์ จำกัด ในปี พ.ศ. 2545
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย
  - 2.1 ข้อมูลจากแบบสอบถาม
  - 2.2 ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ ได้แก่
    - วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
    - นิตยสาร HOME BUYERS' GUIDE
    - นิตยสารวิญจักรอาคารที่ดิน
    - นิตยสารวิญสารอาคารที่ดิน
    - นิตยสาร ตลาดบ้าน
    - วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์
    - หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์
    - วารสารสมาคมตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์
    - หอสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
    - บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด

### 1.11 นิยามศัพท์

นิยามศัพท์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่

บ้านมือสอง	หมายถึง	บ้านที่มีการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของมากกว่า 1 ครั้ง
บ้านเดิม	หมายถึง	บ้านหลังเดิมที่เคยอยู่อาศัยมาก่อนที่จะย้ายเข้ามาอยู่ในบ้านหลังปัจจุบัน
บริษัทตัวแทนขาย	หมายถึง	บริษัทนายหน้ามืออาชีพที่รับขายบ้านโดยเป็นตัวกลางในการซื้อขาย เป็นผู้ดำเนินการให้เกิดการซื้อขายจนลุล่วงแล้ว จะได้ค่าตอบแทนการดำเนินการน้อยกว่าค่านายหน้า หรือ คอมมิชชั่น
บ้านมือสองที่ซื้อ	หมายถึง	บ้านหลังปัจจุบันที่ได้ทำการซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย ซึ่งเป็นบ้านที่ได้อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

### 1.12 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อใช้ข้อมูลไปพัฒนาตลาดธุรกิจ บริษัทตัวแทนขายบ้านมือสอง ให้มีขีดความสามารถทัดเทียมช่องทางการขายประเภทอื่นๆ
- 2) เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาทั้งด้านระบบและบุคลากร บริษัทตัวแทนขายบ้านมือสองในด้านการจัดการ การเก็บข้อมูล การสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค การบริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดผลต่อวิชาชีพในอนาคตให้มากขึ้น
- 3) เพื่อให้เกิดมาตรฐานแก่วิชาชีพตัวแทนนายหน้า อันจะนำไปสู่ขบวนการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อมีการซื้อขายผ่านบริษัทตัวแทนขายต่อไป
- 4) เพื่อให้เกิดระบบการซื้อขายที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ทำให้ภาครัฐมีรายได้จากภาษีการซื้อขาย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ซื้อบ้านมือสองที่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายมีแนวคิดหรือเหตุผลจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย สามารถจำแนกเป็นหัวข้อได้ดังนี้

#### แนวคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัย

##### พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยและแนวคิดเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง

Brain Goodal (Brain Goodal 1974 : 151-161) กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่า ผู้อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการคือ

1. ลักษณะบ้าน ได้แก่ ความเก่าใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดครอบครัว และคุณสมบัติของส่วนประกอบภายในบ้าน
2. ลักษณะของชุมชน ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับตนเอง
3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้นๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

Becker (1977) ได้อธิบายว่า ผู้อยู่อาศัยมีความพอใจที่อยู่ในปัจจุบันได้แม้ว่า จะไม่ตรงกับบ้านในอุดมคติ ผู้อยู่อาศัยจะประเมินที่อยู่อาศัยด้วยปัจจัย 3 ประการคือ

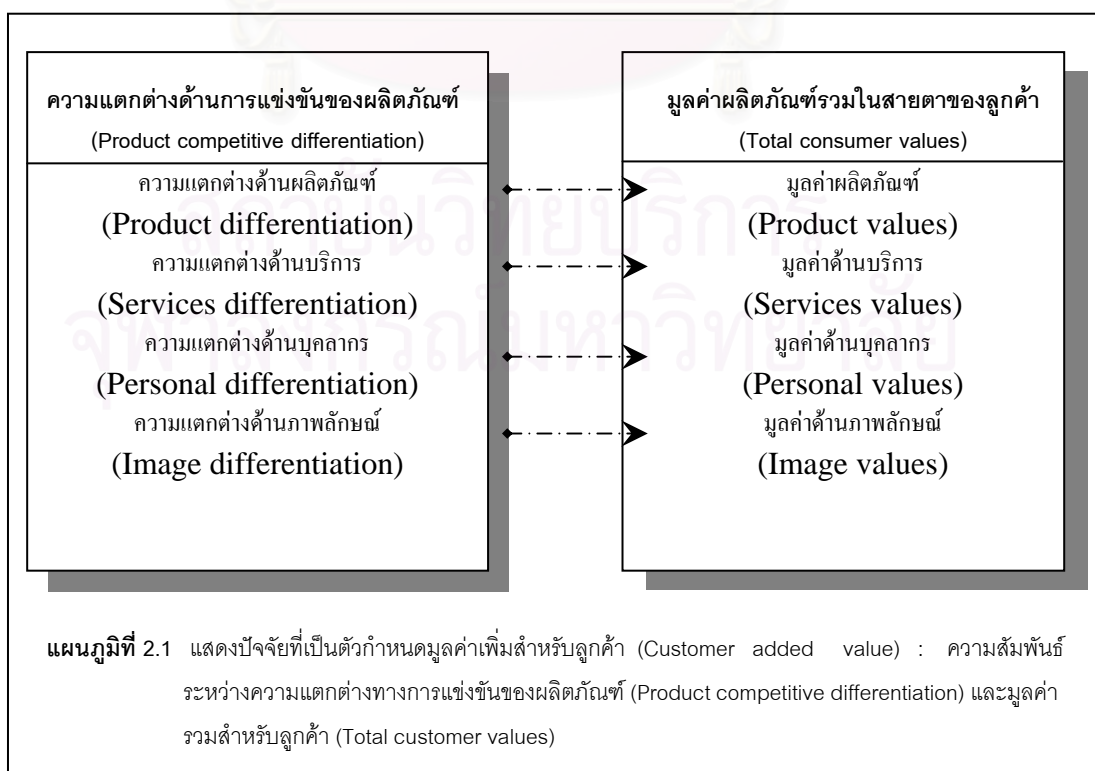
1. ภาพพจน์บ้านในอุดมคติ
2. เงื่อนไขตามสภาพการณ์
3. กลไกการแก้ไขปัญหาตัวบุคคล

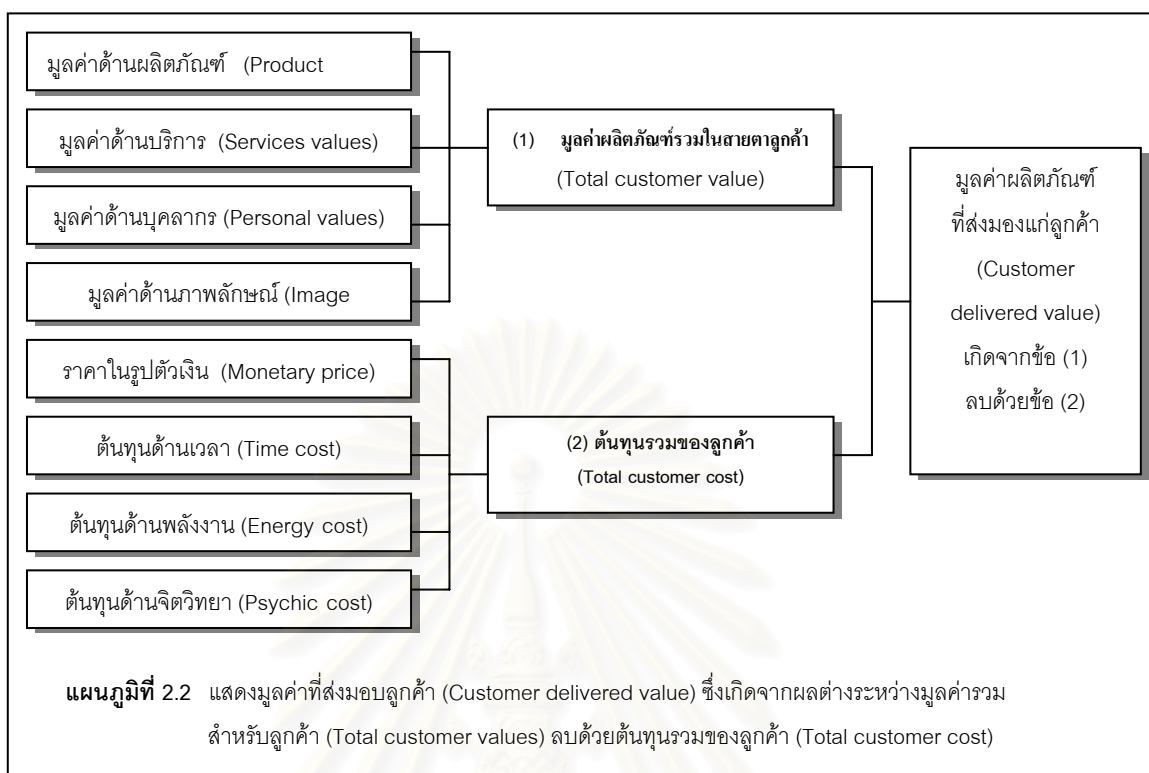
ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 1994 : 98) ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์ความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้าง มูลค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างมูลค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต

(Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) มูลค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) มูลค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product competitive differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่งและความแตกต่างนั้นจะต้องมีมูลค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย (1) ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) (2) ความแตกต่างด้านบริการ (Services differentiation) (3) ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal differentiation) (4) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation) ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดมูลค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value) ดังแผนภูมิที่ 2.1

มูลค่ารวมสำหรับลูกค้า (Total customer values) เป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง มูลค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกันคือ มูลค่าด้านผลิตภัณฑ์ มูลค่าด้านบริการ มูลค่าด้านบุคลากร และมูลค่าด้านภาพลักษณ์ มูลค่าทั้ง 4 รวมเรียกว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า ดังแผนภูมิที่ 2.1





### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากวิทยานิพนธ์ของ อุวีวรรณ เด่นไพบูลย์ (2536) เรื่องปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร

สรุปปัจจัยที่ใช้ในการเลือกตัดสินใจซื้อได้ดังนี้

1. ความสามารถจ่ายของผู้ซื้อ
2. ที่ตั้งโครงการ
  - ใกล้ที่ทำงาน
  - ใกล้ถนนใหญ่
  - ใกล้บ้านพ่อแม่-ญาติ
  - ต้องการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์

จากวิทยานิพนธ์ของ สมถวิล แซ่ลี่ (2539) เรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อและขายบ้านมือสองในเขตบางกะปิ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ เรียงตามลำดับดังนี้
  - ทำเลที่ตั้ง
  - ราคา

- การเดินทางสะดวก
  - สภาพบ้าน
  - เข้าอยู่ได้ทันทีและสภาพแวดล้อม
2. ปัจจัยในการตัดสินใจขายบ้านมือสอง เรียงตามลำดับดังนี้
- นำเงินไปซื้อบ้านใหม่
  - ขายได้ราคาดี
  - มีภาระค่าใช้จ่ายมาก

จากวิทยานิพนธ์ของ บุศรินทร์ ตริระพงษ์พิชิต (2542) เรื่องการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสองของนายหน้าดังนี้
  - 1.1 ใช้สิ่งพิมพ์เฉพาะและติดตั้งป้ายหน้าบ้านที่จะขาย
  - 1.2 ใช้ระบบการขายจากต่างประเทศ
2. เจ้าของบ้านมือสองนิยมใช้บริการนายหน้าให้ขายให้มากขึ้น ดังนี้
  - 2.1 มีเทคนิคการขาย
  - 2.2 มีรายการบ้านฝากขายให้เลือก
  - 2.3 เข้าถึงผู้ซื้อสูงกว่า
  - 2.4 เจ้าของบ้านไม่เสียเวลา
3. สาเหตุที่ผู้ซื้อบ้านมือสองในปัจจุบันดังนี้
  - 3.1 ต้องการเลือกเพื่อนบ้าน
  - 3.2 ชุมชนและสิ่งแวดล้อม
  - 3.3 เห็นสภาพบ้านในปัจจุบัน
4. สาเหตุของการขายบ้านมือสองดังนี้
  - 4.1 ต้องการเงินต้นหมุนเวียน
  - 4.2 รายได้ลดลงจนผ่อนต่อไปไม่ได้
  - 4.3 เศรษฐกิจซบเซา

### ประเภทบ้านมือสอง

บ้านมือสอง (Resale home/Second hand home) ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ หมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายที่อยู่อาศัยทุกประเภท (บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด, ทาวน์เฮ้าส์, หอชุด อาคารพาณิชย์) ทั้งบ้านใหม่และบ้านเก่า ไม่ว่าจะเป็นผู้อยู่อาศัยหรือไม่ก็ตาม ที่เจ้าของ (ไม่ใช่ผู้ประกอบการ) ต้องการขายต่อแก่ผู้อื่น ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้



1. บ้านมือสองที่มีการเช่าอยู่อาศัย (Occupied Housing Units) หมายถึงบ้านที่ผ่านการเช่าอยู่อาศัยมาก่อนแล้ว ไม่ว่าจะนานเพียงใดก็ตาม เช่น 1-2 ปี หรือ 10-20 ปี หรืออาจจะมากกว่า 20 ปี ขึ้นไปก็ได้ ดังนั้น บ้านมือสองที่มีการอยู่อาศัยอาจจะมีสภาพใหม่เอี่ยม เพราะมีอายุไม่นานหรืออาจเป็นบ้านเก่า ที่ชำรุดทรุดโทรมเพราะอยู่อาศัยมายาวนานแล้วก็ได้ บ้านเหล่านี้อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ตามลักษณะผู้อยู่อาศัย ได้แก่
  - 1.1 บ้านที่เจ้าของอยู่เอง หรือให้ญาติพี่น้องอยู่อาศัย แต่จำเป็นต้องขายออกไป เนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่น อาจประสบปัญหาทางการเงิน ไม่สามารถรับภาระผ่อนบ้านต่อไปได้ หรือมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายอย่างเร่งด่วนด้วยสาเหตุต่างๆ หรืออาจต้องการเปลี่ยนบ้านไปอยู่ใกล้ที่ทำงานมากขึ้นหรือบ้านหลังเดิมคับแคบ เนื่องจากสมาชิกครอบครัวเพิ่มมากขึ้น หรืออาจจะเบื่อหน่ายบ้านเดิม เนื่องจากสภาพตัวบ้านที่ทรุดโทรมเก่าแก่ ไม่แข็งแรงสวยงาม หรืออาจจะไม่พอใจอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง เป็นต้น
  - 1.2 บ้านให้ผู้อื่นเช่าอยู่ บ้านเหล่านี้มักจะมาจากการซื้อนักลงทุนระยะยาว ซึ่งซื้อไว้เพื่อหารายได้จากค่าเช่า หรือบ้านที่นักเก็งกำไรซื้อไว้ในอดีตช่วงตลาดบูม เพื่อแสวงหากำไร แต่ยังไม่ขายต่อไม่ได้ จึงให้เช่าไปพลางก่อน แต่ปัจจุบันเห็นว่าไม่คุ้มค่าเช่า จึงต้องการขายต่อ
2. บ้านมือสองที่ยังไม่มีการเช่าอยู่อาศัย (Unoccupied Housing Units) หมายถึงบ้านหรือห้องชุดที่ยังไม่มีการอยู่อาศัยมาก่อน ซึ่งมี 2 ลักษณะ ได้แก่
  - 2.1 บ้านยังสร้างไม่เสร็จ ได้แก่ บ้านที่มีการจองซื้อแล้ว อยู่ระหว่างการผ่อนดาวน์กับเจ้าของโครงการ และเป็นบ้านที่ยังสร้างไม่เสร็จ (ผู้ซื้อยังไม่ได้รับโอน) แต่ประสงค์จะขายต่อ เพื่อหวังเก็งกำไร หรือขายด้วยความจำเป็นอื่นๆ
  - 2.2 อาคารไร้ผู้อยู่อาศัย (บ้านว่าง) ได้แก่ บ้านที่สร้างเสร็จแล้ว และผู้ซื้อโอนกรรมสิทธิ์จากโครงการแล้ว แต่ไม่เช่าอยู่อาศัย ปล่อยให้ว่างไว้ และต้องการขายแก่ผู้อื่น

### กระบวนการตลาดอสังหาริมทรัพย์

ในกระบวนการตลาดนั้น หลักสำคัญที่สุดคือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้มีการซื้อขายกัน โดยเร็วที่สุดและเป็นที่ยอมรับซึ่งกันและกันทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวอีกนัยหนึ่งในฝ่ายผู้ขาย ทำอย่างไรจึงจะขายดีที่สุดและได้กำไรสูงสุด ในทางกลับกันสำหรับผู้ซื้อ ทำอย่างไรจึงจะได้ของดีที่สุดในราคาถูกที่สุด ดังนั้น ในกระบวนการตลาด บุคคลทั้งสองฝ่าย จึงต่างก็หาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของตน

ในปัจจุบันนี้ การซื้อขายทรัพย์สินมักจะกระทำกันโดย 4 วิธี คือ

1. การซื้อขายโดยตรง ระหว่างเจ้าของกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งเราพบเห็นกันอยู่เสมอในตลาดทั่วไป สำหรับในตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การซื้อขายกันระหว่างเจ้าของโครงการหมู่บ้านจัดสรร กับลูกค้าโดยตรง หรือเจ้าของบ้าน หรือที่ดินรายย่อยได้ประกาศขายบ้านหรือที่ดินของตน โดยติดป้ายว่า “โปรดติดต่อโดยตรง ไม่รับผ่านนายหน้า” เป็นต้น การซื้อขายโดยตรงระหว่างเจ้าของกับผู้ซื้อ ยังคงเป็นที่นิยมกันมากในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทย
2. การซื้อขายผ่านพ่อค้า (Dealers) ได้แก่การซื้อขายสินค้าที่กระทำผ่านพ่อค้าที่ไม่ใช่ผู้ผลิตโดยตรง พ่อค้านั้นอาจจะอยู่ในรูปบริษัท ห้างหุ้นส่วน หรืออาจเป็นการดำเนินการในนามของบุคคลแต่ผู้เดียว การซื้อขายลักษณะนี้ พ่อค้าจะเป็นเจ้าของสินค้า ซึ่งมีความเสี่ยงในผลกำไรและขาดทุนเองตามภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การขายผ่านพ่อค้ามักเป็นที่นิยมในสินค้าอุปโภคบริโภคหรือการขายปลีกโดยทั่วไป แต่ในวงการอสังหาริมทรัพย์ การซื้อขายลักษณะนี้ไม่เป็นที่นิยมกัน จะมีบ้างก็แต่พ่อค้าที่ดินที่เป็นนักเก็งกำไร (Land Speculator) ที่กว้านซื้อที่ดินราคาถูกแถบชานเมืองที่คาดว่าถนนจะตัดผ่านหรือต่อไปจะเป็นย่านความเจริญ และจะปล่อยขายเมื่อได้ราคาดี
3. การซื้อขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ได้แก่ การซื้อขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตหรือเจ้าของทรัพย์สิน กับผู้ซื้อสินค้า โดยตัวแทนจำหน่ายจะรับค่าคอมมิชชั่นเป็นผลตอบแทน ซึ่งตัวแทนเหล่านี้ มักจะมีอำนาจในการวางแผนการตลาด การกำหนดเงื่อนไขการขายและการต่อรองราคาได้เอง รวมทั้งการส่งมอบสินค้าและการรับชำระเงินจากลูกค้าด้วยในตลาดซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ความนิยมในการขายผ่านตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ ได้เริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะการขายบ้านจัดสรร ที่เจ้าของโครงการได้มอบอำนาจในการขายแก่ตัวแทนที่เป็นบริษัทที่ชำนาญด้านการตลาดและการขายโดยตรงเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้เพราะเห็นว่าตนเองถนัดในเรื่องการลงทุนและการผลิตเท่านั้น ส่วนการขายหากจะดำเนินการเองก็อาจจะล้มเหลว หรือไม่มีประสิทธิภาพ ผู้ผู้ที่ถนัดด้านนี้โดยตรงไม่ได้
4. การซื้อขายผ่านนายหน้า (Brokers) ได้แก่ การซื้อขายโดยอาศัยนายหน้าเป็นคนกลางชี้ช่องหรือจัดการให้ผู้ขายได้เข้าทำสัญญากัน ทั้งนี้โดยผู้ขายหรือผู้ซื้อให้ค่าคอมมิชชั่นแก่นายหน้าเป็นการตอบแทนเมื่อมีการทำสัญญาซื้อขายกันสำเร็จการซื้อขายผ่านนายหน้าได้มีการทำมานานแล้ว แม้บางคนอาจจะต้องการซื้อขายโดยตรงเพราะคิดว่าจะได้ราคาดีกว่า เนื่องจากไม่ต้องเสียค่านายหน้ามากกว่าการซื้อขาย

สินค้าอื่นใดและบทบาทของนายหน้า ก็กำลังทวีความนิยมมากขึ้นตามลำดับในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทย

### ช่องทางจำหน่ายบ้านมือสองในปัจจุบัน

บ้านมือสองในปัจจุบันมีช่องทางการขายหลายรูปแบบ ดังนี้

1. เจ้าของขายเอง เจ้าของทรัพย์สินดำเนินการติดต่อหาผู้ซื้อเอง เช่น เจ้าของบ้านติดป้ายบอกขายหน้าบ้านโดยไม่มีค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาหรือค่านายหน้า เจ้าของบ้านบางรายอาจขายผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ นิตยสารเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน เป็นต้น
2. ขายผ่านคนกลาง เจ้าของทรัพย์สิน จะใช้วิธีการฝากขายผ่านผู้อื่น ได้แก่
  - 2.1 การฝากเพื่อนบ้าน หรือบอกกล่าวญาติมิตร โดยหากขายได้มักจะมีการจ่ายค่าสมนาคุณ หรือค่าตอบแทนให้ตามสมควร ทั้งนี้ โดยไม่มีการทำสัญญานายหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรแต่ประการใด
  - 2.2 การขายผ่านนายหน้าทั่วไป ได้แก่การขายโดยอาศัยผ่านคนกลางที่ทำงานเป็นนายหน้าโดยอาจเป็นนายหน้าสมัครเล่นหรือนายหน้าอาชีพอิสระ ทั้งนี้ หากขายได้จะมีการจ่ายค่าบำเหน็จนายหน้าให้
  - 2.3 การขายผ่านบริษัทนายหน้า ได้แก่ การทำสัญญาฝากขายกับบริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Broker Company) หรือบริษัทตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Agent) ซึ่งบริษัทเหล่านี้ อาจเป็นบริษัทที่ดำเนินการโดยอิสระเป็นเอกเทศ หรืออาจเป็นบริษัทที่ดำเนินการในระบบแฟรนไชส์ หรือ ระบบเครือข่ายที่มีบริษัทแม่เป็นศูนย์กลาง (Multi Listing Agency)
  - 2.4 ขายโดยผ่านวิธีการประมูล ได้แก่ การประมูลขายทอดตลาดทรัพย์สินของหน่วยงานของรัฐ สถาบันการเงินและบริษัทประมูลเอกชน เช่น กรมบังคับคดี, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารนครหลวงไทย, บริษัทสหการประมูล เป็นต้น

### ธุรกิจนายหน้า (Real Estate Broker)

นายหน้า คืออาชีพที่เป็นตัวกลางในการประสานประโยชน์ให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย ในสหรัฐอเมริกา นายหน้ามีสิทธิและหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และต่อผู้ร่วมอาชีพด้วยกัน อาชีพนายหน้าอสังหาริมทรัพย์สามารถแบ่งประเภทออกมาได้ดังนี้

1. ขายที่ดิน (Land Sales)
2. ขายและเช่าปลีกที่อยู่อาศัย (Retail Residential Sales And Leasing)

3. ขายและเช่าโครงการ (Project Sales And Leasing)
4. ขายและเช่าด้านพาณิชย์ (Commercial Sales And Leasing)
5. ขายและเช่าด้านอุตสาหกรรม (Industrial Sales And Leasing)

นายหน้าในยุคโลกาภิวัตน์อย่างเช่นในสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งหน้าที่ออกมาได้ตามความถนัดและความต้องการเป็น 3 รูปแบบคือ

1. นายหน้ารับฝากขาย (Listing Broker)
2. นายหน้าหาผู้ซื้อ (Selling Broker)
3. ทั้งนายหน้ารับฝากขายและนายหน้าหาผู้ซื้อ (Listing And Selling Broker)

### นิยามนายหน้า (Brokerage Defined)

ธุรกิจที่นำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันในการซื้อขายสินค้าในตลาด เรียกว่า นายหน้า (Brokerage) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเรียกใช้บริการจากนายหน้า เพื่อความสะดวกในการดำเนินการติดต่อซื้อขาย ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นายหน้าถือเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตในการดำเนินการขาย ซื้อ แลกเปลี่ยนหรือให้เช่า อสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ต้องการใช้บริการ โดยมีค่าตอบแทนการบริการหรือค่าคอมมิชชั่น ซึ่งค่าคอมมิชชั่นนี้ นายหน้าจะได้รับหลังจากดำเนินการสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ

### ทฤษฎีนายหน้า (The Broker)

เอ็ดมันด์ เอฟ. พีเชค, โทมัส เฮนเดอร์สันและ รอส จอห์นสัน กล่าวไว้ว่านายหน้าอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นผู้ให้บริการแก่สองบุคคล ได้แก่ เจ้าของกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ที่ฝากขายและผู้ที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ต่อ การขายนั้นขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกฝ่าย ได้แก่เจ้าของบ้านที่มาใช้บริการฝากขายบ้านกับนายหน้า ผู้ซื้อ โดยนายหน้านั้นจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงานนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง, การตีค่าอสังหาริมทรัพย์, การโอนกรรมสิทธิ์, สภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับคุณภาพในการก่อสร้างและการหาแหล่งสินเชื่อที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ จะต้องมีความสามารถในการจัดการและความสามารถในการขาย เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ตามที่ผู้ซื้อและเจ้าของบ้านที่ฝากขายต้องการ

นายหน้าสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท โดยพิจารณาจากประเภทของอสังหาริมทรัพย์และประเภทของการบริการ อาทิ นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย จะเชี่ยวชาญเฉพาะที่อยู่อาศัยรูปแบบต่างๆ เป็นต้น นายหน้าบางประเภทจะเชี่ยวชาญในกิจกรรมอื่นที่ไม่ใช่

การขาย เช่น การหาผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์, หาสินเชื่อที่อยู่อาศัย หรือแลกเปลี่ยนอสังหาริมทรัพย์ ค่าบริการหรือค่าคอมมิชชั่น (Commission Fee) เป็นรายได้ที่นายหน้าได้รับจากการบริการ จากผู้ซื้อหรือผู้ฝากขาย ซึ่งค่าบริการนี้ส่วนใหญ่จะคิดตามมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ที่ขาย ซึ่งจะมีการระบุไว้ในสัญญาถึงความรับผิดชอบทั้งผู้ซื้อและผู้ฝากขายในกรณีที่มีการขายเกิดขึ้น ในกรณีที่นายหน้าให้บริการหาผู้เช่า โดยมากจะได้รับค่าคอมมิชชั่นคิดตามร้อยละของค่าเช่าแต่ละเดือนตามที่ตกลงหรือให้เท่ากับค่าเช่าหนึ่งเดือน

ขณะเดียวกัน ถึงแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะเข้าใจว่านายหน้าเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้ฝากขายในการพยายามขายบ้านที่รับฝากมาให้ได้มากที่สุด แต่มีนายหน้าบางแห่งที่ตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้เสาะหาอสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ต้องการซื้อโดยเฉพาะ ซึ่งผู้ซื้อจะเป็นผู้จ่ายค่าคอมมิชชั่น หรือในบางกรณีนายหน้าที่ทำหน้าที่หาซื้ออสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ซื้อจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากผู้ฝากขายบ้านด้วยโดยแบ่งคนละครึ่งกับนายหน้าที่รับฝากขายบ้าน

หน้าที่ของนายหน้าผู้ให้บริการผู้ซื้อประกอบไปด้วย

1. แจ้งผู้ขายถึงเงื่อนไขทางการตลาด
2. หาอสังหาริมทรัพย์ตามที่ผู้ซื้อต้องการ
3. สัมภาษณ์หาสินค้า
4. ให้คำแนะนำ เสนอแนะเกี่ยวกับการเจรจาซื้อขาย
5. จัดหาแหล่งสินเชื่อ

### นายหน้ารับฝากขาย (Listing Broker)

มีคำกล่าวโดยนายหน้ามืออาชีพชาวอเมริกันที่ว่า “ผู้ที่ควบคุมสินค้า เป็นผู้ควบคุมตลาด” (The One Who Controls Listings, Controls The Market)

นายหน้าในยุคไฮเทคสามารถทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายจากลูกค้า เมื่อได้รับฝากขายเป็นที่เรียบร้อยก็จะทำการส่งรายการสินค้านี้เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ (Computer On-Line) โดยการกรอกข้อมูลสินค้าที่ประกาศขายให้ละเอียดที่สุด เพื่อความสะดวกแก่นายหน้าอื่นๆ ในการรับข้อมูล นายหน้าโดยทั่วไปในอเมริกา จะเป็นสมาชิกของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ออนไลน์เดียวกัน

การรวมตัวของนายหน้า ไม่ว่าจะเป็นนายหน้าแฟรนไชส์หรือนายหน้าอิสระ ก็ร่วมมือกันในการป้อนข้อมูลสินค้าประกาศขายเข้าไปในศูนย์ข้อมูลเดียวกัน (Central Data Base)

นอกจากนั้น Listing Broker ก็ยังต้องทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย และทำการชักชวนให้นายหน้าอื่นๆ ติดต่อพาลูกค้าไปดูบ้านหรือที่ดินที่ตนมีอยู่ เพื่อให้เกิดการซื้อขายให้เร็วที่สุด โดยการร่วมมือจากกองทัพนายหน้าที่อยู่ในระบบเครือข่ายเดียวกันทั้งหมด

## ชนิดของการมอบหมายการขายหรือสัญญาขายหน้า

การมอบหมายการขายอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก เนื่องจากการนำเอาวิวัฒนาการของต่างประเทศ เช่นในอเมริกาเข้ามาใช้ โดยสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ อีกทั้งบริษัทนายหน้าแฟรนไชส์ จึงทำให้มีความก้าวหน้าในด้านการทำธุรกิจ โดยเฉพาะนายหน้าที่ได้รับการอบรมมาจากสถาบันและองค์กรดังกล่าวข้างต้น

การมอบหมายการขายหรือสัญญาขายหน้า แบ่งออกมาได้เป็นหลายชนิดด้วยกัน อันได้แก่

1. นายหน้าปากเปล่า (No Listing)
2. นายหน้าสุทธิ (Net Listing)
3. นายหน้าเปิด (Non-Exclusive หรือ Open Listing)
4. นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว แต่เจ้าของคงสิทธิไว้ขายเอง (Exclusive Agency Listing)
5. นายหน้าแต่เพียงผู้เดียวหรือมีเอกสิทธิ์ (Exclusive Right To Sell Listing)

### นายหน้าปากเปล่า (No Listing)

การมอบหมายให้ขายโดยวาทะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันทั่วไป ในสังคมนายหน้าของประเทศไทย วิธีนี้เป็นวิธีที่ปฏิบัติกันมาช้านาน ทำให้เกิดการเข้าใจผิดและสร้างปัญหาให้แก่สังคมเป็นอย่างมาก

ผู้ขายไม่ได้มีข้อผูกมัดใดๆ ทั้งสิ้นในการประกาศขายในราคาที่ระบุไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งไม่มีหลักฐานในการมอบหมายให้นายหน้ารายใดในการประกาศขาย จึงส่งผลไปสู่ข้อพิพาทและคดีความกันอยู่เนืองนิจ เป็นวิธีโบราณที่ควรได้รับการเปลี่ยนแปลง

### นายหน้าสุทธิ (Net Listing)

การมอบหมายให้ขายในลักษณะของการขายแบบนายหน้าสุทธิก็เป็นวิธีที่สร้างปัญหาให้แก่สังคมกล่าวคือ ผู้ขายจะตกลงขายและรับเงินในราคาที่ประกาศขาย นายหน้าจะต้องไปบวกค่าบำเหน็จเองตามความต้องการ

วิธีการขายเช่นนี้ สร้างให้เกิดผลเสียหลายด้าน หากนายหน้าขายได้ราคาสูงมาก ผู้ขายก็เสียเปรียบ ในขณะที่ผู้ซื้อก็เสียเปรียบ นายหน้าจะได้ผลประโยชน์มากที่สุด เป็นการไม่ยุติธรรมต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และส่งเสริมให้นายหน้าประกอบอาชีพโดยขาดจรรยาบรรณในการรักษาผลประโยชน์แก่ผู้บริโภค

### นายหน้าเปิด (Non-Exclusive หรือ Open Listing)

วิธีการมอบหมายให้ขายแบบนายหน้าเปิด ผู้ขายมอบหมายให้นายหน้าทุกคนที่พบเห็นในการทำการขาย โดยไม่มีการจำกัดจำนวนนายหน้า

วิธีดังกล่าวนี้ สร้างให้เกิดความสับสนแก่นายหน้าหลายๆ คน ในทำนองเดียวกัน ก็ทำให้เกิดกรณีพิพาทในด้านการแบ่งค่าบำเหน็จ หรือนายหน้าคนใดจะได้ค่าบำเหน็จเมื่อขายได้ การมอบหมายเช่นนี้ก็ไม่ส่งเสริมกระตุ้นให้นายหน้าเกิดความกระตือรือร้นในการขาย เนื่องจากไม่มีเอกสิทธิ์ จึงไม่ต้องการลงทุนลงแรงในการทำการตลาดและการขาย

### **นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว แต่เจ้าของคงสิทธิไว้ขายเอง (Exclusive Agency Listing)**

สัญญาหน้านาชนิดนี้ มอบหมายให้นายหน้ารายหนึ่งรายใดทำการขายโดยได้รับเอกสิทธิ์ หมายถึง นายหน้าคนอื่นจะขายไม่ได้ ในขณะเดียวกัน ผู้ขายคงสิทธิในการขายให้ผู้ซื้อด้วยตนเองได้ โดยห้ามขายผ่านนายหน้าผู้อื่น

วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีกว่าวิธีอื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้น แต่เป็นการเสี่ยงสำหรับนายหน้าที่จะต้องลงทุนลงแรงไปในการทำการตลาดและส่งเสริมการขาย หากผู้ซื้อทราบบ้างแอบไปติดต่อผู้ขายโดยตรง นายหน้าผู้นั้นก็จะเสียประโยชน์

### **นายหน้าแต่เพียงผู้เดียวหรือมีเอกสิทธิ์ (Exclusive Right To Sell Listing)**

สัญญาหน้านาชนิดนี้ดีที่สุดสำหรับทั้งนายหน้า สำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย ด้วยสาเหตุหลายประการ

1. นายหน้าเกิดความกระตือรือร้นในการทำหน้าที่และลงทุนลงแรงในการขาย Listing
2. ไม่มีความเข้าใจผิดเรื่องราคา และเงื่อนไขต่างๆ
3. ผู้ขายมีความตั้งใจจริงในการขาย
4. ผู้ซื้อเชื่อมั่นในความตั้งใจจริงของผู้ขาย
5. ผู้ซื้อเชื่อมั่นว่าไม่ถูกนายหน้าหลอกและบิดเบือนความเป็นจริง
6. ราคาขายไม่มีการบวก
7. นายหน้าได้ค่าบำเหน็จ เป็นอัตราส่วนจากราคาขายจริง
8. นายหน้าสามารถบริหารการขายตรงต่อผู้บริโภคด้วยความเชื่อมั่น
9. นายหน้าสามารถทำการส่งเสริมการขายผ่านสมาชิกนายหน้าจำนวนมาก ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์
10. นายหน้าสามารถแบ่งค่าบำเหน็จกันได้อย่างความเชื่อมั่น
11. เป็นวิธีการขายที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่สุด
12. เป็นประโยชน์ที่สุดสำหรับ ผู้ขาย ผู้ซื้อ และนายหน้า

## การให้ลูกค้าฝากขาย (Taking a Listing)

การให้ลูกค้าฝากขาย นายหน้าต้องใช้ความเป็นมืออาชีพและกลยุทธ์ต่างๆ ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ขาย โดยใช้ประสบการณ์และหลักวิชาการที่มีเหตุผลเข้ามาประกอบดังต่อไปนี้

### 1. การตรวจสอบสภาพของ Listing (Inspection)

การตรวจสอบสภาพบ้านและที่ดิน เป็นวิธีที่จะให้ประโยชน์แก่นายหน้าดังนี้

- เข้าใจสินค้าที่ขาย
- รู้จุดเด่นและจุดด้อย
- รู้สภาพแวดล้อม
- เปรียบเทียบคุณภาพและราคา
- คู่มากจะรู้มาก
- ได้ข้อมูลที่ละเอียดสำหรับผู้ซื้อ

### 2. รวบรวมรายละเอียดของ Listing (Listing Check List)

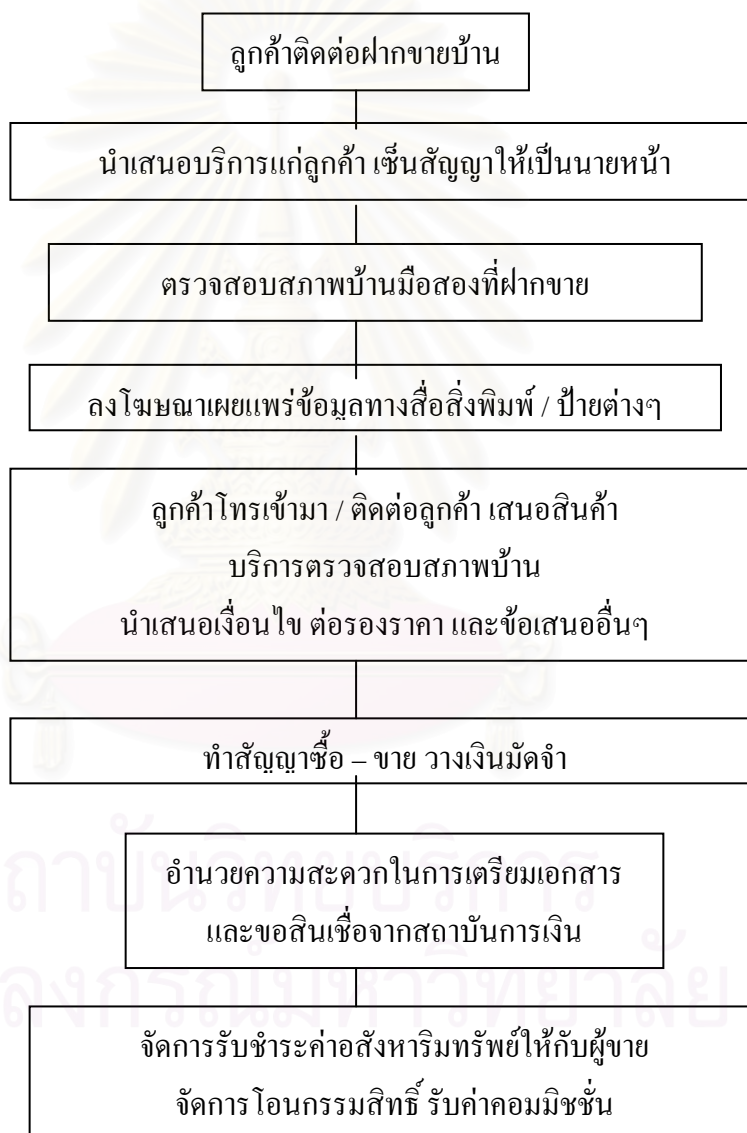
การรวบรวมรายละเอียดต่างๆ ของ Listing เป็นสิ่งที่สำคัญ นายหน้าต้องมีความละเอียดและทำความรู้จักมักคุ้นกับ Listing ให้มากที่สุด ข้อมูลที่มีมากกว่าย่อมนำไปสู่การขายที่เร็วกว่า ประหยัดเวลาในการติดต่อและประสิทธิภาพในการทำงานของนายหน้า ข้อมูลสำคัญที่นายหน้าต้องรู้มีดังต่อไปนี้

- บ้านเลขที่
- ขนาดบ้านและที่ดิน
- สำเนาโฉนดทั้งหน้าและหลัง
- รายละเอียดเจ้าของ
- ที่อยู่และโทรศัพท์สำหรับติดต่อ
- ราคาเงื่อนไข
- รายละเอียดภายในของบ้านและที่ดิน
- ขนาดความกว้างของถนน
- สภาพของการเข้าออก
- น้ำและไฟฟ้า
- โทรศัพท์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
- ทรัพย์สินที่ขายพร้อมบ้านและที่ดิน
- การจดจำนองและภาระผูกพัน
- ภาระจำยอมมละอื่นๆ



- ค่าภาษีโรงเรือน
- ราคาประเมินกรมที่ดิน
- สัญญาการเช่าและเช่า เป็นต้น

### ขั้นตอนการทำงานของตัวแทนขาย / นายหน้า



## จรรยาบรรณของตัวแทนนายหน้า

### จรรยาบรรณต่อเจ้าของทรัพย์สิน

1. ตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์จะต้องกระทำการติดต่อประสานงาน และ นำเสนอข้อมูลต่อเจ้าของทรัพย์สินที่ตนรับเป็นตัวแทนและหรือนายหน้าโดยกริยา วาจา ที่สุภาพ และโดยสุจริต โดยมุ่งให้เจ้าของทรัพย์สินได้รับประโยชน์ที่ดี และยุติธรรม
2. การรับค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าบำเหน็จ จากเจ้าของทรัพย์สินให้เป็นไปตาม ข้อตกลงเงื่อนไขหรือตามสัญญาที่ทำระหว่างคู่สัญญา แต่ทั้งนี้จะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืน
3. ตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และ/หรือ ศีลธรรมอันดีรวมถึงประเพณีปฏิบัติทางธุรกิจ ด้วย
4. ตัวแทนและนายหน้าจะต้องไม่จูงใจให้เจ้าของทรัพย์สินลดราคาขาย เช่า หรืออื่นใด ต่ำกว่าที่กำหนดไว้แต่เดิม โดยใช้อุบาย กลฉ้อฉล เพื่อที่ตนจะได้รับเงินค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าบำเหน็จเพิ่มสูงขึ้น
5. มิให้กระทำการจูงใจให้เจ้าของทรัพย์สินกระทำผิดสัญญา ซึ่งได้กระทำไปแล้วต่อ ผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้อื่นใด ซึ่งเป็นการไม่สุจริต
6. ละเว้นการซื้อทรัพย์สินในนามของตนเอง ญาติ หรือนิติบุคคล ซึ่งตนมีผลประโยชน์ ร่วมอยู่ด้วย เว้นแต่ได้แจ้งให้เจ้าของทรัพย์สินทราบโดยชัดแจ้งเป็นหนังสือก่อน
7. ห้ามประมาณหรือตีราคาสูง หรือต่ำกว่ามาตรฐานที่ควรจะเป็น เพื่อประโยชน์ในการตั้งราคาซื้อขาย เพื่อประโยชน์ของบุคคลใด บุคคลหนึ่ง
8. หากมีการเรียกเก็บค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายล่วงหน้าใดๆ ตัวแทนและนายหน้าจะต้อง ทำกิจกรรมต่างๆ ตามที่ได้ตกลงกับเจ้าของทรัพย์สินให้ครบถ้วน
9. ห้ามมิให้เรียกเก็บค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ เพิ่มเติมภายหลังจากเจ้าของทรัพย์สิน เช่น ค่า ประเมิน ค่าเปิดแฟ้ม ค่าธรรมเนียมเสนอขาย ค่าธรรมเนียมขอสินเชื่อ หรืออื่นๆ นอกเหนือจาก ค่าบำเหน็จที่พึงจะได้รับ เว้นแต่ตัวแทนนายหน้านั้นจะมีใบอนุญาต ดำเนินการประเมินได้
10. ห้ามมิให้โฆษณา หรือชักชวนเจ้าของทรัพย์สินให้เข้าทำสัญญารับฝากขายด้วย วิธีการที่ไม่สมควรต่างๆ เช่น ตัดค่านายหน้า อาสาขายในราคาสูงเกินจริง รับประกันระยะเวลาขาย หรือประกาศโฆษณาอวดอ้างด้วยข้อความที่เกินความจริง

### จรรยาบรรณต่อตนเองและต่อนายหน้าอื่น

1. ละเว้นการประกอบวิชาชีพที่ไม่ยุติธรรม เอาัดเอาเปรียบตัวแทนและนายหน้าอื่น
2. ส่งเสริมความสามัคคี ระหว่างผู้ร่วมวิชาชีพ หลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือผิดจรรยาบรรณวิชาชีพ
3. ปฏิบัติต่อบุคคลอื่น โดยกิริยา วาจาสุภาพเรียบร้อย ให้เกียรติ กระทำโดยเที่ยงธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ
4. ละเว้นการลวงล้า สอดแทรก การบริหารธุรกิจภายในองค์การนายหน้าอื่นในทางเสื่อมเสีย เสียหาย เว้นแต่เป็นการร่วมมือในการประกอบวิชาชีพทางธุรกิจ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในทางที่ชอบด้วยกฎหมายและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ
5. ละเว้นการกล่าว หรือให้ข้อมูลอื่นใดในทางเสียหาย เสื่อมเสีย หรือเป็นเหตุให้ผู้อื่นถูกตั้งข้อรังเกียจโดยไม่สุจริตหรือเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายแก่บุคคลอื่น องค์การอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพด้วยกัน
6. การเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ หรือข้อความที่ตนไม่เห็นด้วยให้กระทำโดยสุภาพ และให้เกียรติผู้อื่นเป็นนิจ

### จรรยาบรรณต่อผู้อื่น ผู้รับบริการ ประชาชน

1. ไม่ฉ้อฉลหรือบิดบังข้อเท็จจริงที่เป็นสาระสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ถูกต้องในการเข้าทำสัญญาหรือการทำข้อตกลงความร่วมมือของทุกฝ่าย
2. การให้คำแนะนำ นำเสนอ คำปรึกษาแก่ผู้ซื้อ ผู้รับบริการควรกระทำด้วย กิริยา วาจาสุภาพให้เกียรติ และให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน เที่ยงธรรม
3. ร่วมมือกันส่งเสริมวิชาชีพด้านอสังหาริมทรัพย์ และสนับสนุนการออกกฎหมาย ส่งเสริมและกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพหรือคุ้มครองผู้ประกอบการวิชาชีพ ผู้บริโภค และสาธารณชน
4. หลีกเลี่ยงการกระทำที่จะนำความเสื่อมเสีย เสียหายแก่ชื่อเสียงเกียรติคุณของการประกอบวิชาชีพ และสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์
5. บำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อมวลสมาชิก และสังคมโดยส่วนรวมในการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์และพัฒนากิจการทางวิชาชีพที่ดีที่ถูกต้อง เพื่อสืบสานธุรกิจให้เจริญสืบไป
6. ไม่โฆษณาด้วยประการใดๆ ซึ่งข้อมูลไม่เป็นตามจริง หรืออื้อฉาว ซึ่งทำให้ผู้อื่น สาธารณชนเข้าใจผิด อาทิเช่น ราคา ตำแหน่ง เขต พื้นที่ ความสามารถพิเศษ บุคลากร เครือข่ายฯ

7. ห้ามมิให้เข้าทำสัญญารับฝากขาย ทั้งที่รู้ว่าเจ้าของทรัพย์สินได้ทำสัญญาชนิดที่มีสิทธิดำเนินการแต่ผู้เดียว (Exclusive Right to Sell or Exclusivity) กับนายหน้ารายอื่นอยู่แล้ว
8. การร่วมกันขายระหว่างนายหน้า 2 ราย (Co-Broke) ห้ามมิให้นายหน้าติดต่อกับบุคคลที่มีใช่เป็นลูกค้าของตนเอง โดยจะต้องติดต่อเจรจาผ่านนายหน้าผู้ดูแลรับผิดชอบลูกค้ารายนั้นเว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากนายหน้าอีกฝ่ายหนึ่งก่อน
9. ค่าบำเหน็จที่ได้จากการร่วมกันขายระหว่างนายหน้า 2 ราย (Co-Broke) ให้แบ่งครึ่งเท่าๆ กัน เว้นแต่ตกลงเป็นอื่นล่วงหน้า
10. รายได้ทุกชนิดที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน นายหน้าพนักงาน (Agent) มีหน้าที่แจ้งและนำส่งให้แก่สำนักงานนายหน้าทั้งหมดโดยทันที เว้นแต่จะตกลงเป็นอื่นล่วงหน้า



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

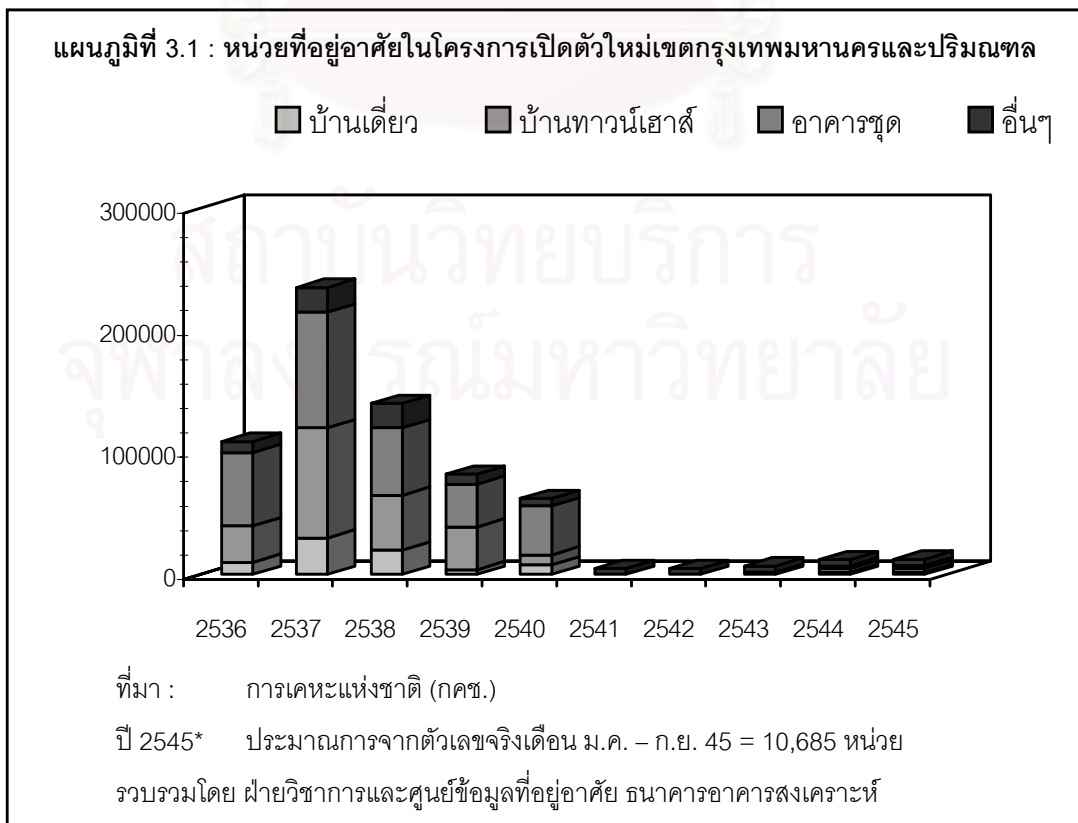
## สถานการณ์ตลาดบ้านมือสอง ปี 2545 และแนวโน้ม 2546

### 3.1 การขยายตัวของตลาดบ้านมือหนึ่งในรอบ 1 ปี

#### 1. การขยายตัวของที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ปี 2536 – 2545

ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (2536-2545) ที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 5 จังหวัดปริมณฑล มีการขยายตัวอย่างเป็นวัฏจักรซึ่งลงอย่างชัดเจนเป็น 2 ช่วง คือ เฟื่องฟูและตกต่ำ (Boom and Bust) โดยในช่วงเฟื่องฟู ปี 2536 – 2538 มีการเพิ่มสูงถึง 508,332 หน่วย (เฉลี่ยปีละ 169,444 หน่วย) โดยเฉพาะในปี 2537 มีการเปิดตัวใหม่มากเป็นประวัติการณ์ถึง 250,000 หน่วย

ในช่วงที่ 2 ตั้งแต่ปี 2539 – 2544 เป็นเวลา 6 ปี ที่ตลาดเข้าสู่ช่วงจทรตกต่ำ มีการเปิดใหม่เพียง 117,834 หน่วยเท่านั้น (เฉลี่ยปีละ 19,639 หน่วย) ในปี 2545 คาดว่าจะมีจำนวนที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ประมาณ 16,000 หน่วย แม้ตลาดจะฟื้นตัวอย่างชัดเจนในปี 2544 แต่ก็ยังนับว่าเป็นจำนวนเปิดตัวใหม่ที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับช่วงบูมที่ผ่านมา (แผนภูมิที่ 3.1) และจะเห็นได้จาก ปี 2541 และปี 2542 มีการลงทุนน้อยมากยังผลให้ในปี 2543 และ 2544 มีสินค้าออกตลาดน้อยตามไปด้วย เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีระยะเวลาในการลงทุนผลิตสินค้า ดังนั้นการลงทุนสร้างที่อยู่



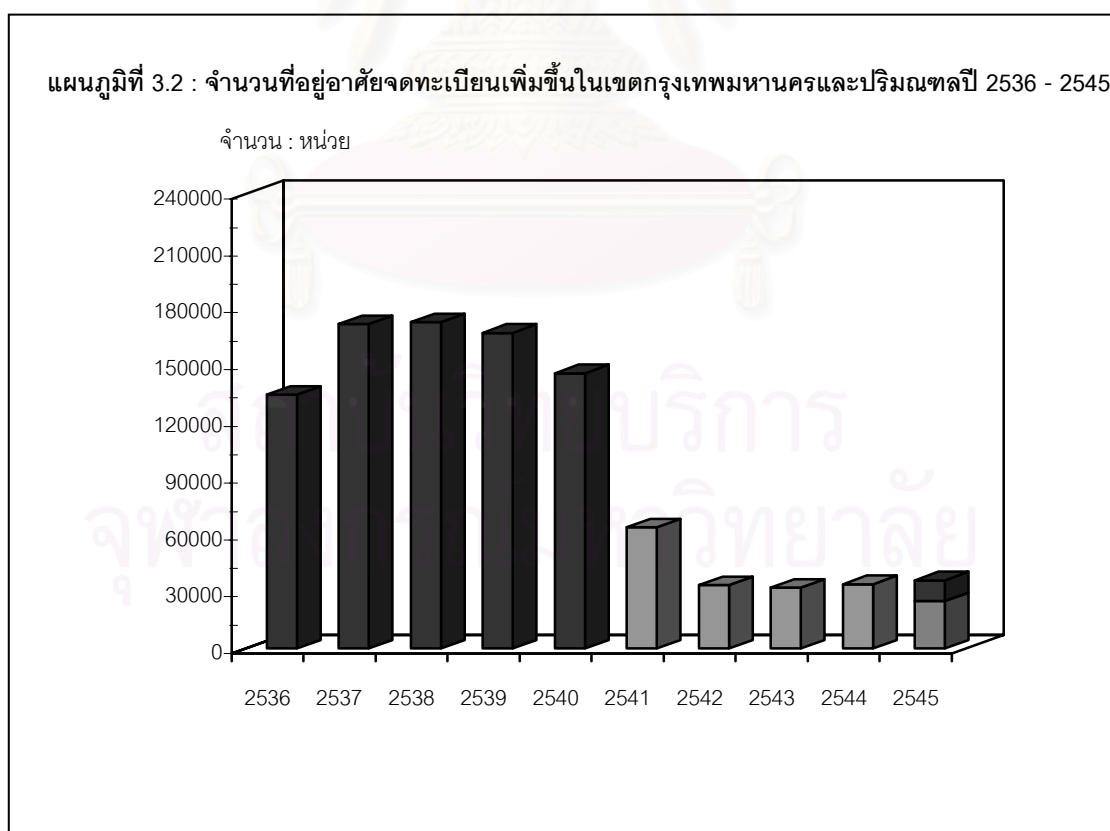
อาศัยในวันนี้ หมายถึงว่าจะเห็นผลอาศัยในวันนี้ หมายถึงว่าจะเห็นผลของการก่อสร้างใน 1-2 ปี ข้างหน้า ซึ่งแล้วแต่ขนาดและประเภทของการลงทุน เช่น เปิดตัวโครงการใหม่โดยมีผลิตภัณฑ์เป็น บ้านเดี่ยว ซึ่งจะเห็นว่าเริ่มลงทุนในการก่อสร้างวันนี้ แต่จะเห็นผลของการลงทุนและการตอบรับการ ขยายตัวหลังจากบ้านในโครงการแล้วเสร็จซึ่งต้องใช้ เวลา 1-2 ปี ข้างหน้า หรือหากเป็นอาคารสูง ระยะเวลาในการก่อสร้างก็จะมากขึ้นตามประเภทของสิ่งก่อสร้างนั้นๆ

## 2. การขยายตัวของที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จปี 2536 - 255

ผลจากการขยายตัวของตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงบวมทำให้ในรอบ 5 ปี ตั้งแต่ปี 2536-2540 มีที่ อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและ 5 จังหวัดปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี นครปฐมและสมุทรสาคร) สร้างเสร็จเพิ่มขึ้นรวมกันถึง 789,899 หน่วย (เฉลี่ยปีละ 157,979 หน่วย)

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากวิกฤติตลาดที่อยู่อาศัย วิกฤติเศรษฐกิจ และวิกฤติสถาบันการเงินใน ปี 2539 เป็นต้นมาส่งผลให้การผลิตที่อยู่อาศัยใหม่แล้วเสร็จลดลงอย่างมากในช่วง 4 ปีต่อมา ปี 2541 – 2544 โดยมีรวมกันเพียง 163,297 หน่วย (เฉลี่ยปีละ 40,824 หน่วย)

ในปี 2545 คาดว่าจะมีจำนวนที่อยู่อาศัยที่ก่อสร้างเสร็จประมาณ 36,000 หน่วย แม้จะขยาย ตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2544 แต่ก็ยังนับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับช่วงบวมที่ผ่านมา (แผนภูมิที่ 3.2)

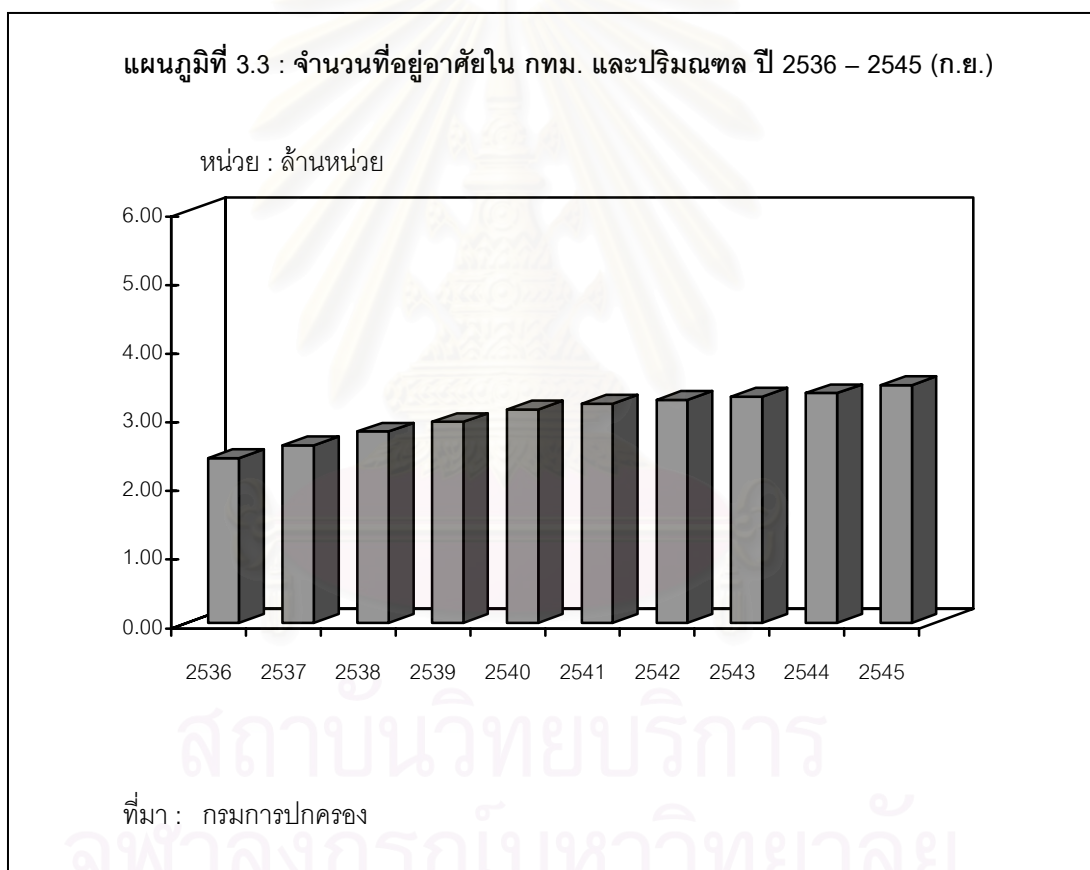


### 3.2 การขยายตัวของตลาดบ้านมือสองในรอบ 10 ปี

#### 1. จำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมด (Housing Stock)

จำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมดในตลาด (Housing Stock) ณ เดือนกันยายน 2545 มีจำนวน 17,301,351 หน่วย เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2544 ร้อยละ 2.3 ในจำนวนนี้เป็นที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัดจำนวน 3,477,640 หน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.1 ของจำนวนที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ (แผนภูมิที่ 3.3)

จำนวนที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด หากประมาณว่ามีร้อยละ 10 ที่ต้องการขายต่อ ก็แปลว่ามีจำนวนบ้านมือสองพร้อมขายในตลาดสูงถึงประมาณ 340,000 หน่วย

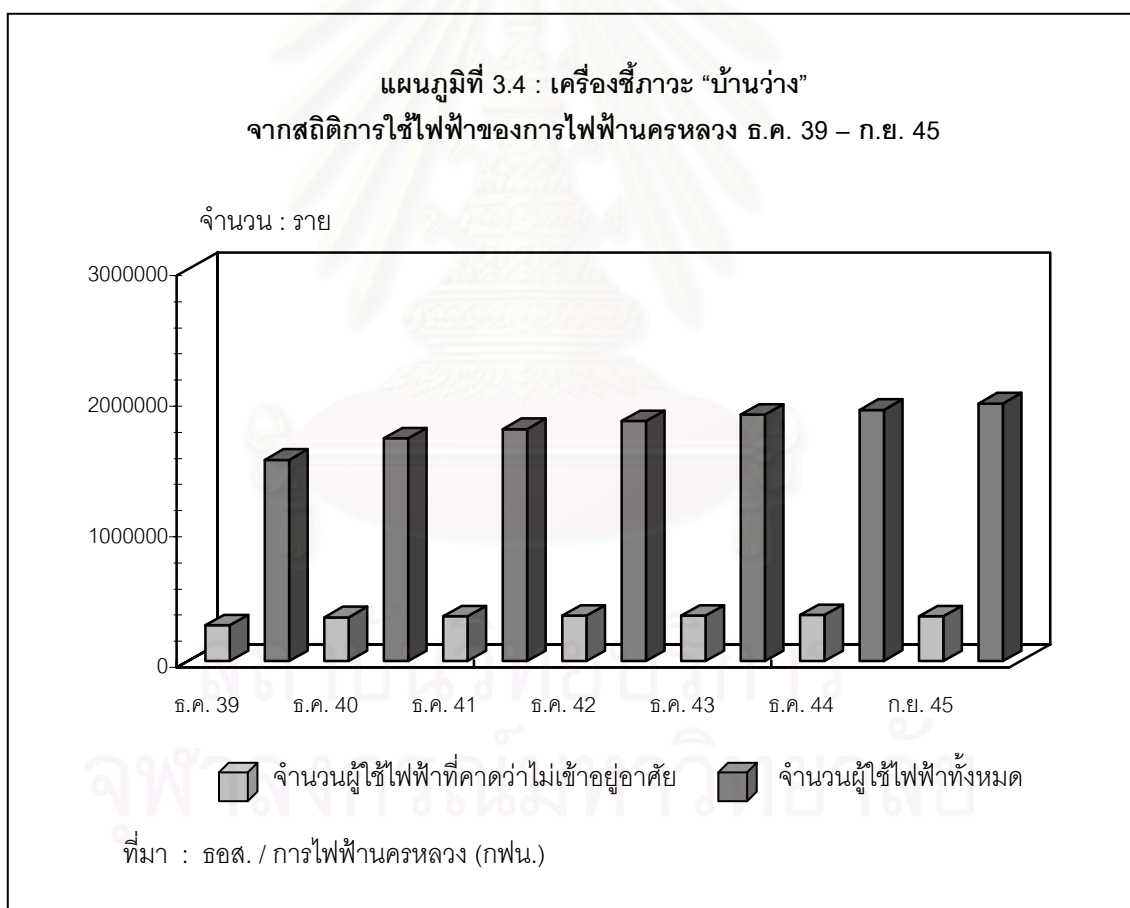


#### 2. การขยายตัวของอาคารไร้ผู้อยู่อาศัย (บ้านว่าง)

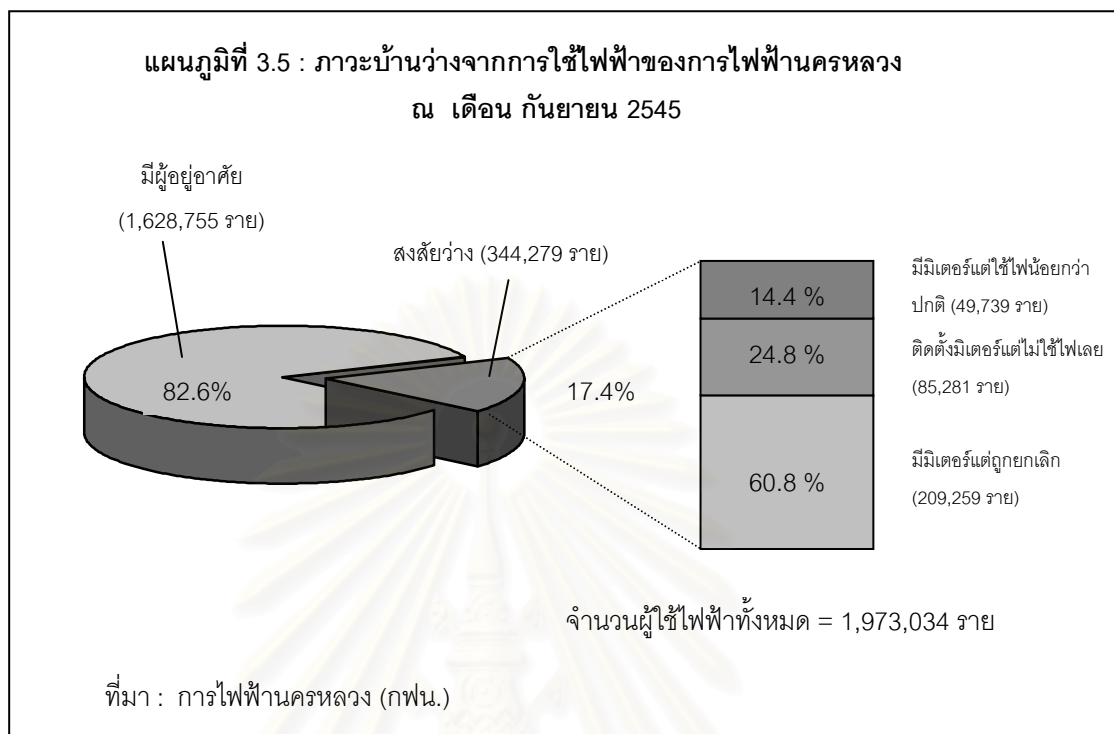
ในช่วงปี 2530 – 2540 มีที่อยู่อาศัยที่ก่อสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด จำนวนกว่า 1.3 ล้านหน่วย ในจำนวนนี้ ปรากฏว่ามีส่วนหนึ่งที่มีการซื้อเพื่อเก็งกำไร โดยไม่ได้ผู้อยู่อาศัยเอง แต่มุ่งจะขายต่อ แต่เมื่อเกิดการผลิตที่ล้นตลาดและเกิดวิกฤติเศรษฐกิจตามมา จึงทำให้ปรากฏการณ์อาคารไร้ผู้อยู่อาศัย (บ้านว่าง) มีให้เห็นทั่วไป

ที่ผ่านมา ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้ดำเนินการสำรวจอาคารไร้ผู้อยู่อาศัยในโครงการจัด

สรรในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดปริมณฑล ไป 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเมื่อปี 2538 (กทม. และ 3 จังหวัด) พบว่ามีประมาณกว่า 300,000 หน่วย และครั้งที่สองในปี 2541 (กทม. และ 5 จังหวัด) พบว่ามีสูงประมาณ 350,000 หน่วย โดยพบว่าส่วนใหญ่เป็นห้องชุด (41%) รองลงไปได้แก่ทาวน์เฮ้าส์ (35%) บ้านเดี่ยวและบ้านแฝด(12%)อนึ่งจากข้อมูลสถิติผู้ใช้ไฟฟ้านครหลวงในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2 จังหวัดปริมณฑล (นนทบุรีและสมุทรปราการบางส่วน) ณ เดือนกันยายน 2545 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด 1,973,034 ราย ในจำนวนนี้คาดว่าจะเป็นบ้านว่าง (ที่อยู่อาศัยทุกประเภท ทั้งห้องชุด บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ บ้านแฝด) จำนวน 344,279 หน่วย หรือ คิดเป็นสัดส่วน 17.4% ของจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมด ซึ่งอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2539 ซึ่งมีจำนวน 275,039 หน่วย (ดูแผนภูมิที่ 3.4 และ 3.5)







### 3.3 ลักษณะตลาดบ้านมือสอง

ตลาดบ้านมือสอง (resale home / second hand home) ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ หมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายที่อยู่อาศัยทุกประเภท (บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด, ทาวน์เฮ้าส์, ห้องชุด อาคารพาณิชย์) ทั้งบ้านใหม่และบ้านเก่า ไม่ว่าจะมิมีผู้อยู่อาศัยหรือไม่ก็ตามที่เจ้าของ (ไม่ใช่ผู้ประกอบการ) ต้องการขายต่อแก่ผู้อื่น ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

#### 1. บ้านมือสองจำแนกตามการอยู่อาศัย

1) บ้านมือสองที่มีการเข้าอยู่อาศัย (Occupied Housing Units) หมายถึงบ้านที่ผ่านการเข้าอยู่อาศัยมาก่อนแล้ว ไม่ว่าจะนานเพียงใดก็ตาม เช่น 1 – 2 ปี หรือ 10 – 20 ปี หรืออาจจะมากกว่า 20 ปีขึ้นไปก็ได้ ดังนั้น บ้านมือสองที่มีการอยู่อาศัยจะมีสภาพใหม่เอี่ยมเพราะอายุไม่นาน หรืออาจเป็นบ้านเก่า ที่ชำรุดทรุดโทรม เพราะอยู่อาศัยมาช้านานแล้วก็ได้ บ้านเหล่านี้อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ตามลักษณะอยู่อาศัย ได้แก่

ก) บ้านที่เจ้าของอยู่เอง หรือให้ญาติพี่น้องอยู่อาศัย แต่จำเป็นต้องขายออกไป เนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่นอาจประสบปัญหาทางการเงิน ไม่สามารถรับภาระผ่อนบ้านต่อไปได้ หรือมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายอย่างเร่งด่วนด้วยสาเหตุต่างๆ หรืออาจต้องการเปลี่ยนบ้านไปอยู่ใกล้ที่ทำงานมากขึ้น หรือบ้านหลัง

เดิมคับแคบเนื่องจากสมาชิกครอบครัวเพิ่มมากขึ้น หรืออาจจะเบียดหน่วยบ้าน เดิมเนื่องจากสภาพสวยงาม หรืออาจจะไม่พอใจอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือ เพื่อนบ้านใกล้เคียง เป็นต้น

ข) บ้านให้ผู้อื่นเช่าอยู่ บ้านเหล่านี้มักจะมาจากการซื้อของนักลงทุนระยะยาว ซึ่งซื้อไว้เพื่อหารายได้จากค่าเช่าหรือบ้านที่นักเก็งกำไรซื้อไว้ในอดีตช่วงตลาดบูม เพื่อแสวงหากำไร แต่ยังคงขายต่อไม่ได้จึงให้เช่าไปพลางก่อน แต่ปัจจุบันเห็นว่าไม่คุ้มค่าเช่า จึงต้องการขายต่อ

3) บ้านมือสองที่ยังไม่มีการเช่าอยู่อาศัย (Vacant / Unoccupied Housing Units)

หมายถึงบ้านหรือห้องชุดที่ยังไม่มีการอยู่อาศัยมาก่อนซึ่งมี 2 ลักษณะ ได้แก่

ก) บ้านยังสร้างไม่เสร็จ ได้แก่บ้านที่มีการจองซื้อแล้วอยู่ระหว่างการผ่านคาน้ำกับเจ้าของโครงการ และเป็นบ้านที่ยังสร้างไม่เสร็จ (ผู้ซื้อยังไม่ได้รับโอน) แต่ประสงค์จะขายต่อเพื่อเก็งกำไร หรือขายด้วยความจำเป็นอื่นๆ

ข) อาคารไร้ผู้อยู่อาศัย (บ้านว่าง) ได้แก่ บ้านที่สร้างเสร็จแล้ว และผู้ซื้อโอนกรรมสิทธิ์จากโครงการแล้วแต่ไม่เช่าอยู่อาศัยปล่อยว่างไว้ และต้องการขายแก่ผู้อื่นๆ

2 บ้านมือสองจำแนกตามเจ้าของ / แหล่งขาย ตลาดบ้านมือสองในปัจจุบัน สามารถจำแนกตามเจ้าของหรือแหล่งการขายต่างๆ ดังนี้

1) อสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน (Real estate owned – REO)

อสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงินหรือทรัพย์รอการขาย นั้น ส่วนใหญ่จะมาจาก 2 ทาง ได้แก่

ก) การตีทรัพย์ชำระหนี้ : เป็นวิธีการประนอมหนี้ที่เปิดโอกาสให้ลูกหนี้ที่ไม่สามารถระงับภาระหนี้ภายในเงื่อนไขการประนอมหนี้อื่นๆ สามารถระงับหนี้ที่มีอยู่โดยสถาบันการเงินไม่ต้องบังคับชำระหนี้ผ่านกระบวนการทางศาล ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ของสถาบันการเงิน

ข) การเข้าสู่ราคาและซื้อคืนจากการประมูลขายของกรมบังคับคดี : ในกรณีที่อสังหาริมทรัพย์ของลูกหนี้สถาบันการเงินถูกศาลสั่งยึดทรัพย์บังคับจำนอง แต่ในการเปิดประมูลขายของกรมบังคับคดี ไม่มีผู้เข้าสู่ราคา หรือ มีผู้เข้าสู่ราคา แต่เสนอราคาต่ำกว่าต้นทุนของสถาบันการเงิน สถาบันการเงินจึงต้องทำการสู่ราคาและประมูลซื้อกลับมาเป็น REO ของตน

2) ทรัพย์ที่มีอยู่ระหว่างการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดี

กรมบังคับคดี เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงยุติธรรม ซึ่งรับหน้าที่ดำเนินการด้านการบังคับจำนอง ต่อจากศาลแพ่ง กรณีที่มีคำสั่งให้ยึดทรัพย์ออกขายทอดตลาด กรมบังคับคดีจะทำการประมูลเพื่อนำเงินจากการขายไปชำระเจ้าหนี้ ซึ่งเจ้าหนี้ในที่นี้ อาจเป็นสถาบันการเงินนิติบุคคลอื่นหรือบุคคลธรรมดาก็ได้

- 3) บ้านมือสองที่ซื้อขายโดยผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ทั้งที่เป็นบริษัทที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์
- 4) บ้านมือสองที่ซื้อขายระหว่างประชาชนทั่วไป ทั้งที่ซื้อขายกันเองและผ่านนายหน้าสมัครเล่น ที่ไม่เป็นนิติบุคคล
- 5) จากแหล่งอื่นๆ เช่น บริษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (บสท.) บริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน (บบส.) บริษัทบริหารสินทรัพย์ (AMC) ในเครือของสถาบันการเงินต่างๆ เป็นต้น

### 3.4 สถานการณ์การจำหน่ายบ้านมือสอง

#### 1. สถาบันการเงิน

จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ส่งผลให้ลูกหนี้เงินกู้ของสถาบันการเงินจำนวนมาก ไม่สามารถชำระหนี้กับสถาบันการเงินได้ จนก่อให้เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อรายได้ของสถาบันการเงิน (NPL) จำนวนมหาศาล และ นำไปสู่ภาวะล้มละลายของสถาบันการเงิน จนกระทั่งหลายแห่งต้องปิดกิจการไป แม้กระทั่งปัจจุบันสถาบันการเงินต่างๆ ก็ยังต้องเผชิญกับการแก้ปัญหา NPL และการฟ้องบังคับจำนองขายทอดตลาด

ในการแก้ปัญหาดังกล่าว สถาบันการเงินส่วนใหญ่จะช่วยเหลือลูกหนี้ด้วยวิธีเปิดโอกาสให้มีการ “ตีทรัพย์ชำระหนี้” ส่งผลทำให้สถาบันการเงินต้องถือครองอสังหาริมทรัพย์ที่ลูกหนี้โอนกรรมสิทธิ์ให้แทนการชำระหนี้ นอกจากนี้สถาบันการเงินบางแห่ง ยังเข้าไป “ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์” ที่เป็นหลักประกันการชำระหนี้ของตน จากการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดีด้วย เนื่องจากหากปล่อยให้ผู้อื่นประมูลได้ ราคาประมูลจะต่ำมากเกินไป และไม่พอชำระหนี้ที่ค้างอยู่ (Mortgage Deficiency) ทำให้สถาบันการเงินต้องมีการสำรองหนี้สูญจำนวนมาก

จากสถานการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ปริมาณอสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน (Real Estate Owned : REO) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ล่าสุด ณ เดือนตุลาคม 2545 พบว่ามี REO ทั้งระบบ จำนวนทั้งสิ้น 173,920 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.8% จากเดือนธันวาคมปี 2544 ในจำนวนนี้เป็น REO ของธนาคารพาณิชย์ 13 แห่ง จำนวน 147,312 ล้านบาท หรือคิดเป็น 85% ของจำนวน REO ที่อยู่ในระบบสถาบันการเงินทั้งหมด (ตารางที่ 4.1)

### ตารางที่ 3.1 : อสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน

(มูลค่า : ล้านบาท)

สถาบันการเงิน		ธ.ก. 2544	ต.ก. 2545	% ขยายตัว
1	ธนาคารพาณิชย์ 13 แห่ง	139,380	147,312	5.7
2	บริษัทเงินทุน 16 แห่ง	12,751	10,537	-17.4
3	ธนาคารอาคารสงเคราะห์	13,044	15,081	15.6
4	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	379	478	26.1
5	เครดิตฟองซิเอร์	470	512	8.9
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>166,024</b>	<b>173,920</b>	<b>4.8</b>

ที่มา : ธปท., ธอส.

REO เหล่านี้ คาดว่าจะเป็นที่ดินและที่อยู่อาศัยประมาณ 70% คิดเป็นมูลค่าประมาณ 100,000 ล้านบาท ซึ่งสถาบันการเงินต่างๆ จะทยอยนำออกขายสู่ตลาดต่อไป ทั้งโดยการประมูลและการเจรจาต่อรองราคา

อนึ่ง REO ของสถาบันการเงินปล่อยทิ้งไว้ หากไม่เร่งจำหน่ายออกไป จะก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ เช่นปัญหาการบุกรุกและการครอบครองปรปักษ์ในที่ดินและอาคารที่ทิ้งร้าง ทำให้สถาบันการเงินสูญเสียสิทธิครอบครองได้ ปัญหาความสัมพันธ์ของตัวอาคารซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา ปัญหาการเสื่อมมูลค่าของทรัพย์สิน เป็นต้น ดังนั้นสถาบันการเงินจึงจำเป็นต้องมีสิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการ REO เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ จะต้องนำมาบริหารการขาย หรือให้เช่า เพื่อให้เกิดรายได้มากที่สุดและมีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด ซึ่งหากสถาบันการเงินแต่ละแห่งมี “การบริหารการขาย” (Sales Management) หรือ “การบริหารทรัพย์สิน” (Property Management) ที่มีประสิทธิภาพมากเท่าใด ก็จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้และลดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้นเท่านั้น

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สถาบันการเงินให้ความสนใจแก้ปัญหาอสังหาริมทรัพย์ที่ตนถือครอง โดยจะเห็นได้จาก ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา เกือบทุกสถาบันการเงินมีการจัดตั้ง “หน่วยงานบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์” ขึ้นเป็นระดับฝ่าย หรือบางแห่งจัดตั้งบริษัทย่อยขึ้นมาบริหารการขาย REO ของตน โดยอาศัยกลยุทธ์การขายหลากหลาย เช่น การให้บริษัทตัวแทนนายหน้าช่วยขาย ให้พนักงานของตนช่วยขาย โดยได้รับค่าบำเหน็จหรือการประเมินผลงานปลายปี การขายผ่าน Web Site ระบบอินเทอร์เน็ต การให้สินเช้อัตราดอกเบี้ยต่ำและเงื่อนไขพิเศษ การร่วมมือกับลูกหนี้ช่วยกันขาย การจัดการประมูลขาย ฯลฯ

ในช่วงปี 2544 –2545 สถาบันการเงินต่างๆ ได้เริ่มทยอยนำ REO ออกสู่ตลาดมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ เช่นการจัดงานมหกรรมบ้านและที่ดิน, การจัดประมูล, ให้บริษัทตัวแทนนายหน้าช่วยขาย, ให้พนักงานช่วยขายโดยให้คอมมิชชั่น 2-3% ของราคาขาย, ขายผ่านเว็บไซต์ที่อยู่อาศัย [www.home.co.th](http://www.home.co.th) ปล่อยให้เช่า เป็นต้น

นอกจากนี้ สมาคมธนาคารไทย ยังได้ร่วมกับสถาบันการเงินที่เป็นสมาชิกและบริษัท ฮาร์สัน เรียลตี้ จัดงาน “มหกรรมประมูลอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันการเงิน” ในวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2545 ณ ห้องบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ โรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล ลาดพร้าว

## 2. กรมบังคับคดี

จากปัญหาวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ที่ผ่านมา ทำให้ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้จำนวนมหาศาล จนกลายเป็นหนี้ NPL และมีการบังคับจำนองขายทอดตลาดจำนวนมาก ล่าสุด (ณ ตุลาคม 2545) จากข้อมูลของกรมบังคับคดี พบว่ามีอสังหาริมทรัพย์ที่ผ่านกระบวนการทางศาลและมีการยึดทรัพย์เพื่อนำออกประมูลขายทอดตลาดคงเหลือคิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 250,000 ล้านบาท

ในช่วงปี 2544 – 2545 ทรัพย์ที่กรมบังคับคดีประกาศขายทั่วประเทศทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคมีการขายตัวสูงมาก (ในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ 90 เป็นทรัพย์ประเภท “อสังหาริมทรัพย์” โดยในปี 2544 มีอสังหาริมทรัพย์ที่นำออกประกาศขายทอดตลาดจำนวน 137,977 เรื่อง คิดเป็นทุนทรัพย์ 190,631 ล้านบาท และในช่วงครึ่งแรกของปี 2545 (ม.ค.-มิ.ย.) มีอสังหาริมทรัพย์ที่ออกขายทอดตลาดจำนวน 87,577 เรื่อง คิดเป็นทุนทรัพย์ 115,210 ล้านบาท และคาดว่าจนถึงเดือนธันวาคม 2545 จะมีอสังหาริมทรัพย์ที่นำออกขายประมาณ 175,000 เรื่อง เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 26.8

ในขณะที่ทรัพย์ที่กรมบังคับคดีประกาศมีการขายตัวเพิ่มขึ้นมาก แต่สัดส่วนที่ขายได้ในแต่ละปีกลับมีจำนวนน้อยมาก โดยในปี 2544 กรมบังคับคดีสามารถขายทรัพย์ได้ 16,501 เรื่อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12 ของจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่ประกาศขาย และในช่วงครึ่งแรกของปี 2545 (ม.ค.-มิ.ย.) สามารถขายได้ 7,741 เรื่อง คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 8.8 เท่านั้น

นอกจากขายได้จำนวนน้อยแล้ว ปรากฏว่าทรัพย์ที่กรมบังคับคดีขายได้นั้น ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 สถาบันการเงินเจ้าหนี้จะเป็นผู้เข้าประมูลซื้อไว้เอง ส่วนทรัพย์ที่ยังขายไม่ได้พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 60 มีสาเหตุมาจากไม่มีผู้เข้าสู่อราคารา และร้อยละ 20 มีสาเหตุจากผู้ซื้อเสนอราคาต่ำเกินไป

## 3. บริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

บริษัทตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา แต่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็ก (ที่มีพนักงานขายในสังกัดต่ำกว่า 5 คน ) โดยบริษัทเหล่านี้จะทำหน้าที่ให้บริการซื้อขายบ้านมือสองและที่ดินเป็นหลัก นอกจากนี้ บางบริษัทอาจให้บริการเสริมด้านอื่นๆ เช่น การให้บริการจัดหาบ้านเช่า และสำนักงานให้เช่า เป็นต้น

ทั้งนี้พบว่าปัจจุบันมีบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ รวม 80 บริษัท

ในช่วงปี 2544 – 2545 สถานการณ์ตลาดบ้านมือสองเริ่มคึกคักมากขึ้น เนื่องจากสถาบันการเงินต่างๆ เริ่มทยอยนำทรัพย์สินรอการขายออกสู่ตลาด และมีการร่วมมือกับบริษัทนายหน้าหลายแห่งนำทรัพย์สินเหล่านี้ออกประมูลขายอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม คาดว่าตลาดบ้านมือสองในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลปี 2545 แม้จะมีอุปทานพร้อมขายมากกว่าตลาดบ้านมือหนึ่ง แต่จำนวนที่เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อและสามารถขายได้จริงในปี 2545 คาดว่ามีประมาณ 20,000 – 30,000 หน่วยเท่านั้น และในจำนวนนี้ที่มีการซื้อขายผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้ามืออาชีพ คาดว่าจะมีไม่ถึง 15% ส่วนใหญ่ยังคงมีการซื้อขายกันเอง หรือซื้อขายผ่านนายหน้าสมัครเล่น

อนึ่งจากรายงานของบริษัท ERA Franchise Systems (Thailand) Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย โดยมีบริษัทในเครือข่ายที่ประกอบธุรกิจตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์จำนวนกว่า 10 บริษัท พบว่าในปี 2544 มียอดขายรวมกันจำนวน 460 หน่วย (เพิ่มจากปี 2543 ที่ขายได้ 363 หน่วย) คิดเป็นมูลค่า 1,144 ล้านบาท (เฉลี่ยหลังละ 2.5 ล้านบาท) และคาดว่าในปี 2545 ยอดขายจะขยายตัวประมาณ 15-20%

#### 4. การซื้อขายบ้านมือสองของประชาชนทั่วไป

มีทั้งที่ซื้อขายกันเองและขายผ่านนายหน้าสมัครเล่น โดยคาดว่าจะมีจำนวนสูงกว่า 70% ของจำนวนบ้านมือสองทั้งระบบ

### 3.5 แนวโน้มตลาดบ้านมือสอง ปี 2546

#### 1. ตลาดบ้านมือสองยังคงมีขนาดใหญ่กว่าบ้านมือหนึ่ง

ในปี 2546 ตลาดบ้านมือสองยังคงมีจำนวนหน่วยพร้อมขายมากกว่าตลาดบ้านมือหนึ่ง และคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะขายได้มากขึ้น เนื่องจากทิศทางเศรษฐกิจเริ่มส่งสัญญาณที่จะฟื้นตัวในระยะอันใกล้นี้ ประกอบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยได้ปรับตัวลดลงจนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก ในขณะที่ราคาบ้านมือสอง ได้ปรับตัวลดลงอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาได้ นอกจากนี้จากการที่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากได้ปรับลดลงอย่างมาก ได้ทำให้ประชาชนและผู้ที่มีเงินไว้กับสถาบันการเงินหันมาซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะบ้านมือสองมากขึ้น ทั้งเพื่อการอยู่อาศัยเองและเพื่อการลงทุนให้เข้า

#### 2. REO ของสถาบันการเงินจะยังขยายตัวเพิ่มขึ้น

ในปี 2546 คาดว่าอสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงิน (REO) จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยคาดว่าจะมีตัวเลขสูงถึง 180,000 ล้านบาท ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของ REO จะมีผลกระทบต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์โดยรวม เนื่องจากผู้ขายในตลาด นอกจากนี้จะมีผู้ประกอบการ

ที่เน้นขายที่อยู่อาศัยสร้างใหม่ และเจ้าของทรัพย์สินที่เน้นขายที่อยู่อาศัยมือสองแล้ว ในตลาดยังมีธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่างๆ ที่มี REO จำนวนมาก เป็นคู่แข่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นมาอีกด้วย

และเนื่องจาก NPL ในหมวดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ณ เดือน มิถุนายน 2545 ยังมีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 37 จึงมีแนวโน้มว่า REO ของธนาคารพาณิชย์ 13 แห่ง และ ธอส. ยังคงขยายตัวสูงขึ้นในช่วงเวลา 1 – 2 ปี ข้างหน้า โดยเฉพาะหากภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว และการจ้างงานไม่เพิ่มขึ้น

### 3. ทรัพย์สินที่อยู่ระหว่างการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดีมีจำนวนมากขึ้น

จากจำนวน NPL ในหมวดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ยังมีสัดส่วนค่อนข้างสูง ทำให้การบังคับจำหน่ายของกรมบังคับคดี จะยังคงขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากข้อมูลของกรมบังคับคดีพบว่าในปัจจุบัน (ต.ค. 45) มีทรัพย์สินที่ทางกรมบังคับคดียึดมาเพิ่มขึ้นสูงถึง 250,000 ล้านบาท และตั้งแต่ต้นปี 2545 มีทรัพย์สินยึดเพิ่มเข้ามาเฉลี่ย 4,000 ล้านบาทต่อเดือน ในขณะที่การขายออกทำให้ได้ประมาณ 3,000 ล้านบาทต่อเดือน ทำให้มีแนวโน้มว่าปริมาณอสังหาริมทรัพย์ที่จะนำออกขายทอดตลาดของกรมบังคับคดี ในปี 2546 จะมีจำนวนมากขึ้น

ตลาดบ้านมือสอง ส่วนใหญ่ยังคงมีการซื้อขายกันเองและผ่านนายหน้าสมัครเล่น

การซื้อขายบ้านมือสอง ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ประมาณ 70 % ยังคงมีการซื้อขายกันเองและผ่านนายหน้าสมัครเล่นถึงแม้ว่าค่านิยมและทัศนคติของคนไทยจะยอมรับการขายผ่านตัวแทนนายหน้ามากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการนำบ้านไปฝากขายมากขึ้น และมีการจัดตั้งบริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นก็ตาม แต่ประชาชนส่วนใหญ่ยังซื้อขายกันเอง/ฝากเพื่อนบ้านขาย และผ่านนายหน้าสมัครเล่น

### 4. จะมีการฝากขายผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น

ในปี 2546 คาดว่าการซื้อขายที่อยู่อาศัยในตลาดบ้านมือสองที่ผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์จะเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทตัวแทนนายหน้าเหล่านี้ได้มีการพัฒนาระบบและเทคนิคการขายต่างๆ ที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์จะมีบทบาทในการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณ โดยการจัดอบรมอย่างจริงจังมากขึ้น

### 3.6 สถานการณ์บ้านมือสองในกรุงเทพมหานคร

1. กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, มีนาคม 2545: 50) ทำเลกรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ ทำเลในย่านนี้ มีการคมนาคมที่สะดวกมีถนนเชื่อมต่อหลายสาย เช่น ถนนรามคำแหง พระราม 9 เกษตรตัดใหม่ นวลจันทร์ เป็นต้น สามารถที่จะเดินทางไปภาคต่างๆ เช่นภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้อย่างสะดวกสบายโดยอาศัย เส้นทางวงแหวนตะวันตก

เนื่องจากทำเลในย่านนี้ทำเลหลักจะอยู่บริเวณตลาดบางกะปิ ซึ่งเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญในย่านนี้ ดังนั้น บ้านมือสองของย่านนี้จึงเป็นอาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับธรรมชาติของทำเล โดยราคาสรุปพอสังเขปดังนี้

- อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 3 ห้องนอน บนถนนกรุงเทพกรีฑา ราคาประมาณ 5.5 ล้านบาท
- อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 3 ห้องนอน ถนนนวมินทร์ ถนนลาดพร้าว และแฮปปี้แลนด์ ราคาประมาณ 3 ล้านบาท

2. กรุงเทพฯ ตะวันออก (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, สิงหาคม 2545: 66) ทำเลกรุงเทพฯ ตะวันออก มีโครงการของรัฐขนาดใหญ่ ได้แก่ โครงการสนามบินสุวรรณภูมิ มีกำหนดการเปิดใช้บริการประมาณปี 2548 ซึ่งจะกลายเป็นสนามบินนานาชาติแห่งใหม่ของประเทศไทย และส่งผลในด้านอื่นๆ ให้เกิดขึ้นตามแผนการที่ภาครัฐได้วางไว้ ได้แก่

- การเกิดของชุมชนที่อยู่อาศัย
- การเกิดศูนย์กลางเศรษฐกิจแบบ Satellite Town ย่านลาดกระบัง
- การเกิดแหล่งจ้างงานนานาชาติโดยรอบสนามบินและบริเวณใกล้เคียง

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้เกิดความเจริญในทำเลย่านนี้ทั้งทางด้านธุรกิจและที่อยู่อาศัยซึ่งพอที่จะแยกอธิบายได้ดังนี้

1) ทำเลที่อยู่อาศัยทางตอนเหนือของสนามบิน ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวยังคงอยู่ในบริเวณเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ โครงการที่อยู่อาศัยตามถนนร่มเกล้า คู่มเกล้า ฉลองกรุง และตามแนวเชื่อมต่อจากถนนรามคำแหงตัดใหม่ (สุขาภิบาล 3) ถนนสุขุมวิทวงศ์ ถนนอ่อนนุช เข้าสู่สนามบิน

2) ทำเลที่อยู่อาศัยทางตอนใต้ของสนามบิน ซึ่งได้แก่ พื้นที่ในบริเวณจังหวัดสมุทรปราการริมถนนบางนาตราด

บ้านมือสองในทำเลตอนเหนือส่วนใหญ่ เป็นบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮ้าส์

- บ้านเดี่ยวราคาประมาณ 3 ล้านบาท พื้นที่ขนาด 115 ตารางวา
- ทาวน์เฮ้าส์ ราคาประมาณ 6 แสนบาท

ทำเลย่านถนนรามคำแหง ได้รับผลจากการเกิดสนามบินสุวรรณภูมิ โดยเฉพาะบริเวณสุขาภิบาล 3 ซึ่งห่างจากสนามบินเพียง 20 กม. อีกทั้งมีการตัดถนนรามคำแหง – พัฒนาการ เชื่อมระหว่าง ถนนรามคำแหง ถนนพระราม 9 ตัดใหม่ และถนนพัฒนาการ พร้อมกับการก่อสร้างสะพาน



คอนกรีตเสริมเหล็กขนาด 8 ช่องจราจร ข้ามคลองกะจะ และสร้างอุโมงค์ทางลอดต่อเนื่อง ใต้ถนน พระราม 9 ทางด่วนชั้นที่ 2 ทางรถไฟสายตะวันออก ถนนเลียบริมทางรถไฟ และเชื่อมออกสู่ถนน พัฒนาการ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของถนนรามคำแหงตลอดเส้นทาง ส่งผลให้สภาพ การจราจรดีขึ้น ซึ่งเป็นเหตุให้บ้านมือสองในบริเวณนี้น่าสนใจมากขึ้น พบว่าบ้านมือสองบริเวณนี้ ส่วนใหญ่จะเป็น

- บ้านเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1.4 ล้าน-6.9 ล้านบาท
- ทาวน์เฮ้าส์ ราคาตั้งแต่ 7.5 แสน -1.2 ล้านบาท
- คอนโดมิเนียม ราคาอยู่ประมาณ 5.2 แสนบาท

3. กรุงเทพฯ ตอนใต้ (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, พฤศจิกายน 2545: 70) จุดเด่นของทำเลใน ย่านนี้ได้แก่ ธรรมชาติบ้านสวน แม้ว่าในปัจจุบันจะมีให้เห็นได้ไม่มาก พื้นที่บางส่วนยังต้องเสี่ยง กับเรื่องน้ำท่วม การคมนาคมโดยรวมมีความสะดวกสบายมากขึ้น เนื่องจาก โครงการก่อสร้างถนน สายตากสิน-เพชรเกษม ไปถนนวงแหวนรอบนอกที่กำลังจะแล้วเสร็จ ทำให้การเดินทางจากถนน ย่านเพชรเกษม, ถนนวงแหวนรอบนอกฝั่งตะวันตก รวมไปถึงถนนเอกชัย และถนนพระราม 2 มายัง ถนนสาทร และถนนสีลมก็จะสะดวกมากขึ้น ทำให้ผู้ที่ทำงานย่านสีลม และสาทร มีทางเลือกใน การซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้นในทำเลย่านนี้

บ้านมือสองโดยสังเขปเรียงตามลำดับในทำเลนี้ มีดังนี้

- ทาวน์เฮ้าส์ มีราคาตั้งแต่ 1.4 ล้าน - 2.9 ล้านบาท
- อาคารพาณิชย์จะมีราคาตั้งแต่ 1.2 ล้านบาทจนถึง 18.9 ล้านบาท
- บ้านเดี่ยวราคาสูงสุดอยู่ที่ 17 ล้านบาท
- คอนโดมิเนียมราคาตั้งแต่ 3 แสน - 4 แสนกว่าบาท

4. กรุงเทพฯ ตะวันตก (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, มิถุนายน 2545: 54) ราคาบ้านมือสองย่าน บางกรวยมีแนวโน้มที่จะปรับราคาสูงขึ้น เนื่องจากการเปิดใช้สะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาเพิ่มขึ้นอีก 2 สะพาน คือ สะพานพระราม 8 จากฝั่งธนบุรีบริเวณบางยี่ขัน ถนน จรัญสนิทวงศ์มาฝั่งกรุงเทพฯ บริเวณบางขุนพรหม, ถนนวิสุทธิกษัตริย์ และสะพานพระราม 5 หรือโครงการก่อสร้างสะพานข้าม แม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณวัดนครอินทร์ ตัวสะพานอยู่ระหว่างสะพานพระราม 7 กับสะพานพระนั่งเกล้า เชื่อมต่อจากถนนวงแหวนรอบนอกฝั่งตะวันตก ถนนตัดใหม่เพชรเกษม-รัตนวิบูลย์มายัง ถนนติวานนท์ ถนนประชาราษฎร์และถนนพิบูลสงคราม

สะพานพระราม 8 มีบทบาทในการระบายความแออัดของรถที่ผ่านสะพานพระปิ่นเกล้าทำให้ การเดินทางจาก ย่านพุทธมณฑลสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ส่วนสะพานพระราม 5 นอกจากระบาย ความแออัดของรถที่จะผ่านสะพานพระราม 7 แล้ว ยังใช้เดินทางข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างพื้นที่ ย่านบางใหญ่ บางกรวย ข้ามมายังอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

จากเหตุผลข้างต้น ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคม ทำให้บ้านมือสองในพื้นที่ดังกล่าว มีแนวโน้มในการปรับตัวด้านราคาที่สูงขึ้น ซึ่งทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์ และบ้านเดี่ยว ในทำเลนี้มีราคาตั้งแต่ 8 แสนบาท จนถึง 3.5 ล้านบาท ซึ่งราคาจะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของบ้านหลังนั้น

5. กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, พฤษภาคม 2545: 52) บ้านมือสองที่ประกาศขายอยู่กลางเมืองกรุงเทพฯ ทำเลแถว สีลม สาทร เพลินจิต ชิดลม บางรัก สุขุมวิท ราชเทวี พญาไท จำแนกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือเพื่ออยู่อาศัยเป็นหลัก และเพื่ออยู่อาศัยและประกอบธุรกิจ

1) กลุ่มเพื่ออยู่อาศัย

- บ้านเดี่ยวระดับราคา 25 ล้านบาท ขนาดที่ดิน 82 ตารางวา
- ทาวน์เฮ้าส์ ระดับราคาตั้งแต่ 5.5 ล้าน - 8 ล้านบาท
- คอนโดมิเนียม ราคาตั้งแต่ 11 ล้านบาท ลงมาถึง 1.8 ล้านบาท

2) กลุ่มบ้านเพื่ออยู่อาศัยและประกอบธุรกิจ ในเวลาเดียวกัน มีทั้งอพาร์ทเมนต์ บ้านเดี่ยว และอาคารพาณิชย์ มีราคาตั้งแต่ 2 ล้านบาท จนถึง 35 ล้านบาท สำหรับอพาร์ทเมนต์

บ้านมือสอง กรุงเทพฯ ชั้นใน (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, ตุลาคม 2545: 60) ได้แก่ มีการก่อสร้างโครงการเกือบจะเต็มพื้นที่แล้วและมีข้อจำกัดด้านการก่อสร้างหลากหลายประการ และพื้นที่หลายแห่งมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เพิ่มคุณภาพชีวิตดีขึ้น เช่น มีต้นไม้มากขึ้น สวนสาธารณะเพิ่มขึ้น และหลายแห่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น อาทิ เขาวราช, ท้องสนามหลวง, ถนนราชดำเนิน, พระบรมรูปทรงม้า, อนุสาวรีย์ 14 ตุลาฯ, พื้นที่ชุมชนบางลำภู เป็นต้น ด้วยเหตุผลข้างต้นประกอบกับไม่มีพื้นที่ที่จะเปิดโครงการใหม่ได้ ทำให้ตลาดบ้านมือสองในทำเลนี้จะมีขนาดใหญ่กว่าตลาดบ้านมือหนึ่งที่จะเปิดโครงการ

บ้านมือสองบริเวณกรุงเทพฯ ชั้นใน ส่วนใหญ่จะเป็นคอนโดมิเนียม และอาคารพาณิชย์ โดยมีราคาดังนี้

- คอนโดมิเนียม ราคาตั้งแต่ 8.5 แสน - 8.3 ล้านบาท
- อาคารพาณิชย์ ราคาตั้งแต่ 3 ล้าน - 35 ล้านบาท

บ้านมือสองพระราม 4 – รัชดาภิเษก (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, มกราคม 2546: 62) รวมไปถึงทำเลใกล้เคียงแยกสุขุมวิทตัดถนนรัชดาฯ แยกเพชรบุรีตัดใหม่รัชดา และพระรามเก้า ราคาเริ่มจะขยับสูงขึ้นแม้ว่ารถไฟฟ้าใต้ดินยังไม่เปิดให้บริการ ซึ่งก็คือ รถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล หรือเส้นทาง หัวลำโพง-หัวขวาง-บางซื่อ เส้นทางนี้มีสถานี 18 แห่ง เริ่มจาก สถานีหัวลำโพง, สถานีสามย่าน, สถานีสีลม, สถานีลุมพินี, สถานีบ่อนไก่ 5 สถานีนี้ปากทางขึ้นลงอยู่บนถนนพระราม 4 ส่วนอีก 8 สถานี ปากทางขึ้นลงอยู่บนถนนรัชดาภิเษกช่วงแยกพระราม 4 ถึงแยกรัชดาลาดพร้าว

ความสะดวกรวดเร็วของบริการรถไฟฟ้าใต้ดิน สถานีในการขึ้นลงรถไฟฟ้าใต้ดิน การเดินทางที่ต่อเนื่องในการใช้บริการต่อรถไฟฟ้า บีทีเอส ที่สถานีสีลม, สถานีสุขุมวิท และสถานีหมอชิต

จากเหตุผลความสะดวกจากการเดินทางโดยอาศัยรถไฟฟ้าใต้ดินข้างต้น ทำให้บ้านมือสองในทำเลนี้มีราคาค่อนข้างสูง ได้แก่

- คอนโดเนียม ราคาอยู่ระหว่าง 1.75 ล้าน - 7.2 ล้านบาท
- ทาวน์เฮ้าส์ ราคาประมาณ 3.6 ล้าน - 7 ล้านบาท
- บ้านเดี่ยวราคาตั้งแต่ 2.2 ล้าน - 5 ล้านบาท
- อาคารพาณิชย์ ราคาตั้งแต่ 3.5 ล้าน - 5 ล้านบาท



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจตัวแทนขายบ้านมือสอง โดยผู้วิจัยได้แบ่งส่วนการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลของผู้ซื้อ ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อครัวเรือน ทำเลของที่บ้าน เลขหรือไม่เคยซื้อบ้านมาก่อน ผลที่ได้จากการซื้อบ้านมาก่อน สิ่งที่คาดหวังจากการเลือกซื้อบ้าน ส่วนที่สองข้อมูลบ้านหลังเดิม ได้แก่ ปัญหาที่พบจากบ้านหลังเดิม ทำเลของบ้าน ประเภทของบ้าน ส่วนที่สามข้อมูลของบ้านมือสอง ได้แก่ ประเภทของบ้านที่ซื้อ ราคาของบ้าน ทำเลของบ้าน วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้าน เหตุผลที่เลือกซื้อ การปรับปรุงบ้านหลังการซื้อ และส่วนที่สี่เป็นข้อมูลการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย ได้แก่ ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย การเลือกซื้อบ้านหลังต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย การแนะนำผู้อื่นซื้อบ้านมือสองผ่านตัวแทนขาย ซึ่งการวิเคราะห์นี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจาก แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านมือสองผ่านตัวแทนขายคือ บริษัท โรยัล แอสเซทส์ คอนเซ็ปต์แทนด์ จำกัด จำนวนทั้งหมด 150 ชุด

#### 4.1 ข้อมูลผู้ซื้อ

##### ตารางที่ 4.1 ประเภทอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	30.7
ลูกจ้างองค์กรเอกชน	69	46.0
ทำธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	35	23.3
รวม	150	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างองค์กรเอกชนจำนวนร้อยละ 46.0 รองลงมา เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนร้อยละ 30.7 และทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระจำนวน ร้อยละ 23.3

ตารางที่ 4.2 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างต่อครัวเรือน / เดือน

รายได้ต่อครัวเรือน / เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	6.7
10,001 – 20,000 บาท	60	40.0
20,001 – 50,000 บาท	52	34.7
50,001 – 100,000 บาท	19	12.7
100,001 บาทขึ้นไป	9	6.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้ต่อครัวเรือน 10,001-20,000 บาท/เดือน จำนวนร้อยละ 40.0 รองลงมารายได้ต่อครัวเรือน 20,001-50,000 บาทต่อเดือนจำนวนร้อยละ 34.7 รายได้ต่อครัวเรือน 50,001-100,000 บาท จำนวนร้อยละ 12.7 รายได้ต่อครัวเรือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนร้อยละ 6.7 และรายได้ต่อครัวเรือน 100,001 บาทขึ้นไป จำนวนร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.3 ทำเลที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง

ทำเลที่ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ตอนเหนือ	53	35.3
กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ	46	30.7
กรุงเทพฯ ตะวันออก	14	9.3
กรุงเทพฯ ตะวันตก	5	3.3
กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ	32	21.3
กรุงเทพฯ ตอนใต้	0	0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีที่ทำงานอยู่ในทำเลกรุงเทพฯ ตอนเหนือมากที่สุดจำนวนร้อยละ 35.3 รองลงกรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนร้อยละ 30.7 กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ 21.3 กรุงเทพฯ ตะวันออกจำนวนร้อยละ 9.3 และ กรุงเทพฯตะวันตก จำนวนร้อยละ 3.3

#### ตารางที่ 4.4 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน

ผู้ที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน	99	66.0
เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน	51	34.0
- โดยการไปเลือกดูเอง	34	24.1
- มีคนแนะนำ	22	15.6
- เลือกซื้อจากทรัพย์สินรอขายของสถาบันการเงิน	4	2.8
- เลือกจากประกาศขายในหนังสือพิมพ์โดยตรง จากเจ้าของ	23	16.3
- เลือกซื้อจากบ้านใหม่จากโครงการจัดสรร	27	19.2
- จากการประมูล	6	4.3
- จากกรมบังคับคดี	5	3.5
- ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย	20	14.2

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน จำนวนร้อยละ 66 และเคยซื้อบ้านมาแล้ว จำนวนร้อยละ 34 ผู้ซื้อที่เคยเลือกซื้อบ้านมาแล้วใช้วิธีเลือกซื้อบ้านโดยการไปเลือกดูเองมากที่สุด จำนวนร้อยละ 24.1 รองลงมาเลือกซื้อจากบ้านใหม่จากโครงการจัดสรร จำนวนร้อยละ 19.2 เลือกจากประกาศขายในหนังสือพิมพ์โดยตรง จำนวนร้อยละ 16.3 มีคนแนะนำ จำนวนร้อยละ 15.6 ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย จำนวนร้อยละ 14.2 จากการประมูล จำนวนร้อยละ 4.3 จากกรมบังคับคดี จำนวนร้อยละ 3.5 และเลือกซื้อจากทรัพย์สินรอขายของสถาบันการเงิน จำนวนร้อยละ 2.8

#### ตารางที่ 4.5 ผลที่ได้จากการเลือกซื้อบ้านด้วยวิธีการต่างๆ

ผลที่ได้จากการเลือกซื้อบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้	43	84.3
ไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้	8	15.7
<b>รวม</b>	<b>51</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อบ้านด้วยวิธีการต่างๆ ได้บ้านตามคาดหวังไว้ จำนวนร้อยละ 84.3 และไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้ จำนวนร้อยละ 15.7

#### ตารางที่ 4.6 สิ่งในกลุ่มตัวอย่างคาดหวังจากการเลือกซื้อบ้าน

สิ่งที่คาดหวังจากการเลือกซื้อบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	36	19.5
ทำเลดี	31	16.8
ใกล้ที่ทำงาน	26	14.0
สภาพแวดล้อมในโครงการดี	23	12.4
แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี	22	11.9
ชุมชนดี	19	10.3
กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย	15	8.1
ใกล้โรงเรียนลูก	10	5.4
ใกล้บ้านญาติพี่น้อง	3	1.6

หมายเหตุ : แบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีสิ่งคาดหวังจากการเลือกซื้อบ้านที่ราคาถูก จำนวนร้อยละ 19.5 รองลงมาทำเลดี จำนวนร้อยละ 16.8 ใกล้ที่ทำงาน จำนวนร้อยละ 14.0 สภาพแวดล้อมในโครงการดี จำนวนร้อยละ 12.4 แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี จำนวนร้อยละ 11.9 ชุมชนดี จำนวนร้อยละ 10.3 กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย จำนวนร้อยละ 8.1 ใกล้โรงเรียนลูก ร้อยละ 5.4 และใกล้บ้านญาติพี่น้อง จำนวนร้อยละ 1.6

## 4.2 ข้อมูลบ้านหลังเดิม

ตารางที่ 4.7 ปัญหาที่พบจากบ้านหลังเดิม

ปัญหาที่พบจากบ้านหลังเดิม	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านขนาด	57	38.8
ปัญหาด้านการเดินทาง	44	29.9
ปัญหาด้านการเงิน	13	8.8
ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม	33	22.4
<b>รวม</b>	<b>147</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีปัญหาจากบ้านหลังเดิมโดยมีปัญหาด้านขนาดมากที่สุด จำนวนร้อยละ 38.8 รองลงมาคือปัญหาด้านการเดินทาง จำนวนร้อยละ 29.9 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 22.4 และปัญหาด้านการเงิน จำนวนร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.8 ปัญหาด้านขนาดที่พบ

ปัญหาด้านขนาด	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็กเกินไป	51	89.5
ขนาดใหญ่เกินไป	6	10.5
<b>รวม</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ซื้อที่มีปัญหาด้านขนาดซึ่งพบว่าบ้านมีขนาดเล็กเกินไป จำนวนร้อยละ 89.5 และขนาดใหญ่เกินไป จำนวนร้อยละ 10.5



ตารางที่ 4.9 ทำเลของบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง

ทำเลของบ้านหลังเดิม	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ตอนเหนือ	40	26.7
กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ	40	26.7
กรุงเทพฯ ตะวันออก	18	12.0
กรุงเทพฯ ตอนใต้	5	3.3
กรุงเทพฯ ตะวันตก	13	8.7
กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ	34	22.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีทำเลของบ้านหลังเดิมอยู่บริเวณ กรุงเทพฯ ตอนเหนือ จำนวนร้อยละ 26.7 ซึ่งเท่ากับ กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมากรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ จำนวนร้อยละ 22.7 กรุงเทพฯ ตะวันออก จำนวนร้อยละ 12.0 กรุงเทพฯ ตะวันตก จำนวนร้อยละ 8.7 และกรุงเทพฯ ตอนใต้ จำนวนร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.10 ประเภทของบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของบ้านหลังเดิม	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	36	24.0
บ้านแฝด	6	4.0
ทาวน์เฮาส์	64	42.7
อาคารชุด	26	17.3
อาคารพาณิชย์	18	12.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ประเภทบ้านหลังเดิมเป็นทาวน์เฮาส์ จำนวนร้อยละ 42.7 รองลงมาคือบ้านเดี่ยว จำนวนร้อยละ 24.0 อาคารชุด จำนวนร้อยละ 17.3 อาคารพาณิชย์ จำนวนร้อยละ 12.0 และบ้านแฝด จำนวนร้อยละ 4.0

### 4.3 ข้อมูลของบ้านมือสอง

ตารางที่ 4.11 ประเภทของบ้านมือสองที่ซื้อ

ประเภทของบ้านมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	52	34.7
บ้านแฝด	4	2.7
ทาวน์เฮาส์	71	47.3
อาคารชุด	21	14.0
อาคารพาณิชย์	1	0.7
อื่นๆ	1	0.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อบ้านมือสองประเภททาวน์เฮาส์ จำนวนร้อยละ 47.3 รองลงมาบ้านเดี่ยว จำนวนร้อยละ 34.7 อาคารชุด จำนวนร้อยละ 14.0 บ้านแฝด จำนวนร้อยละ 2.7 อาคารพาณิชย์ และอื่นๆ เท่ากันจำนวนร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4.12 ราคาของบ้านมือสองที่ซื้อ

ราคาของบ้านมือสอง	จำนวน	ร้อยละ
750,001 – 1,000,000 บาท	44	29.3
1,000,001 – 1,500,000 บาท	43	28.7
1,500,001 - 2,000,000 บาท	35	23.3
2,000,001 - 3,000,000 บาท	17	11.3
3,000,001 - 5,000,000 บาท	6	4.0
5,000,001 บาทขึ้นไป	5	3.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อบ้านที่มีราคา 750,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 29.3 รองลงมาราคา 1,000,001-1,500,000 บาท จำนวนร้อยละ 28.7 ราคา 1,500,001-2,000,000 บาท

จำนวนร้อยละ 23.3 ราคา 2,000,001-3,000,000 บาท จำนวนร้อยละ 11.3 ราคา 3,000,001-5,000,000 บาท จำนวนร้อยละ 4.0 และ ราคาตั้งแต่ 5,000,001 ขึ้นไป จำนวนร้อยละ 3.3

#### ตารางที่ 4.13 ทำเลของบ้านมือสองที่ซื้อ

ทำเลของบ้านมือสองที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ตอนเหนือ	57	38.0
กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ	50	33.3
กรุงเทพฯ ตะวันออก	16	10.7
กรุงเทพฯ ตะวันตก	10	6.7
กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ	17	11.3
กรุงเทพฯ ตอนใต้	0	0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อบ้านมือสองที่มีทำเลอยู่บริเวณ กรุงเทพฯ ตอนเหนือ จำนวนร้อยละ 38 รองลงมากรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนร้อยละ 33.3 กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ จำนวนร้อยละ 11.3 กรุงเทพฯ ตะวันออก จำนวนร้อยละ 10.7 และกรุงเทพฯ ตะวันตก จำนวนร้อยละ 6.7

#### ตารางที่ 4.14 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่อาศัยเอง	130	86.7
ใช้เป็นสำนักงาน	9	6.0
ให้ผู้อื่นเช่า	7	4.7
เพื่อขายต่อ	4	2.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านมือสองไว้เพื่ออยู่อาศัยเอง จำนวนร้อยละ 86.7 รองลงมาใช้เป็นสำนักงาน จำนวนร้อยละ 6.0 ไว้ให้ผู้อื่นเช่า จำนวนร้อยละ 4.7 และซื้อไว้เพื่อขายต่อ จำนวนร้อยละ 2.7

#### ตารางที่ 4.15 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อบ้านมือสอง

เหตุผลที่เลือกซื้อบ้านมือสองหลังนี้	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลดี	96	18.9
ราคาถูก	86	17.0
ชุมชนดี	45	8.9
สภาพแวดล้อมในโครงการดี	62	12.2
กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย	69	13.6
ใกล้ที่ทำงาน	76	15.0
ใกล้โรงเรียนลูก	44	8.7
ใกล้บ้านญาติพี่น้อง	28	5.5
อื่นๆ	1	0.2

หมายเหตุ : แบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อบ้านมือสองโดยเลือกจากบ้านที่มีทำเลดี จำนวนร้อยละ 18.9 รองลงมาคือราคาถูก จำนวนร้อยละ 17.0 ใกล้ที่ทำงาน จำนวนร้อยละ 15.0 สามารถกู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย จำนวนร้อยละ 13.6 สภาพแวดล้อมในโครงการดี จำนวนร้อยละ 12.2 อยู่ในชุมชนดี จำนวนร้อยละ 8.9 ใกล้โรงเรียนลูก จำนวนร้อยละ 8.7 ใกล้บ้านญาติพี่น้อง จำนวนร้อยละ 5.5 และเหตุผลอื่นๆ จำนวนร้อยละ 0.2

#### ตารางที่ 4.16 การปรับปรุงบ้านหลังการซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่าง

การปรับปรุงบ้านหลังการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ปรับปรุงอะไรเลย	19	12.7
ทำการปรับปรุงบางส่วน	131	87.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ซื้อบ้านมือสองส่วนใหญ่ทำการปรับปรุงบ้านบางส่วนหลังจากซื้อบ้านแล้ว จำนวนร้อยละ 87.3 และไม่ได้ทำการปรับปรุงอะไรเลย จำนวนร้อยละ 12.7

#### 4.4 ข้อมูลการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย

ตารางที่ 4.17 ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย

ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปแบบให้เลือก	62	9.4
มีหลายทำเลให้เลือก	80	12.1
มีหลายราคาให้เลือก	79	12.0
บริการนำเสนอสินค้าแบบถึงบ้าน	16	2.4
ช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนไข	78	11.8
ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ	70	10.6
อำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ	93	14.1
บริการตรวจสอบสภาพบ้าน	29	4.4
อำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์	81	12.3
ให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบ/แก้ไขแบบ	3	0.5
ให้คำปรึกษาในด้านการซ่อมแซมและแนะนำผู้รับเหมา	8	1.2
ให้คำปรึกษาในการซื้ออุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง	5	0.8
มั่นใจ เพราะมีสมาคมตัวแทนนายหน้าและกฎหมายควบคุม	19	2.9
มั่นใจเพราะบริษัทน่าเชื่อถือ	36	5.5

หมายเหตุ : แบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย เนื่องจาก บริษัทตัวแทนขายอำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ จำนวนร้อยละ 14.1 รองลงมาคือ ความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์ จำนวนร้อยละ 12.3 บ้านมีหลายทำเลให้เลือก จำนวนร้อยละ 12.1 มีหลายราคาให้เลือก จำนวนร้อยละ 12.0 ช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนไข จำนวนร้อยละ 11.8 ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ จำนวนร้อยละ 10.6 มีรูปแบบให้เลือก จำนวนร้อยละ 9.4 มั่นใจเพราะบริษัทน่าเชื่อถือ จำนวนร้อยละ 5.5 มีบริการตรวจสอบสภาพบ้าน จำนวนร้อยละ 4.4 มั่นใจเพราะมีสมาคมตัวแทนนายหน้าและกฎหมายควบคุม จำนวนร้อยละ 2.9 บริการนำเสนอ

สินค้าแบบถึงบ้าน จำนวนร้อยละ 2.4 ให้คำปรึกษาในด้านการซ่อมแซมและแนะนำผู้รับเหมา จำนวนร้อยละ 1.2 ให้คำปรึกษาในการซื้ออุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง จำนวนร้อยละ 0.8 และให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบ/แก้ไขแบบ จำนวนร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.18 การเลือกซื้อบ้านหลังต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย

การเลือกซื้อบ้านหลังต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>ซื้อผ่านบริษัท</b>	<b>122</b>	<b>81.3</b>
- สะดวกและบริการดี	13	10.7
- มีบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ	2	1.6
- ไม่บอกเหตุผล	107	87.7
<b>ไม่ซื้อผ่านบริษัท</b>	<b>28</b>	<b>18.7</b>
- ไม่มั่นใจในคุณภาพบ้านมือสอง	7	25.0
- ไม่ต้องการเสียด่านายหน้า	1	3.6
- ต้องการซื้อด้วยตนเอง	4	14.3
- ไม่บอกเหตุผล	16	57.1

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเลือกซื้อบ้านหลังต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย จำนวนร้อยละ 81.3 โดยแยกเหตุผลเนื่องจากได้รับความสะดวกและบริการดี จำนวนร้อยละ 10.7 มีบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ จำนวนร้อยละ 1.6 และไม่แจ้งเหตุผล จำนวนร้อยละ 87.7 ผู้ซื้อที่จะไม่ซื้อบ้านหลังต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนขาย จำนวนร้อยละ 18.7 แยกเป็นสาเหตุเนื่องมาจากไม่มั่นใจในคุณภาพบ้านมือสอง จำนวนร้อยละ 25.0 ต้องการซื้อด้วยตนเอง จำนวนร้อยละ 14.3 ไม่ต้องการเสียด่านายหน้า จำนวนร้อยละ 3.6 และไม่แจ้งเหตุผล จำนวนร้อยละ 57.1

ตารางที่ 4.19 การแนะนำผู้อื่นซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายของกลุ่มตัวอย่าง

การแนะนำผู้อื่นซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย	จำนวน	ร้อยละ
เคยแนะนำ	58	38.7
ไม่เคยแนะนำ	92	61.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่เคยแนะนำผู้อื่นซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย จำนวนร้อยละ 61.3 และที่เคยแนะนำผู้อื่นซื้อ จำนวนร้อยละ 38.7



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจตัวแทนขายต่อไปนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการสำรวจวิจัยโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 150 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยใช้กรณีศึกษา บริษัท โรยด์ แอสเซ็ทส์ คอนเซ็ปท์แทนด์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ซื้อในระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2545 จำนวน 150 รายโดยอาศัยสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน  $\pm 5\%$  โดยได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม 150 ตัวอย่าง จากจำนวนประชากร 240 ราย โดยการส่งแบบสอบถามและนำกลับมากำทำการวิเคราะห์ได้ครบ 150 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังกล่าวได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ไม่เคย/เคยซื้อบ้านมาก่อนกับเหตุผลหลักในซื้อบ้านหลังปัจจุบัน

เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน เหตุผลหลักที่ซื้อบ้านหลังนี้	ไม่เคยเลือกซื้อ	เคยเลือกซื้อ
ทำเลดี	17.6	21.7
ราคาถูก	15.5	19.9
ชุมชนดี	8.5	9.6
สภาพแวดล้อมโครงการดี	11.7	13.3
กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่าน้อย	14.4	12.0
ใกล้ที่ทำงาน	16.4	12.0
ใกล้โรงเรียนลูก	9.4	7.3
ใกล้บ้านญาติพี่น้อง	6.5	3.6
อื่นๆ	0	0.6

จากตารางที่ 5.1 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน แล้วซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายจะมีเหตุผลในการซื้อคือ เลือกทำเลดี มาเป็นอันดับแรก ร้อยละ 17.6 รองลงมาเป็นที่ทำงานร้อยละ 16.4 และราคาถูกร้อยละ 15.5



2. กลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน แล้วซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย จะมีเหตุผลในการตัดสินใจคือ เลือกทำเลมาเป็นอันดับแรก ร้อยละ 21.7 รองมาเป็นราคาถูกร้อยละ 19.9 และสภาพแวดล้อมในโครงการดี ร้อยละ 13.3

3. จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า

3.1 กลุ่มที่ไม่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน แล้วมาซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อบ้านมาก่อนแล้วมาซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายให้เหตุผล 3 อันดับแรก ในการซื้อบ้านว่า บ้านที่เลือกซื้อนั้น

- 1) ทำเลดี
- 2) ใกล้ที่ทำงาน
- 3) ราคาถูก

จะเห็นได้ว่ากลุ่มนี้เลือก ทำเลดี ใกล้ที่ทำงานและราคาถูก ความหมายของการเลือกทำเลดีในกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์โดยเฉพาะเจาะจงกับแหล่งงานที่ตนทำงานอยู่ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ของระยะทาง ความพร้อมของการคมนาคม การเข้าถึง ของบ้านที่เลือกซื้อนี้ กับสถานที่ทำงานของผู้ซื้อซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญ ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านหลังนี้อย่างแน่นอน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อบ้าน ตัดสินใจเลือกซื้อเพราะทำเลที่ตนเห็นว่ายู่ใกล้ที่ทำงาน ซึ่งเป็นทำเลที่ดีสำหรับกลุ่มนี้โดยตรง

3.2 กลุ่มที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อนแล้วมาเลือกซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อบ้านมาก่อน และมาซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย ซึ่งให้เหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อบ้านหลังนี้ว่า

- 1) ทำเลดี
- 2) ราคาถูก
- 3) สภาพแวดล้อมโครงการดี

จะเห็นได้ว่ากลุ่มนี้เลือกทำเลดี ราคาถูก สภาพแวดล้อมโครงการดี โดยความหมายของการเลือกทำเลดีในกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์โดยเฉพาะเจาะจงกับสภาพแวดล้อมของโครงการ โดยกลุ่มตัวอย่างนี้เลือกทำเลดีในความหมายที่ให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมของโครงการที่ดีเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มนี้เลือกซื้อบ้านหลังดังกล่าวนี้โดยมุ่งหวังที่เลือกถึงสภาพของโครงการที่ดีสัมพันธ์ในความหมายของทำเลดี

จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มข้างต้น สรุปได้ว่า

1. ผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อบ้านมาก่อนจะเล็งเห็นถึงทำเลดีในแง่ที่อยู่ใกล้แหล่งงานและเลือกซื้อผ่านตัวแทนขาย โดยคำนึงถึงการเสนอสินค้าของบริษัทตัวแทนขายที่มีบ้านให้เลือกหลายประเภท หลายราคาในทำเลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกที่ไม่มี

ประสบการณ์ก็จะเลือกใกล้แหล่งงานเป็นหลัก และสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มโดยบริษัทตัวแทนขาย

2. กลุ่มที่มีประสบการณ์แล้วจะมุ่งเน้นที่สภาพแวดล้อมโครงการที่ดีเป็นหลัก โดยการผ่านบริษัทตัวแทนขาย อันเนื่องจากมีบ้านหลายประเภทหลายราคา และหลายทำเลให้เลือก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ก็จะเลือกในทำเลดี โดยความหมายสภาพแวดล้อมโครงการที่ดีเป็นหลัก

ตารางที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อบ้านครั้งต่อไปผ่านบริษัทตัวแทนกับข้อพิจารณาในการเลือกซื้อ

ข้อพิจารณาในการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย	ซื้อผ่าน	ไม่ซื้อผ่าน
มีรูปแบบให้เลือก	8.7	12.0
มีหลายทำเลให้เลือก	11.8	13.4
มีหลายราคาให้เลือก	11.6	13.4
บริการนำเสนอสินค้าแบบถึงบ้าน	1.5	5.6
ช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนไข	12.8	8.5
ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ	11.6	7.0
อำนวยความสะดวกในการยื่นกู้สินเชื่อ	15.5	9.2
บริการตรวจสอบสภาพบ้าน	3.7	7.0
อำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์	13.2	9.2
ให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบ / แก้ไขแบบ	0.4	0.7
ให้คำปรึกษาในด้านการซ่อมแซมและแนะนำผู้รับเหมา	0.8	2.8
ให้คำปรึกษาในการซื้ออุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง	0.2	2.8
มั่นใจ เพราะมีสมาคมตัวแทนนายหน้าและกฎหมายควบคุม	2.7	3.5
มั่นใจ เพราะบริษัทน่าเชื่อถือ	5.6	4.9

จากตารางที่ 5.2 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่จะซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกครั้ง เมื่อจะซื้อบ้านในครั้งต่อไป ด้วยเหตุผล 3 อันดับแรกว่า บริษัทตัวแทนขายอำนวยความสะดวกในการยื่นกู้สินเชื่อเป็นอันดับแรก บริษัทตัวแทนขายอำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์ในอันดับที่สอง และบริษัทตัวแทนขายช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนไขให้เป็นอันดับที่สาม โดยปกติแล้วคนทั่วไปเห็นว่า การดำเนินการขอสินเชื่อกับทางสถาบันการเงินเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก เพราะต้องเตรียมเอกสารหลายๆ ด้าน ทั้งทางสถานะทางการเงิน สถานะต่างๆ ไปของผู้ยื่นกู้ อีกทั้งยังต้องใช้เวลาในการติดต่อประสานงาน

อื่นๆ อีก และเช่นเดียวกันกับการ โอนกรรมสิทธิ์ที่สำนักงานที่ดินตามที่ทรัพย์สินนั้นๆ สังกัดอยู่ อีก ซึ่งผู้ที่ไม่ได้มีประสบการณ์หรือแม้แต่มีประสบการณ์ก็อาจผิดพลาดได้ หากขาดการเตรียมการ ที่ไม่เรียบร้อย เพราะนั่นหมายถึงว่าจะไม่สามารถจดจำนอง และ โอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินนั้นๆ ได้ เลย เนื่องจากกฎระเบียบข้อบังคับอันเป็นกฎหมายของทางราชการที่ต้องตรวจสอบรายละเอียด อย่างถูกต้องและรัดกุม ดังนั้นเหตุผลข้างต้น 2 ประการแรกทั้งการอำนวยความสะดวกในการยื่น กู้ขอสินเชื่อและอำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์นั้น ได้รับการอำนวยความสะดวก จากบริษัทตัวแทนขายก็นับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผ่านบริษัท ตัวแทนขาย หากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการเลือกซื้อเอง จะต้องติดต่อหาสินเชื่อกับสถาบันการเงิน โดยลำพัง และเมื่อได้สถาบันการเงินรองรับแล้วก็ต้องไปดำเนินการจดจำนองและ โอนกรรมสิทธิ์ที่สำนักงานที่ดิน ซึ่งจะมีรายละเอียดมากมายไม่ว่าจะเป็นด้านภาษี ค่าจดจำนอง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ หากได้รับการบริหารจากบริษัทตัวแทนขายก็สามารถที่จะได้รับทราบถึง ค่าใช้จ่ายทางภาษี ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าจดจำนอง ตลอดจนประโยชน์ทางภาษีที่จะได้รับ และคำแนะนำอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ได้ ส่วนเหตุผลลำดับที่สามที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อผ่าน ได้แก่ บริษัทตัวแทนขายช่วยเจรจาด้านราคาเงินโอนให้กับผู้ซื้อ บริษัทตัวแทนขายเป็นคนกลางใน การดำเนินการขายสินค้าให้แก่ผู้ขายและเป็นตัวกลางให้กับผู้ซื้อสินค้า ดังนั้นข้อมูลและ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้านับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากประการหนึ่งในการตัดสินใจซื้อและขาย และ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การยอมรับบริษัทตัวแทนเมื่อผู้ขายหรือเจ้าของทรัพย์สินได้แต่งตั้ง ให้บริษัทตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการขายทรัพย์สินให้ ก็หมายความว่าผู้ขายก็ต้องรับทราบ ข้อเท็จจริงทั้งข้อดี และข้อเสียของสินค้าอย่างตรงไปตรงมา และข้อเท็จจริงที่ว่านี้ได้รับการ เสนอและเกิดจุดสมดุลได้ก็เกิดจากการดำเนินการของบริษัทตัวแทนที่จะให้ข้อมูลแก่ผู้ซื้อ และการยืดหยุ่นตามข้อเท็จจริงข้อดีข้อด้อยจากผู้ขาย ซึ่งเหตุผลและข้อเท็จจริงดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของการช่วยเจรจาด้านราคาเงินโอน โดยบริษัทตัวแทนขาย

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่จะซื้อผ่านอีกในครั้งต่อไป เกิดความประทับใจกับการบริการ ที่ได้รับซึ่งไม่ต้องเสียเวลาในการดำเนินการด้านสินเชื่อและการโอนกรรมสิทธิ์เองทั้งหมด อีกทั้งยังมั่นใจในการช่วยเจรจา ด้านราคาเงินโอนให้กับผู้ขายโดยบริษัทตัวแทนขายอีกด้วย

2. กลุ่มตัวอย่างที่จะไม่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายเมื่อมีการซื้อครั้งต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ให้เหตุผลดังนี้ อันดับที่ 1 เท่ากัน 2 เหตุผลได้แก่ การมีหลายทำเลให้เลือกและการมีหลายราคา ให้เลือกและการมีรูปแบบให้เลือกเป็นเหตุผลถัดไป จะเห็นได้ว่าการที่มีหลายทำเล หลายราคา หลายรูปแบบให้เลือก แต่กลุ่มตัวอย่างนี้ไม่เลือกซื้อ นั้นหมายถึง สิ่งที่มีอยู่ไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างมุ่งถึงตัวสินค้ามาก่อน เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองของ

ตัวสินค้า กลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้มองถึงการบริการ ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มแรกที่มีมองถึงการบริการมาก่อน ดังนั้นสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า

1. มีการเสนอความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นหลายทำเล หลายราคา หลายรูปแบบ แต่การเสนอต่างๆ เหล่านี้ไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ณ.เวลานั้นๆ
2. มีการเสนอความหลากหลายแต่โอกาสให้เลือกน้อยเกินไป เช่น มีจำนวนทำเลให้เลือกจริง แต่มีน้อยเกินไป มีหลายราคาให้เลือก แต่มีปริมาณให้เลือกน้อยเกินไป หรือแม้แต่วิธีแบบให้เลือก แต่อาจมีให้เลือกน้อยเกินไป จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเลือกได้ตามที่ต้องการ

จากเหตุผลข้างต้นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้เกิดความไม่ประทับใจ ในด้านสินค้า ซึ่งเมื่อสินค้าไม่สามารถขายได้ การบริการอื่นๆ ที่ตามมาจึงยังไม่เกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างจึงตัดสินใจไม่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย เมื่อมีการซื้ออีกครั้ง

### ตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบ้านได้ / ไม่ได้ตามที่หวังกับสิ่งที่คาดหวังไว้

เลือกบ้านได้ตามที่คาดหวัง สิ่งที่คาดหวังไว้	ได้ตามที่หวัง	ไม่ได้ตามที่หวัง
ทำเลดี	17.7	9.5
แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี	11.0	19.0
ราคาถูก	19.5	19.0
ชุมชนดี	11.0	4.8
สภาพแวดล้อมในโครงการดี	11.0	23.8
กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่าน้อย	7.9	9.5
ใกล้ที่ทำงาน	14.0	14.3
ใกล้โรงเรียนลูก	6.1	0
ใกล้บ้านญาติพี่น้อง	1.8	0
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 5.3 พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้  
กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้ และสิ่งที่ได้คาดหวัง 3 อันดับแรกของกลุ่มนี้ก่อนการเลือกซื้อ ได้แก่

- 1) ราคาถูก
- 2) ทำเลดี
- 3) ใกล้ที่ทำงาน

จากการคาดหวังไว้ 3 อันดับข้างต้น และกลุ่มตัวอย่างได้บ้านตามสิ่งที่คาดหวังไว้นั้น อธิบายได้ว่า กลุ่มนี้ได้คาดหวังเกี่ยวกับทำเลในความหมายที่ใกล้แหล่งงานที่ตนทำงานอยู่ซึ่งบริษัทตัวแทนสามารถที่จะนำเสนอให้ตรงกับความต้องการได้ เพราะบริษัทตัวแทนขายมีบ้านให้เลือกหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ประเภทของบ้านที่หลากหลาย ราคาที่หลากหลาย และทำเลที่หลากหลาย ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถที่จะได้รับการสนองอย่างตรงใจของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ทำให้กลุ่มตัวอย่างนี้ได้ในสิ่งที่ตนเองคาดหวังไว้ก่อนการซื้อบ้าน จึงทำให้ได้บ้านตรงกับที่คาดหวังไว้

2. กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่ไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้
  - สิ่งที่คาดหวังไว้ 3 อันดับแรกของกลุ่มนี้ก่อนการเลือกซื้อบ้านได้แก่
    - 1) สภาพแวดล้อมในโครงการดี
    - 2) แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี
    - 3) ราคาถูก

จากการคาดหวังไว้ข้างต้นและกลุ่มนี้ไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้ อธิบายได้ว่า กลุ่มนี้ได้ทำการคาดหวังเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในโครงการ และแบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี จากการคาดหวัง 2 ประการข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นการคาดหวังที่เกี่ยวกับตัวสินค้าโดยตรง นั่นคือคุณสมบัติของบ้านโดยตรง ซึ่งได้แก่ สภาพแวดล้อมโครงการที่ดี และอีกประการคือ แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี ในข้อเท็จจริงแล้ว บ้านมือสองที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อนั้น ย่อมมีข้อจำกัดอยู่ในตัว ซึ่งบางอย่างไม่อาจจะควบคุมได้เพราะสินค้าเป็นบ้านมือสอง ไม่ใช่บ้านใหม่ดังนั้น การที่จะคาดหวังให้สภาพแวดล้อมในโครงการดีนั้น ย่อมมีองค์ประกอบหลายด้าน ทั้งด้านราคา และการจัดการของโครงการเองด้วย เช่นหากบ้านมีราคาถูก การคาดหวังในข้อนี้ก็จะเป็นเรื่องยาก เพราะการที่สภาพแวดล้อมของโครงการจะดีได้ จะต้องมีการบริหารจัดการดูแลสภาพแวดล้อมและหากผู้อยู่อาศัยในโครงการไม่สามารถจะรับภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลสภาพแวดล้อมแล้ว สภาพโครงการก็ไม่อาจจะดีได้ อีกประการหนึ่งคือ แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี การคาดหวังด้วยเหตุผลนี้ก็ทำนองเดียวกับข้างต้น คือสินค้าเป็นสินค้ามือสอง ดังนั้นการก่อสร้างหรือแบบบ้านอาจจะไม่สามารถเปรียบได้กับบ้านใหม่ เพราะเวลาสามารถทำให้คุณภาพของบ้านเสื่อมลงไปได้ ดังนั้นสรุปได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังไว้แล้วไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้นั้น เนื่องจากเป็นการคาดหวังอันเกี่ยวกับคุณสมบัติโดยตรงของตัวบ้านซึ่ง

เป็นข้อจำกัดที่บริษัทตัวแทนขายไม่อาจจะควบคุมได้ในประการแรก และประการที่สอง บริษัทตัวแทนขายอาจมีสินค้าให้เลือกน้อยเกินไปหรือไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้

**ตารางที่ 5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เคยแนะนำใครซื้อบ้านผ่านบริษัทฯ กับเหตุผลหลักที่ซื้อ**

เคยแนะนำใครซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย เหตุผลหลักที่ซื้อบ้านหลังนี้	เคย
ทำเลดี	17.2
ราคาถูก	15.0
ชุมชนดี	8.3
สภาพแวดล้อมโครงการดี	12.6
กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย	14.1
ใกล้ที่ทำงาน	16.6
ใกล้โรงเรียนลูก	10.4
ใกล้บ้านญาติพี่น้อง	5.8
อื่นๆ	0

จากตารางที่ 5.4 พบว่าผู้ที่เคยแนะนำผู้อื่นให้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย เนื่องจากผู้ซื้อเชื่อมั่นว่าถ้าซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายแล้วจะได้ในสิ่งเหล่านี้ได้แก่ ทำเลดี ใกล้ที่ทำงาน และราคาถูกตามลำดับ

**ตารางที่ 5.5 แสดงความพอใจและไม่พอใจต่อการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย**  
**ส่วนที่ 1**

พอใจ	ไม่พอใจ
จะซื้อซ้ำผ่านอีก 81.3%	จะไม่ซื้อผ่าน 18.7%
เคยแนะนำ 38.7%	ไม่เคยแนะนำ 61.3%

**ส่วนที่ 2**

พอใจ	ไม่พอใจ
เคยเลือกซื้อ 34% และ	ไม่สมหวัง 15.7%
ไม่เคยเลือกซื้อ 66%	สมหวัง 84.3%

จากตารางที่ 5.5 ส่วนที่ 1 พบว่า

1. กลุ่มที่พอใจกับการซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย จะทำการซื้ออีกในอนาคตมีจำนวนร้อยละ 81.3 กลุ่มนี้พอใจกับการบริการที่ได้รับ และยินดีจ่ายค่าคอมมิชชั่นเนื่องจากเห็นว่าเกิดความคุ้มค่าทั้งด้านเวลาและได้รับการบริการในแง่ต่างๆ ข้างต้น จึงตัดสินใจซื้อเมื่อมีการซื้อในอนาคต และกลุ่มที่ไม่พอใจจำนวนร้อยละ 18.7 เห็นว่าไม่พอใจ หรือไม่คุ้มค่ากับการบริการ และไม่คุ้มค่ากับการเสียค่าคอมมิชชั่น จึงจะไม่ทำการซื้อซ้ำอีกหากมีการซื้อในอนาคต
  2. กลุ่มที่พอใจกับการซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย และทำการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่น ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย ซึ่งมีร้อยละ 38.7 ถือได้ว่าเป็นตัวเลขที่ต่ำเมื่อเทียบกับความพอใจที่จะซื้อผ่านในอนาคต ในข้อ 1. ส่วนไม่เคยแนะนำมีสูงถึง ร้อยละ 61.3 การที่มีการแนะนำน้อยเพียงร้อยละ 38.7 นั้น พอจะอธิบายได้ว่า
    - 1) การซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายเป็นการซื้อบ้านที่เกิดจากความต้องการเฉพาะของผู้ซื้อแต่ละคนที่มีจุดมุ่งหมายของการซื้อที่เน้นในจุดเดินทางที่แตกต่างกันของบ้าน และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบ้านอันเป็นการเฉพาะตัว ซึ่งผู้ซื้อผู้นั้นอาจตอบว่าหลังนี้เหมาะสมกับเขามากที่สุด แต่อีกคนหนึ่งอาจตอบได้ว่าไม่เหมาะสมเลย หรืออาจจะเหมาะสมมากเท่ากันก็เป็นไปได้ ดังนั้นโดยทั่วไปแล้วการแนะนำจึงอาจจะแนะนำเฉพาะกับคนที่มีความต้องการที่มีจุดเด่นที่มุ่งหมายอย่างเดียวกัน และประเด็นนี้เองที่ทำให้กลุ่มที่จะแนะนำแอบลงไปทันที ทำให้มีการแนะนำน้อยลงไปด้วย
    - 2) การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย คนทั่วไปจะทราบอยู่แล้ว หรือคิดไว้แต่แรกแล้วว่าบริษัทตัวแทนขายจะได้ผลตอบแทนร้อยละ 3 ของราคาขาย หรือทราบกันในฐานะของค่านายหน้า ดังนั้นเมื่อมีการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย ผู้แนะนำจะถูกมองว่าจะได้รับผลประโยชน์จากการแนะนำจากบริษัทตัวแทนขาย ทำให้ผู้ที่แนะนำใครไม่กล้าที่จะแนะนำโดยการกลัวว่าจะแสวงหาผลประโยชน์จากการแนะนำนี้ จากพฤติกรรมดังกล่าวทำให้ผู้แนะนำไม่กล้าแนะนำผู้อื่นให้มาซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยกลัวว่าจะถูกดำเนินคดีและเห็นว่ามุ่งหวังค่าคอมมิชชั่น
- จาก 2 เหตุผลข้างต้น จึงทำให้สัดส่วนการแนะนำให้ผู้อื่นมาซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย จึงมีตัวเลขที่ต่ำกว่าการไม่แนะนำ

จากตารางที่ 5.5 ส่วนที่ 2. พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน (มีประสบการณ์ในการซื้อบ้าน) จำนวนร้อยละ 34 และไม่เคยเลือกซื้อ (ไม่มีประสบการณ์มาก่อน) จำนวนร้อยละ 66 มีความพอใจโดยได้บ้านตามที่คาดหวังไว้ เมื่อใช้บริการผ่านบริษัทตัวแทนขายถึงร้อยละ 84.3 ทำให้เห็นว่า บริษัทตัวแทนขายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ไม่ว่าผู้ซื้อจะมีประสบการณ์ในการซื้อหรือไม่ก็

ตาม บริษัทตัวแทนขายก็สามารถดำเนินการให้ผู้ซื้อได้รับบ้านตามที่คาดไว้ได้ และบริษัทตัวแทนขายไม่อาจตอบสนองความคาดหวังแก่กลุ่มตัวอย่างได้ในอัตราร้อยละ 15.7 ซึ่งเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีความคาดหวังเกี่ยวกับสภาพบ้านหรือคุณภาพโดยตรงของบ้าน ซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้วบ้านมือสองสภาพของบ้านอาจเสื่อมโทรมลงตามสภาพซึ่งไม่อาจจะคาดหวังให้เหมือนบ้านใหม่ได้จึงทำให้เกิดความไม่สมหวังอันเกี่ยวกับตัวบ้านได้

### ผลของการวิจัย

จากผลของการวิจัยสามารถที่จะอภิปรายและวิเคราะห์เป็นประเด็น ได้ดังนี้

#### 1. ความจำเป็นของผู้ซื้อ

จากปัญหาของบ้านหลังเดิมตามตารางที่ 4.7 และ 4.8 ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความจำเป็นที่จะซื้อบ้านหลังใหม่ เพราะบ้านเดิมมีปัญหาด้านขนาดที่เล็กเกินไป อาจเกิดจากสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น เช่นการมีบุตร หรือคนในครอบครัวมีการแต่งงาน จำเป็นที่จะต้องแยกครอบครัวออกไปจากพ่อแม่ เนื่องจากขนาดของที่อยู่เดิมเล็กเกินไป และยังพบว่าบ้านใหม่ที่ซื้อจะมีราคาอยู่ระหว่าง 1,500,001 – 2,000,000 บาท หากด้วยเหตุผลในการซื้อเพราะทำเลดี จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อได้เลือกซื้อบ้านในราคาระดับบ้านเดี่ยวที่มีพื้นที่มากขึ้นในทำเลขานเมืองได้ ซึ่งเหตุผลจากการมีสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น และการแยกตัวจากพ่อแม่ไปซื้อที่อยู่ใหม่ ซึ่งเป็นความจำเป็นของผู้ซื้อแยกได้ดังนี้ (จากตารางที่ 4.4)

##### 1) ผู้ซื้อที่ไม่เคยเลือกซื้อมาก่อน

ผู้ซื้อกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่แยกตัวออกจากครอบครัวเดิม อาจจะเพราะการแต่งงาน ต้องการแยกตัวเป็นอิสระจากครอบครัวเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของจักรชัย พงศ์ประยูร (2527 : 97-100) ที่ว่าด้วยการย้ายที่อยู่อาศัยในเมือง ไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือใหญ่ เกิดขึ้นไม่เว้นแต่ละวัน การย้ายที่อยู่อาศัยจากบ้านหนึ่งไปอีกบ้านหนึ่ง มีผลกระทบต่อกิจวัตรประจำวัน และบริเวณที่อยู่อาศัยด้วยทั้งเก่าและใหม่ เช่นเดียวกับแนวความคิดของ Rossi (1955) ที่ว่าด้วยเรื่องแรงผลักดันให้ครอบครัวเกิดการเปลี่ยนที่อยู่อาศัย คือ ความรู้สึกอัดอัดในครัวเรือน (ความหนาแน่นของจำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกัน) ผู้ซื้อกลุ่มนี้ไม่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อบ้านมาก่อนดังนี้ จึงต้องการข้อมูลต่างๆ ด้านรวมทั้งการบริการต่างๆ ที่จะอำนวยความสะดวก เพื่อประกอบการตัดสินใจ แต่กลุ่มเหล่านี้ก็ได้ตัดสินใจซื้อบ้านด้วยเหตุผลที่ว่าทำเลดี, ใกล้ที่ทำงานและราคาถูก

##### 2) ผู้ซื้อที่เคยเลือกซื้อบ้านมาก่อน

ผู้ซื้อกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เคยผ่านการเลือกซื้อบ้านมาแล้ว จะรู้ว่าหาแหล่งบ้านได้จากที่ใด หาข้อมูลทำเลที่ตั้งจากแหล่งใด กลุ่มนี้จะซื้อบ้าน เนื่องจากคนในครอบครัวมีมากขึ้น เช่น มีบุตร หรือคนโสดที่จะแต่งงาน เป็นต้น ทำให้บ้านเดิมไม่เพียงพอต่อการอยู่อาศัย จำเป็นต้องหาที่อยู่



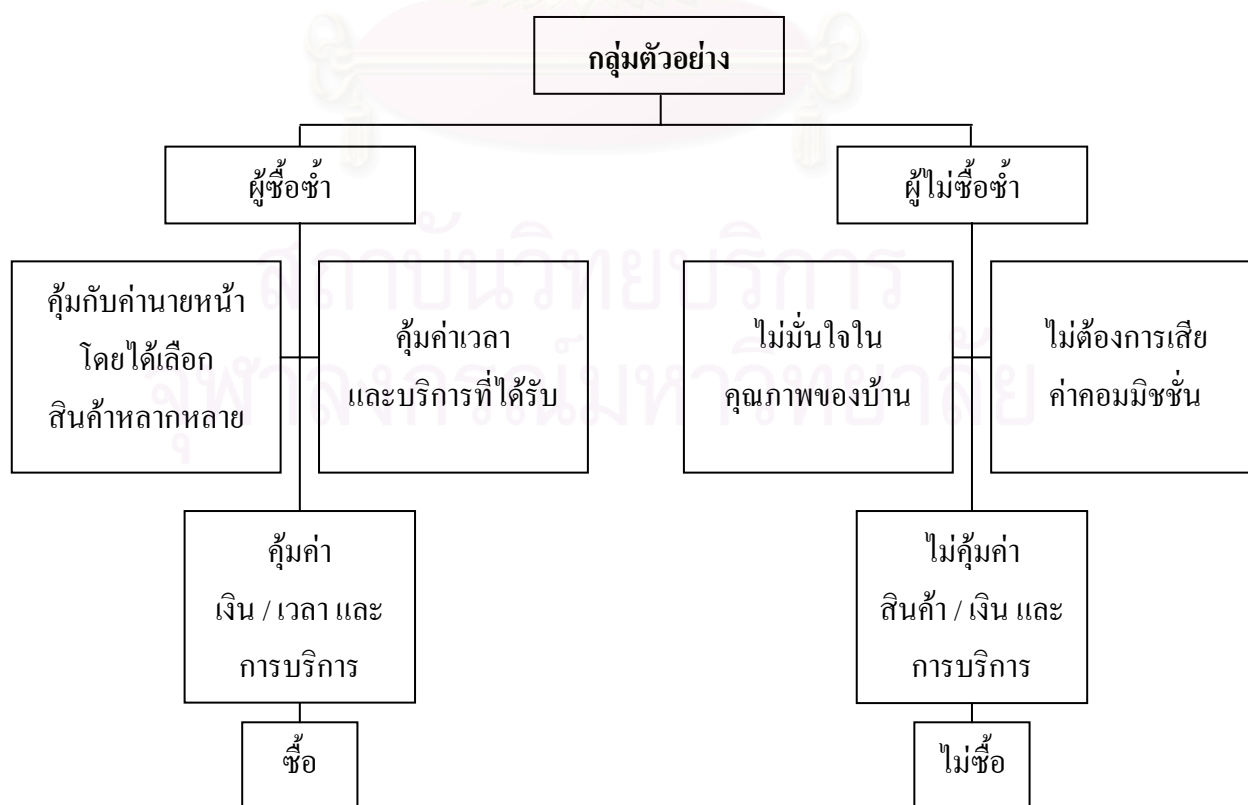
ใหม่ที่ใหญ่กว่าเดิม และผู้ซื้อกลุ่มนี้ก็ได้อัดสินใจซื้อบ้านด้วยเหตุผลที่ว่าทำเลดี ราคาถูก และสภาพแวดล้อมดี (ตามแนวความคิดของนัตรชัย พงศ์ประยูร (2527 : 97-100) และแนวความคิดของ Rossi (1955) จะเห็นได้ว่าผู้ซื้อกลุ่มนี้มีประสบการณ์ที่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยพอสมควร แต่อาจต้องการการบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ตนในการซื้อแม้กลุ่มนี้จะมีสัดส่วนน้อยกว่ากลุ่มแรก แต่ผู้ซื้อกลุ่มนี้มีความรู้และเข้าใจในระบบการซื้อขายบ้าน

## 2. ทำเลที่ตั้งและแหล่งงาน

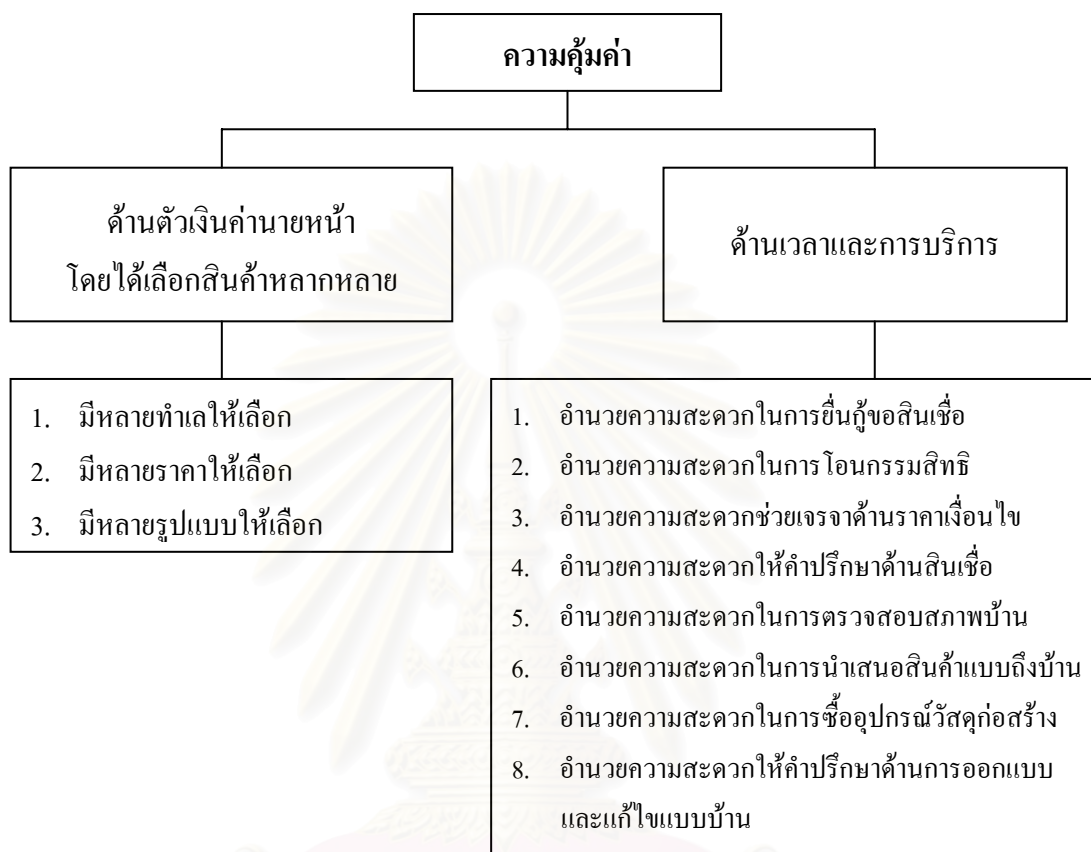
จากข้อมูลที่ได้ผู้ซื้อส่วนมากมีที่อยู่อาศัยปัจจุบันในทำเลกรุงเทพฯ ตอนเหนือ และกรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ รวมแล้วประมาณร้อยละ 71.3 และมีแหล่งงานส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ ตอนเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ ร้อยละ 66 จะเห็นได้ว่ามีผู้ที่อยู่อาศัยจะทำงานในทำเลที่อาศัยอยู่ และยังพบว่าผู้ซื้อบ้านหลังใหม่เป็นผู้ที่ย้ายมาจากทำเลอื่นมาอยู่ในทำเลกรุงเทพฯ ตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งงานที่ตนทำอยู่ เช่นการย้ายที่อยู่เพื่อเข้าใกล้แหล่งงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของ ฉวีวรรณ เด่นไพบุลย์ (2536) ที่ว่าด้วยเรื่องปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย เช่นที่ตั้งโครงการ เป็นต้น

## 3. การซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย (ตามแผนภูมิ 5.1 และ 5.2)

### แผนภูมิที่ 5.1 สรุปผลการวิจัย



## แผนภูมิที่ 5.2 ผลการศึกษา



จากตารางที่ 4.17 อธิบายได้ว่า ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย 6 อันดับแรกได้แก่

1. อำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ
2. อำนวยความสะดวกในการ โอนกรรมสิทธิ์
3. มีหลายทำเลให้เลือก
4. มีหลายราคาให้เลือก
5. ช่วยเจรจาด้านราคาเงื่อนไข
6. ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ

จากข้อมูลข้างต้น สามารถแบ่งเหตุผลในการซื้อได้เป็น 2 กลุ่มได้แก่

### 1. เหตุผลด้านบริการ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอันดับแรก โดยเน้นการบริการด้านการกู้ขอสินเชื่อ และการโอนกรรมสิทธิ์ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว คนส่วนมากมีความเห็นว่าขบวนการในการขอ

สินเชื่อจากสถาบันการเงิน และการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน เป็นสิ่งที่มีกระบวนการที่ยุ่งยากใช้ เวลา และหากเกิดการผิดพลาดด้านเอกสารอาจทำให้การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินไม่ได้รับผล ตามที่คาดหวังไว้ได้ หรืออาจทำให้ไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเลย ซึ่งเท่ากับว่าขบวนการซื้อขายมา ตั้งแต่ต้นต้องมาเริ่มนับหนึ่งใหม่อีกครั้ง และหากไม่ได้เตรียมการในวันโอนกรรมสิทธิ์ที่ดิน เจ้า พนักงานที่ดินอาจปฏิเสธการโอนนั้นได้เช่นกัน ดังนั้นเมื่อบริษัทตัวแทนขายได้ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านขบวนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินเช่นนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจึงตัดสินใจซื้อ บ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายเพื่อลดความยุ่งยากในด้านขบวนการขอสินเชื่อ และประหยัดเวลาไม่ต้อง ดำเนินการเอง

## 2. เหตุผลด้านความหลากหลายของสินค้า

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับรองโดยเน้นถึงความ หลากหลายด้านทำเล ด้านราคา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสามารถจะเลือกได้จากบริษัทตัวแทนขาย บริษัทตัวแทนขายจะมีประเภทของบ้านหลายรูปแบบ หลายราคา และหลายทำเลไว้ให้กลุ่มผู้ซื้อได้ เลือกตามความต้องการ ตามความเหมาะสมของผู้ซื้อ แต่ละคน ซึ่งจะมีความมุ่งหมายและข้อจำกัดใน การซื้อที่แตกต่างกันไป ดังนั้น เหตุผลของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย อีกประการ หนึ่งนั่นคือ การที่บริษัทตัวแทนขายมีความหลากหลายของสินค้าให้แก่ผู้ซื้อได้เลือกตรงตามความ ต้องการของตน ทำให้จึงตัดสินใจซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย

จากตารางที่ 4.18 อธิบายได้ว่าผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายจะทำการซื้อซ้ำใน อนาคตเพราะ สะดวกและบริการดี ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ จำนวนถึงร้อยละ 81.3 และผู้ไม่ซื้อผ่าน บริษัทตัวแทนขาย เมื่อจะซื้อบ้านในอนาคตเพราะไม่มั่นใจคุณภาพของบ้านมือสองต้องการซื้อด้วย ตนเอง ไม่ต้องการเสียค่านายหน้าร้อยละ 18.7

แต่หากพิจารณาจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้วกลุ่มที่จะซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายในอนาคต นั้น มีจำนวนรวม 122 ราย บอกเหตุผลที่จะซื้อผ่านเพียง 15 รายเท่านั้น อีก 107 ราย ไม่บอกเหตุผล ซึ่งแบบสอบถามในข้อนี้ เป็นการตั้งคำถามโดยเป็นคำถามชนิดปลายเปิดและถามย้ำเหตุผล ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง เข้าใจว่าได้ตอบคำถามถึงเหตุผลในการซื้อแล้วในคำถามข้ออื่น จึงไม่ได้ตอบคำถามนี้ ซ้ำอีก ทำให้ปรากฏในผลการวิจัยว่า ไม่บอกเหตุผล 107 ราย สำหรับการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายในอนาคตเมื่อมีการซื้ออีกมีผู้ตอบไม่ซื้อผ่านจำนวน 28 ราย ให้เหตุ ผลต่างๆ จำนวน 12 ราย และไม่บอกเหตุผลจำนวน 16 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57.1 จากผู้ตอบว่าไม่ ซื้อผ่านในอนาคตโดยไม่แสดงเหตุผล แต่ผลสรุปก็คือผู้ไม่ซื้อซ้ำในอนาคตประมาณครึ่งหนึ่งของ กลุ่มนี้ไม่ชอบบอกเหตุผลในการไม่ซื้อซ้ำ

จากตารางที่ 4.17 อธิบายได้ว่า ข้อพิจารณาในการเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทน ขาย 6 อันดับแรกได้แก่

1. อำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ
2. อำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์
3. มีหลายทำเลให้เลือก
4. มีหลายราคาให้เลือก
5. ช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนไข
6. ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ

จากข้อมูลข้างต้น สามารถแบ่งเหตุผลในการซื้อได้เป็น 2 กลุ่มได้แก่

#### 1. เหตุผลด้านบริการ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอันดับแรก โดยเน้นการบริการด้านการกู้ขอสินเชื่อ และการโอนกรรมสิทธิ์ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว คนส่วนมากมีความเห็นว่าขบวนการในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน เป็นสิ่งที่มีกระบวนการที่ยุ่งยากใช้เวลา และหากเกิดการผิดพลาดด้านเอกสารอาจทำให้การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินไม่ได้รับผลตามที่คาดหวังไว้ได้ หรืออาจทำให้ไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเลย ซึ่งเท่ากับว่าขบวนการซื้อขายมาตั้งแต่ต้นต้องมาเริ่มนับหนึ่งใหม่อีกครั้ง และหากไม่ได้เตรียมการในวันโอนกรรมสิทธิ์ที่ดิน เจ้าพนักงานที่ดินอาจปฏิเสธการโอนนั้นได้เช่นกัน ดังนั้นเมื่อบริษัทตัวแทนขายได้ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านขบวนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินเช่นนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจึงตัดสินใจซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายเพื่อลดความยุ่งยากในด้านขบวนการขอสินเชื่อ และประหยัดเวลาไม่ต้องดำเนินการเอง

#### 2. เหตุผลด้านความหลากหลายของสินค้า

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับรองโดยเน้นถึงความหลากหลายด้านทำเล ด้านราคา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสามารถจะเลือกได้จากบริษัทตัวแทนขาย บริษัทตัวแทนขายจะมีประเภทของบ้านหลายรูปแบบ หลายราคา และหลายทำเลไว้ให้กลุ่มผู้ซื้อได้เลือกตามความต้องการ ตามความเหมาะสมของผู้ซื้อ แต่ละคน ซึ่งจะมีความมุ่งหมายและข้อจำกัดในการซื้อที่แตกต่างกันไป ดังนั้น เหตุผลของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย อีกประการหนึ่งนั่นคือ การที่บริษัทตัวแทนขายมีความหลากหลายของสินค้าให้แก่ผู้ซื้อได้เลือกตรงตามความต้องการของตน ทำให้จึงตัดสินใจซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย

จากตารางที่ 4.18 อธิบายได้ว่าผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายจะทำการซื้อซ้ำในอนาคตเพราะ สะดวกและบริการดี ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ จำนวนถึงร้อยละ 81.3 และผู้ไม่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย เมื่อจะซื้อบ้านในอนาคตเพราะไม่มั่นใจคุณภาพของบ้านมือสองต้องการซื้อด้วยตนเอง ไม่ต้องการเสียค่านายหน้าร้อยละ 18.7

แต่หากพิจารณาจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้วกลุ่มที่จะซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายในอนาคต นั้น มีจำนวนรวม 122 ราย บอกเหตุผลที่จะซื้อผ่านเพียง 15 รายเท่านั้น อีก 107 ราย ไม่บอกเหตุผล

ซึ่งแบบสอบถามในข้อนี้ เป็นการตั้งคำถามโดยเป็นคำถามชนิดปลายเปิดและถามย้ำเหตุผล ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง เข้าใจว่าได้ตอบคำถามถึงเหตุผลในการซื้อแล้วในคำถามข้ออื่น จึงไม่ได้ตอบคำถามนี้ซ้ำอีก ทำให้ปรากฏในผลการวิจัยว่า ไม่บอกเหตุผล 107 ราย สำหรับการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายในอนาคตเมื่อมีการซื้ออีกมีผู้ตอบไม่ซื้อผ่านจำนวน 28 ราย ให้เหตุผลต่างๆ จำนวน 12 ราย และไม่บอกเหตุผลจำนวน 16 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57.1 จากผู้ตอบว่าไม่ซื้อผ่านในอนาคตโดยไม่แสดงเหตุผล แต่ผลสรุปก็คือผู้ไม่ซื้อซ้ำในอนาคตประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มนี้ไม่ยอมบอกเหตุผลในการไม่ซื้อซ้ำ

จากผลของการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ได้มีความเห็นที่แตกต่างกันเมื่อถามถึงการซื้อซ้ำหรือการซื้อบ้านอีกครั้งในอนาคตและกลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังสิ่งต่างๆ จากบริษัทตัวแทนขายหลายประการ โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่จะซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกครั้งเมื่อมีการซื้อในอนาคต
2. กลุ่มตัวอย่างที่จะไม่ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกเมื่อมีการซื้อในอนาคต
3. กลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังการบริการในด้านอื่นๆ จากบริษัทตัวแทนขาย

1) กลุ่มตัวอย่างที่จะซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกครั้งเมื่อมีการซื้อในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เกิดความรู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่าเมื่อได้ซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยสามารถแยกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อได้เห็นถึงความคุ้มค่ากับเงินที่เสียค่านายหน้าหรือค่าคอมมิชชั่น โดยผู้ซื้อให้เหตุผลว่าได้รับความหลากหลายจากการนำเสนอของบริษัทตัวแทนขาย ได้แก่

- การมีบ้านในหลายรูปแบบให้เลือก
- การมีบ้านหลายทำเลให้เลือก
- การมีบ้านหลายรูปแบบให้เลือก

เนื่องจากบริษัทตัวแทนขายจะมีข้อมูลของผู้ขายจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านทำเล, ด้านราคา และบ้านหลายๆ รูปแบบ ดังนั้นการนำเสนอเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อย่อมจะมีโอกาสในการนำเสนอที่หลากหลาย ซึ่งหากผู้ซื้อไปเลือกดูด้วยตนเองอาจจะใช้เวลาหลายวัน เพื่อจะได้ข้อมูลเหล่านี้มาประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นเมื่อก่อนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อได้รับการนำเสนอให้มีทางเลือกที่หลากหลาย ย่อมจะส่งผลดีแก่ผู้ซื้อที่จะได้มีโอกาสเลือกในสิ่งที่ดีที่สุด โดยสิ่งเหล่านี้ผู้ซื้อรู้สึกได้ว่าเกิดความคุ้มค่ากับเงินค่านายหน้าที่เสียไป และยินดีเสียเงินเพื่อแลกกับโอกาสและข้อมูลในการเลือกซื้อ อันเป็นเหตุผลหลักประการหนึ่งในการใช้บริการตัวแทนขาย ตามแนวความคิดของ (Kotler, 1994:98) ว่าด้วยความพึงพอใจของลูกค้า

1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ซื้อได้เห็นถึงความคุ้มค่าด้านเวลา และการให้บริการ โดยผู้ซื้อให้เหตุผลว่าได้รับความสะดวกในการอำนวยความสะดวกในการบริการ ทำให้ผู้ซื้อประหยัดเวลาไม่

ต้องดำเนินการเองซึ่งได้แก่

- การอำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ
- การอำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์
- การอำนวยความสะดวกในการช่วยเจรจาต่อรองราคาเงินกู้
- การอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ
- การอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบสภาพบ้าน
- การอำนวยความสะดวกในการนำเสนอสินค้าแบบถึงบ้าน
- การอำนวยความสะดวกในการซื้ออุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง
- การอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ และแก้ไขแบบบ้าน

จากการบริการด้วยการอำนวยความสะดวกต่างๆ ข้างต้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อได้รับความคุ้มค่าในการบริการไม่ต้องเสียเวลาในการดำเนินการติดต่อเอง ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเงินหรือแม้แต่สำนักงานที่ดินในวันโอนกรรมสิทธิ์และข้อมูลด้านการตกแต่งหลังจากโอนแล้ว จากเหตุผลดังกล่าวกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อยังตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย เหตุว่าคุ้มค่าในด้านการบริการและคุ้มค่าในด้านเวลา

2) กลุ่มตัวอย่างที่จะไม่ซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกเมื่อมีการซื้อในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เกิดความรู้สึกว่าไม่ได้รับความคุ้มค่า เมื่อได้ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยสามารถแยกได้ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ที่จะไม่ซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยเหตุว่าไม่คุ้มค่าทางด้านสินค้า เพราะไม่มั่นใจในคุณภาพบ้านมือสอง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในคุณภาพของบ้านมือสองว่าต้องมีคุณภาพที่ดี ซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้วบริษัทตัวแทนขายบ้านมือสองไม่สามารถที่จะไปรับรองหรือการันตีในคุณภาพบ้านมือสองได้เลย เพราะบริษัทตัวแทนขายรับบ้านฝากขายจากผู้ฝากขายตามสภาพ และมีได้ไปทำการปรับปรุงตกแต่งก่อนเลย อีกทั้งบ้านมือสองสภาพของบ้านย่อมเสื่อมลงตามเวลาหากเจ้าของเดิมมิได้ดูแลรักษาอยู่เสมอ ก็อาจจะเสื่อมสภาพเร็วกว่าปกติได้ แต่อย่างไรก็ดี กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ที่จะไม่ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย โดยเหตุผลว่าไม่ต้องการเสียค่านายหน้า ซึ่งเหตุผลดังกล่าวอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้รู้สึกถึงความไม่คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับในการบริการต่างๆ ของบริษัทตัวแทนขายหรือบริษัทตัวแทนขายยังไม่สามารถที่จะสร้างความพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างทำให้เกิดความไม่คุ้มค่ากับเงินค่าคอมมิชชั่นที่จะจ่ายให้แก่บริษัทตัวแทนขาย ดังนั้นจึงไม่ต้องการเสียค่าคอมมิชชั่นและจึงไม่จำเป็นต้องซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายในการซื้อครั้งต่อไป

จากเหตุผลข้างต้นของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจจะไม่ซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย เมื่อมีการซื้ออีกครั้งในอนาคตนั้น เพราะ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเห็นว่า ไม่มั่นใจในคุณภาพบ้านมือสองอันเป็นสาระสำคัญของสินค้า ซึ่งบริษัทตัวแทนขายไม่สามารถเข้าไปควบคุมเปลี่ยนแปลงสภาพของสินค้าได้ และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าไม่ต้องการเสียค่าคอมมิชชั่น เนื่องจากเห็นว่าไม่คุ้มค่ากับการบริการต่างๆ ที่ได้รับจากบริษัทตัวแทนขาย เมื่อเทียบกับเงินค่าคอมมิชชั่นที่ต้องเสียไป ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ทำการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายอีกครั้งเมื่อมีการซื้อในอนาคต

### 3) ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังในสิ่งต่างๆ หลายประการพอที่จะสรุปเป็นประเด็น ได้ดังนี้

#### 1.1 คาดหวังที่จะให้ตัวแทนขายได้มีการทำการตรวจสอบได้แก่

- สภาพทั่วไปของบ้าน
- ประวัติความเป็นมาของบ้าน
- ระบบไฟฟ้า-ประปา พร้อมเอกสารการโอน
- ประวัติเบื้องต้นของเจ้าของบ้าน
- เอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง แบบแปลนของบ้าน เอกสารสิทธิอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- สภาพโครงการ
- ส่วนประกอบของตัวบ้านเช่น ประตู หน้าต่าง งานเหล็ก ลูกบิด สุขภัณฑ์ต่างๆ

#### 1.2 ความคาดหวังที่จะให้ตัวแทนขายมีการบริการหลังการขายได้แก่

- มีผู้รับเหมาการก่อสร้าง
- มีการให้คำปรึกษาในการขอสินเชื่อเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่ง
- มีการให้คำปรึกษาในการขอสินเชื่อเพิ่มเติมในกรณีตกแต่งต่อเติม
- มีวิศวกรให้คำปรึกษา
- มีสถาปนิกให้คำปรึกษา
- มีช่างไฟฟ้า-ประปา สำหรับว่าจ้างโดยตรง
- มีช่างสี-ช่างปูน สำหรับว่าจ้างโดยตรง
- มีอินทีเรียให้คำแนะนำในการตกแต่งบ้าน
- มีการแนะนำร้านขายวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง

จากข้อค้นพบทั้งสองข้างต้น (จากตารางที่ 4.17) สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังไว้ว่าจะมีการบริการตรวจสอบในสิ่งต่างๆ ก่อนการขาย และมีบริการหลังการขายให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหากมีการบริการดังกล่าวเป็นการเพิ่มเติมอาจทำให้ธุรกิจตัวแทนขายในอนาคตมีการเติบโตและเป็นที่นิยมของผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้นได้ในอนาคต

### ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทตัวแทนขายควรมีระบบการจัดการแบบ One Stop Services นั่นคือ ให้บริการแก่ผู้ซื้อตั้งแต่ผู้ซื้อแจ้งความประสงค์ถึงความต้องการในสินค้าจนกระทั่งดำเนินการบริการต่างๆ ทั้งก่อนการขาย ทั้งการนำเสนอ รูปแบบ ทำเล ราคา ขบวนการทางด้านสินเชื่อ ทางด้านการโอนกรรมสิทธิ์ รวมทั้งการบริการหลังการขาย โดยครบทุกขบวนการ บริษัทตัวแทนขายต้องจัดการอย่างมีระบบรัดกุมและชัดเจนให้เกิดประสิทธิภาพและเห็นผล
  - 1.1 มีการบริการก่อนและหลังการขายที่เป็นระบบดังนี้
    - 1.1.1 บริการก่อนการขาย ได้แก่
      - ตรวจสอบประวัติความเป็นมาของบ้าน
      - ตรวจสอบประวัติเบื้องต้นของเจ้าของบ้าน
      - ตรวจสอบสภาพเบื้องต้นของบ้าน
      - ตรวจสอบเอกสารการก่อสร้างและแบบบ้าน
      - ตรวจสอบระบบสาธารณูปโภค
      - ตรวจสอบสภาพทั่วไปของบ้าน
      - ให้คำปรึกษาและบริการระบบสินเชื่อแก่ผู้ซื้อ
      - รายงานข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา พร้อมเสนอแนวทางแก้ไข
    - 1.1.2 บริการหลังการขาย ได้แก่
      - ให้คำปรึกษาด้านก่อสร้างต่อเติม
      - ให้คำปรึกษาหรือแนะนำผู้รับเหมา, ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ
2. บริษัทตัวแทนขายควรมีการจัดระบบของคุณภาพสินค้าตามสภาพหรือให้ผู้ซื้อรับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพบ้านที่จะซื้อว่ามีสภาพอยู่ในระดับไหนของการเป็นบ้านมือสอง เพื่อให้เกิดการยอมรับตามสภาพที่เป็นจริง
3. ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขายอาจจะไม่พบถึงขอบเขตของการให้บริการของบริษัทตัวแทนขายว่ามีบริการให้บริการต่างๆ ทั้งก่อนและหลังการขายอย่างไร ดังนั้นบริษัทตัวแทนขายจะต้องประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงการให้บริการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ซื้อเพื่อให้เกิดความเข้าใจและหันมาใช้บริการมากขึ้น
4. เพิ่มศักยภาพและพัฒนาบุคลากรให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่นักลงทุนทั่วไปโดย
  - 4.1 ฝึกอบรมคุณภาพให้มีความรู้เบื้องต้นในเรื่องของบ้าน
  - 4.2 ปลูกจิตสำนึก และจรรยาบรรณแก่บุคลากร
5. ประชาสัมพันธ์ชี้แจงให้นักลงทุนทั่วไปได้ทราบถึงบทบาทและการบริการกับความคุ้มค่าของการให้บริการในธุรกิจตัวแทนขาย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- ฉวีวรรณ เฒ่าไพบูลย์. ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ปานกลาง ในเขตเมืองชั้นกลาง ของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ธิดิมา อุดวิไล. พฤติกรรมของผู้ขายบ้านมือสองในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา เขตบางเขน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- บุศรินทร์ ตรีระพงษ์พิชิต. การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พนิชา สังข์เพชร. การเขียนวิทยานิพนธ์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเคหการ, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- พีรพัฒน์ วงศ์บุตร. วิจัยการอาคารที่ดิน. ปีที่ 3 ฉบับที่ 86 เดือนกันยายน 2545. หน้า 60.
- ไพศาล บัณฑิตยานนท์. เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตร ประกาศนียบัตรนายหน้าอสังหาริมทรัพย์. สมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์, 2542.
- ตลาดบ้านมือสอง. แหล่งที่มา : [http:// www.home.co.th](http://www.home.co.th) , 2545.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา, 2539.
- สมถวิล แซ่ลี. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร. วารสารราย 3 เดือน ธนาคารอาคารสงเคราะห์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 31 ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2545.

### ภาษาอังกฤษ

- Becker, F.D. and other. User participation and environment meaning : three field studies New York : Cornell University, 1977.
- Goodal, Brain . The Economic of Urban Areas. Great Britain : Guildford Survey, Biddles, 1974.
- Hirsch, Warner Z. Urban Economic Analysis. New York : Mc Graw Hill, 1978
- Rossi, Peter H. Why Families Move. Illinois : Frea Press, 1955.
- Walpert, J. Behavioral aspects of the decision to migrate, Paper of the Regional Science Association, 1955.
- William Alonzo. Location and Land Use : d a General theory of Land Rent. Honolulu East : West center Press, 1964.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยนายพนธ์ สหยา นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต้องการสำรวจความคิดเห็นด้านที่อยู่อาศัย เพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย” จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไปในอนาคต

ขอขอบคุณ

### แบบสอบถาม

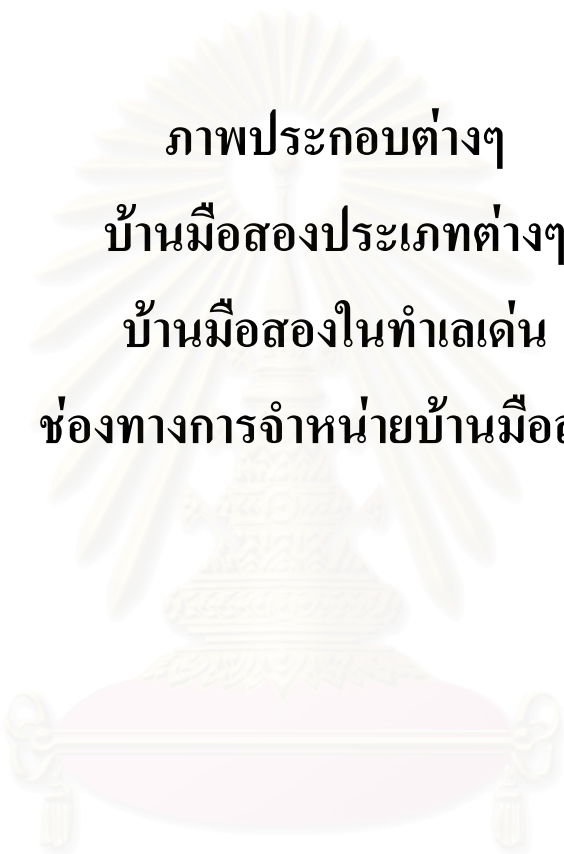
1. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอะไร
  - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  - ลูกจ้างองค์กรเอกชน
  - ทำธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ โปรดระบุ.....
2. ท่านมีรายได้ต่อครัวเรือนประมาณเดือนละเท่าไร
  - ต่ำกว่า 10,000 บาท
  - 10,001 – 20,000 บาท
  - 20,001 – 50,000 บาท
  - 50,001 – 100,000 บาท
  - 100,001 บาทขึ้นไป
3. ท่านซื้อบ้านหลังนี้เพื่ออะไร
  - อยู่อาศัยเอง
  - ใช้เป็นสำนักงาน
  - ให้ผู้อื่นเช่า
  - เพื่อขายต่อ
  - อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. เหตุผลหลักที่ท่านเลือกซื้อบ้านหลังนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - ทำเลดี
  - ราคาถูก
  - ชุมชนดี
  - สภาพแวดล้อมในโครงการดี
  - กู้ธนาคาร ได้มาก จ่ายเงินค่าน้อย
  - ใกล้ที่ทำงาน
  - ใกล้โรงเรียนลูก
  - ใกล้บ้านญาติพี่น้อง
  - อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. ปัญหาที่ท่านพบในบ้านหลังเดิมของท่านเป็นอย่างไร
 

<input type="checkbox"/> ปัญหาด้าน	<input type="checkbox"/> ขนาดเล็กเกินไป
ขนาด	<input type="checkbox"/> ขนาดใหญ่เกินไป

  - ปัญหาด้านการเดินทาง
  - ปัญหาด้านการเงิน
  - ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

6. ข้อพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านตัวแทนชาย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มีรูปแบบให้เลือก
  - มีหลายทำเลให้เลือก
  - มีหลายราคาให้เลือก
  - บริการนำเสนอสินค้าแบบถึงบ้าน
  - ช่วยเจรจาต่อรองราคาเงื่อนงำ
  - ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ
  - อำนวยความสะดวกในการยื่นกู้ขอสินเชื่อ
  - บริการตรวจสอบสภาพบ้าน
  - อำนวยความสะดวกในการโอนกรรมสิทธิ์
  - ให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบ/แก้ไขแบบ
  - ให้คำปรึกษาด้านในการซ่อมแซมและแนะนำผู้รับเหมา
  - ให้คำปรึกษาในการซื้ออุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง
  - มั่นใจเพราะมีสมาคมตัวแทนนายหน้าและกฎหมายควบคุม
  - มั่นใจเพราะบริษัทน่าเชื่อถือ
7. เมื่อท่านซื้อบ้านหลังนี้แล้วทำอะไรบ้าง
- ไม่ได้ปรับปรุงอะไรเลย
  - ปรับปรุงบางส่วน
  - ทบทิ้งสร้างใหม่ทั้งหมด
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....
8. สถานที่ทำงานปัจจุบันของท่านอยู่ในทำเลใด
- กรุงเทพฯ ตอนเหนือ (จตุจักร, ลาดพร้าว, บางเขน, สายไหม, ดอนเมือง, หลักสี่, นนทบุรี, ปากเกร็ด, ลำลูกกา, ปทุมธานี, รัชบุรีและสามโคก)
  - กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ (บางกะปิ, บึงกุ่ม, มีนบุรี, วังทองหลาง, คลองสามวา, สะพานสูง, คันนายาว และหนองจอก)
  - กรุงเทพฯ ตะวันออก (พระโขนง, ประเวศ, ลาดกระบัง, สมุทรปราการ, บางพลี, ปากน้ำและบางนา)
  - กรุงเทพฯ ตอนใต้ (ราษฎร์บูรณะ, จอมทอง, บางขุนเทียน, พระประแดง, อ้อมน้อย, สมุทรสาคร, ทุ่งครุ และบางบอน)
  - กรุงเทพฯ ตะวันตก (ตลิ่งชัน, ภาษีเจริญ, หนองแขม, สามพราน, นครชัยศรี, บางกรวย, บางใหญ่, บางบัวทอง, ไทรน้อย, ทวีวัฒนาและบางแค)
  - กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ (พระนคร, สัมพันธวงศ์, ป้อมปราบ, ดุสิต, บางซื่อ, คลองสาน, ธนบุรี, บางกอกใหญ่, บางกอกน้อย, บางพลัด, ปทุมวัน, บางรัก, สาทร, ราชเทวี, พญาไท, ยานนาวา, ห้วยขวาง, คลองเตย, บางคอแหลมและวัฒนา)
9. ก่อนซื้อบ้านหลังนี้ท่านอาศัยอยู่ในทำเลใด
- กรุงเทพฯ ตอนเหนือ (จตุจักร, ลาดพร้าว, บางเขน, สายไหม, ดอนเมือง, หลักสี่, นนทบุรี, ปากเกร็ด, ลำลูกกา, ปทุมธานี, รัชบุรีและสามโคก)
  - กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ (บางกะปิ, บึงกุ่ม, มีนบุรี, วังทองหลาง, คลองสามวา, สะพานสูง, คันนายาว และหนองจอก)
  - กรุงเทพฯ ตะวันออก (พระโขนง, ประเวศ, ลาดกระบัง, สมุทรปราการ, บางพลี, ปากน้ำและบางนา)
  - กรุงเทพฯ ตอนใต้ (ราษฎร์บูรณะ, จอมทอง, บางขุนเทียน, พระประแดง, อ้อมน้อย, สมุทรสาคร, ทุ่งครุ และบางบอน)
  - กรุงเทพฯ ตะวันตก (ตลิ่งชัน, ภาษีเจริญ, หนองแขม, สามพราน, นครชัยศรี, บางกรวย, บางใหญ่, บางบัวทอง, ไทรน้อย, ทวีวัฒนาและบางแค)
  - กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ (พระนคร, สัมพันธวงศ์, ป้อมปราบ, ดุสิต, บางซื่อ, คลองสาน, ธนบุรี, บางกอกใหญ่, บางกอกน้อย, บางพลัด, ปทุมวัน, บางรัก, สาทร, ราชเทวี, พญาไท, ยานนาวา, ห้วยขวาง, คลองเตย, บางคอแหลมและวัฒนา)
10. ที่อยู่อาศัยเดิมของท่านจัดอยู่ในประเภทใด
- บ้านเดี่ยว
  - บ้านแฝด
  - ทาวน์เฮาส์
  - อาคารชุด
  - อาคารพาณิชย์
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....

11. ก่อนหน้านี้ท่านเคยเลือกซื้อบ้านหรือไม่
- ไม่เคยเลือกซื้อบ้าน
  - เคยเลือกซื้อบ้าน โปรดระบุ.....
- ถ้าตอบเคยท่านเลือกซื้อบ้านด้วยวิธีอะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ไปเลือกดูเอง
  - มีคนแนะนำ
  - เลือกซื้อจากทรัพย์สินรอขายของสถาบันการเงิน
  - เลือกจากประกาศขายในหนังสือพิมพ์โดยตรงจากเจ้าของ
  - เลือกซื้อจากบ้านใหม่จากโครงการจัดสรร
  - จากการประมูล
  - จากกรมบังคับคดี
  - ซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขาย
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....
12. วิธีที่ท่านใช้เลือกซื้อบ้านตามข้อ 11. ปรากฏผลเป็นเช่นใด
- ได้บ้านตามที่ท่านคาดหวังไว้
  - ไม่ได้บ้านตามที่คาดหวังไว้
13. สิ่งที่ท่านคาดหวังไว้ตามข้อ 12. คืออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ทำเลดี
  - แบบบ้านและการก่อสร้างที่ดี
  - ราคาถูก
  - ชุมชนดี
  - สภาพแวดล้อมในโครงการดี
  - กู้ธนาคารได้มาก จ่ายเงินค่างวดน้อย
  - ใกล้ที่ทำงาน
  - ใกล้โรงเรียนลูก
  - ใกล้บ้านญาติพี่น้อง
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....
14. ถ้าท่านจะซื้อบ้านหลังต่อไปท่านจะซื้อผ่านบริษัทตัวแทนขายหรือไม่
- ซื้อผ่าน
  - ไม่ซื้อผ่าน
- เพราะเหตุใด โปรดระบุ .....
15. ท่านเคยแนะนำใครซื้อบ้านผ่านบริษัทตัวแทนขายหรือไม่
- เคย
  - ไม่เคย
16. ท่านคิดว่าบ้านมือสองควรมีบริการหลังการขายอะไรบ้าง
- สถาปนิกให้คำปรึกษา
  - วิศวกรก่อสร้างให้คำปรึกษา
  - ผู้รับเหมาก่อสร้าง
  - อื่นที่เรียกตกแต่งภายในบ้าน
  - ให้คำปรึกษาในการขอสินเชื่อเกี่ยวกับด้านเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่ง
  - แนะนำร้านขายอุปกรณ์/ ตกแต่ง/ วัสดุก่อสร้าง
  - ให้คำปรึกษาในขอสินเชื่อเพิ่มกรณีตกแต่งต่อเติม
  - ช่างปูน-ช่างสี สำหรับว่าจ้างได้โดยตรง
  - ช่างไฟฟ้า-ประปา สำหรับว่าจ้างได้โดยตรง
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....
17. ท่านคิดว่าตัวแทนขายควรจะทำการตรวจสอบอะไรเกี่ยวกับสภาพบ้านให้กับท่านในเบื้องต้น
- ประวัติความเป็นมาของบ้าน
  - ประวัติเบื้องต้นของเจ้าของบ้าน
  - สภาพทั่วไปของบ้าน
  - เอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง แบบแปลนของบ้าน เอกสารสิทธิอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
  - สภาพโครงการ
  - ระบบไฟฟ้า-ประปา พร้อมเอกสารการโอน
  - ส่วนประกอบของตัวบ้านเช่น ประตู หน้าต่าง งานเหล็ก ลูกบิด สุขภัณฑ์ต่างๆ
  - อื่นๆ โปรดระบุ .....



ภาพประกอบต่างๆ  
บ้านมือสองประเภทต่างๆ  
บ้านมือสองในทำเลเด่น  
ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสอง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

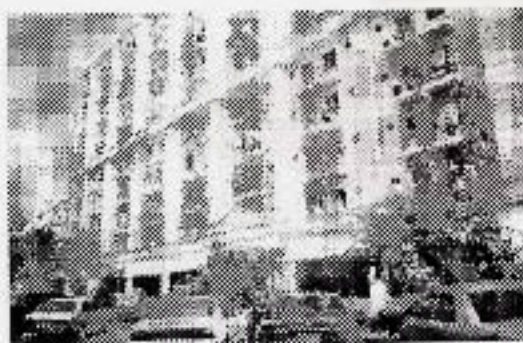
## บ้านมือสองประเภทต่างๆ



อาคารพาณิชย์



บ้านเดี่ยว



คอนโดมิเนียม



ทาวน์เฮ้าส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บ้านมือสองในทำเลเด่น



ชอยลาดพร้าว 71



รังสิต คลอง 2



# บ้านมือสองในทำเลเด่น



ถนนประชาชื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ช่องทางกำหนายบ้านมือสองประเภทต่าง ๆ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การขายบ้านมือสองจากสถาบันการเงิน

จากภาพ : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองประเภทต่าง ๆ



การขายบ้านมือสองจากสถาบันการเงิน

จากภาพ : ธนาคารไทยพาณิชย์

ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองประเภทต่าง ๆ

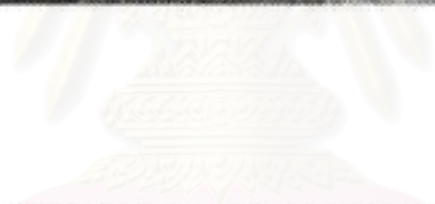


ศูนย์บริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การขายบ้านมือสองจากสถาบันการเงิน

จากภาพ : ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองประเภทต่างๆ



การขายบ้านมือสองจากการขายทอดตลาด

จากภาพ : กรมบังคับคดี

# ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองประเภทต่างๆ



การขายบ้านมือสองจากการประมูล

## ช่องทางการจำหน่ายบ้านมือสองประเภทต่างๆ



การขายบ้านมือสองจากสถาบันการเงินอื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายนนท์ สหายา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
คณะนิติศาสตร์ ในปี พ.ศ.2530 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทจาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
คณะบริหารธุรกิจ ในปี พ.ศ. 2541 และได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทในหลักสูตรปริญญา  
เกศพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต เมื่อปี พ.ศ. 2545 ปัจจุบันทำงานอยู่ที่ บริษัทโรอัล แอสเซ็ทส์  
คอนเซ็ปท์แทนต์ จำกัด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย