



### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อและขายบ้านมือสองในเขตบางกะปิ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจกรายชื่อจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ทำสัญญาซื้อขายจำนวน 700 ราย แล้วส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ได้แบบสอบถามที่ถูกต้อง และสมบูรณ์จำนวน 156 ชุด แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ จำนวน 92 ชุด
2. กลุ่มตัวอย่างผู้ขาย จำนวน 42 ชุด
3. กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อจำนวน 22 ชุด (เป็นทั้งผู้ขายและซื้อบ้านมือสอง)

นำมาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จะแบ่งส่วนการวิเคราะห์เป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลบ้านหลังเดิม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลการขายบ้านหลังเดิม
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลการซื้อบ้าน
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลความคาดหวังว่าจะย้ายที่อยู่และซื้อบ้านหลังใหม่ รวมทั้งความคาดหวังว่า จะใช้บริการนายหน้าในอนาคต

โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

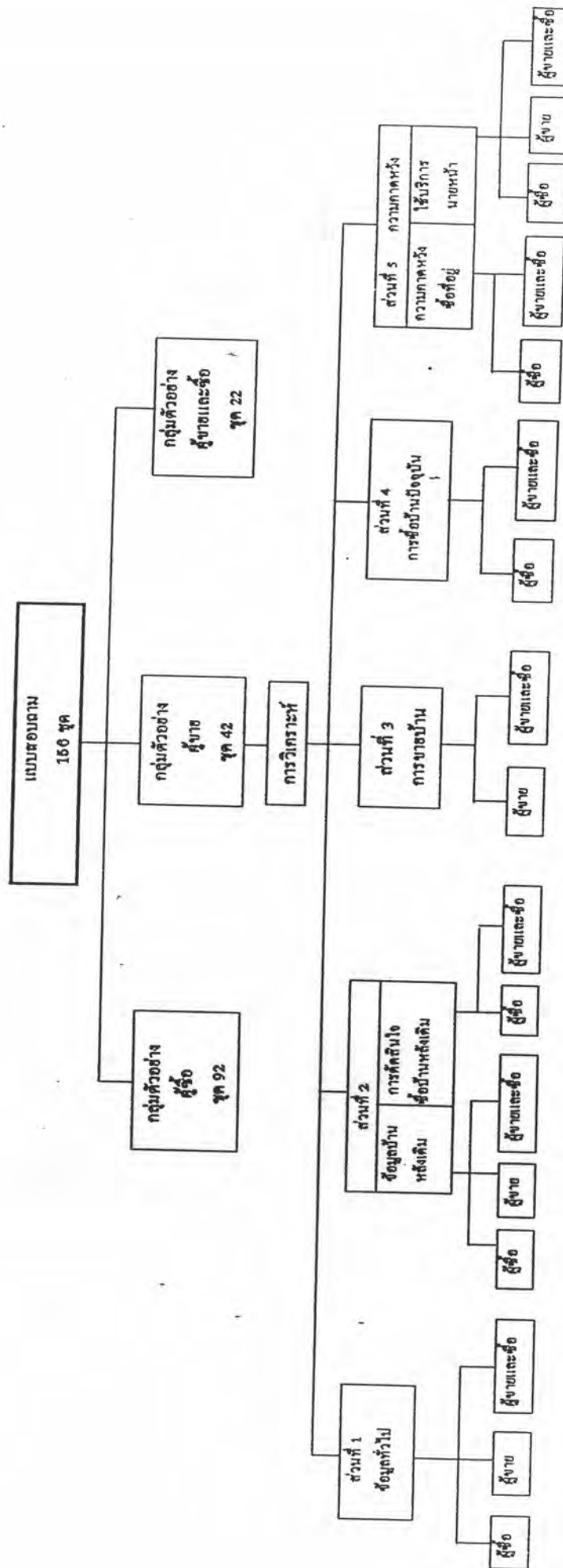
#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

###### 1.1 เพศและอายุ

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ

ผังการวิเคราะห์



สำหรับอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 33 ปี ทั้งสามกลุ่มตัวอย่างจะมีอายุอยู่ระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.4 โดยอายุกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ซื้อ-ขาย คิดเป็นร้อยละ 28.3 และ 30 ตามลำดับ.

### 1.2 สภาพการสมรส

โดยภาพรวมส่วนใหญ่จะแต่งงานแล้วร้อยละ 68.4 แต่เมื่อพิจารณาแยก กลุ่มผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ซื้อผู้ขาย แล้วสัดส่วนแล้วผู้ซื้อจะเป็น โสดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและผู้ขาย

### 1.3 สมาชิกครอบครัว

โดยภาพรวมส่วนใหญ่ผู้ที่เป็ โสด จะมีสมาชิก 1 คน รองลงมาคือ 2 คน ส่วนผู้ที่สมรสแล้ว จะมีสมาชิกครอบครัว 2 คนขึ้นไป สมาชิก 3-4 คน มีประมาณ ร้อยละ 52 เมื่อคิดจำแนกตามกลุ่มผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ขายและซื้อแล้วคิดเป็นร้อยละ 44.5, 52.4 และ 59.1 ตามลำดับ

### 1.4 จำนวนบุตรและอายุของบุตรคนโตของผู้ที่สมรสแล้วของกลุ่มตัวอย่าง

โดยภาพรวมแล้วจะมีบุตรประมาณ 2 คน ร้อยละ 30.9 อายุตั้งแต่ 1- 5 ปี ร้อยละ 33.1 สูงสุดอายุ 45 ปี

### 1.5 ระดับการศึกษา

โดยภาพรวมแล้วจะสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่า ปวช. มีร้อยละ 15.3 ซึ่งเป็นระดับการศึกษาต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาโท มีร้อยละ 9.6 ของกลุ่มตัวอย่าง

### 1.6 สถานที่ทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

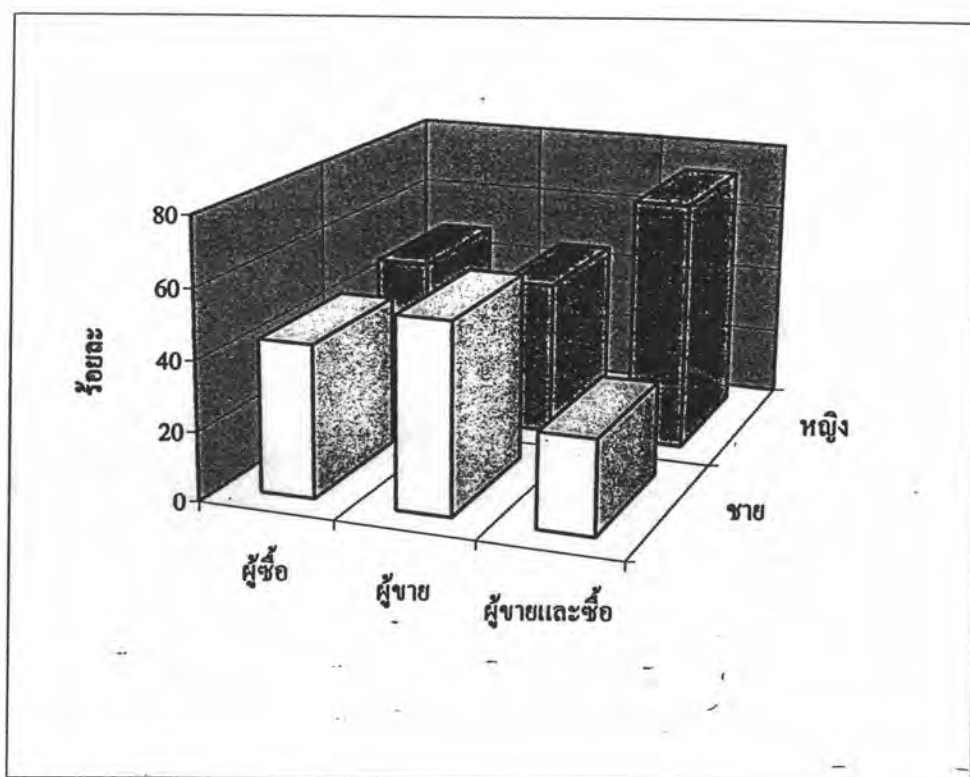
กลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยภาพรวมส่วนใหญ่ทำงานในบ้านซึ่งเป็นทั้งที่พักอาศัยและสำนักงาน หรือร้านค้าไปด้วยพร้อมกันร้อยละ 29.8 รองลงมาเป็นเขตเมืองชั้นกลาง ร้อยละ 19.6 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ทำงานหรือประกอบธุรกิจที่บ้านในเขตบางกะปิร้อยละ 26.4, 53 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ขายสถานที่ทำงานส่วนใหญ่อยู่ในเขตเมืองชั้นกลาง ร้อยละ 35.8

จากข้อมูลที่สำรวจจะพบว่า สถานที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่เดียวกับที่อยู่อาศัย หรือทำงานอยู่ในเขตเมืองชั้นกลาง ซึ่งเป็นเขตเมืองชั้นกลางเหมือนกับเขตบางกะปิ

ตารางที่ 5.1.1 เพศของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและผู้หญิง	รวม
ชาย	44	54.8	27.3	42.0
หญิง	48	45.2	72.7	55.3
ไม่ตอบ	8	0	0	2.7
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.1 เพศของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

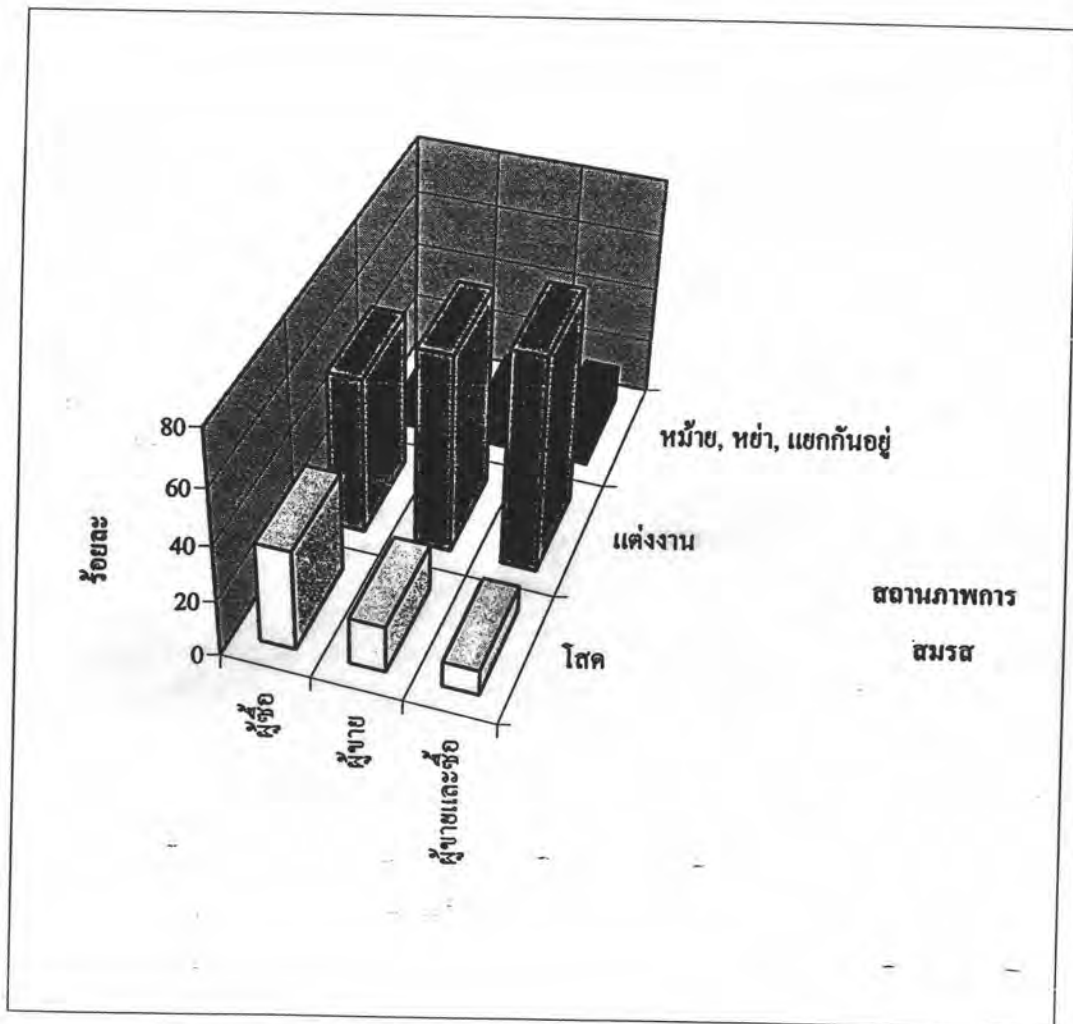




ตารางที่ 5.1.3 สภาพสมรสของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพการสมรส	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและผู้หญิง	รวม
โสด	35.9	16.7	9.1	20.6
แต่งงาน	56.5	71.4	77.3	68.4
หม้าย, หย่า, แยกกันอยู่	6.5	9.5	13.6	9.9
ไม่ตอบ	1.1	2.4	0	1.4
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

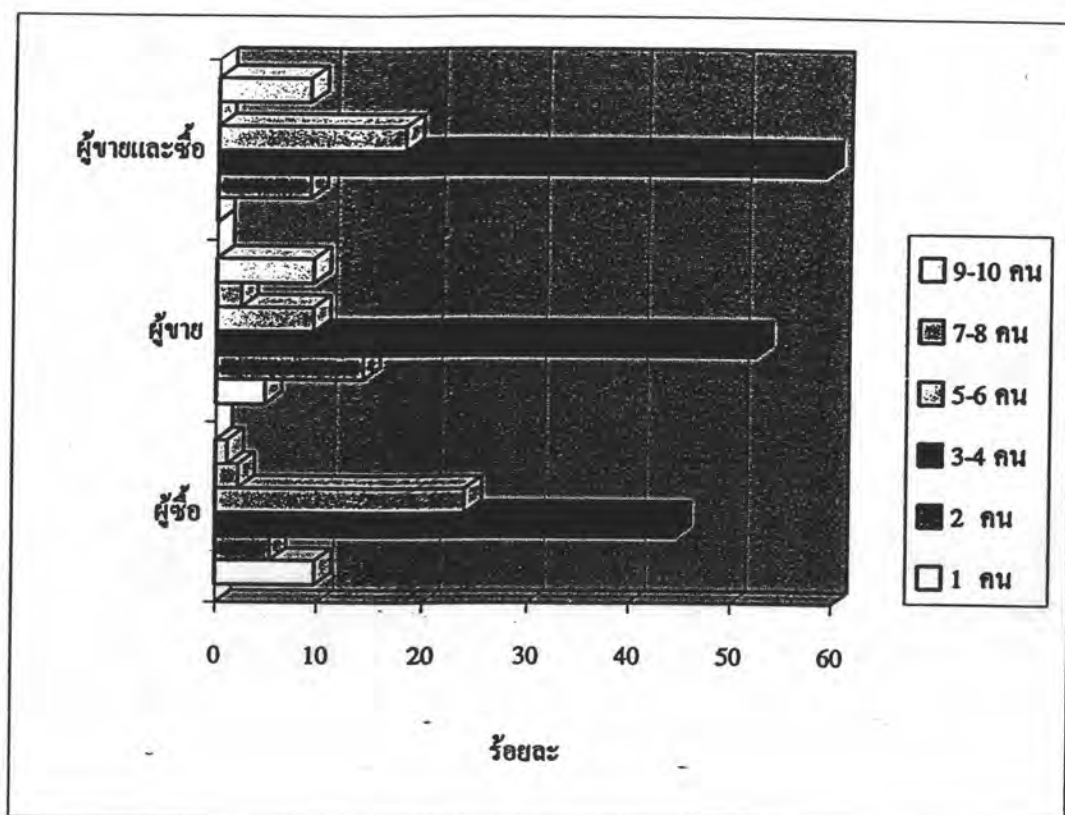
แผนภูมิที่ 5.1.3 สภาพสมรสของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.4 จำนวนสมาชิกครอบครัวของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนสมาชิก	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและชื่อ	รวม
1 คน	9.8	4.8	0	4.9
2 คน	5.4	14.3	9.1	9.6
3-4 คน	44.5	52.4	59.1	52.0
5-6 คน	23.9	9.5	18.1	17.2
7-8 คน	2.2	2.4	0	1.5
9-10 คน	1.1	9.5	9	6.5
ไม่ตอบ	13.1	7.1	4.7	8.3
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

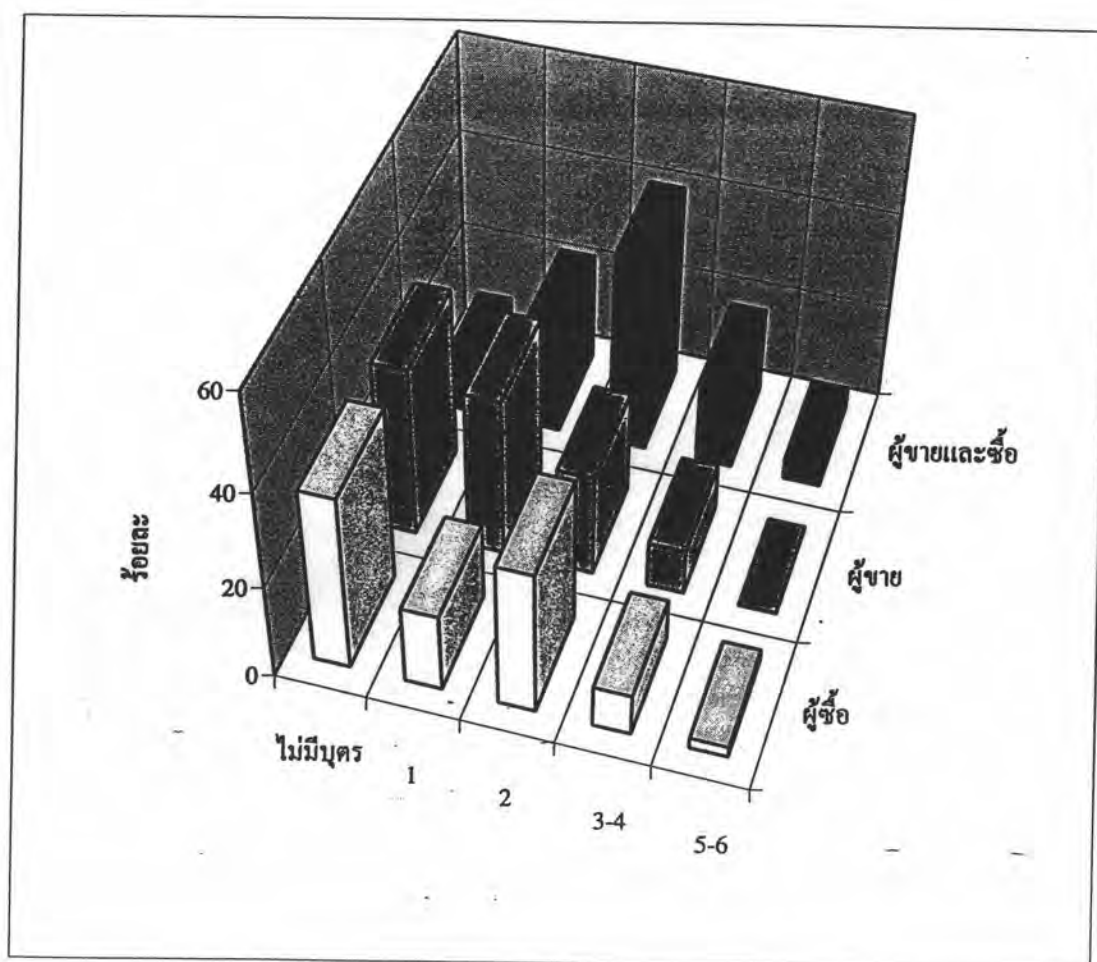
แผนภูมิที่ 5.1.4 จำนวนสมาชิกครอบครัวของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.5 จำนวนบุตรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนบุตร	ผู้ชาย	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ไม่มีบุตร	37	35.7	9.1	27.3
1	16.3	33.3	22.7	24.1
2	30.4	21.4	40.9	30.9
3-4	8.7	9.6	18.1	12.1
5-6	2.2	0	4.5	2.2
ไม่ตอบ	5.4	0	4.7	3.4
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.5 จำนวนบุตรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

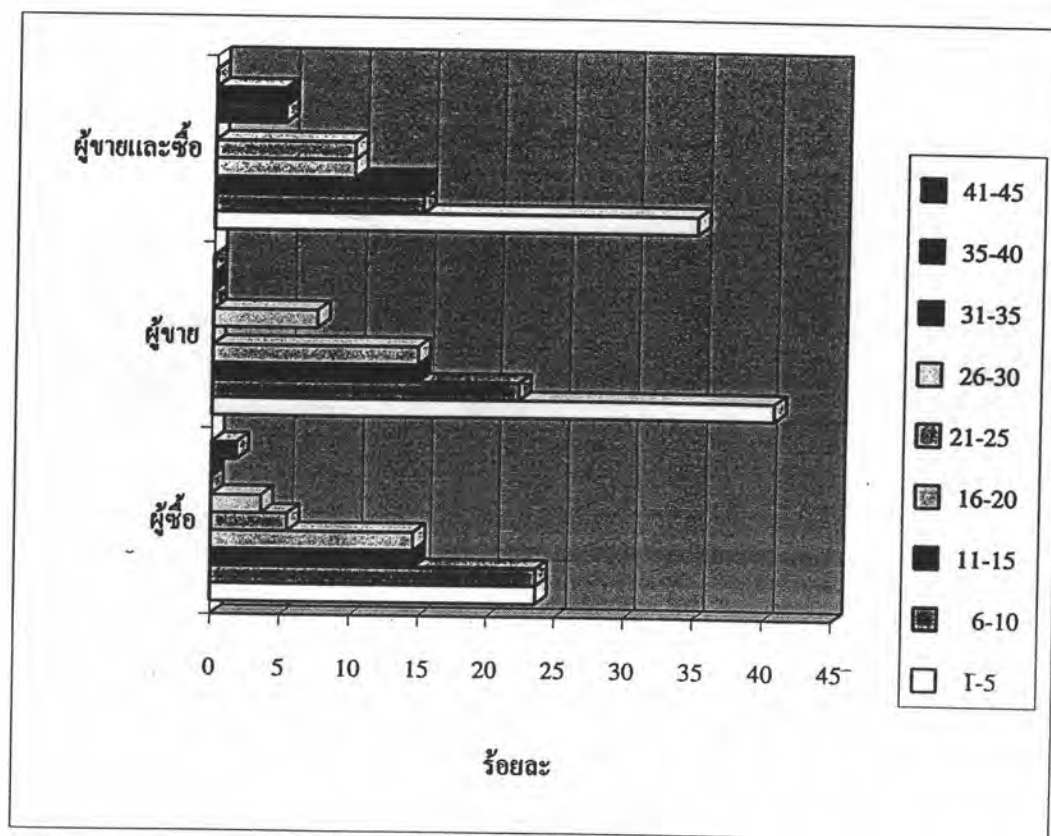




ตารางที่ 5.1.6 อายุของบุตรคนโตของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

อายุบุตรคนโต	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและผู้หญิง	รวม
1-5	23.6	40.7	35	33.1
6-10	23.6	22.2	15	20.3
11-15	14.6	14.8	15	14.8
16-20	14.6	14.8	10	13.1
21-25	5.5	0	10	5.2
26-30	3.6	7.5	0	3.7
31-35	0	0	5	1.7
35-40	0	0	5	1.7
41-45	1.8	0	0	0.6
ไม่ตอบ	12.7	0	5	5.9
รวม	100	100	100	100.0

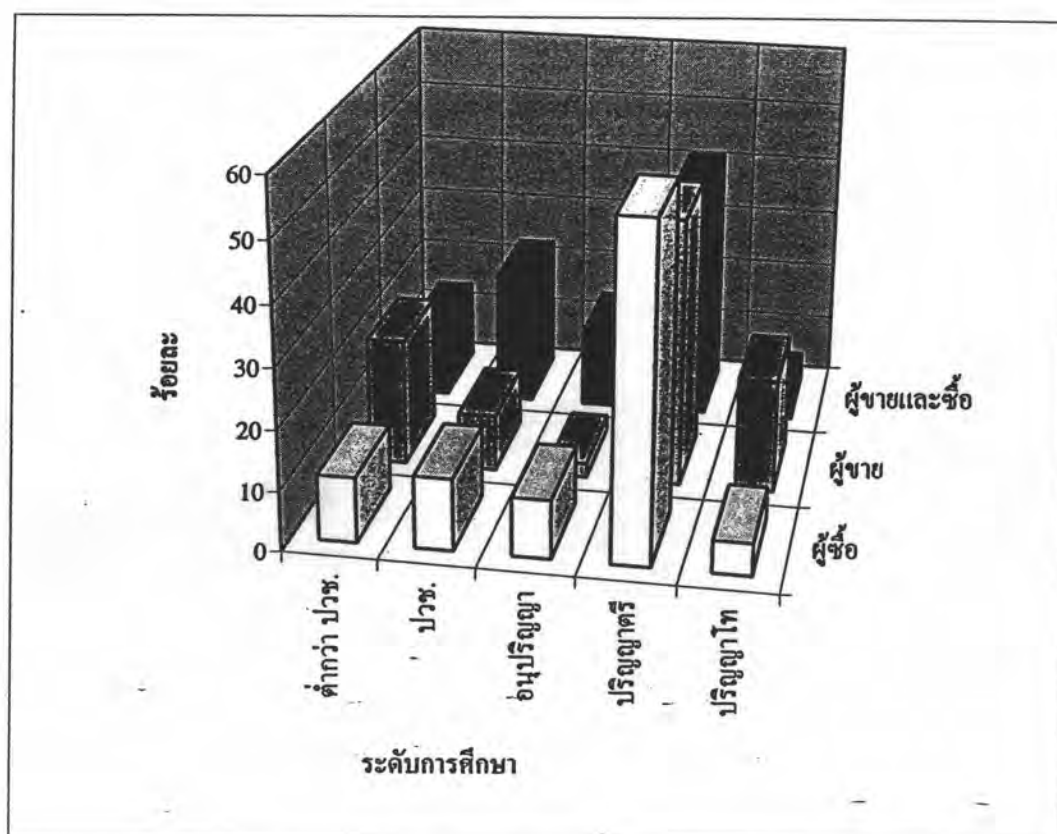
แผนภูมิที่ 5.1.6 อายุบุตรคนโตของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.7 ระดับการศึกษาของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ต่ำกว่า ปวช.	10.9	21.4	13.6
ปวช.	12	9.5	22.8
อนุปริญญา	9.8	2.4	13.6
ปริญญาตรี	55.4	45.2	41
ปริญญาโท	5.4	19	4.5
ไม่ตอบ	6.5	2.5	4.5
รวม	100	100	100
จำนวน	92	42	156

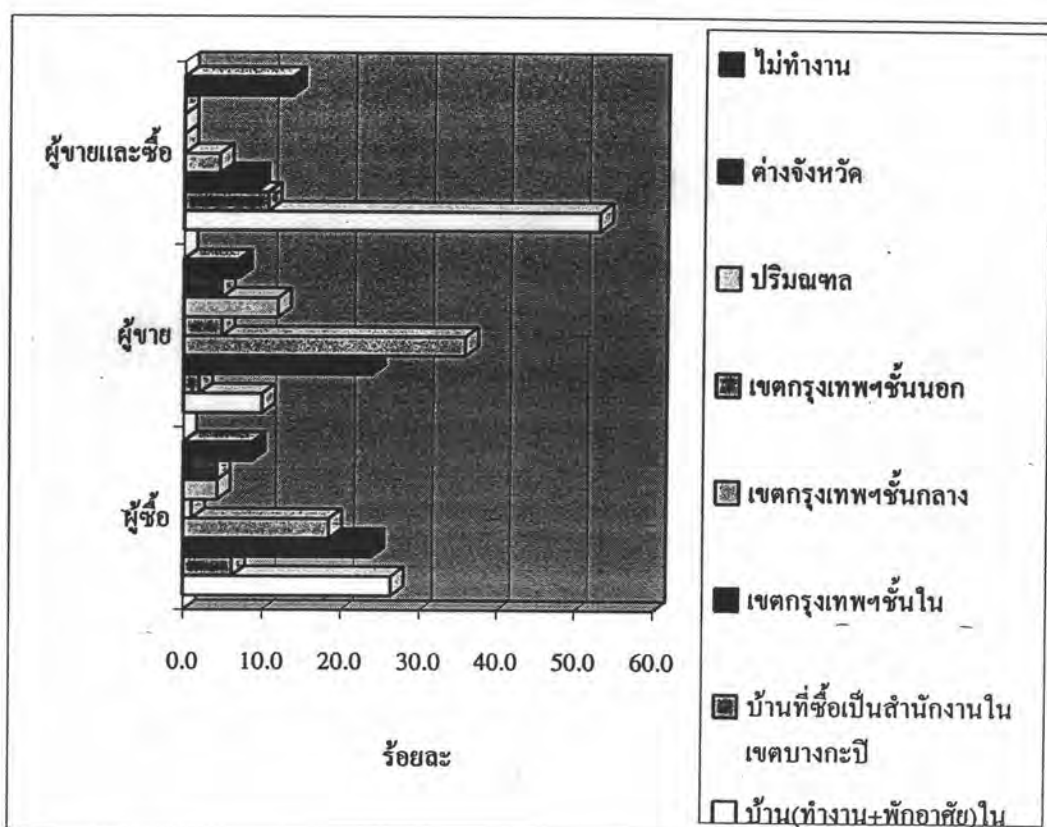
แผนภูมิที่ 5.1.7 ระดับการศึกษาของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.8 สถานที่ทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ทำงาน	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและผู้หญิง	รวม
บ้าน(ทำงาน+พักอาศัย)ในเขตบางกะปิ	26.4	9.9	53	29.8
บ้านที่ซื้อเป็นสำนักงานในเขตบางกะปิ	6.2	2.0	10.6	6.3
เขตกรุงเทพฯชั้นใน	23.9	23.9	9	18.9
เขตกรุงเทพฯชั้นกลาง	18.5	35.8	4.5	19.6
เขตกรุงเทพฯชั้นนอก	1.1	4.8	0	2.0
ปริมณฑล	4.3	11.9	0	5.4
ต่างจังหวัด	4.3	4.8	0	3.0
ไม่ทำงาน	8.7	6.9	13.6	9.7
ไม่ตอบ	6.6	0	9.3	5.3
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.8 สถานที่ทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



### 1.7 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมแล้ว ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37.7 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชนร้อยละ 24.5 ทั้งนี้สอดคล้องกับสถานที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้บ้านพักอาศัยเป็นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวด้วย กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื้อ บ้านมือสองในเขตบางกะปิ ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 50 โดยใช้บ้านเป็นที่ประกอบอาชีพ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 37

### 1.8 ตำแหน่งหน้าที่การงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 38.4 รองลงมาเป็นพนักงานทั่วไป ร้อยละ 18.3 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 37 รองลงมาเป็นพนักงานทั่วไป ร้อยละ 21.7 และผู้บริหารระดับกลาง ร้อยละ 18.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย เป็นพนักงานทั่วไป ร้อยละ 33.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื้อ เป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 18.2

### 1.9 ภูมิลำเนา

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดอยู่อัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ กรุงเทพฯ ร้อยละ 49.5 และต่างจังหวัด ร้อยละ 49.7 แต่เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจะเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 60.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื้อ มีอัตราส่วนการมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดเท่ากัน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ได้อยู่ในเขตปริมณฑล

#### 1.1 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯเป็นระยะเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.23 รองลงมา 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.47

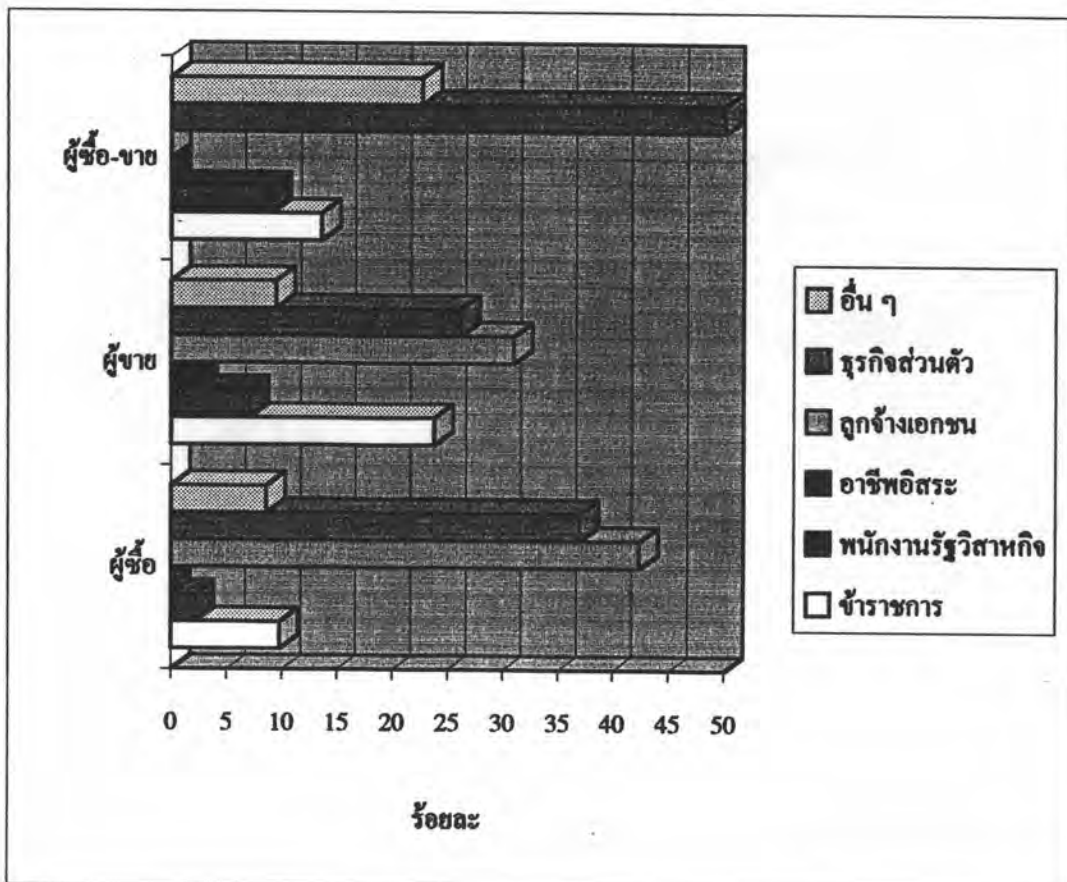
#### 1.11 รายได้ครัวเรือน

รายได้ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีรายได้ครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31,000-40,000 คือ ร้อยละ 19.5 นอกจากนั้นรายได้ก่อนกระจาย คือ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 18.7 และ 51,000-75,000 บาท ร้อยละ 18.2 และ 21,000-30,000 บาท ร้อยละ 17 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อร้อยละ 26.8 มีรายได้ตั้งแต่ 41,000-50,000 บาท กลุ่ม

ตารางที่ 5.1.9 อาชีพของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ช้-ชาย	รวม
ข้าราชการ	9.8	23.8	13.6	15.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.2	7.1	9.1	6.1
อาชีพอิสระ	0	2.4	0	0.8
ลูกจ้างเอกชน	42.4	31	0	24.5
ธุรกิจส่วนตัว	37	26.2	50	37.7
อื่น ๆ	8.6	9.5	22.7	13.6
ไม่ตอบ	0	0	4.6	1.5
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

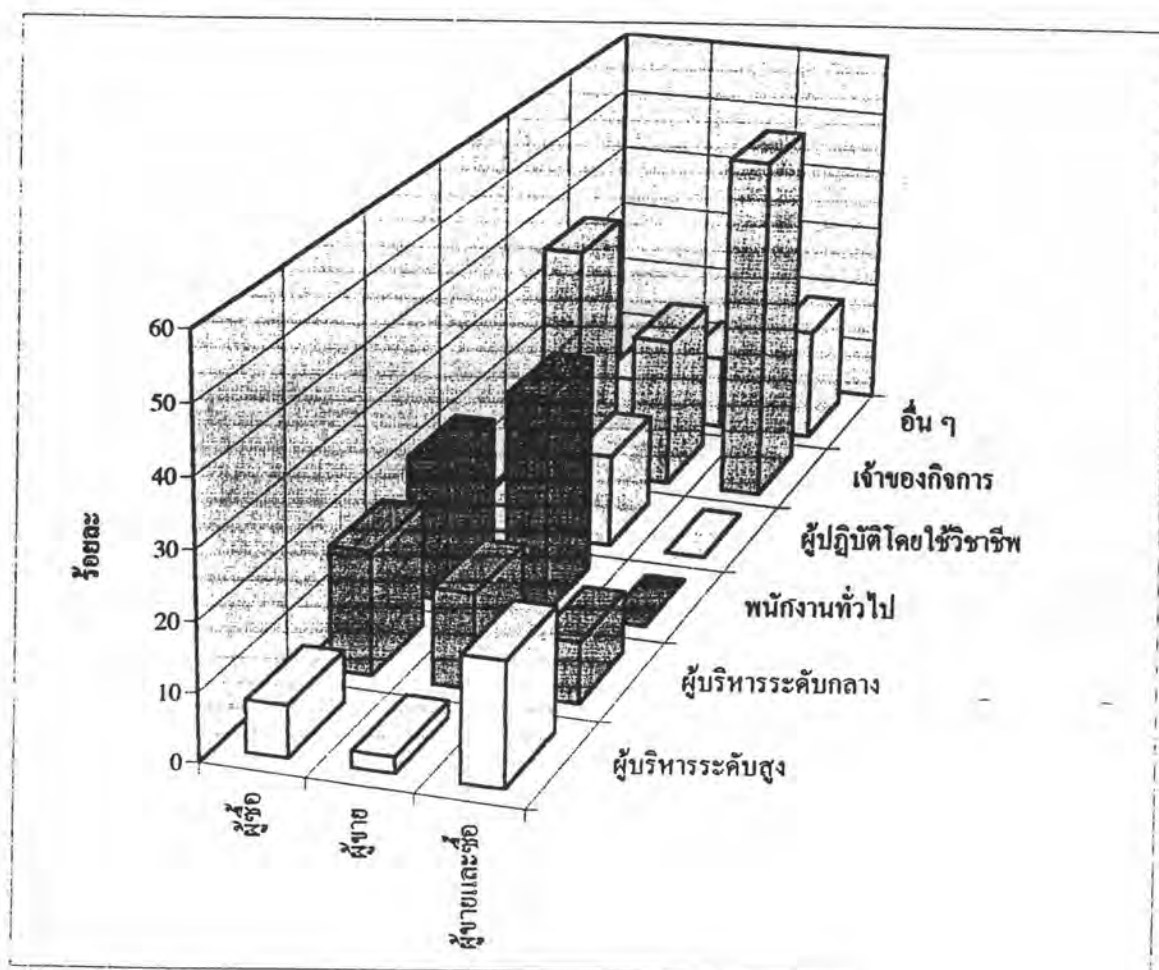
แผนภูมิที่ 5.1.9 อาชีพของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.10 ตำแหน่งอาชีพของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ตำแหน่ง	ผู้ชาย	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ผู้บริหารระดับสูง	7.6	2.4	18.2	9.4
ผู้บริหารระดับกลาง	18.5	14.3	9.1	14.0
พนักงานทั่วไป	21.7	33.3	0	18.3
ผู้ปฏิบัติโดยใช้วิชาชีพ	4.3	14.3	0	6.2
เจ้าของกิจการ	37	23.8	54.5	38.4
อื่น ๆ	6.5	11.9	18.2	12.2
ไม่ตอบ	4.4	0	0	1.5
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	42

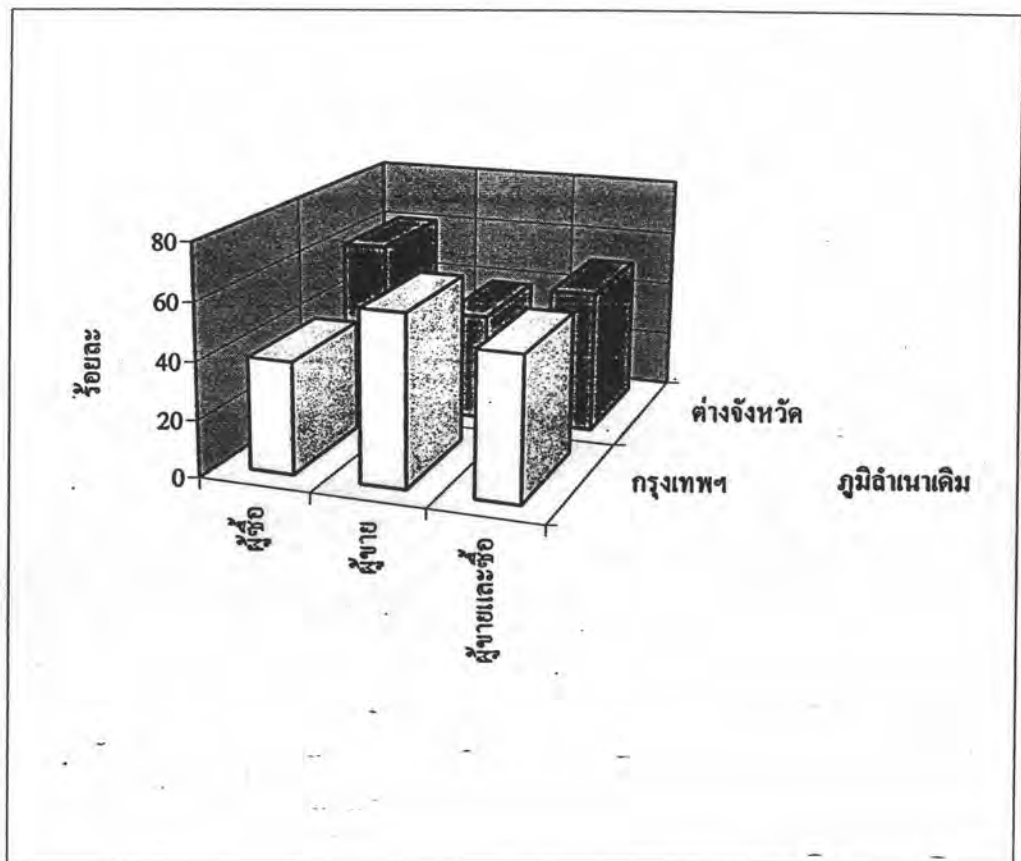
แผนภูมิที่ 5.1.10 ตำแหน่งอาชีพของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.11 ภูมิฐานะเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ภูมิฐานะ	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและผู้หญิง	รวม
กรุงเทพฯ	39.1	59.5	50	49.5
ต่างจังหวัด	60.9	38.1	50	49.7
ไม่ตอบ	0	2.4	0	0.8
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

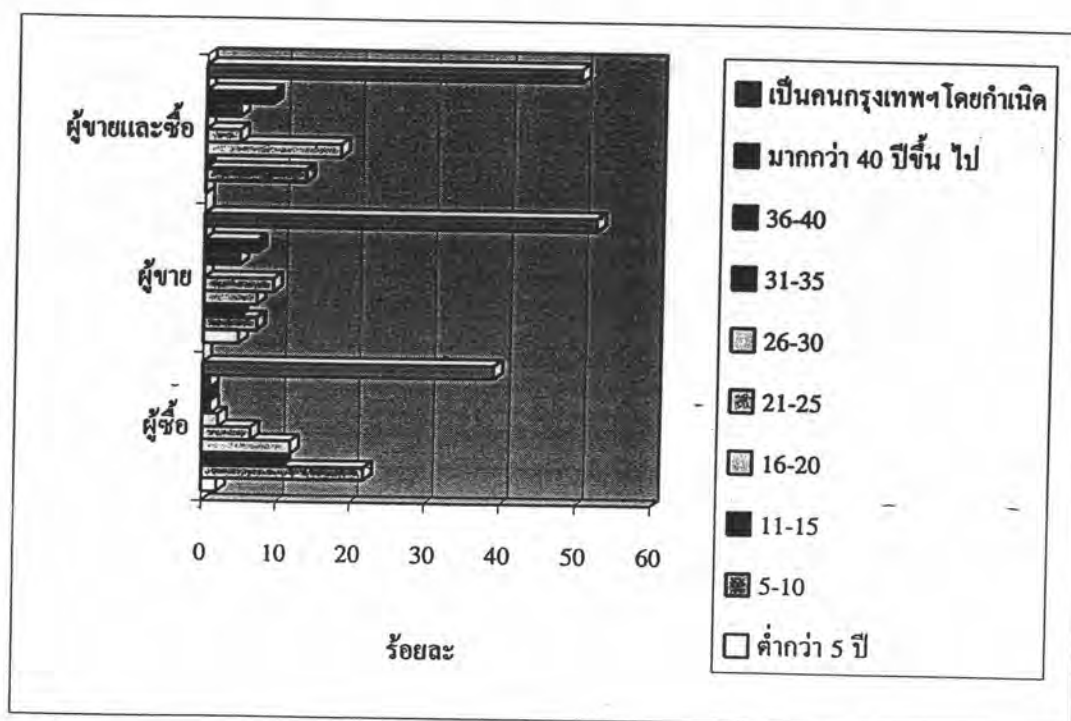
แผนภูมิที่ 5.1.11 ภูมิฐานะของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.12 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

ระยะเวลา	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและหญิง	รวม
ต่ำกว่า 5 ปี	2.1	4.8	0	2.30
5-10	21.9	7.2	13.6	14.23
11-15	10.9	4.8	0	5.23
16-20	12	7.2	18.2	12.47
21-25	6.6	9.4	4.6	6.87
26-30	2.2	0	0	0.7
31-35	1.1	4.8	4.6	3.5
36-40	1	7.2	9	5.7
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	1	0	0	0.3
เป็นคนกรุงเทพฯ โดยกำเนิด	39.1	52.4	50	47.2
ไม่ตอบ	2.1	2.2	0	1.4
รวม	100	100	100	100.0
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.12 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

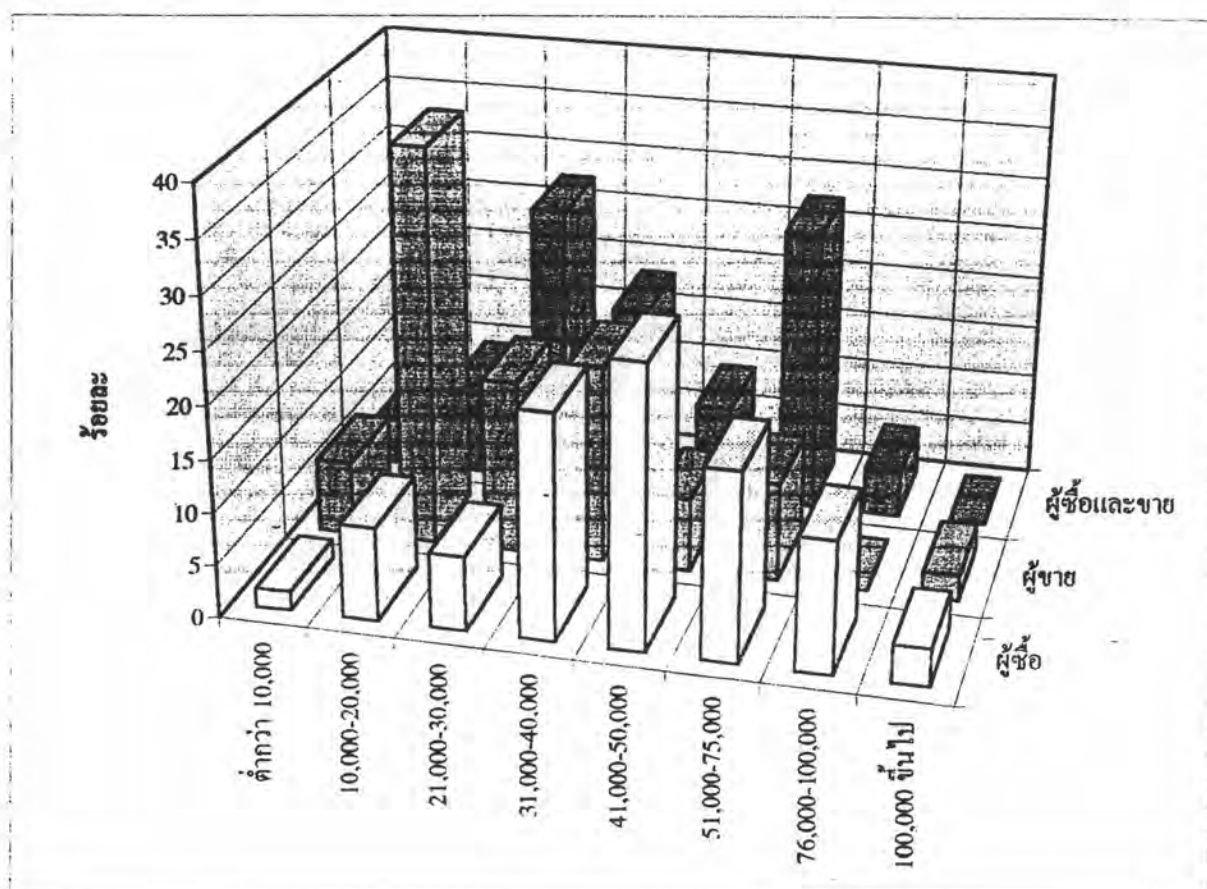




ตารางที่ 5.1.13 รายได้ครัวเรือนของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ระดับรายได้	ผู้ชาย	ผู้ชาย	ผู้ชายและชาย	รวม
ต่ำกว่า 10,000	1.8	7.1	4.5	4.5
10,000-20,000	8.9	38.1	9.1	18.7
21,000-30,000	7.1	16.7	27.3	17.0
31,000-40,000	21.4	19	18.2	19.5
41,000-50,000	26.8	7.1	9.1	14.3
51,000-75,000	17.9	9.5	27.3	18.2
76,000-100,000	12.5	0	4.5	5.7
100,000 ขึ้นไป	3.6	2.5	0	2.0
รวม	100	100	100	100.0
จำนวน	92	42	22	90

แผนภูมิที่ 5.1.13 รายได้ครัวเรือนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตัวอย่างผู้ชายร้อยละ 38.1 มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่ค่อนข้างต่ำกว่าความเป็นจริง ส่วนกลุ่มผู้ชายและซื้อ ร้อยละ 27.3 มีระดับรายได้ใกล้เคียงกัน 2 ช่วง คือ 21,000-30,000 บาท และ 51,000-75,000 บาท ส่วนรายได้สูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง คือมีรายได้มากกว่า 100,000 บาท ขึ้นไป

#### 1.12 ระยะเวลาในการเดินทางไปทำงานและยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาเดินทางไปทำงานประมาณ 31-60 นาที ร้อยละ 29.9 และยานพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ เป็นรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ รถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 10

#### 1.13 การออมเงินของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ออมเงินโดยการซื้อที่ดิน ร้อยละ 32.5 รองลงมาฝากเงิน กินคอกเบี้ยร้อยละ 28.5

#### 1.14 การซื้อและขายบ้านเก็งกำไร

พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อบ้านเก็งกำไรคิดเป็นร้อยละ 70.9 ส่วนผู้ที่เคยซื้อบ้านเก็งกำไรคิดเป็นร้อยละ 29.1 เมื่อจำแนกแต่ละกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้ที่เคยซื้อบ้านเก็งกำไรคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ-ขายคิดเป็นร้อยละ 35.7 และผู้ขายมีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน คือเคยซื้อบ้านเก็งกำไรคิดเป็นร้อยละ 36.4

สำหรับปัจจัยในการซื้อบ้านเก็งกำไรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขายต่อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 32.7 และราคาต่ำ ร้อยละ 20.7 โดยใช้เงินลงทุนในการเก็งกำไรจากเงินเดือนหรือรายได้ประจำร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นรายได้พิเศษร้อยละ 18.5 มีปัญหาที่เกิดจากการเก็งกำไรร้อยละ 62 เกิดจากการขายไม่ได้ในเวลาที่ต้องการร้อยละ 44.7 ภาวะคอกเบี้ยสูงร้อยละ 32.9

รูปแบบวิธีการขายบ้านการเก็งกำไร คือ ขายเอง คิดเป็นร้อยละ 70.5

#### 1.15 ทัศนคติที่มีต่อนายหน้า

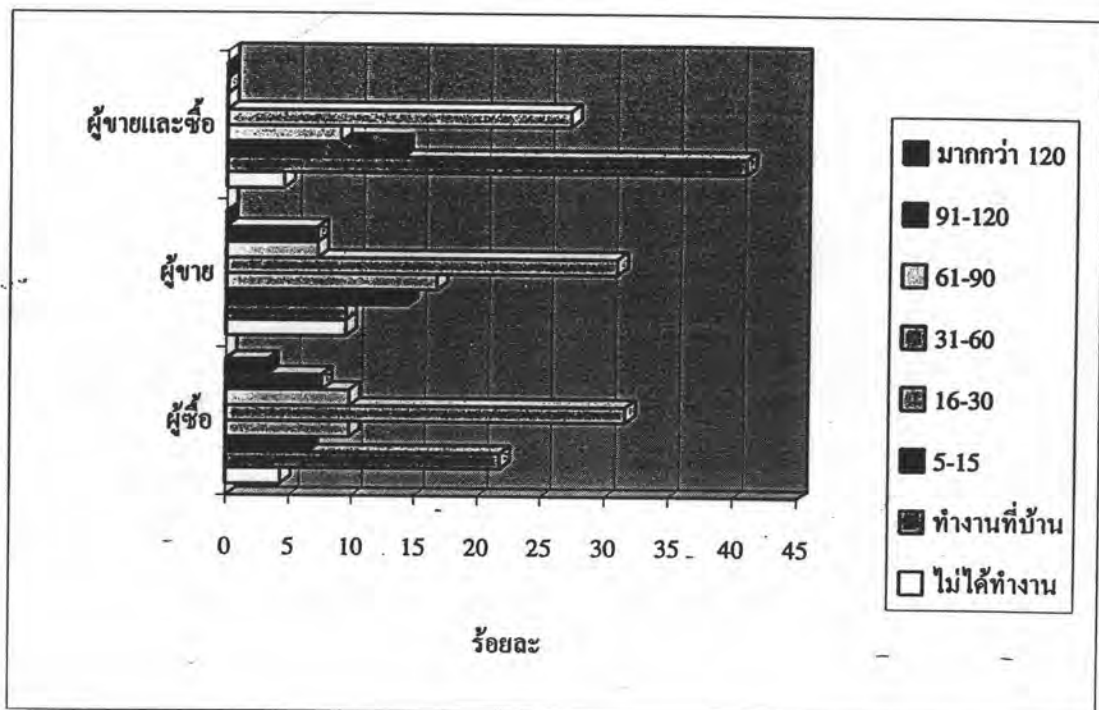
กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีความเห็นด้วยอย่างมากที่นายหน้าขอปิดบังคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้า ร้อยละ 54.5 เมื่อตกลงซื้อขายแล้วก็สามารถเปลี่ยนไปขายให้ผู้ที่ให้ราคาสูงได้ ร้อยละ 48.1 รวมทั้งมีความเห็นด้วยปานกลางว่า นายหน้าไม่ซื้อสตัคซ์ขอบบวกราคาเพิ่มผู้ซื้อโดยผู้ฝากขายไม่ทราบ ร้อยละ 44.7 และความเห็นที่ว่านายหน้าขอบวกราคาผู้ฝากขายเพื่อให้ขายได้เร็ว ร้อยละ 40.8

กลุ่มตัวอย่างผู้ขายมีความเห็นด้วยอย่างมากว่า นายหน้าไม่ซื้อสตัคซ์ขอบบวกราคาเพิ่ม โดยผู้ฝากขายไม่ทราบ ร้อยละ 47.1 และเห็นด้วยปานกลางที่ว่าขอบวกราคาผู้ฝากขาย ร้อยละ 40

ตารางที่ 5.1.14 ระยะเวลาการเดินทางไปทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลา	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม	
ไม่ได้ทำงาน	4.3	9.5	4.5	6.1
ทำงานที่บ้าน	21.8	9.5	40.9	24.1
5-15	6.5	14.4	13.9	11.6
16-30	9.8	16.7	9	11.8
31-60	31.6	30.9	27.2	29.9
61-90	9.8	7.2	0	5.7
91-120	7.6	7.2	0	4.9
มากกว่า 120	3.3	0	0	1.1
ไม่ตอบ	5.3	4.6	4.5	4.8
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

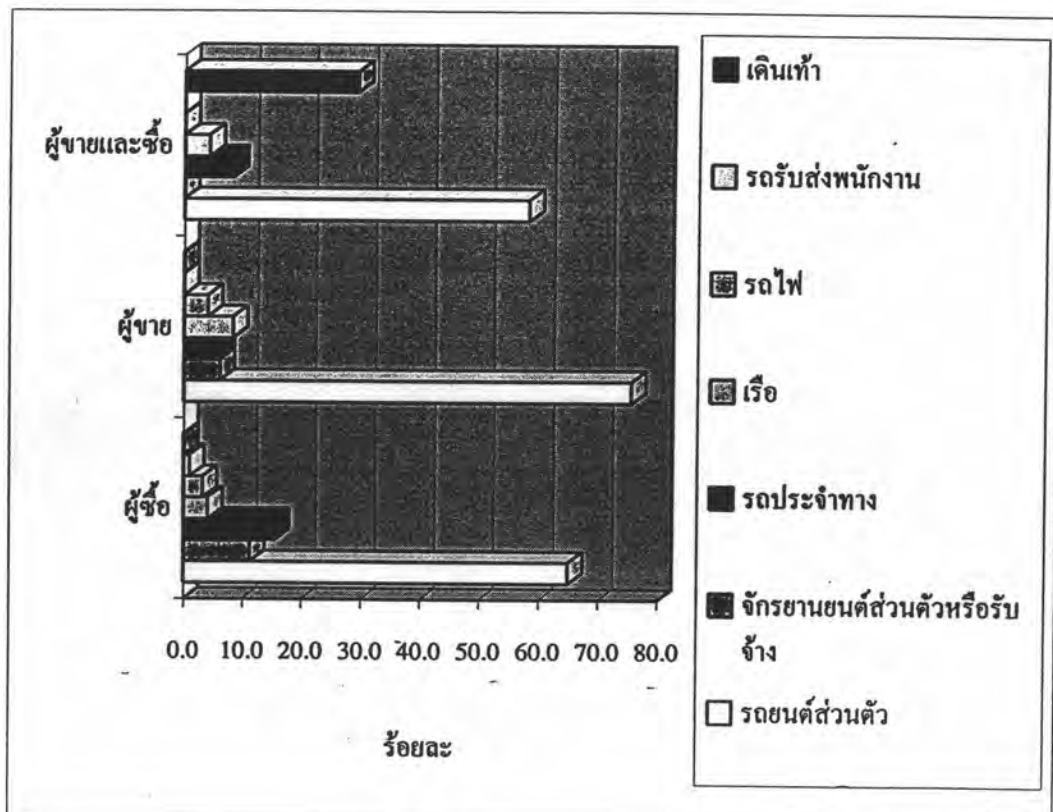
แผนภูมิที่ 5.1.14 ระยะเวลาการเดินทางไปทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.15 ประเภทของยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

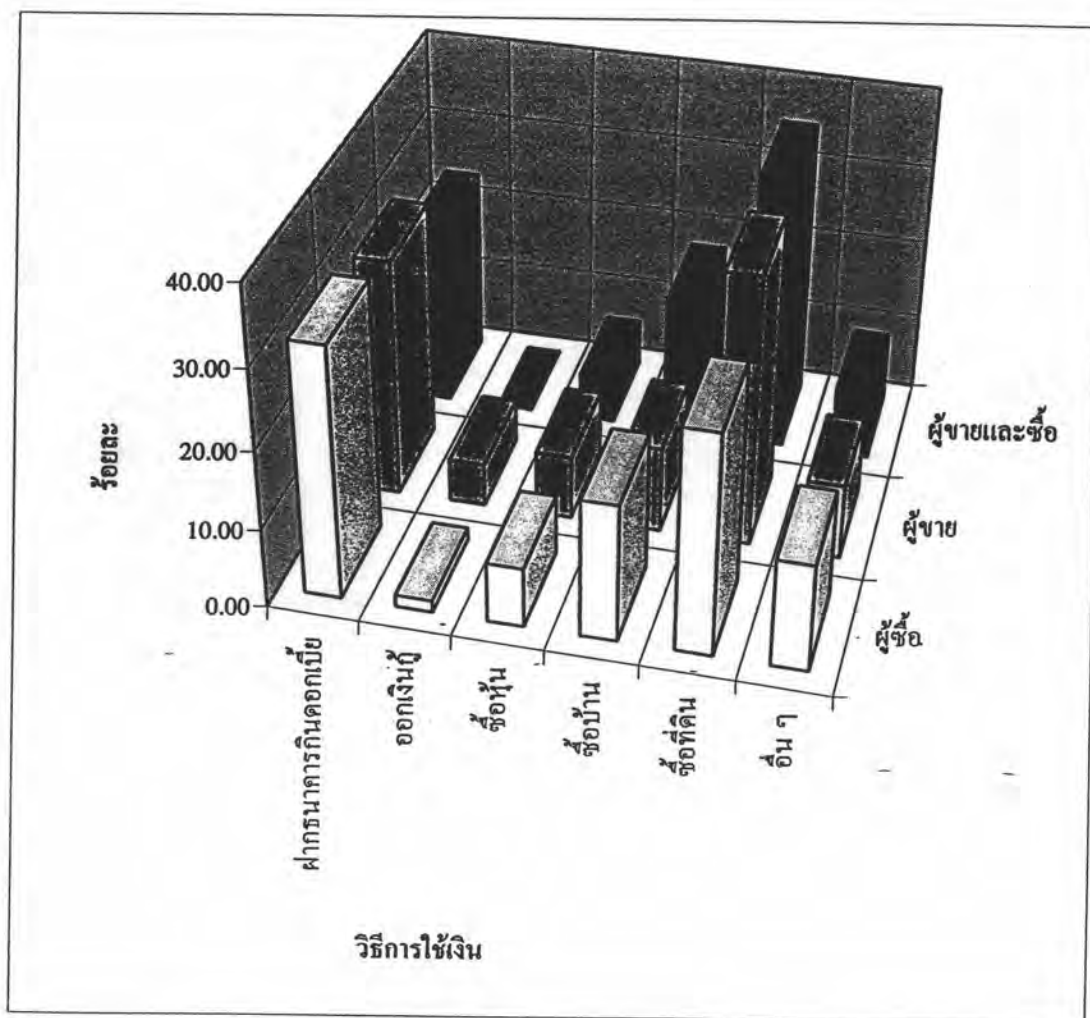
วิธีการเดินทาง	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชายและชื่อ	รวม
รถยนต์ส่วนตัว	64.9	75.5	58.2	66.2
จักรยานยนต์ส่วนตัวหรือรับจ้าง	11.3	6.1	0	5.8
รถประจำทาง	15.5	6.1	8.3	10.0
เรือ	4.1	8.3	4.2	5.5
รถไฟ	3.2	4	0	2.4
รถรับส่งพนักงาน	1.0	0	0	0.3
เดินเท้า	0	0	29.3	9.8
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.15 ประเภทยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปทำงานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.16 การใช้เงินออมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

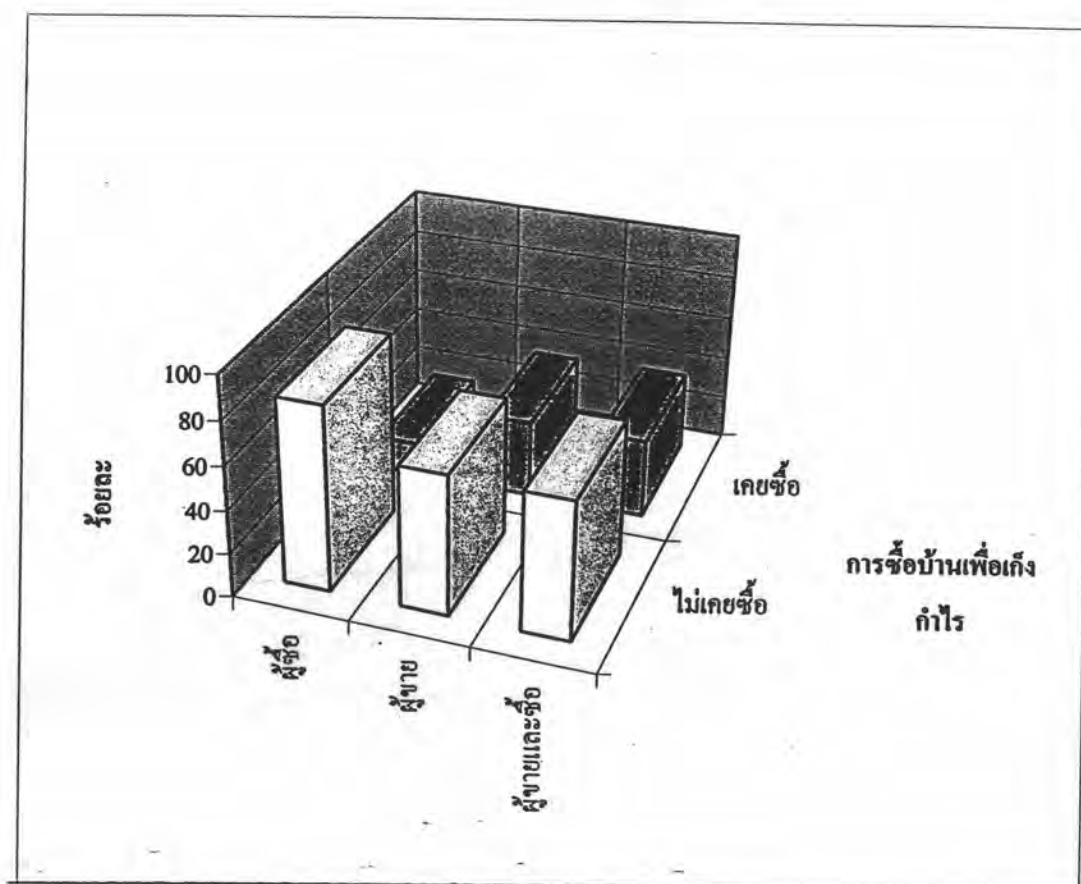
วิธีการใช้เงิน	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื้อ	รวม
ฝากธนาคารกนดอกเบี้ย	31.82	30.1	28.5
ออกเงินกู	1.52	5.5	2.3
ซื้อหุ้น	7.58	8.2	7.3
ซื้อบ้าน	17.42	11	15.3
ซื้อที่ดิน	28.03	34.2	32.5
อื่น ๆ	13.64	9.6	10.7
ไม่ตอบ	0	1.4	3.4
รวม	100	100	100



ตารางที่ 5.1.17 การซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไร	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่เคยซื้อ	84.8	64.3	63.6	70.9
เคยซื้อ	15.2	35.7	36.4	29.1
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

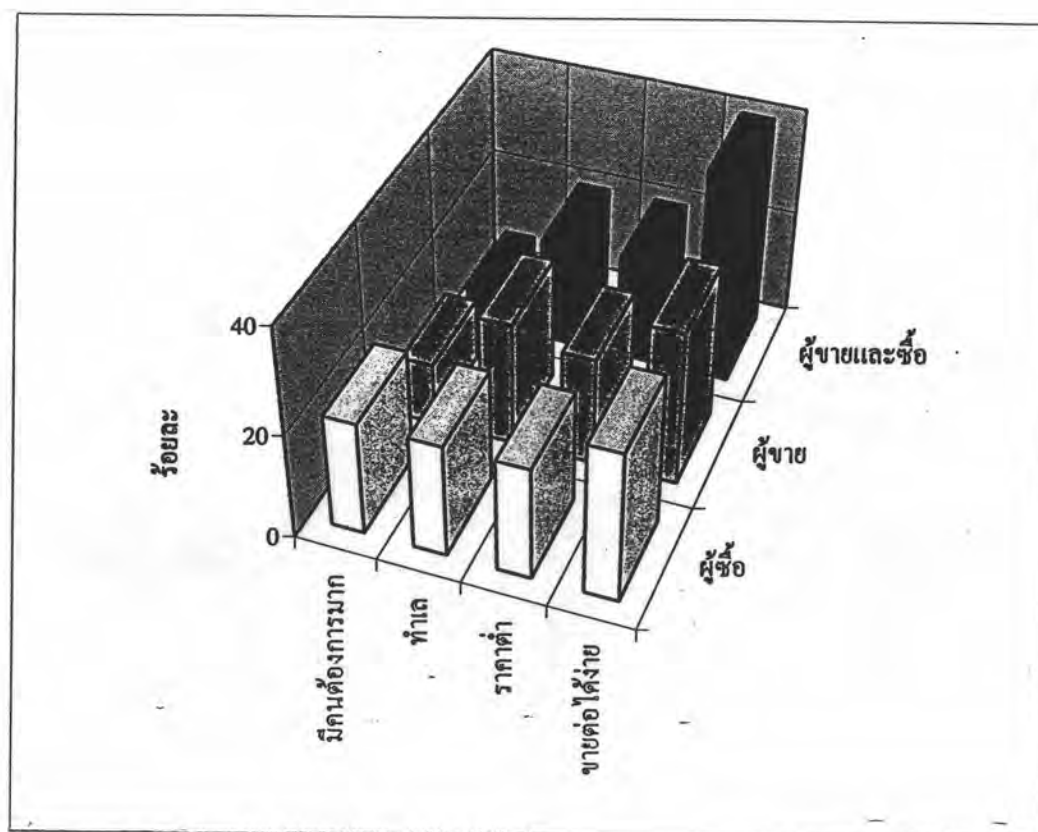
แผนภูมิที่ 5.1.17 การซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.18 ปัจจัยการซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการเลือกบ้านเพื่อเก็งกำไร	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
มีคนต้องการมาก	21.4	11.8	6.7	13.3
ทำเล	21.4	23.5	20	21.6
ราคาต่ำ	21.4	20.6	20	20.7
ขายต่อได้ง่าย	28.6	29.4	40	32.7
ไม่ตอบ	7.2	14.7	13.3	11.7
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

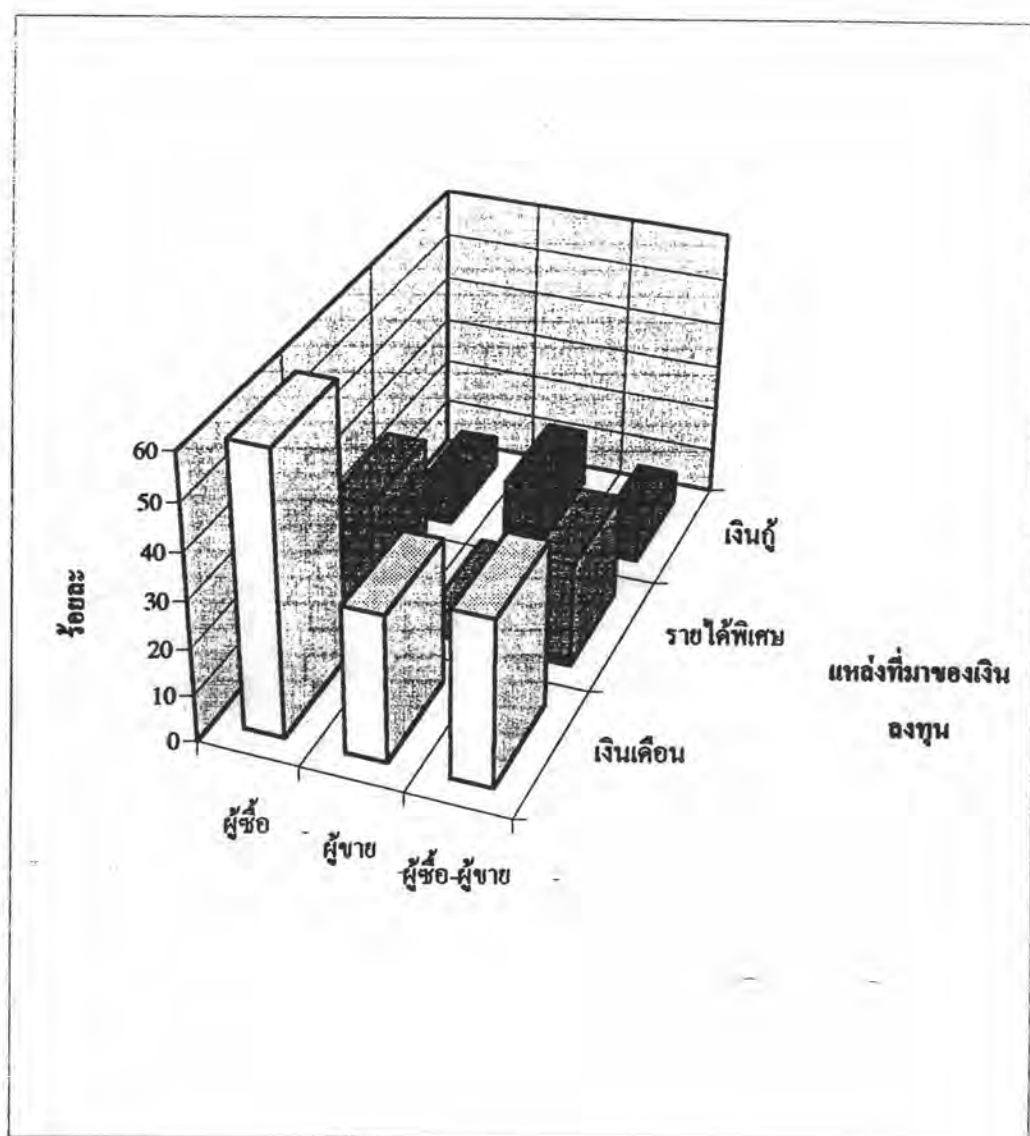
แผนภูมิที่ 5.1.18 ปัจจัยการซื้อบ้านเพื่อเก็งกำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.19 แหล่งที่มาของเงินลงทุนซื้อบ้านเก็งกำไร

เงินลงทุนเก็งกำไร	ผู้ชาย	ผู้หญิง	ผู้ชาย-ผู้หญิง	รวม
เงินเดือน	60	31.3	35.5	42.3
รายได้พิเศษ	26.7	6.2	22.6	18.5
เงินกู้	6.7	12.5	6.5	8.6
ไม่ตอบ	6.6	50	35.4	30.7
รวม	100	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.1.19 แหล่งที่มาของเงินลงทุนซื้อบ้านเก็งกำไร

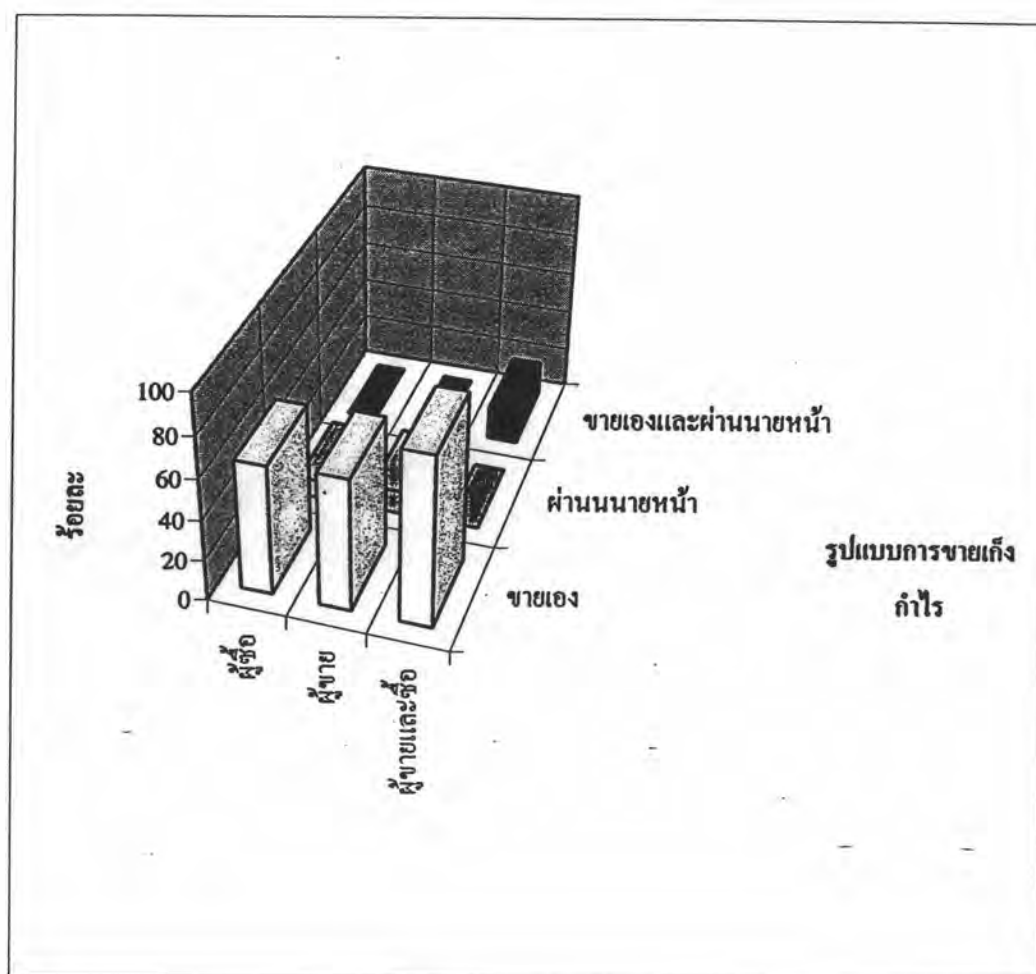




ตารางที่ 5.1.20 รูปแบบการขายบ้านแก๊งกำไรของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

รูปแบบการขายแก๊งกำไร	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ขายเอง	63.6	64.7	83.3	70.5
ผ่านนายหน้า	9.1	11.8	0	7.0
ขายเองและผ่านนายหน้า	0	0	16.7	5.6
ไม่ตอบ	27.3	23.5	0	16.9
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

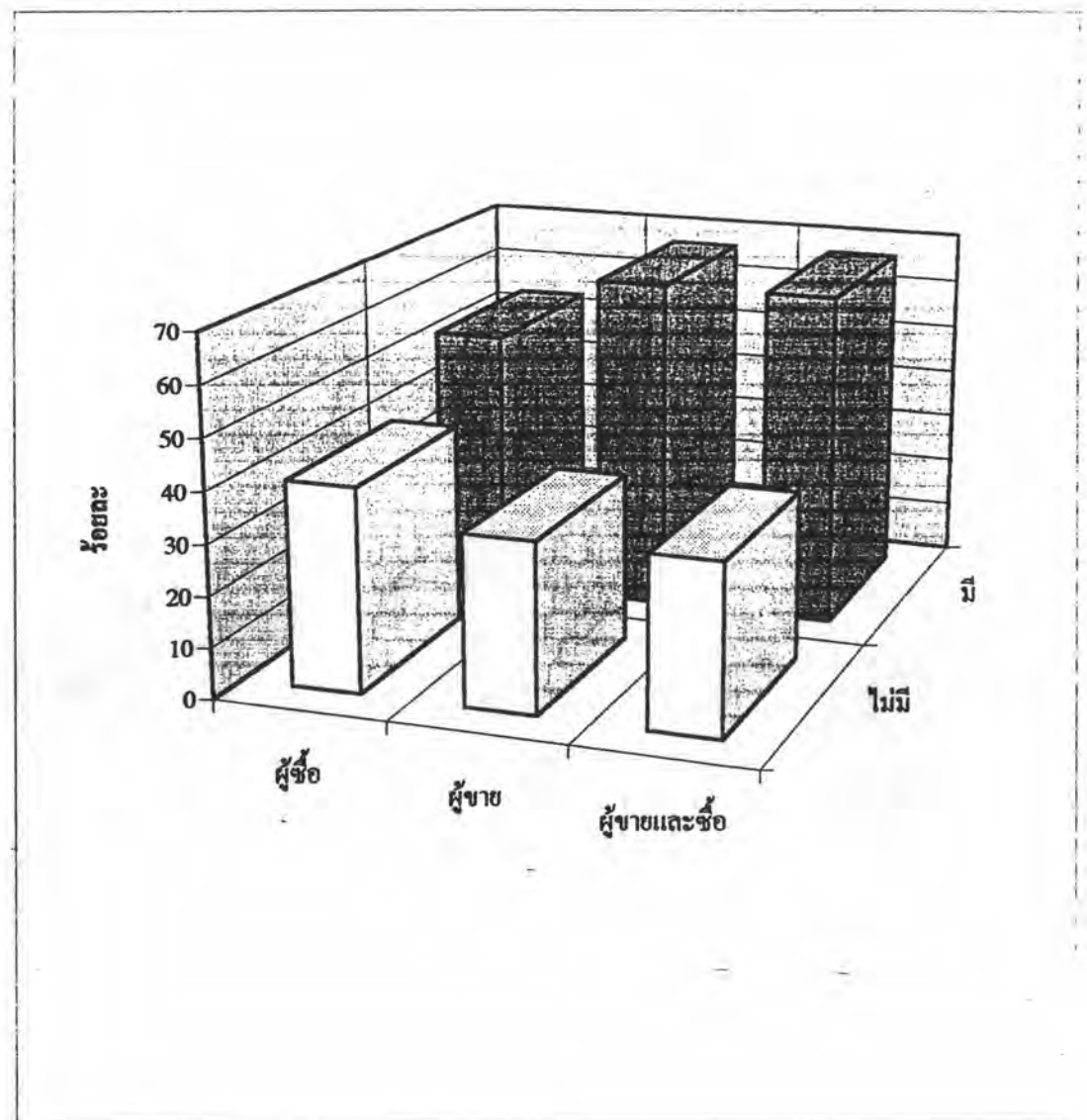
แผนภูมิที่ 5.1.20 รูปแบบการขายบ้านแก๊งกำไรของกลุ่มประชากรตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.21 ปัญหาที่เกิดจากการแก้งำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ปัญหาเกิดจากการแก้งำไร	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่มี	40	33.3	33.3	36
มี	53.3	66.7	66.7	62
ไม่ตอบ	6.7	0	0	2
รวม	100	100	100	100
จำนวน	90	46	20	156

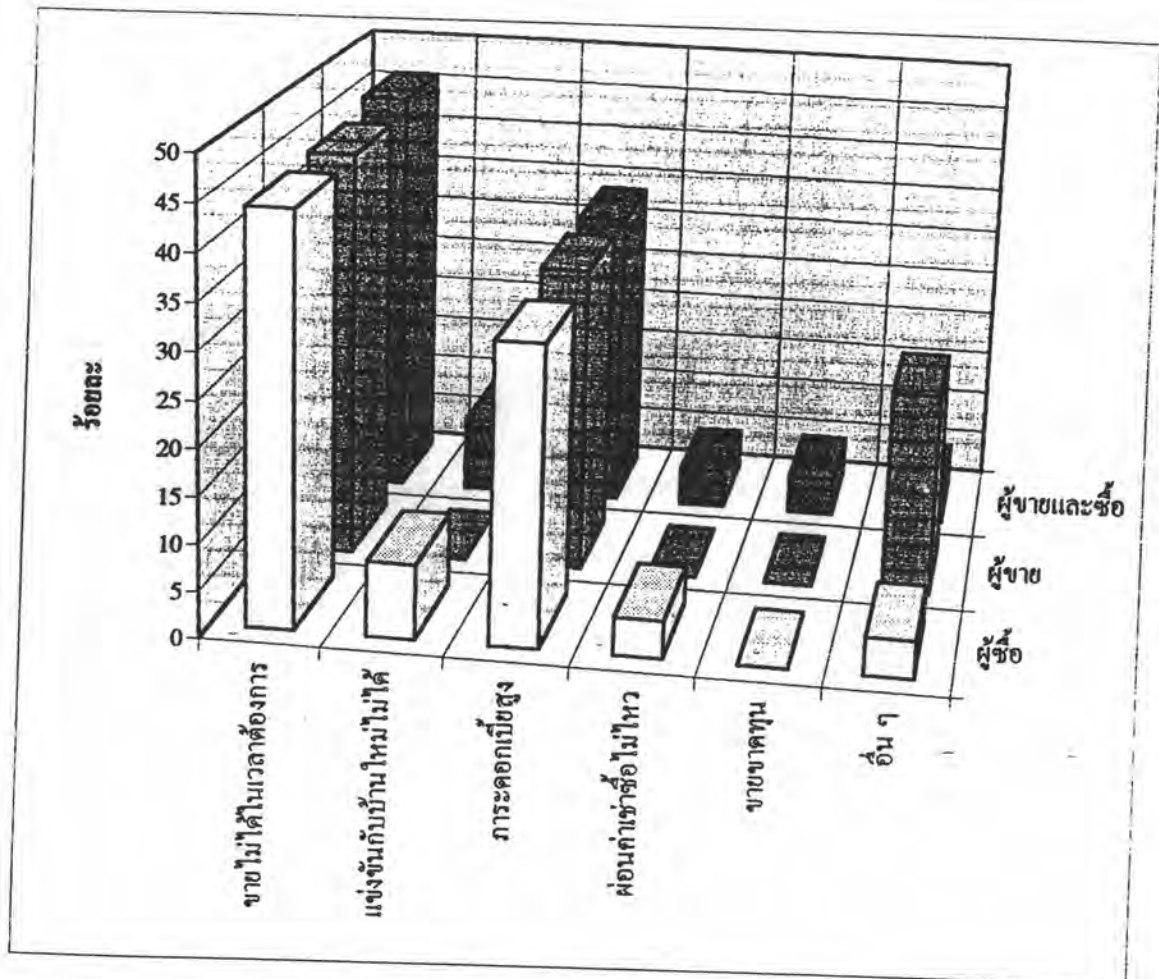
แผนภูมิที่ 5.1.21 ปัญหาที่เกิดจากการแก้งำไรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.1.22 ประเภทของปัญหาที่เกิดจากการเก็งกำไร

ประเภทของปัญหาที่เกิดจากเก็งกำไร	ผู้ชาย	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ขายไม่ได้ในเวลาต้องการ	44	44.4	45.8	44.7
แข่งขันกับบ้านใหม่ไม่ได้	8	0	8.3	5.4
ภาระดอกเบี้ยสูง	32	33.3	33.3	32.9
ผ่อนค่าเช่าซื้อไม่ไหว	4	0	4.2	2.7
ขายขาดทุน	0	0	4.2	1.4
อื่น ๆ	4	22.2	4.2	10.1
ไม่ตอบ	8	0	0	2.7
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.1.22 ประเภทของปัญหาที่เกิดจากการเก็งกำไร



ตารางที่ 5.1.23:ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อก่อนใช้บริการหน้า

รายการ	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
หน้าไม่รู้สึกอึดอัดกับกรรกายเพิ่มผู้ซื้อก่อนใช้บริการ	38.2	44.7	13.2	3.9	100
กรรกายผู้ฝากขายเพื่อให้ขายได้เร็ว	36.8	40.8	14.5	7.9	100
ขอปิดบังคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้า	54.5	33.8	5.2	6.5	100
เมื่อตกลงซื้อขายแล้วอาจเปลี่ยนเมื่อผู้ให้ราคาสูงกว่า	48.1	29.8	13	9.1	100

ตารางที่ 5.1.24 ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายก่อนให้บริการนายหน้า

รายการ	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
ไม่ตัดสินใจขอใบรวมราคาเพิ่มผู้ซื้อโดยผู้ฝากขายไม่ทราบ	47.1	35.3	11.8	5.8	100
ลดราคาผู้ฝากขาย เพื่อให้ขายได้เร็ว	34.3	40	8.6	17.1	100
ขอใบบังคับคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้า	42.4	42.4	9.1	6.1	100
ตกลงซื้อขายแล้วก็สามารถเปลี่ยนไปขายให้ผู้ที่ให้ราคา	29.4	50	14.7	5.9	100

ตารางที่ 5.1.1.25 ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างและผู้ขายและซื้อก่อนใช้บริการนายหน้า

รายการ	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ขอชมบวกราคาเพิ่มผู้ซื้อโดยผู้ฝากขายไม่ทราบ	45	45	5	5	100
กดราคาผู้ฝากขาย เพื่อให้ขายได้เร็ว	26.3	42.1	15.8	15.8	100
ขอปรับคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้า	42.1	36.8	15.8	5.3	100
ตกลงซื้อขายแล้วก็สามารถเปลี่ยนไปขายให้ผู้ที่ให้ราคาสูงได้	50	16.7	22.2	11.1	100

และมีความเห็นด้วยปานกลางที่ว่านายหน้าไม่มีความแน่นอนเมื่อตกลงซื้อขายแล้วก็สามารถเปลี่ยนไปขายให้ผู้ที่ให้ราคาสูงได้ ร้อยละ 50 นายหน้าชอบปิดบังคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้าร้อยละ 42.4

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ-ขาย มีความเห็นด้วยอย่างมากว่า นายหน้าไม่ซื่อสัตย์ชอบบวกราคาเพิ่มผู้ซื้อโดยผู้ฝากขายไม่ทราบ ร้อยละ 45 ชอบปิดบังคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้าร้อยละ 42.1 เมื่อตกลงซื้อขายแล้วนายหน้ามักเปลี่ยนไปขายให้ผู้ที่ให้ราคาสูงได้ ร้อยละ 50 และเห็นด้วยปานกลางที่ว่านายหน้าชอบบวกราคาผู้ฝากขาย เพื่อให้ขายได้เร็วขึ้น

เมื่อประมวลความเห็นและความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างทั้งสาม เมื่อก่อนใช้บริการนายหน้า ว่า มีความเห็นหรือทัศนคติในทางไม่ดีต่อนายหน้า ซึ่งอาจจะเป็นการบอกเล่าหรือทราบข่าว โดยยังไม่สัมผัสด้วยตนเอง ในด้านการให้บริการ ว่าไม่มีความซื่อสัตย์และไม่จรรยาบรรณของนายหน้า

#### 1.16 ทัศนคติที่มีต่อบ้านมือสองก่อนการเข้าอยู่อาศัยบ้านมือสอง

ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติจะวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ซึ่งมีผลต่อการซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ เห็นด้วยอย่างมากตรงกันกับความเห็นว่า บ้านมือสองเป็นบ้านที่ผ่านการอยู่อาศัยแล้ว ร้อยละ 50 และบ้านมือสองเป็นที่ที่มึปลวก น้ำท่วม คิดเป็นร้อยละ 41.7 และ 38.1 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ เห็นด้วยปานกลางกับความเห็นว่าบ้านมือสองชำรุดต้องซ่อมบ่อย ร้อยละ 48.2 และ 38.1 ตามลำดับ เป็นบ้านเก่าสกปรก ร้อยละ 35.8 และ 40 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ เห็นด้วยปานกลางว่า บ้านมือสองมีประวัติไม่ดี ร้อยละ 34.8 สำหรับความเห็นว่า บ้านมือสองมักจะเป็นบ้านที่มีฮวงจุ้ยไม่ดี กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเห็นด้วยค่อนข้างน้อย ร้อยละ 28.9 กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ไม่เห็นด้วยที่ว่าบ้านมือสองมักจะมีประวัติไม่ดี หรือมีคนตาย

เมื่อประมวลความเห็นและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ-ขายแล้ว พบว่า บ้านมือสองมักผ่านการอยู่อาศัยแล้ว ซึ่งแต่เดิมบ้านมือสอง จะเป็นบ้านที่เจ้าของบ้านอยู่อาศัยแล้ว นำมาขาย และเห็นด้วยอย่างมากกับปัญหาปลวกและน้ำท่วม ซึ่งปัญหานี้เป็นปัญหาที่บ้านมือสองทั่วไปมักมีปลวกถึงร้อยละ

80 - 90 ส่วนปัญหาน้ำท่วมมักเกิดจากการก่อสร้างถนนสาธารณะสูงกว่าเดิม ทำให้บ้านเดิมอยู่ต่ำหรือเดิมบ้านจัดสรรทั่วไปมักมีปัญหาเรื่องท่อระบายน้ำ ส่วนปัญหาที่ว่า อาจมีคนตาย หรือฮวงจุ้ยไม่ดี

ตารางที่ 5.1.26ทัศนคติหรือความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีต่อบ้านมือสองก่อนที่จะซื้อบ้านมือสอง

รายการ	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
บ้านเก่าชำรุดต้องซ่อมบ่อย	31.8	48.2	12.9	7.1	100
บ้านที่ผ่านการอยู่อาศัยแล้ว	50	32.1	14.3	3.6	100
บ้านเก่าสกปรก	23.8	35.8	33.3	7.1	100
มีประวัติไม่ดี เช่นอาจมีคนตายในบ้าน	16.3	34.8	32.6	16.3	100
บ้านที่มีวงจรัไม่ตี เช่น อยู่ทางสามแพร่ง	19.3	26.5	28.9	25.3	100
บ้านที่มีปัญหา เช่น มีปลวก นำท่วม	41.7	36.9	16.7	4.7	100



ตารางที่ 5.1.27 กิตนคติหรือความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อที่มีต่อนายหน้าก่อนที่จะซื้อบ้านมือสอง

รายการ	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
บ้านเก่าชำรุดต้องซ่อมบ่อย	33.3	38.1	23.8	4.8	100
บ้านที่ผ่านกฎระเบียบแล้ว	50	20	30	0	100
บ้านเก่าสถาปนิก	30	40	20	10	100
มีประวัติไม่ดี เช่นอาจมีคนตายในบ้าน	25	20	20	35	100
บ้านที่มีสิ่งของไม่ดี เช่น อยู่ทางสามแพร่ง	30	10	30	30	100
บ้านที่มีปัญหา เช่น มีปลวก น้ำท่วม	38.1	38.1	19	4.8	100

เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นน้อยมากกับบ้านมือสอง สิ่งเหล่านี้เป็นภาพพจน์ของบ้านมือสองในความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ เมื่อก่อนจะได้เช่าอยู่อาศัยในบ้านมือสอง

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลบ้านหลังเดิม

### 1. การครอบครองบ้านหลังเดิม

พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของบ้านเดิมคิดเป็นร้อยละ 76.8 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ขาย กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ เป็นเจ้าของบ้านทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ 100 สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่บ้านเดิมจะอยู่บ้านพ่อแม่หรือบ้านญาติ คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาเป็นเจ้าของบ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และอยู่บ้านเช่าคิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

### 2. ประเภทที่อยู่อาศัยเดิม

พบว่า ประเภทที่อยู่อาศัยเดิมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นทาวน์เฮาส์คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาจะเป็นบ้านเดี่ยวสร้างเอง ร้อยละ 12.3

### 3. วัตถุประสงค์ครั้งแรกในการซื้อบ้านหลังเดิม

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของบ้านเดิมส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ครั้งแรกในการซื้อบ้านหลังเดิม เพื่ออยู่อาศัยเองคิดเป็นร้อยละ 82.4 รองลงมา ซื้อให้ญาติ หรือลูกพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 7.9 และลงทุนซื้อเพื่อขายต่อร้อยละ 0.8 ซึ่งประกอบด้วยซื้อเพื่อเก็งกำไรและลงทุนในธุรกิจ

### 4. การใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิม

พบว่าการใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกอยู่อาศัยเอง คิดเป็นร้อยละ 81 ประเภทที่ 2 ไม่ได้อยู่อาศัยเอง คิดเป็นร้อยละ 17.1 ส่วนใหญ่ถ้าไม่ได้อยู่อาศัยเอง กลุ่มตัวอย่างจะใช้ประโยชน์ โดยนำมาให้เช่า คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาให้ญาติหรือบุตรพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 39.6 แต่เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อถ้าไม่อยู่อาศัยเองจะใช้ประโยชน์โดยให้เช่า คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองมาปล่อยบ้านว่างไว้ คิดเป็นร้อยละ 31.25 สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ขายถ้าไม่ได้อยู่อาศัยเองจะใช้ประโยชน์โดยให้ญาติและบุตรพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อใช้ประโยชน์โดยการให้เช่า คิดเป็นร้อยละ 100

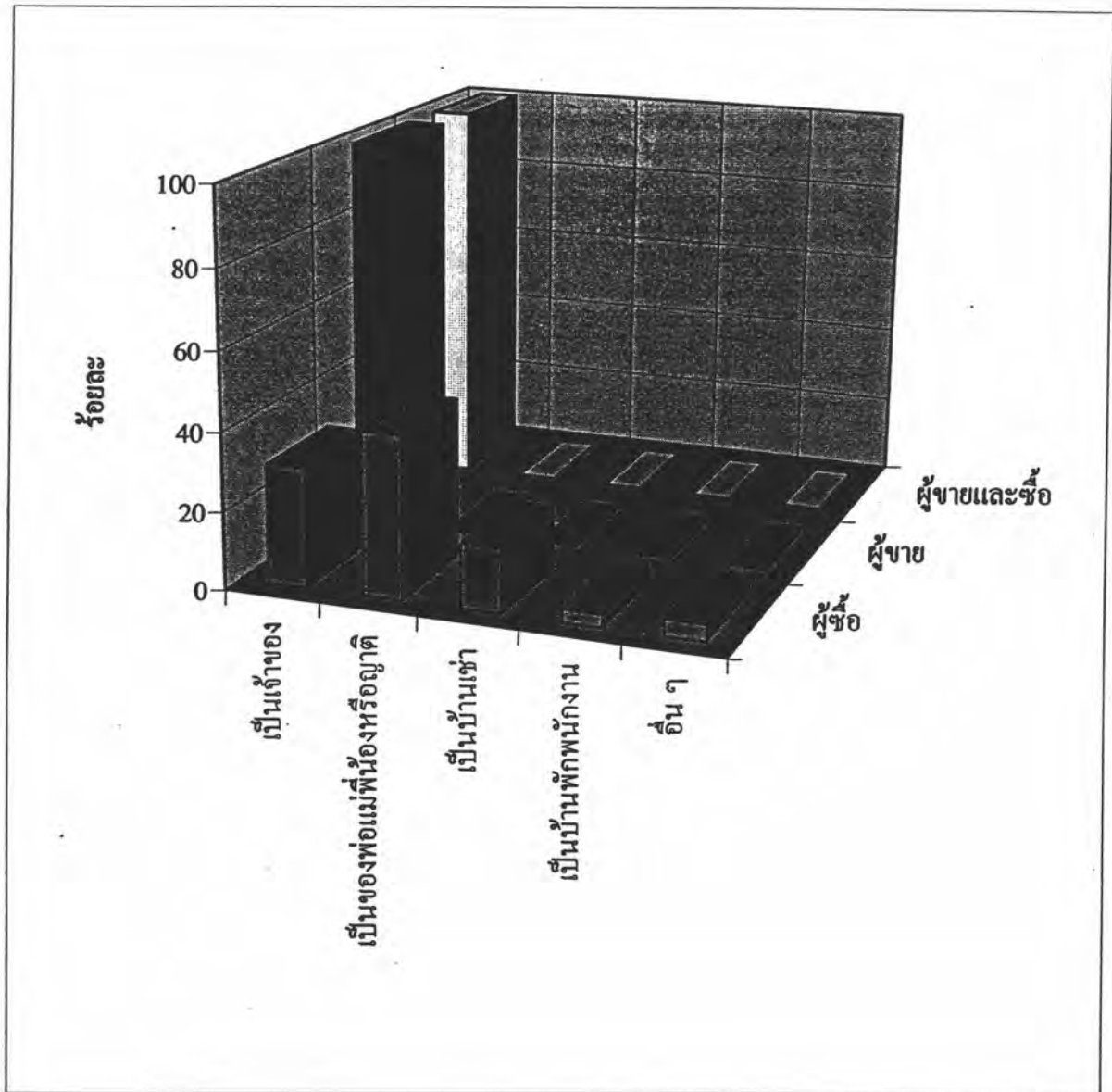
สำหรับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ใช้ประโยชน์บ้านหลังเดิม (ก่อนการซื้อบ้านที่อยู่ปัจจุบัน) เพราะ ย้ายไปต่างจังหวัด หรือมีบ้านพักอยู่แล้ว หรืออยู่ในระหว่างรอเวลา

ตารางที่ 5.2.1 การครอบครองบ้านหลังเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การครอบครองบ้านหลังเดิม	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เป็นเจ้าของ	30.4	100	100	76.8
เป็นของพ่อแม่พี่น้องหรือญาติ	41.3	0	0	13.8
เป็นบ้านเช่า	16.3	0	0	5.4
เป็นบ้านพักพนักงาน	3.3	0	0	1.1
อื่น ๆ	4.3	0	0	1.4
ไม่ตอบ	4.4	0	0	1.5
รวม	100	100	100	100.0
จำนวน	92	42	22	156



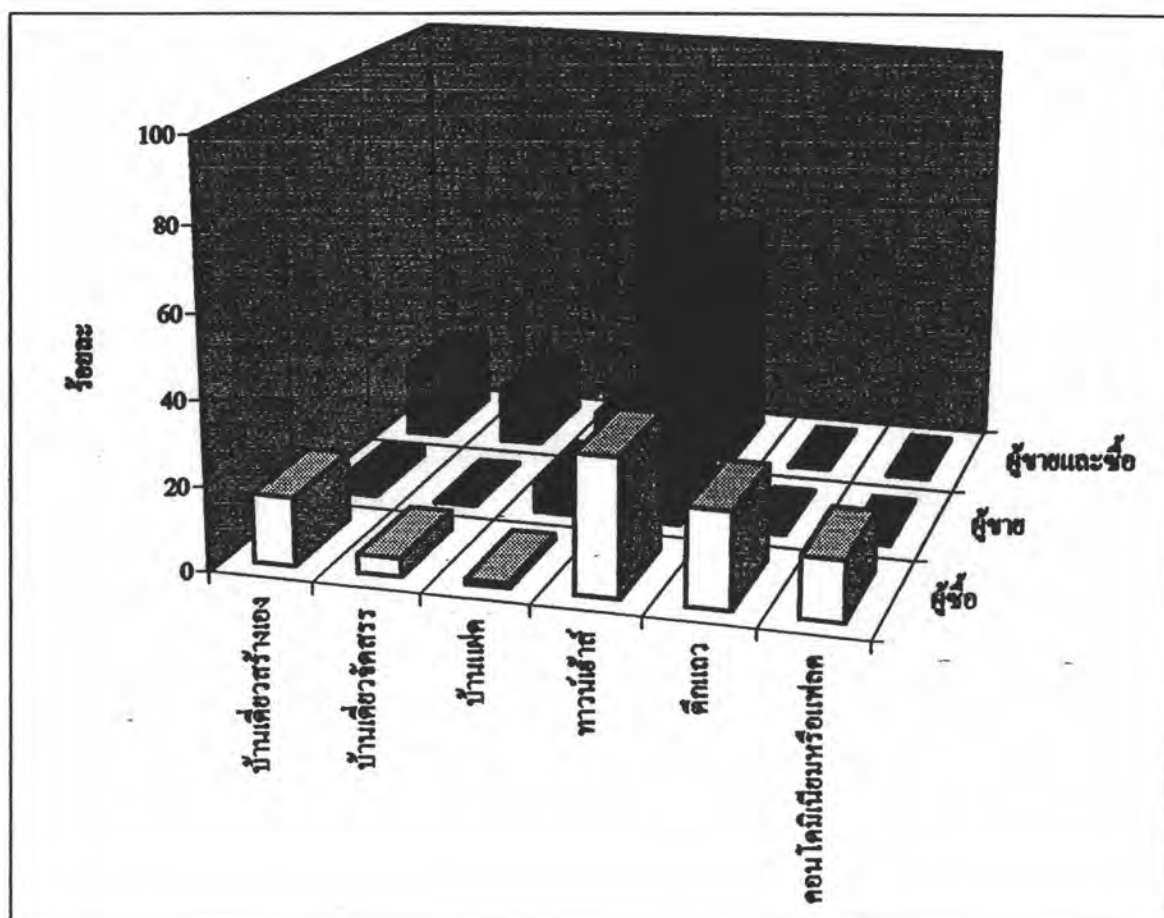
แผนภูมิที่ 5.2.1 การครอบครองบ้านหลังเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.2.2 ประเภทที่อยู่อาศัยเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทที่อยู่อาศัยเดิม	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บ้านเค็วสร้างเอง	16.3	2.4	18.2	12.3
บ้านเค็วจักรวรร	4.3	0	13.6	6.0
บ้านแฝด	1.1	7.1	9.1	5.8
ทาวน์เฮ้าส์	32.6	90.5	54.5	59.2
คิกแถว	22.8	0	0	7.6
คอนโดมิเนียมหรือแฟลต	14.2	0	0	4.7
ไม่คอบ	8.7	0	4.6	4.4
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

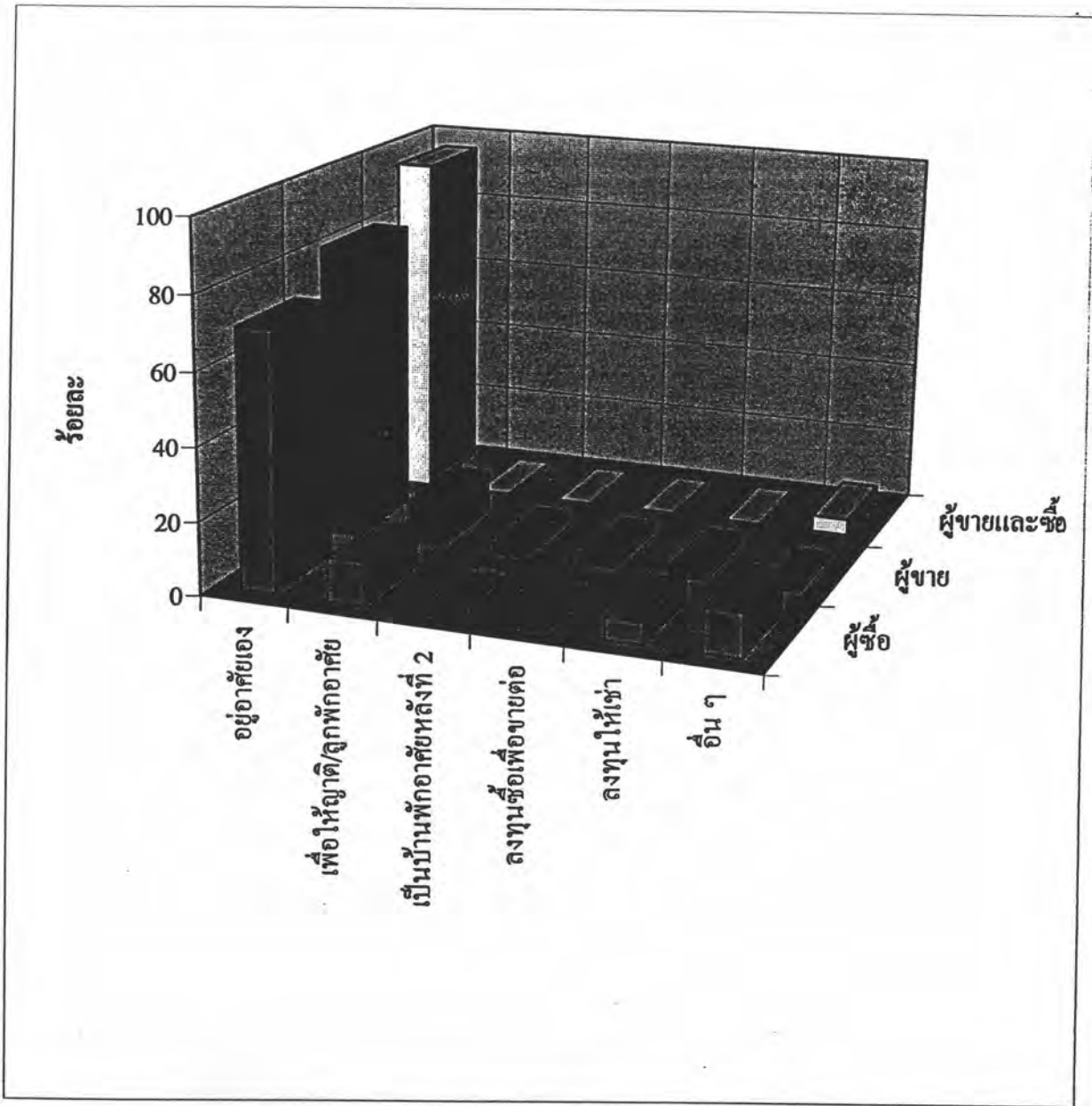
แผนภูมิที่ 5.2.2 ประเภทที่อยู่อาศัยเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5. 2.3 วัตถุประสงค์ของการซื้อบ้านหลังเดิม

วัตถุประสงค์	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
อยู่อาศัยเอง	70.6	81	95.5	82.4
เพื่อให้ญาติ/ลูกพักอาศัย	11.8	11.8	0	7.9
เป็นบ้านพักอาศัยหลังที่ 2	0	2.4	0	0.8
ลงทุนซื้อเพื่อขายต่อ	0	2.4	0	0.8
ลงทุนให้เช่า	5.8	2.4	0	2.7
อื่น ๆ	11.8	0	4.5	5.4
รวม	100	100	100	100
จำนวน	92	42	22	156

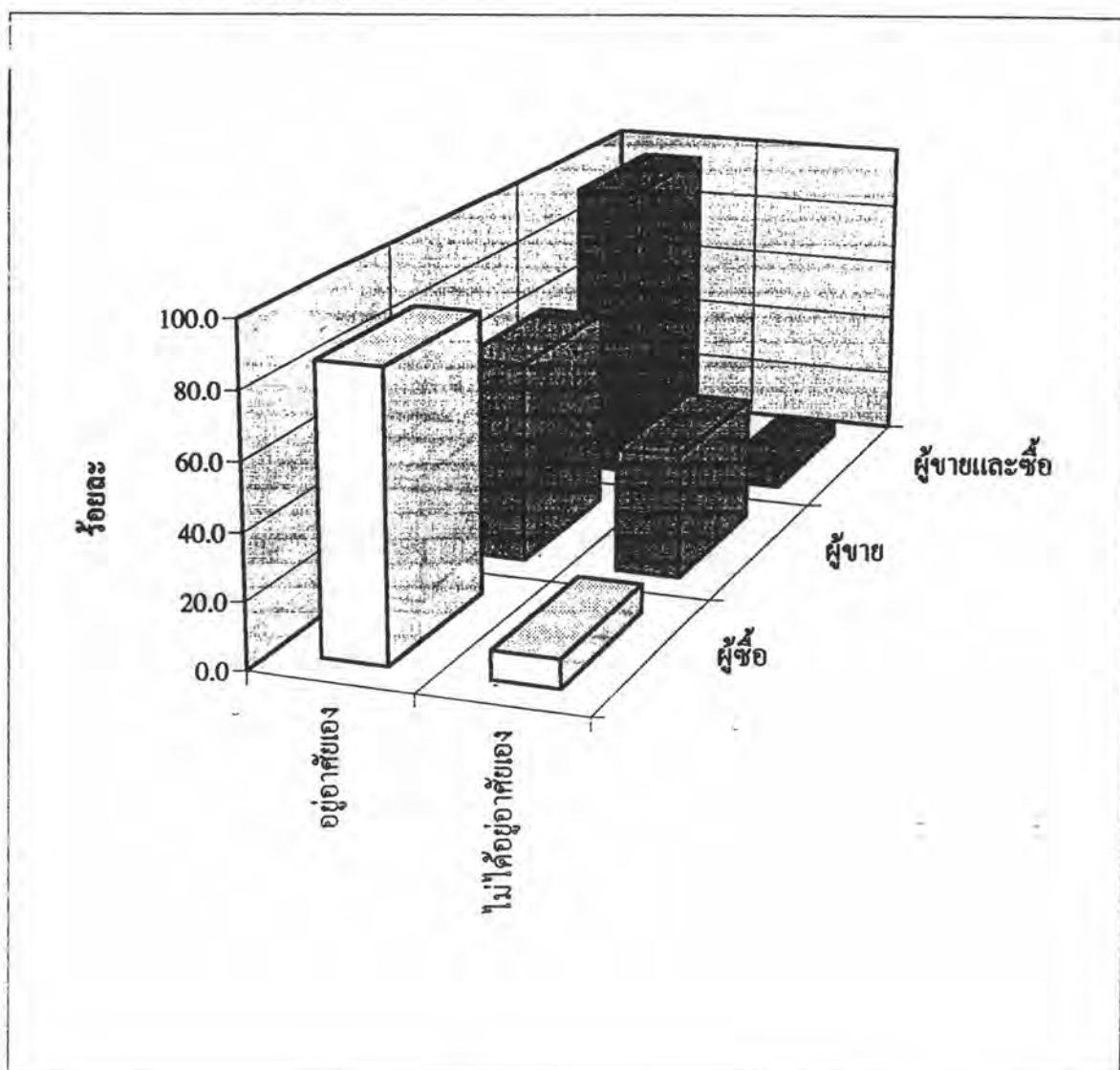
แผนภูมิที่ 5.2.3 วัตถุประสงค์ของการซื้อบ้านหลังเดิม



ตารางที่ 5. 2.4 การใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง (เมื่อยังไม่ได้ขายบ้านเดิมหรือซื้อหลังใหม่)

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
อยู่อาศัยเอง	85.7	61.9	95.5	81.0
ไม่ได้อยู่อาศัยเอง	8.6	38.1	4.5	17.1
ไม่ตอบ	5.7	0	0	1.9
รวม	100	100	100	100

แผนภูมิที่ 5. 2.4 การใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง (เมื่อยังไม่ได้ขายบ้านเดิมหรือซื้อหลังใหม่)

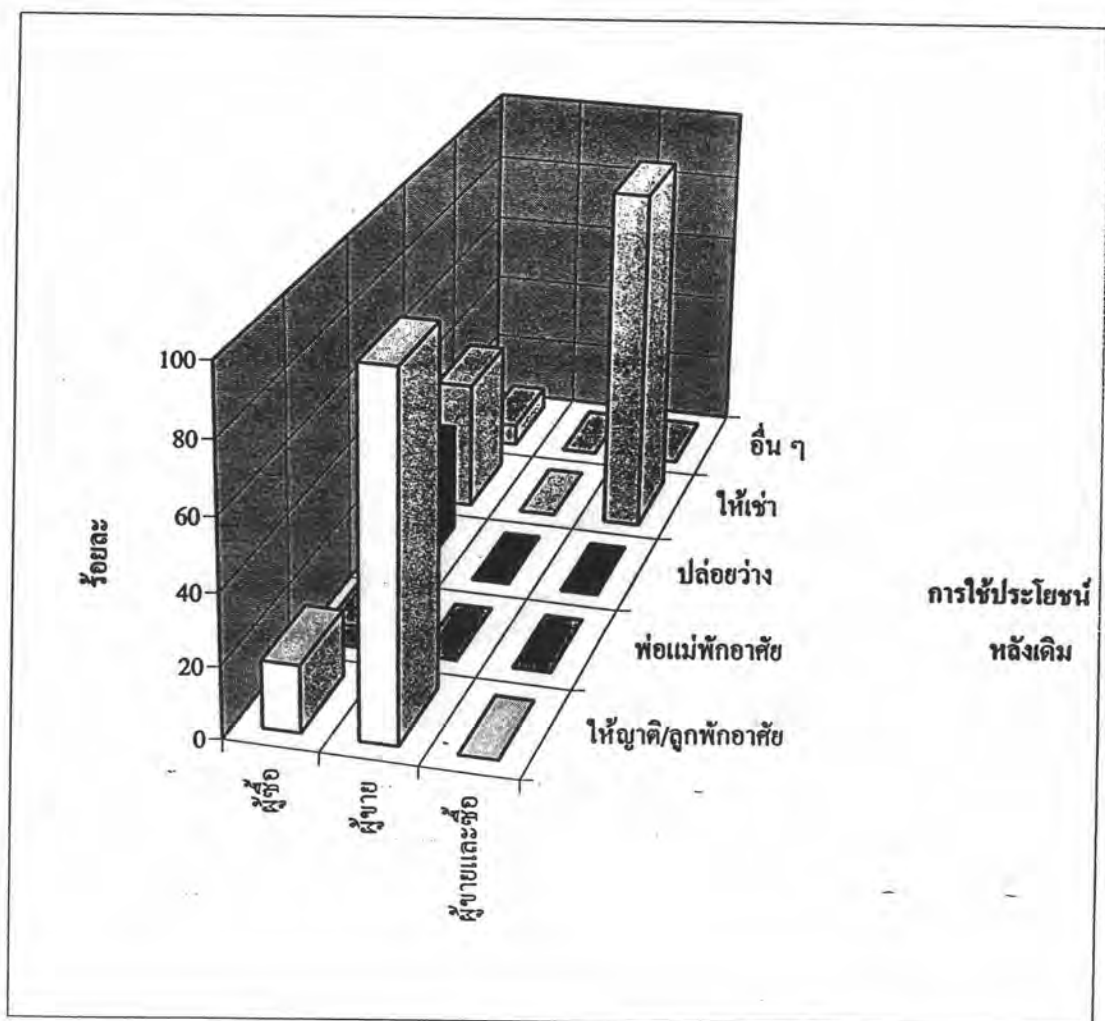




ตารางที่ 5.2.5 การใช้ประโยชน์บ้านหลังเดิมของกรณีที่ไม่ได้พักอาศัยเอง

การใช้ประโยชน์บ้านหลังเดิม	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ให้เช่า/ถูกพักอาศัย	18.75	100	0	39.6
พ่อแม่พักอาศัย	6.25	0	0	2.1
ปล่อยว่าง	31.25	0	0	10.4
ให้เช่า	37.5	0	100	45.8
อื่น ๆ	6.25	0	0	2.1
รวม	100	100	100	100.0
จำนวน	92	42	22	156

แผนภูมิที่ 5.2.5 การใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง



ขายบ้านต่อ

#### 5. ระยะเวลาที่ใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิม เป็นเวลา 3-5 ปี ร้อยละ 33.5 รองลงมาใช้ประโยชน์เป็นเวลา 6-10 ปี ร้อยละ 19.6 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ชายส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์บ้านหลังที่เดิม หรือหลังที่ขาย เป็นเวลา 3- 5 ปี รองลงมา 11-15 ปี ร้อยละ 29

#### 6. ประเภทของการซื้อบ้านหลังเดิม

กลุ่มตัวอย่างซื้อบ้านเดิมจากเจ้าของโครงการ (บ้านใหม่) ร้อยละ 55.3 ซื้อจากเจ้าของบ้าน (บ้านมือสอง) ร้อยละ 32 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ซื้อบ้านเดิมจากเจ้าของโครงการ (บ้านใหม่) ร้อยละ 60.7 ซื้อต่อจากเจ้าของโครงการ (บ้านมือสอง) ร้อยละ 35.7 กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ซื้อบ้านเดิมจากเจ้าของโครงการ (บ้านใหม่) ร้อยละ 40.9 ซื้อต่อจากเจ้าของโครงการ 36.4

จากข้อมูลจากการสำรวจจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยอยู่บ้านมือสองมาแล้ว บางส่วน

#### 7. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อบ้านหลังเดิมนี้

จะวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ที่จะมีผลต่อปัจจัยในการขายบ้านมือสอง

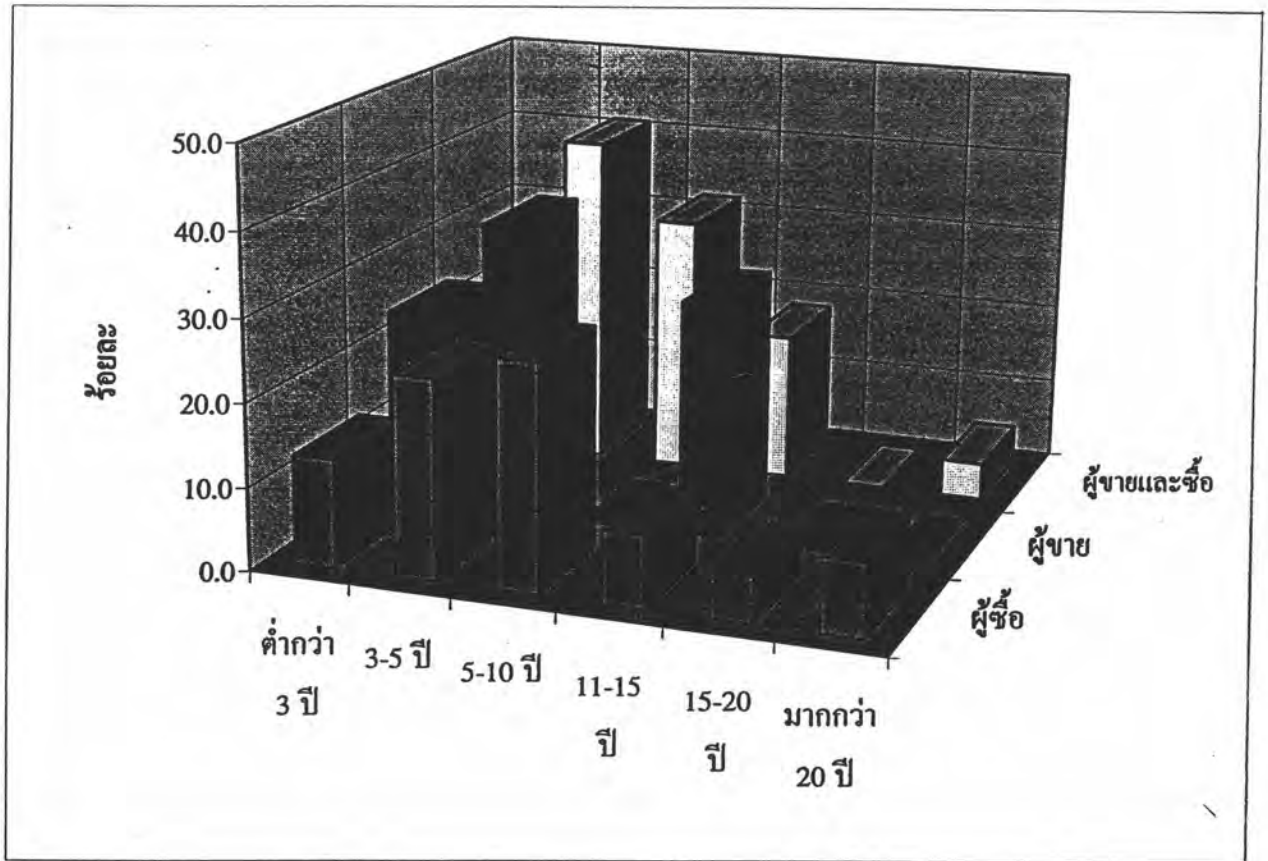
ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย อันดับแรกคือ ราคาไม่สูง อันดับที่สอง การเดินทางสะดวก และอันดับที่สาม อยู่ใกล้ศูนย์การค้าและตลาด อันดับที่ 4 สาเหตุอื่น อาทิ รูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพการก่อสร้าง อยู่ใกล้ญาติ อยู่อาศัยชั่วคราว (รอบ้านที่ซื้อสร้างเสร็จ) และลูกหนีนำบ้านนี้มาไถ่ถอนหนี้ อันดับที่ 5 อยู่ใกล้ที่ทำงาน สาธารณูปโภค ดี คาดว่าจะเจริญ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ อันดับแรกคือ ราคาไม่สูง อันดับที่สอง การเดินทางสะดวก และอันดับที่สาม ใกล้ศูนย์การค้า สาธารณูปโภคดี อันดับที่ 4 คาดว่าจะเจริญ อันดับที่ 5 อยู่ใกล้ที่ทำงานคู่สมรส

ตารางที่ 5.2.6 ระยะเวลาที่ใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิม  
(ก่อนขายหรือย้ายจากบ้านหลังเดิม)

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ต่ำกว่า 3 ปี	13.1	23.8	4.5	13.8
3-5 ปี	23.9	35.7	40.9	33.5
6-10 ปี	27.1	0	31.7	19.6
11-15 ปี	9	29	18	18.5
15-20 ปี	5.5	0	0	1.8
มากกว่า 20 ปี	8.8	0	4.5	4.4
ไม่ตอบ	13.1	11.9	0	8.3
รวม	100	100	100	100

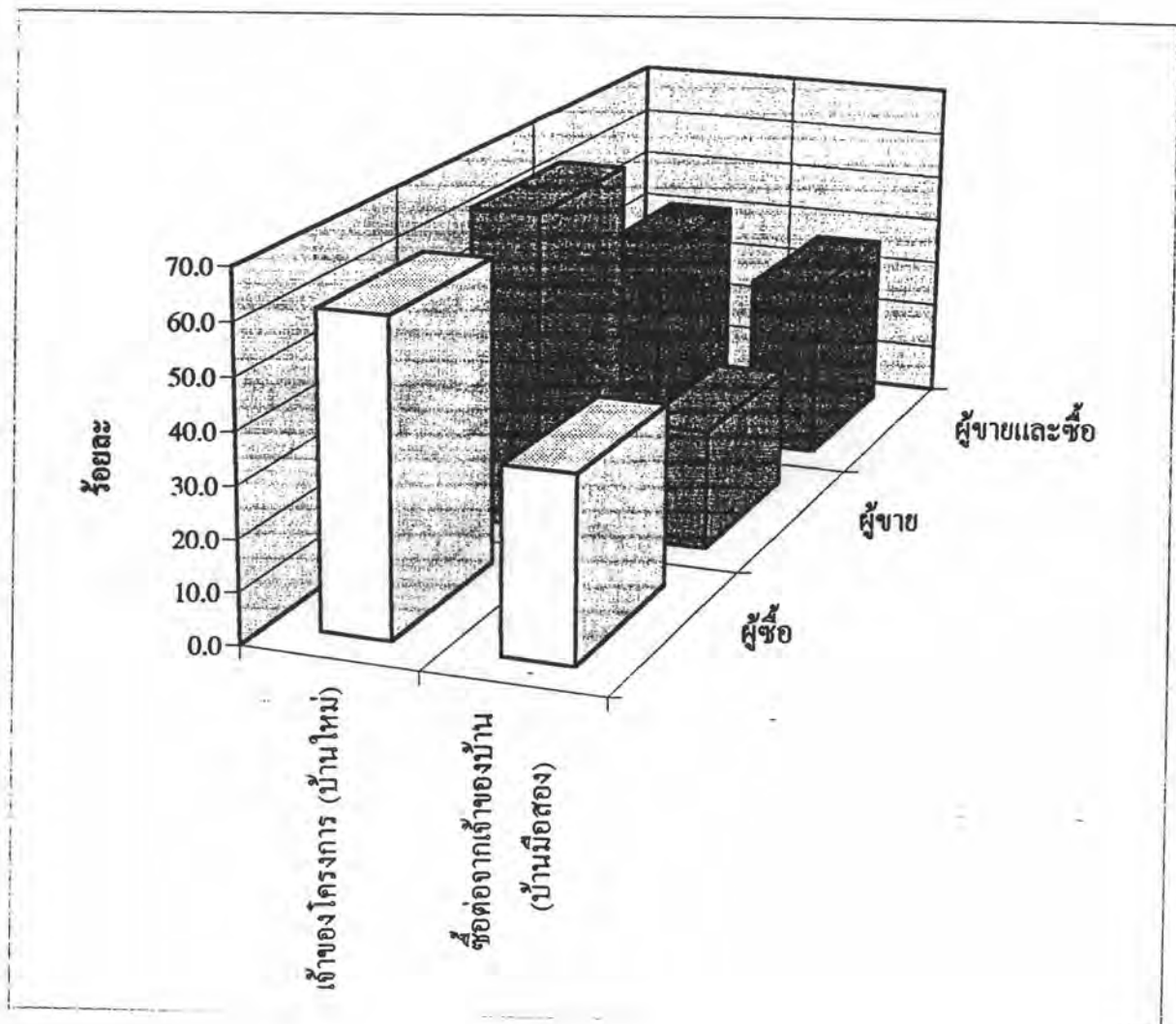
แผนภูมิที่ 5.26 ระยะเวลาที่ใช้ประโยชน์ในบ้านหลังเดิม (ก่อนขายบ้านเดิมหรือซื้อบ้านหลังปัจจุบัน)



ตารางที่ 5.2.7 ประเภทของการซื้อบ้านหลังเดิม

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เจ้าของโครงการ (บ้านใหม่)	60.7	64.3	40.9	55.3
ซื้อต่อจากเจ้าของบ้าน (บ้านมือสอง)	35.7	23.8	36.4	32.0
ไม่ตอบ	4	12	23	12.7
รวม	100	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.2.7 ประเภทของการซื้อบ้านหลังเดิม



ตารางที่ 5.2.8 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังที่ขายของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเดิม	ลำดับความสำคัญ(%)						ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5	อันดับ6				
เป็นบ้านที่มีคนต้องการมาก	7.1	0	0	7.1	0	0	85.7	100	1.5	6
ลงทุนเพื่อขายต่อ	7.1	0	0	0	7.1	0	85.7	100	1.4	7
ราคาไม่สูง	35.7	16.7	4.8	7.1	2.4	0	33.3	100	3.8	1
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	2.4	11.9	14.3	9.5	11.9	0	50.0	100	2.3	3
ใกล้แหล่งงานรัฐและเอกชน	2.4	0	4.8	4.8	4.8	0	83.3	100	1.4	7
ใกล้ที่ทำงานท่าม/สุขุมวิท	7.1	4.8	4.8	7.1	0	0	76.2	100	1.8	5
การเดินทางสะดวก	16.7	28.6	16.7	7.1	4.8	0	26.2	100	3.7	2
ภาคว่าจะเจริญ	2.4	4.8	7.1	11.9	7.1	0	66.7	100	1.8	5
สาธารณูปโภค สาธารณูปการดี	2.4	2.4	9.5	4.8	16.7	0	64.3	100	1.8	5
เป็นทำเลค้าขาย	2.4	0	9.5	2.4	0	0	85.7	100	1.5	6
อื่นๆ	14.3	4.8	2.4	0	2.4	0	76.2	100	2.0	4

ตารางที่ 5.2.9 ปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อในการตัดสินใจซื้อบ้านหลังเดิม

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้านเดิม	ถ้ามีความสำคัญ(%)					ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5				
เป็นบ้านที่มีคนต้องการมาก	9.1	0	0	0	0	90.9	100	1.5	8
ลงทุนเพื่อขายต่อ	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	10
ราคาไม่สูง	31.8	31.8	4.5	4.5	0	27.3	100	4.1	1
ใกล้ศูนย์การค้า/ตลาด	4.5	18.2	13.6	9.1	9.1	45.5	100	2.6	3
ใกล้แหล่งงานรัฐและเอกชน	0	0	0	4.5	4.5	90.9	100	1.1	9
ใกล้ที่ทำงานท่าน/คู่สมรส	4.5	13.6	9.1	4.5	4.5	63.6	100	2.2	5
การเดินทางสะดวก	18.2	18.2	36.4	13.6	4.5	9.1	100	4.0	2
กลัวว่าจะเจริญ	9.1	4.5	9.1	18.2	9.1	50.0	100	2.4	4
สาธารณูปโภค สาธารณูปการดี	0	4.5	4.5	13.6	31.8	45.5	100	1.9	7
เป็นทำเลที่ขาย	4.5	0	4.5	4.5	4.5	81.8	100	1.5	8
อื่นๆ	18.2	0	0	4.5	4.5	72.7	100	2.0	6

### 8. ความพึงพอใจในบ้านหลังเดิม

ความพึงพอใจในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในความสะดวกในการเดินทางไป รร.ของบุตรค่าเฉลี่ย 5 ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.9 ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือตลาด ค่าเฉลี่ย 4.9 สาธารณูปโภค ค่าเฉลี่ย 4.7 ระดับราคاب้าน ค่าเฉลี่ย 4.5 ส่วนในด้านอื่นมีความพึงพอใจปานกลาง น้อยและไม่พอใจมากที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก

#### การสำรวจความพึงพอใจในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ชายและผู้ซื้อพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในความสะดวกในการเดินทางไป รร.ของบุตร ค่าเฉลี่ย 5.1 ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าและตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.9 ความพึงพอใจใน สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ค่าเฉลี่ย 4.7 4.8 และมีความพึงพอใจมากในการเดินทางมาทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.6 ส่วนในด้านอื่นมีความพึงพอใจปานกลางและน้อย

ความพึงพอใจในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย พบว่า มีความ พึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าและตลาดค่าเฉลี่ย 5 ความสะดวก ในการเดินทางไป รร.ของบุตร ค่าเฉลี่ย 4.8 ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.8 ระดับ ราคاب้าน ค่าเฉลี่ย 4.7 สาธารณูปโภคสาธารณูปการ ค่าเฉลี่ย 4.8 และ 4.6 ตามลำดับ ส่วนในด้านอื่น มีความพึงพอใจปานกลางและน้อย

### 9. สาเหตุการย้ายออกจากบ้านหลังเดิม

สาเหตุการย้ายออกจากบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ สาเหตุอันดับแรกคือ ต้องการ บ้านเป็นของตนเอง สาเหตุอันดับที่ 2 แต่งงานแยกครอบครัว สาเหตุอันดับที่ 3 มีรายได้เพิ่มขึ้น สาเหตุอันดับที่ 4 ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น และบ้านเดิมเก่าคับแคบ สาเหตุอันดับที่ 5 สาเหตุอื่น ๆ เช่น การย้ายจากต่างจังหวัด เข้ามาเรียนหรือทำงาน หรือถูกไล่ที่ คินบ้านพักข้าราชการ

จากสาเหตุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจะพบว่าเป็นวัยที่เริ่มแต่งงานแยกครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวเดี่ยว ซึ่งเดิมจะอยู่บ้านพ่อแม่หรือบ้านเช่ามาก่อน หรือบางคนอาจจะอยู่อาศัยหรือแฟลต ถึง แม้จะมีความพึงพอใจในความสะดวกของการเดินทางมาทำงาน ไป รร.บุตร และไปตลาดของบ้านหลัง เดิม แต่เมื่อมี สมาชิกเพิ่มหลายคน ทำให้ขนาดห้องเล็กเกินไป

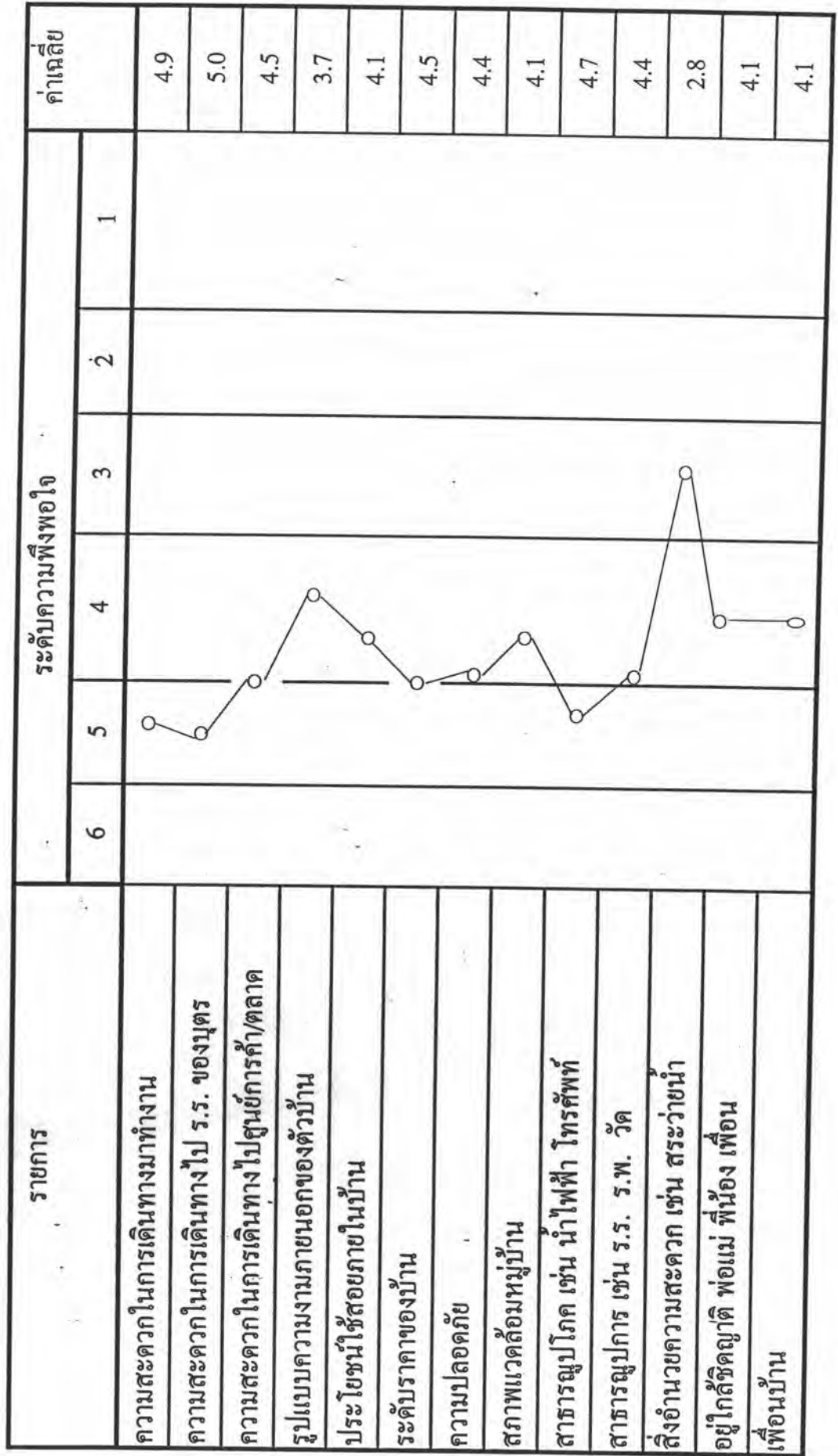
รวมทั้งมีรายได้เพิ่มขึ้น ความคิดที่ต้องการแยกครอบครัวหรือมีบ้านของตนเอง หรือผู้เป็นเจ้าของบ้าน อยู่แล้วยอมต้องการบ้านขนาดใหญ่ขึ้น



ตารางที่ 5.2.10 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ							รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พอใจ			
ความสะดวกในการเดินทางทำงาน	42.9	24.7	19.5	7.7	1.3	3.9	100	4.9	
ความสะดวกในการเดินทางไป ร.ร. ของบุตร	48.3	23.3	16.7	1.7	6.7	3.3	100	5.0	
ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้า/ตลาด	37.3	41	12	6	2.4	1.3	100	4.5	
รูปแบบความงามภายนอกของตัวบ้าน	8.5	11	51.2	13.4	4.9	11	100	3.7	
ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน	10.8	24.1	48.2	9.6	0	7.3	100	4.1	
ระดับราคาของบ้าน	15.6	36.3	35.1	7.8	2.6	2.6	100	4.5	
ความปลอดภัย	15.7	31.3	42.2	6	1.2	3.6	100	4.4	
สภาพแวดล้อมหมู่บ้าน	14.3	26.2	33.3	17.9	1.2	7.1	100	4.1	
สาธารณูปโภค เช่น น้ำไฟฟ้า โทรศัพท์	22.9	38.6	27.7	7.2	1.2	2.4	100	4.7	
สาธารณูปการ เช่น ร.ร. ร.พ. วัด	14.3	39.2	34.5	6	0	6	100	4.4	
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น	6.2	11.1	17.3	18.5	16	30.9	100	2.8	
อยู่ใกล้จิตตฤทธิ พ้อมมี ฟัน้อง เพื่อน	26.2	22.6	21.4	10.7	7.2	11.9	100	4.1	
เพื่อนบ้าน	15	26.3	33.8	11.2	8.7	5	100	4.1	

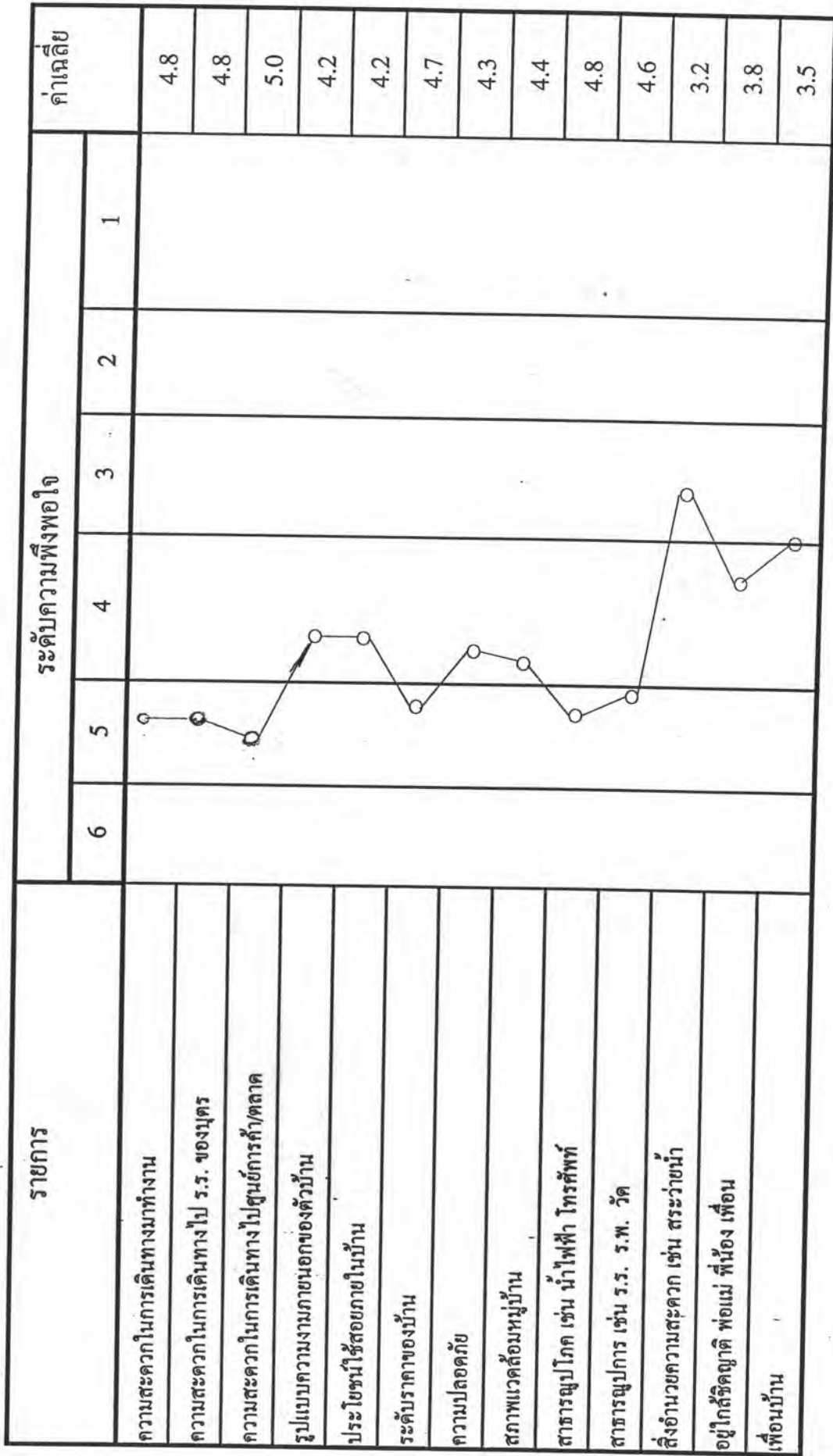
แผนภูมิที่ 5.2.10 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ



ตารางที่ 5.2.11 ความพึงพอใจในบ้านหลังที่ขายไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

รายการ	ระดับความพึงพอใจ						รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พอใจ		
ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน	22.5	42.5	27.5	5	0	2.5	100	4.8
ความสะดวกในการเดินทางไป ร.ร. ของบุตร	39.3	25	17.9	7.1	7.1	3.6	100	4.8
ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้า/ตลาด	27.5	47.5	25	0	0	0	100	5.0
รูปแบบความงามภายนอกของตัวบ้าน	5	17.5	70	7.5	0	0	100	4.2
ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน	4.8	28.6	57.1	2.4	7.1	0	100	4.2
ระดับราคาของบ้าน	17.9	41	38.5	0	0	2.6	100	4.7
ความปลอดภัย	5.3	23.7	65.8	2.6	2.6	0	100	4.3
สภาพแวดล้อมหมู่บ้าน	12.5	27.5	52.5	5	2.5	0	100	4.4
สาธารณูปโภค เช่น น้ำไฟฟ้า โทรศัพท์	10	55	35	0	0	0	100	4.8
สาธารณูปการ เช่น ร.ร. ร.พ. วัด	7.7	41	51.3	0	0	0	100	4.6
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ	2.7	8.1	37.8	18.9	18.9	13.6	100	3.2
อยู่ใกล้ชุมญาติ พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน	21.1	5.3	39.4	7.8	21.1	5.3	100	3.8
เพื่อนบ้าน	8.1	8.1	43.2	13.5	21.6	5.5	100	3.5

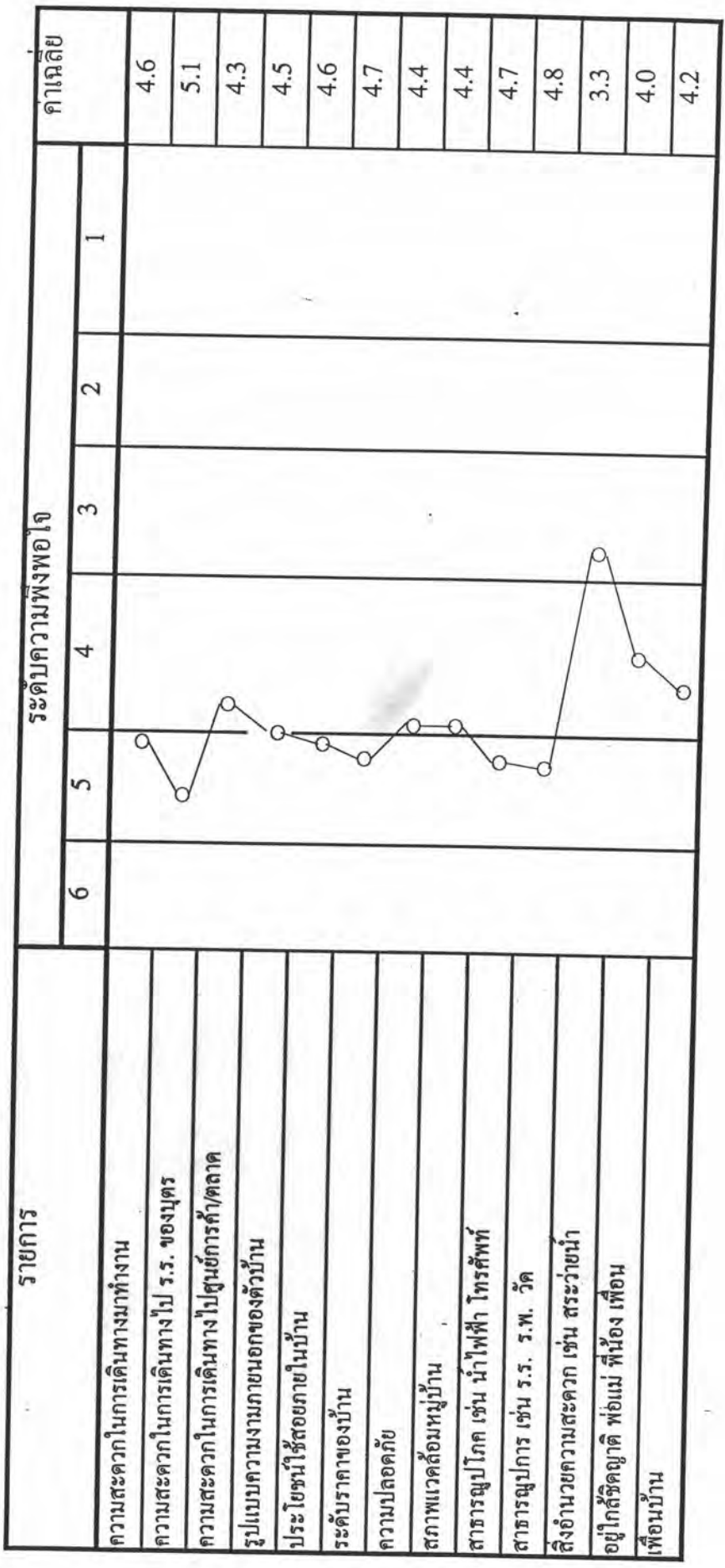
แผนภูมิที่ 5.2.11 ความพึงพอใจในบ้านหลังที่ขายไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย



ตารางที่ 5.2.12 ความพึงพอใจในบ้านหลังเดิมของคู่สมรสตัวอย่างผู้ชายและสตรี

รายการ	ระดับความพึงพอใจ						รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พอใจ		
ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน	28.6	23.8	33.3	4.8	9.5	0	100	4.6
ความสะดวกในการเดินทางไป ร.ร. ของบุตร	47.1	29.4	11.8	0	11.7	0	100	5.1
ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้า/ตลาด	38.1	38.1	19	4.8	0	0	100	4.3
รูปแบบความงามภายนอกของตัวบ้าน	20	10	70	0	0	0	100	4.5
ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน	25	20	45	10	0	0	100	4.6
ระดับราคาของบ้าน	19	33.3	42.9	4.8	0	0	100	4.7
ความปลอดภัย	9.5	33.3	52.4	0	0	4.8	100	4.4
สภาพแวดล้อมหมู่บ้าน	19	23.8	47.6	4.8	0	4.8	100	4.4
สาธารณูปโภค เช่น น้ำไฟฟ้า โทรศัพท์	23.8	38.1	23.8	14.3	0	0	100	4.7
สาธารณูปการ เช่น ร.ร. ร.พ. วัด	26.3	36.8	31.6	5.3	0	0	100	4.8
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ	0	22.2	27.8	22.2	11.1	16.7	100	3.3
อยู่ใกล้จิตญาติ พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน	5	45	15	15	15	5	100	4.0
เพื่อนบ้าน	0	35	50	10	5	0	100	4.2

แผนภูมิที่ 5.2.12 ความพึงพอใจในบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ



ตารางที่ 5.2.13 สาเหตุการย้ายออกจากร้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)					ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5				
แต่งงาน แยกครอบครัว	18.6	5.7	8.6	1.4	0	65.7	100	2.4	2
ต้องการบ้านที่เป็นของตนเอง	45.7	18.6	4.3	1.4	2.9	27.1	100	4.2	1
ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น	5.7	14.3	2.9	2.9	0	74.3	100	2.0	4
มีรายได้เพิ่มขึ้น	2.9	7.1	17.1	10.0	5.7	57.1	100	2.2	3
ฐานะทางสังคมดีขึ้น เช่น ตำแหน่งใหญ่ขึ้น	0	5.7	7.1	5.7	2.9	78.6	100	1.6	6
บ้านเดิมเก่าแก่และแคบ	5.7	10.0	7.1	2.9	7.1	67.1	100	2.0	4
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	4.3	1.4	2.9	0	0	91.4	100	1.4	8
ชุมชนเดิมแออัด	0	4.3	4.3	2.9	2.9	85.7	100	1.4	8
สภาพแวดล้อมไม่ดี	2.9	1.4	4.3	5.7	5.7	80.0	100	1.5	7
มีเสียงดังและอากาศไม่ดี	0	4.3	1.4	2.9	8.6	82.9	100	1.4	8
เดินทางไม่สะดวก	2.9	2.9	1.4	4.3	0	88.6	100	1.4	8
อยู่ไกลที่ทำงานตนเอง	2.9	1.4	2.9	4.3	1.4	87.1	100	1.4	8
อยู่ไกลที่ทำงานสามี/ภรรยา	0	0	1.4	0	2.9	95.7	100	1.1	11
อยู่ไกลสถานที่ศึกษาบุตร	0	1.4	0	1.4	1.4	95.7	100	1.1	11
ไกลบ้านพ่อแม่ ญาติ	2.9	1.4	0	1.4	0	94.3	100	1.2	10
น้ำท่วม	0	1.4	2.9	5.7	2.9	87.1	100	1.3	9
มีปลวก	0	0	1.4	1.4	0	97.1	100	1.1	11
อื่นๆ	10.0	4.3	2.9	0	0	82.9	100	1.8	5

ตารางที่ 5.2.14 สาเหตุการย้ายออกจากร้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

รายการ	ระดับความสำคัญ(%)					ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5				
แต่งงาน แยกครอบครัว	14.6	0	4.9	0	0	80.5	100	1.9	2
ต้องการบ้านที่เป็นของตนเอง	0	2.4	4.8	0	0	92.9	100	1.2	7
ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น	7.1	7.1	7.1	2.4	0	76.2	100	1.9	2
มีรายได้เพิ่มขึ้น	0	9.5	2.4	2.4	2.4	83.3	100	1.5	4
ฐานะทางสังคมดีขึ้น เช่น ตำแหน่งใหญ่ขึ้น	2.4	0	4.8	7.1	0	85.7	100	1.4	5
บ้านเดิมเก่าแก่และแคบ	7.1	11.9	11.9	4.8	4.8	59.5	100	2.3	1
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	9
ชุมชนเดิมแออัด	0	2.4	4.8	0	2.4	90.5	100	1.3	6
สภาพแวดล้อมไม่ดี	2.4	2.4	2.4	4.8	2.4	85.7	100	1.4	5
มีเสียงดังและอากาศไม่ดี	0	2.4	0	0	0	97.6	100	1.1	8
เดินทางไม่สะดวก	0	9.5	2.4	0	7.1	81.0	100	1.5	4
อยู่ไกลที่ทำงานตนเอง	7.1	2.4	2.4	11.9	0	76.2	100	1.8	3
อยู่ไกลที่ทำงานสามี/ภรรยา	2.4	2.4	4.8	0	4.8	85.7	100	1.4	5
อยู่ไกลสถานที่ศึกษบุตร	2.4	0	0	2.4	0	95.2	100	1.2	8
ไกลบ้านพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	0	0	2.4	4.8	2.4	90.5	100	1.2	8
น้ำท่วม	2.4	0	0	0	2.4	95.2	100	1.1	9
มีปลวก	0	0	4.8	2.4	0	92.9	100	1.2	8
อื่นๆ	9.5	0	0	0	4.8	85.7	100	1.5	4



ตารางที่ 5.2.15 สาเหตุการย้ายออกจากบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)						ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5	อันดับ6				
แต่งงาน แยกครอบครัว	4.5	4.5	0	0	0	0	90.9	100	1.4	6
ต้องการบ้านที่เป็นของตนเอง	4.5	0	0	0	0	0	95.5	100	1.2	7
ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น	18.2	0	9.1	0	0	0	72.7	100	2.2	3
มีรายได้เพิ่มขึ้น	0	27.3	4.5	9.1	0	0	59.1	100	2.4	2
ฐานะทางสังคมดีขึ้น เช่น ตำแหน่งใหญ่ขึ้น	4.5	4.5	9.1	0	0	0	81.8	100	1.7	4
บ้านเดิมเก่าเล็กและแคบ	9.1	13.6	9.1	13.6	0	0	54.5	100	2.5	1
เจ้าของบ้านเดิมต้องการบ้านคืน	0	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	8
ชุมชนเดิมแออัด	0	0	0	0	0	4.5	95.5	100	1.0	8
สภาพแวดล้อมไม่ดี	4.5	4.5	4.5	9.1	0	0	77.3	100	1.7	4
มีเสียงดังและอากาศไม่ดี		9.1	4.5	0	0	0	86.4	100	1.5	5
เดินทางไม่สะดวก	4.5	4.5	0	0	4.5	0	86.4	100	1.5	5
อยู่ไกลที่ทำงานตนเอง	0	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	8
อยู่ไกลที่ทำงานสามี/ภรรยา	0	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	8
อยู่ไกลสถานที่ศึกษาบุตร	0	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	8
ไกลบ้านพ่อแม่ ญาติ พี่นัง	0	0	4.5	0	0	0	95.5	100	1.1	7
น้ำท่วม	4.5	0	4.5	0	0	0	90.9	100	1.4	6
มีปลวก	0	0	0	4.5	0	0	95.5	100	1.1	7
อื่นๆ	22.7	0	4.5	4.5	9.1	0	59.1	100	2.5	1

สาเหตุการย้ายออกจากบ้านเดิมของกลุ่มผู้ชาย สาเหตุอันดับแรก คือ บ้านเดิมเก่าคับแคบ สาเหตุอันดับ 2 ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น และแต่งงานแยกครอบครัว สาเหตุอันดับที่ 3 อยู่ไกลที่ทำงาน สาเหตุอันดับที่ 4 เดินทางไม่สะดวกและสาเหตุอื่น ๆ เช่น ขายบ้านชำระหนี้ ขายบ้านนำเงินมาลงทุนธุรกิจ สาเหตุอันดับที่ 5 ฐานะทางสังคมดีขึ้น อยู่ไกลที่ทำงาน สิ่งแวดล้อมไม่ดี

กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย จะพึงพอใจในความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ไปตลาดหรือไปรร.ของบุตร ของบ้านหลังเดิม แต่ต้องการย้ายจากบ้านหลังที่ขาย ด้วยเหตุผลที่สำคัญอันดับแรกคือ บ้านเดิมหรือบ้านหลังที่ขายมีสภาพเก่าทรุดโทรม และคับแคบ ซึ่งอาจมีสมาชิกครอบครัวเพิ่มขึ้น มีรายได้มากขึ้น สามารถซื้อบ้านใหม่ที่มีขนาดใหญ่ และใกล้ที่ทำงานมากขึ้น หรือให้ความสะดวกหรือระดับความพอใจเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม หรือมีการย้ายที่ทำงานก็ได้ รวมทั้งต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีกว่าเดิม

สาเหตุการย้ายออกจากบ้านเดิมของกลุ่มผู้ชายและซื้อ สาเหตุอันดับแรก บ้านเดิมเก่าเล็กคับแคบ สาเหตุอันดับที่ 2 มีรายได้เพิ่ม สาเหตุอันดับที่ 3 ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น สาเหตุอันดับที่ 4 สภาพแวดล้อมไม่ดี สาเหตุอันดับที่ 5 เสียงดังและอากาศไม่ดี เดินทางไม่สะดวก

กลุ่มผู้ชายและซื้อ บ้านมือสองในเขตบางกะปิ จะเป็นผู้ที่ซื้อขายบ้านอยู่ในเขตบางกะปิ ต้องย้ายไปสู่สภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น หรือมีสมาชิกครอบครัวเพิ่ม ขึ้น แต่จะอยู่ภายในเขตบางกะปิ จากการสำรวจพบว่า มีสถานที่ทำงานอยู่ในเขตบางกะปิ

### ส่วนที่ 8 การขายบ้านหลังเดิม

ในการวิเคราะห์การขายบ้านหลังเดิมจะวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ เป็นผู้ขายบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

#### 1. ปัจจัยการขายบ้านเดิม

กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย มีปัจจัยการขายบ้านมือสองในเขตบางกะปิ อันดับแรก คือ นำเงินไปซื้อบ้านใหม่ อันดับที่สอง ขายได้ราคาดี อันดับที่ 3 มีภาระค่าใช้จ่าย ต้องการใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมาก

ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชายต้องการขายบ้านเก่าที่ ซึ่งอยู่ไกลจากที่ทำงานใหม่ หรือย้ายไปต่างจังหวัด หรือบางรายนำเงินที่ขายบ้านได้ ไปชำระหนี้หรือลงทุนในธุรกิจการค้า

ตารางที่ 5.3.1 สาเหตุการขายบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)				รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	ไม่มีความสำคัญ			
ขายได้ราคาดี	26.8	7.3	9.8	56.1	100	2.0	2
นำเงินที่ขายได้ไปซื้อบ้านใหม่	43.9	19.5	2.4	34.1	100	2.7	1
นำไปลงทุนธุรกิจการค้า	4.9	4.9	7.3	82.9	100	1.3	5
มีภาระค่าใช้จ่าย ต้องการเงินจำนวนมาก	9.8	24.4	12.2	53.7	100	1.9	3
สาธารณูปโภคไม่ดี เช่น น้ำประปาไม่ไหล	0	0	0	100.0	100	1.0	7
มีประวัติและความสะดวกที่ไม่ดีในบ้านนี้	2.4	2.4	0	95.1	100	1.1	6
อื่นๆ	14.6	4.9	9.8	70.7	100	1.6	4

ตารางที่ 5.3.2 สาเหตุการขายบ้านหลังเดิมของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ขายได้ราคาดี	36.4	13.6	9.1	100	2.5	2
นำเงินที่ขายได้ไปซื้อบ้านใหม่	54.5	36.4	0	100	3.4	1
นำไปลงในธุรกิจการค้า	0	4.5	22.7	100	1.3	4
มีภาระค่าใช้จ่าย ต้องการใช้เงินจำนวนมาก	0	0	9.1	100	1.1	5
สาธารณูปโภคไม่ดี เช่น น้ำประปาไม่ไหล	0	0	0	100	1.0	6
มีประวัติและความทรงจำที่ไม่ดีในบ้านนี้	0	0	0	100	1.0	6
อื่นๆ	9.1	4.5	4.5	100	1.4	3

กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ มีปัจจัยในการขายบ้านมือสองในเขตบางกะปิ คือ สาเหตุอันดับแรกนำเงินไปซื้อบ้านใหม่ อันดับที่ 2 ขายได้ราคาดี อันดับ 3 อื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ คือ บ้านเสื่อมสภาพ เก็บค่าเช่าบ้านไม่ได้ ขายบ้านเพื่อแบ่งสินสมรส

## 2. การตั้งราคาขาย บ้านครั้งแรก

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตั้งราคาขายครั้งแรกตามราคาตลาดบ้านประเภทและทำเลเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา ประเมินราคาอาคารและที่ดินตามมูลค่าปัจจุบัน ร้อยละ 18.3 อื่น ๆ คือ ราคาบ้านพร้อมสินค้า หรือค่าตกแต่ง หรือ ราคาตลาดและราคาประเมิน คิดเป็นร้อยละ 18.2

## 3. การปรับปรุงและตกแต่งบ้านเพื่อให้ขายได้เร็ว

กลุ่มตัวอย่างจะปรับปรุงตกแต่งเพื่อสามารถขายได้เร็วคิดเป็นร้อยละ 26.6 ไม่ปรับปรุงตกแต่งคิดเป็นร้อยละ 61.7 และจะตกแต่งเมื่อคิดจะขายคิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาเมื่อขายไม่ได้คิดเป็นร้อยละ 6.25

## 4. การตั้งราคาขายบ้านมือสอง แต่ละครั้ง

ในการขายบ้านมือสองในกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย และกลุ่มตัวอย่างผู้ขายส่วนใหญ่ จะขายได้เมื่อประกาศขายไปครั้งเดียว ร้อยละ 65.95 รองลงมาประกาศขาย 2 ครั้ง ร้อยละ 20.9 กลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาประกาศขายมากที่สุด 5 ครั้ง เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ขายใช้เวลาประกาศขาย 5 ครั้ง โดยส่วนใหญ่จะขายได้ในการประกาศขายครั้งแรก ร้อยละ 60.5 กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อใช้เวลาประกาศขาย 2 ครั้ง ส่วนใหญ่จะขายได้ในการประกาศขายครั้งแรก ร้อยละ 71.4

กลุ่มตัวอย่างจะตั้งราคาขายเดิมทุกครั้งคิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาตั้งราคาเปลี่ยนไปไม่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 16.3

## 5. ลักษณะราคาบ้านมือสองที่ขายได้

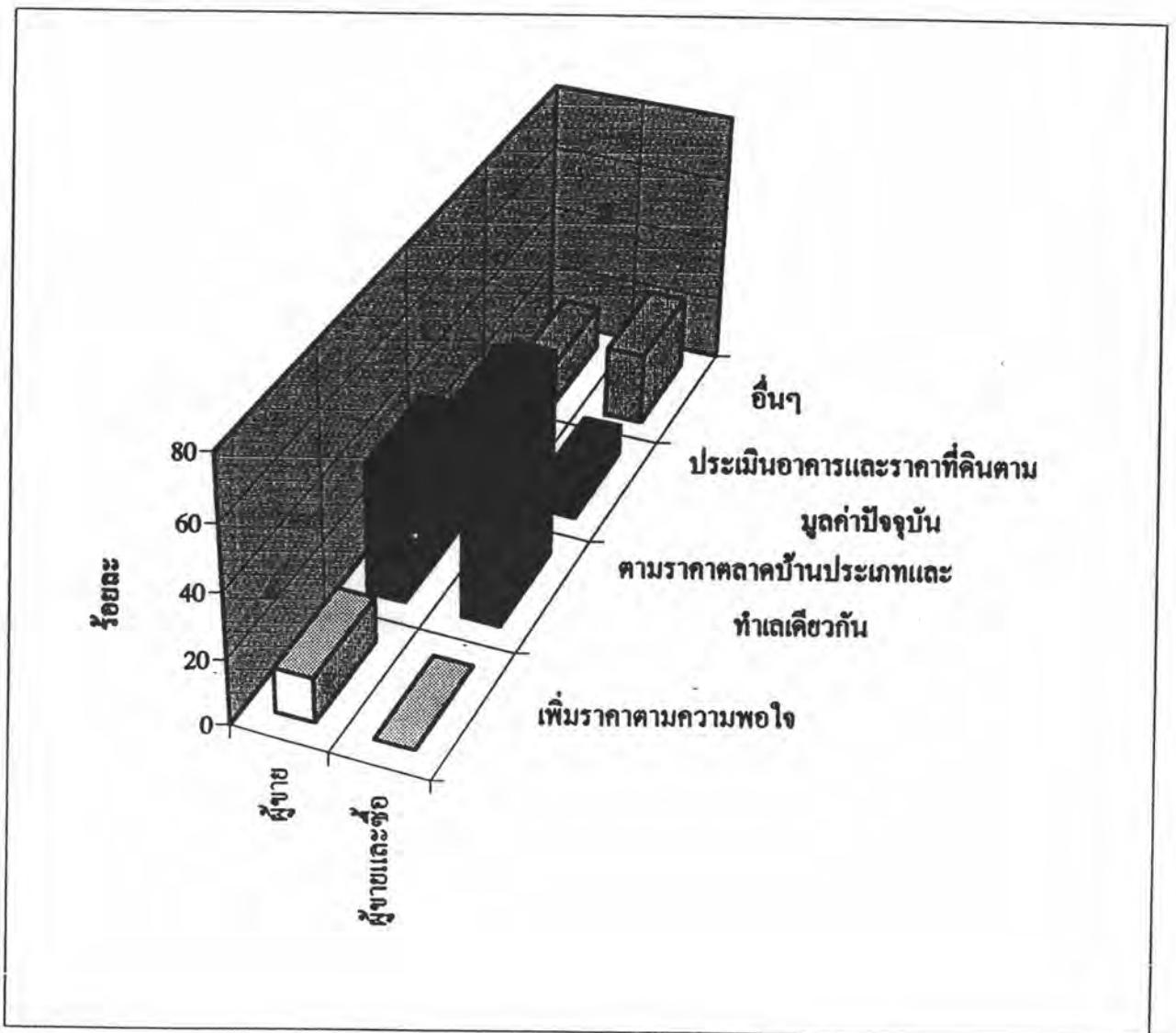
ราคาขายที่ขายได้เป็นราคาที่ต่ำกว่าที่ตั้งไว้ ร้อยละ 58 รองลงมาจะเป็นราคาที่ตั้งไว้ ร้อยละ 30.55

สำหรับราคาที่ยังไม่ได้ เป็นราคาที่ต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาเป็นราคาที่ยังไม่ได้เท่าทุน ร้อยละ 17.5

ตารางที่ 5.3.3 การตั้งราคาขายครั้งแรกของกลุ่มตัวอย่าง

การซื้อขายบ้าน	ผู้ชาย	ผู้ชายและซื้อ	รวม
เพิ่มราคาตามความพอใจ	13.6	0	6.8
ตามราคาตลาดบ้านประเภทและทำเลเดียวกัน	40.9	63.6	52.3
ประเมินอาคารและราคาที่ดินตามมูลค่าปัจจุบัน	27.3	9.2	18.3
อื่นๆ	13.7	22.7	18.2
ไม่ตอบ	4.5	4.5	4.5
รวม	100	100	100

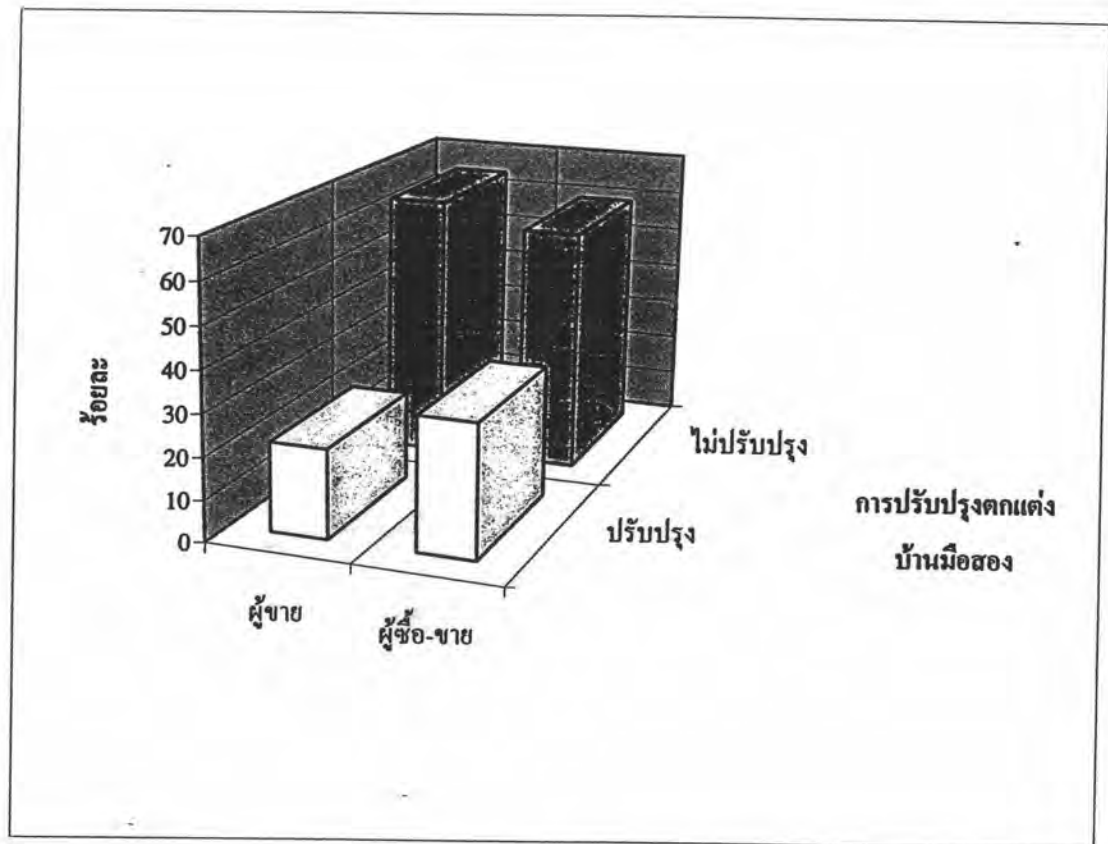
แผนภูมิที่ 5.3.3 การตั้งราคาขายครั้งแรกของกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 5.3.4 การปรับปรุงตกแต่งบ้านเพื่อให้ขายได้เร็ว

รายการ	ผู้ชาย	ผู้ซื้อ-ขาย	รวม
ปรับปรุง	21.4	31.8	26.6
ไม่ปรับปรุง	64.3	59.1	61.7
ไม่ตอบ	14.3	9.1	11.7
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

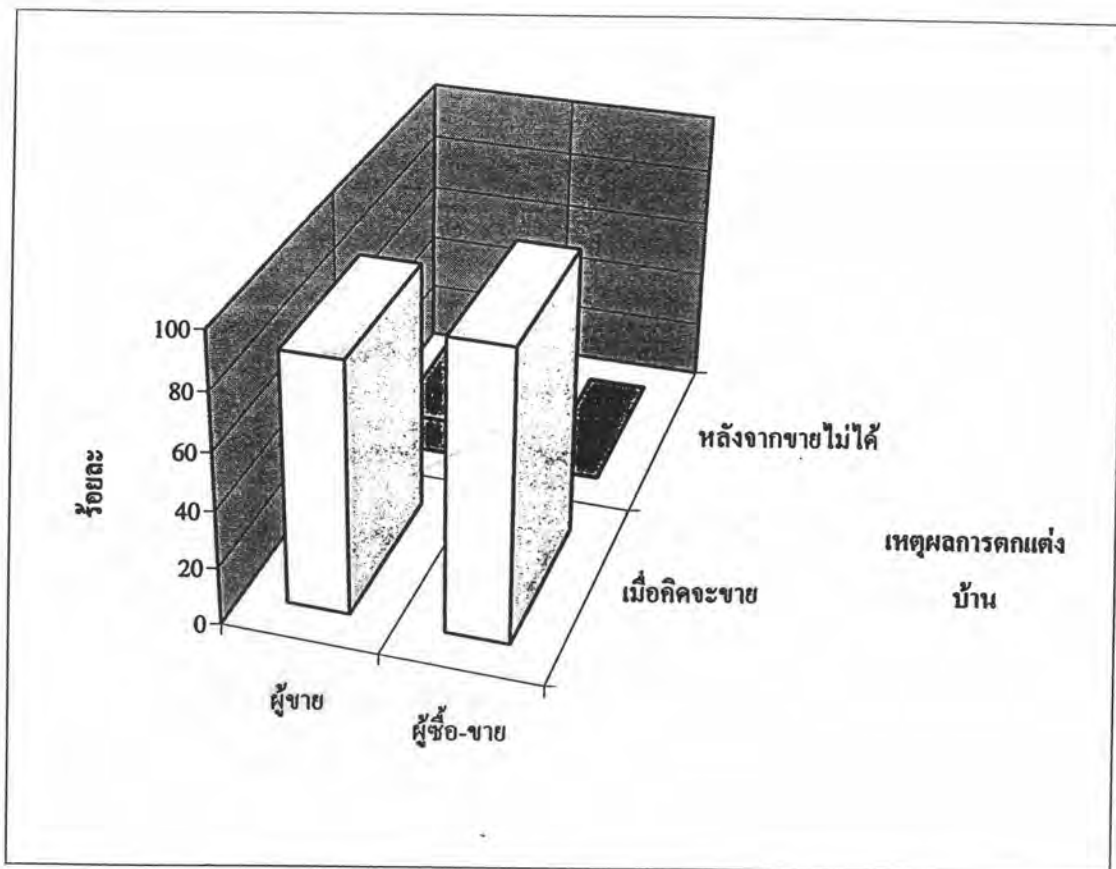
แผนภูมิที่ 5.3.4 การปรับปรุงตกแต่งบ้านมือสองเพื่อขายได้เร็ว



ตารางที่ 5.3.5 เหตุผลการตกแต่งบ้านเพื่อให้บ้านขายได้เร็ว

รายการ	ผู้ชาย	ผู้ซื้อ-ขาย	รวม
เมื่อคิดจะขาย	87.5	100	93.75
หลังจากขายไม่ได้	12.5	0	6.25
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

แผนภูมิที่ 5.3.5 เหตุผลในการตกแต่งบ้านเพื่อให้ขายเร็ว

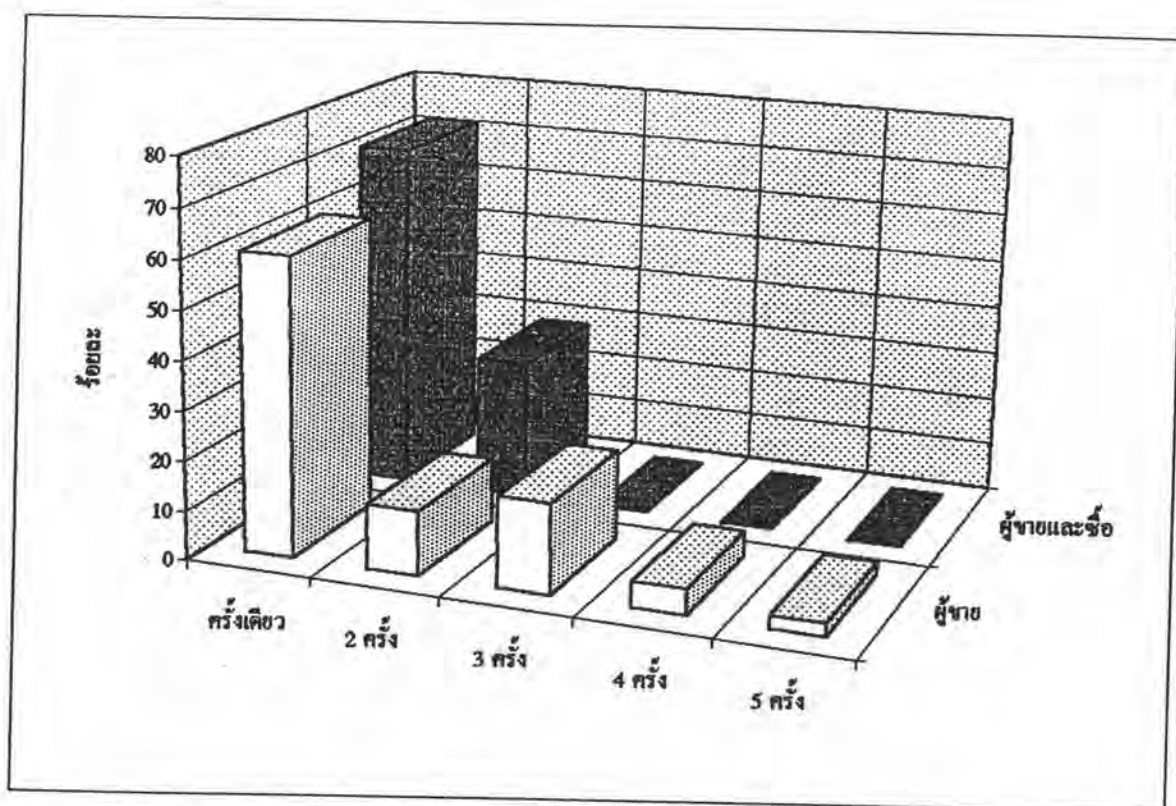




ตารางที่ 5.3.6 การประกาศขายบ้านมือสอง

จำนวนครั้ง	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ครั้งเดียว	60.5	71.4	65.95
2 ครั้ง	13.2	28.6	20.9
3 ครั้ง	18.4	0	9.2
4 ครั้ง	5.3	0	2.65
5 ครั้ง	2.6	0	1.3
รวม	100	100	100

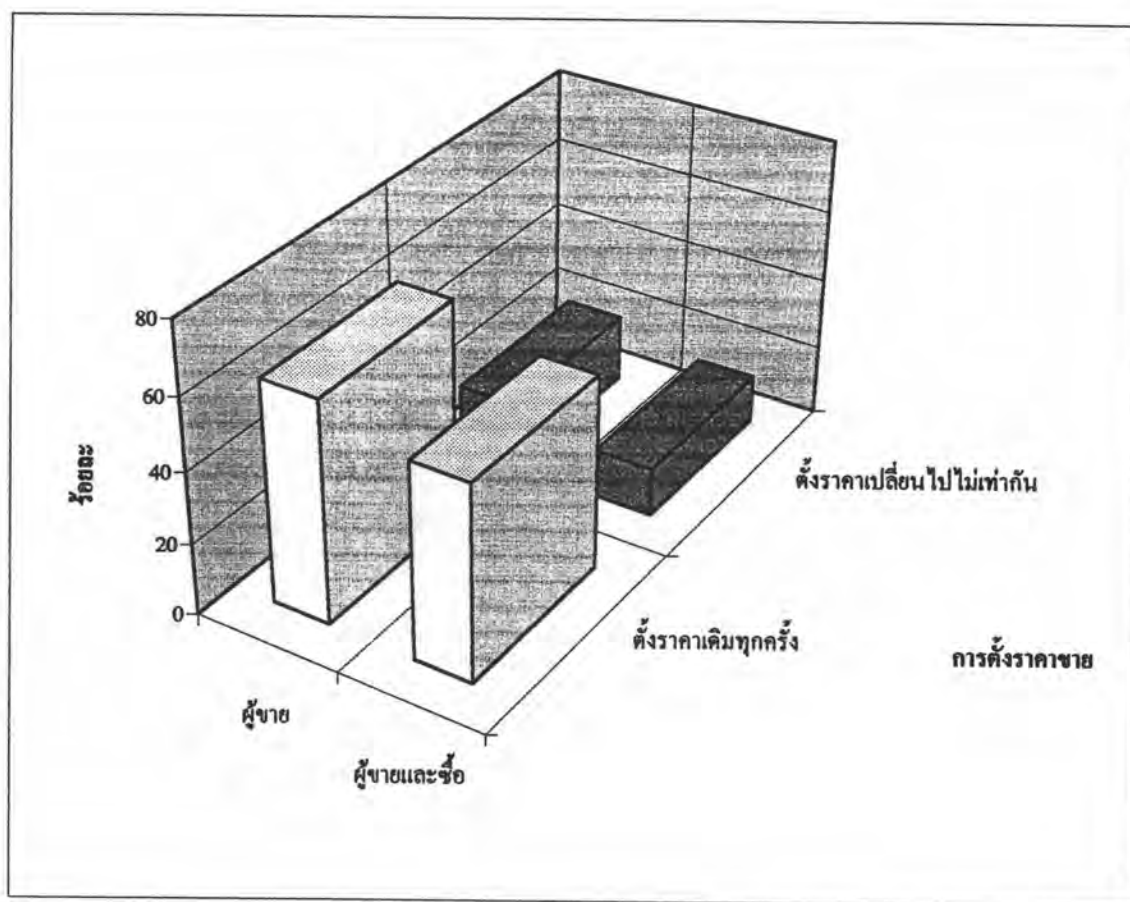
แผนภูมิที่ 5.3.6 การประกาศขายบ้านมือสอง



ตารางที่ 5.3.7 การตั้งราคาขายบ้าน

การตั้งราคา	ผู้ชาย	ผู้ชายและซื้อ	รวม
ตั้งราคาเดิมทุกครั้ง	62	54.5	58.3
ตั้งราคาเปลี่ยนไปไม่เท่ากัน	19	13.6	16.3
ไม่ตอบ	19	31.9	25.5
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

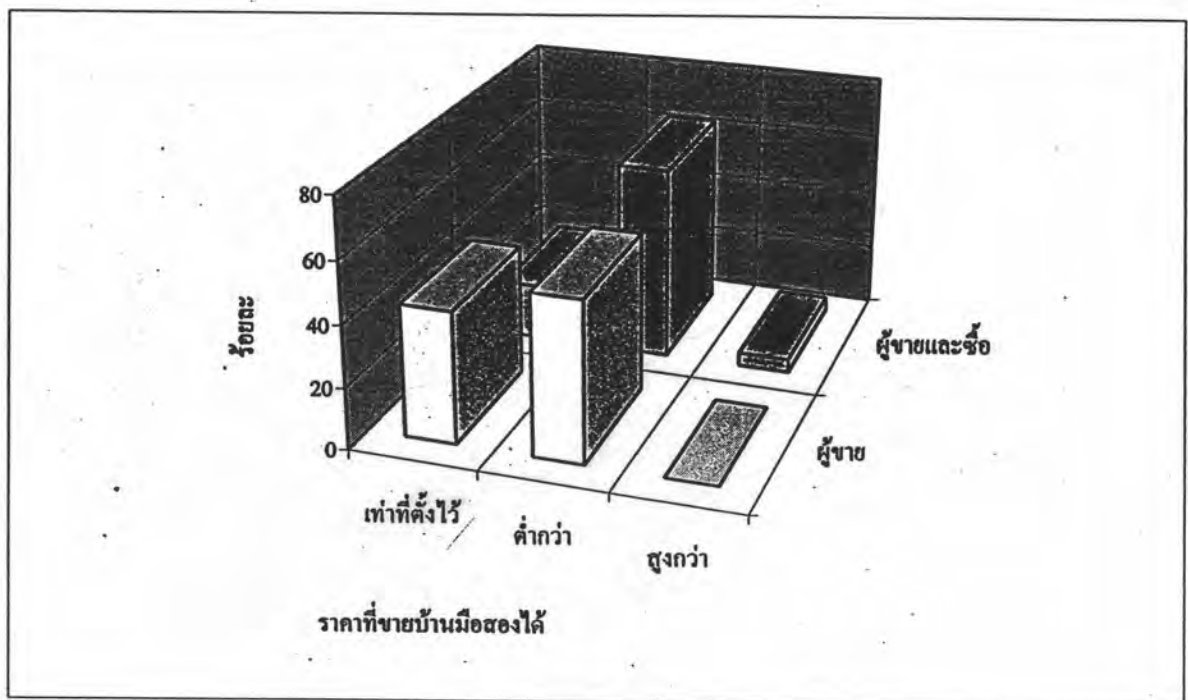
แผนภูมิที่ 5.3.7 การตั้งราคาขายบ้านมือสอง



ตารางที่ 5.3.8 ราคาที่ขายบ้านได้

รายการ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เท่าที่คั้งไว้	42.9	18.2	30.55
ต่ำกว่า	52.4	63.6	58
สูงกว่า	0	4.5	2.25
ไม่ตอบ	4.7	13.7	9.2
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

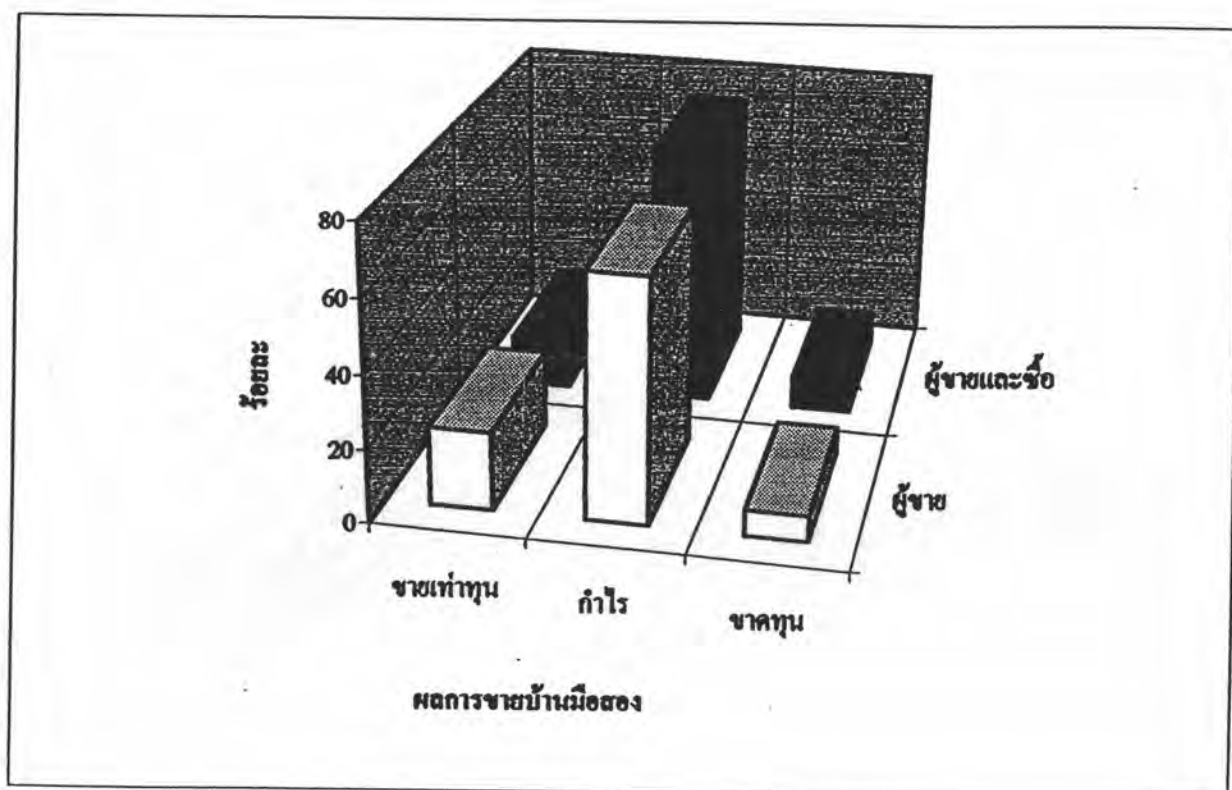
แผนภูมิที่ 5.3.8 ราคาขายบ้านมือสองที่ขายได้



ตารางที่ 5.3.9 ผลกำไร-ขาดทุนจากการขายบ้านมือสอง

รายการ	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
ขายเท่านั้น	21.4	13.6	17.5
กำไร	66.7	72.7	69.7
ขาดทุน	7.1	9.1	8.1
ไม่ตอบ	4.8	4.6	4.7
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

แผนภูมิที่ 5.3.9 ผลกำไร-ขาดทุนจากการขายบ้านมือสอง



สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขายได้ต่ำกว่า ราคาที่ตั้ง เพราะธรรมชาติของผู้ซื้อชอบการต่อรองราคา ด้วยกลัวว่า จะซื้อได้ราคาสูง และผู้ขายขายส่วนใหญ่คิดว่า ขอมลตรากลาง เพื่อขายได้โดยเร็ว ดีกว่าที่จะต้องใช้ระยะเวลานาน และต้องไปใช้บริการนายหน้า ซึ่งต้องเสียค่านายหน้าเป็นจำนวนมาก รวมทั้งราคาที่ลดลง ก็ยังมีกำไร

#### 6. รูปแบบวิธีการโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โฆษณาโดยการติดป้ายโฆษณาหน้าบ้านและที่ชุมชน ร้อยละ 36 รองลงมาบอกขายกับผู้ซื้อเอง ร้อยละ 27.9

#### 7. รูปแบบวิธีการขายในการประกาศขายแต่ละครั้ง

การประกาศขายครั้งที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ขาย คิดต่อขายโดยตรงกับผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 71.1 เมื่อประกาศขายครั้งที่ 2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงขายเอง คิดเป็นร้อยละ 49.9 แต่เริ่มฝากญาติและเพื่อนขาย ร้อยละ 22.2 ในการประกาศขายครั้งที่ 3 อัตราส่วนการขายเองลดลงอีกเหลือร้อยละ 33.4 และใช้บริการนายหน้าสมัครเล่นและนายหน้าอิสระ ร้อยละ 25 รวมทั้งใช้นายหน้าบริษัทระบบเฟรนไชส์ และฝากญาติ เพื่อนขาย ร้อยละ 8.3 ในการประกาศขายครั้งที่ 4 ลดอัตราส่วนจากขายเองเล็กน้อย ร้อยละ 33.3 และอาจไม่ประสบผลสำเร็จจากการฝากนายหน้า จึงฝากญาติและเพื่อนขาย ร้อยละ 66.7 การประกาศขายครั้งที่ 5 ฝากญาติและเพื่อนขาย ร้อยละ 100 เมื่อเฉลี่ยแล้วฝากญาติและเพื่อนขายมากที่สุด ร้อยละ 42.1 รองลงมาขายเอง ร้อยละ 37.5

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อในการขายครั้งแรกจะขายเอง ร้อยละ 72.7 ฝากญาติและเพื่อนขาย ร้อยละ 18.2 การขายครั้งที่ 2 ขายเองจะลดลง เหลือ ร้อยละ 66.6 และฝากขายกับตัวแทนนายหน้าสมัครเล่นและฝากญาติ เพื่อนขาย ร้อยละ 16.7 เฉลี่ยแล้ว ขายเองมากที่สุดร้อยละ 69.7 รองลงมาฝากญาติและเพื่อนขายร้อยละ 17.5

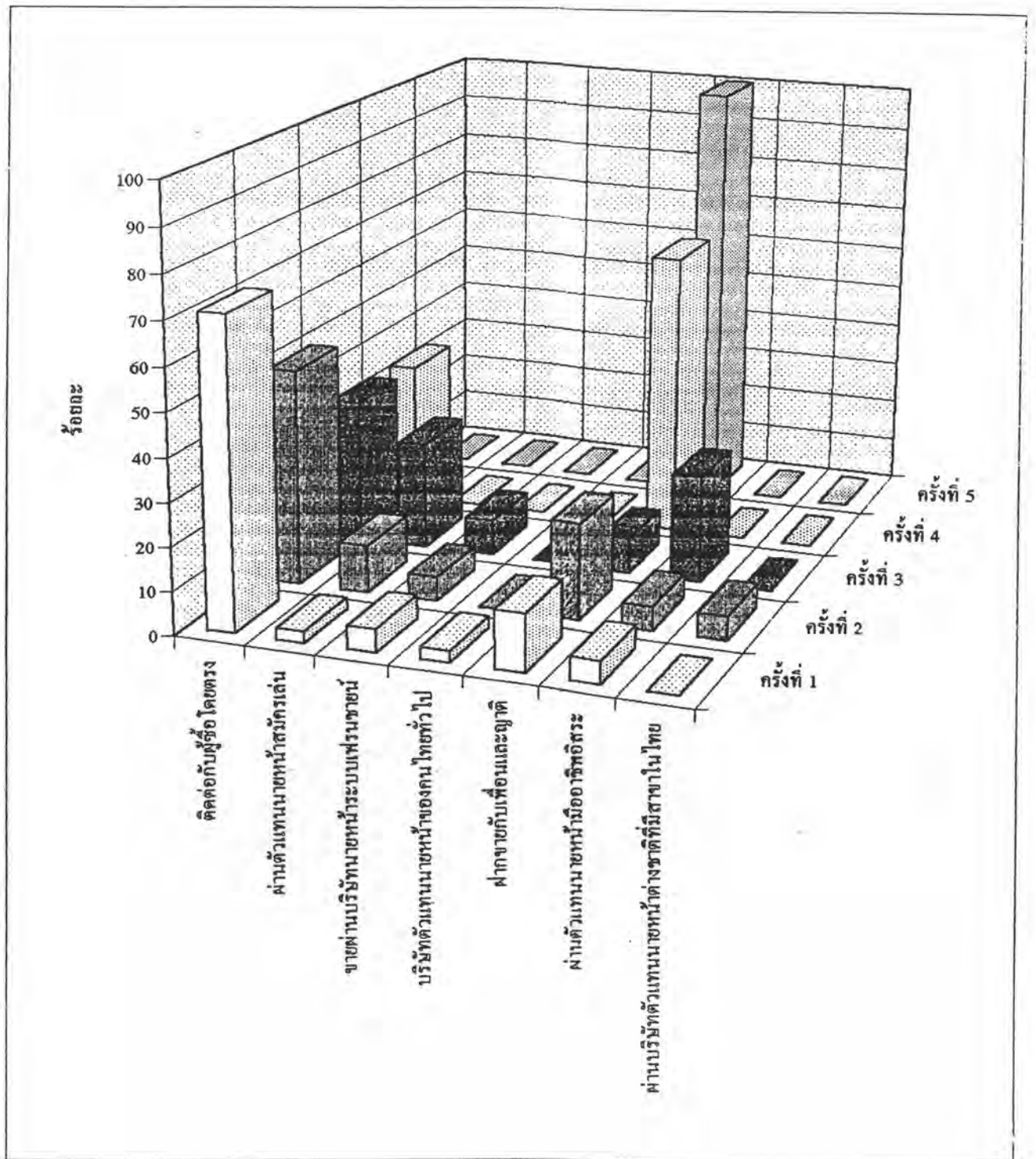
#### 8. รูปแบบวิธีการขายที่ประสบผลสำเร็จในการขาย

รูปแบบวิธีการที่ประสบผลสำเร็จในการขายของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายคือการขายบ้าน โดยตรงกับผู้ซื้อคิดเป็นร้อยละ 77.95 รองลงมาจะขายผ่านนายหน้า ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 5.3.10 รูปแบบการโฆษณาขายบ้าน

รูปแบบการโฆษณา	ผู้ชาย	ผู้ชายและซื้อ	รวม
โฆษณาในหนังสือพิมพ์	10.4	3.7	7.1
โฆษณาในนิตยสารรายสัปดาห์	4.5	3.7	4.1
คิดป้ายโฆษณาหน้าบ้านและที่ชุมชน	31.3	40.7	36
ฝากเพื่อและญาติขาย	19.4	11.1	15.3
บอกขายเองกับผู้ซื้อ	22.4	33.3	27.9
มอบนายหน้าจัดการให้	12	7.5	9.8
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.3.11 รูปแบบวิธีการขายของการประกาศขายแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย



ตารางที่ 5.3.11 รูปแบบวิธีการขายของการประกาศขายแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

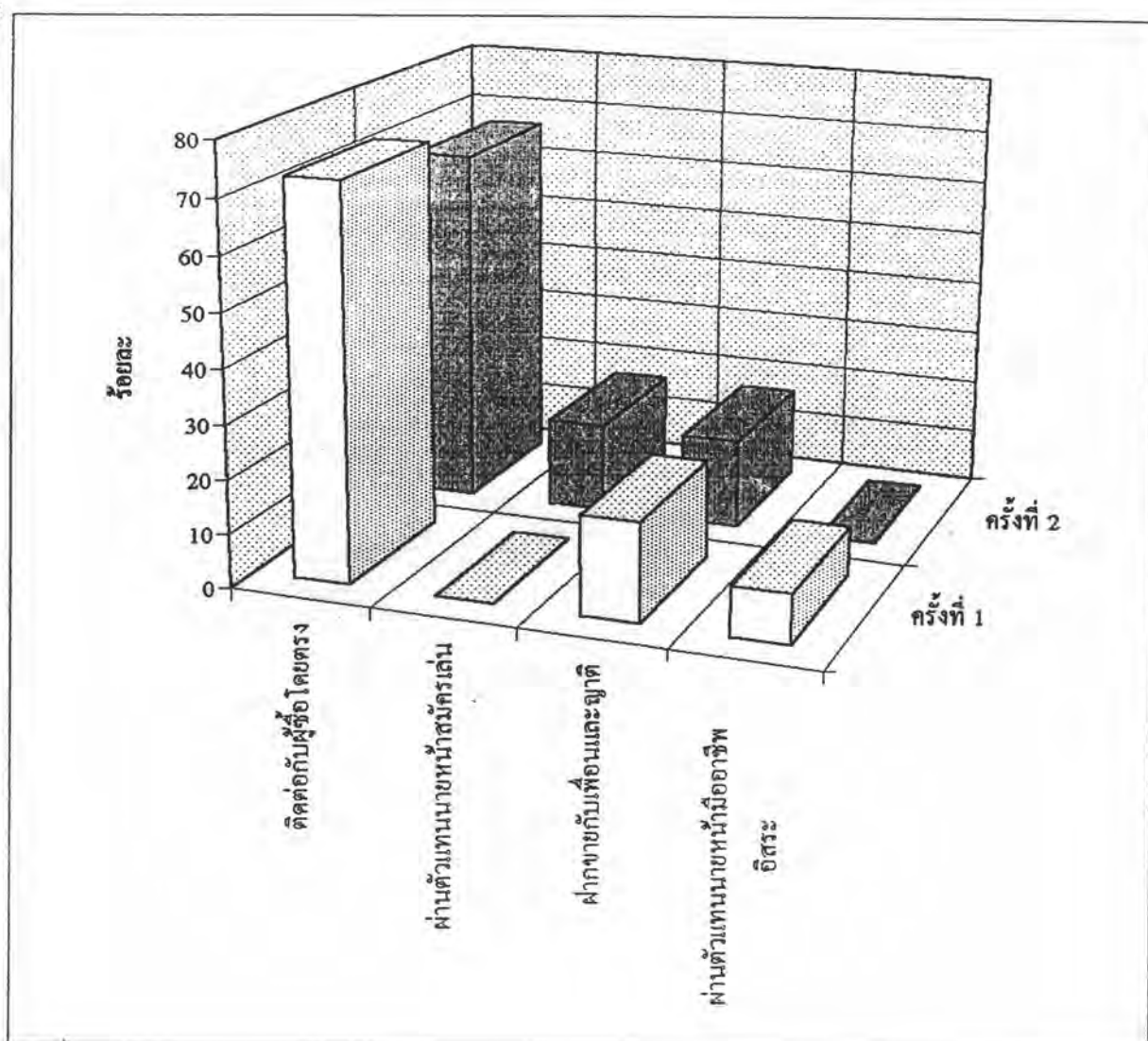
รายการ	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5	รวม
ติดต่อกับผู้ซื้อ โดยตรง	71.1	49.9	33.4	33.3	0	37.5
ผ่านตัวแทนนายหน้าสมัครเล่น	2.6	11.1	25.0	0	0	7.7
ขายผ่านบริษัทนายหน้าระบบเฟรนไชส์	5.3	5.6	8.3	0	0	3.8
บริษัทตัวแทนนายหน้าของคนไทยทั่วไป	2.6	0	0	0	0	0.5
ฝากขายกับเพื่อนและญาติ	13.1	22.2	8.3	66.7	100	42.1
ผ่านตัวแทนนายหน้ามืออาชีพอิสระ	5.3	5.6	25.0	0	0	7.2
ผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้าต่างชาติที่มีสาขาใน	0	5.6	0	0	0	1.1
รวม	100	100	100	100	100	100



ตารางที่ 5.3.12 รูปแบบวิธีการขายของการประกาศขายแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รายการ	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	รวม
ติดต่อกับผู้ซื้อโดยตรง	72.7	66.6	69.7
ผ่านตัวแทนขายหน้าสมัครเล่น	0	16.7	8.4
ฝากขายกับเพื่อนและญาติ	18.2	16.7	17.5
ผ่านตัวแทนขายหน้ามืออาชีพอิสระ	9.1	0	4.6
รวม	100	100	100

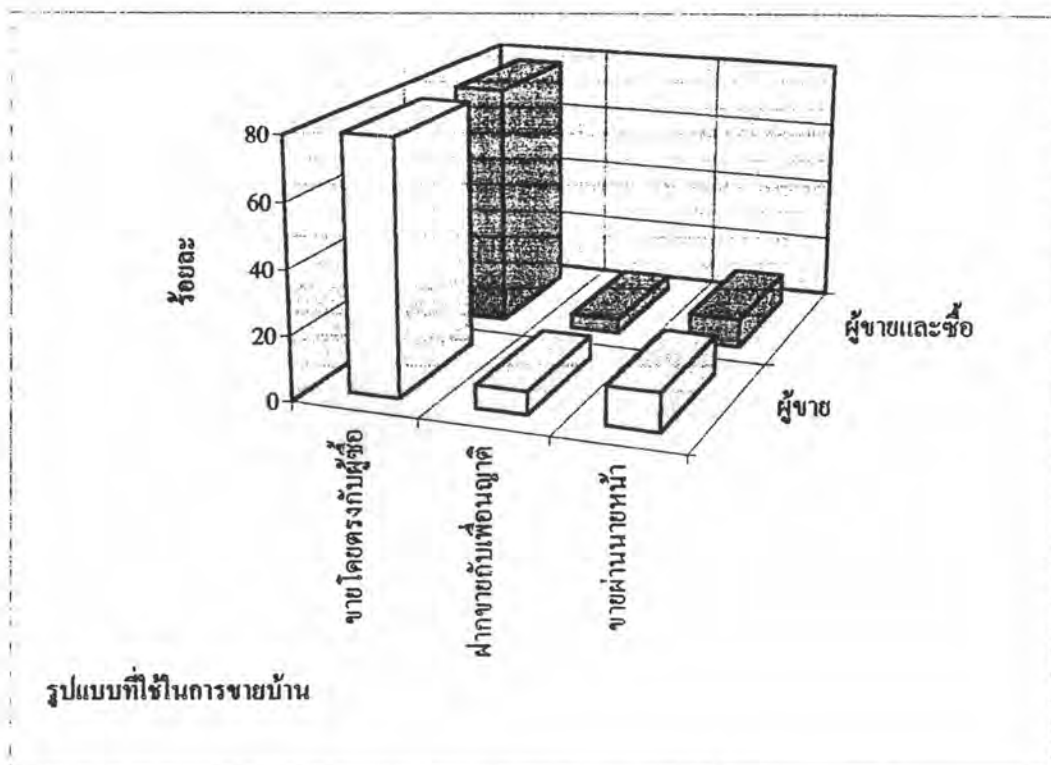
แผนภูมิที่ 5.3.9.2 รูปแบบวิธีการขายของการประกาศขายแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ



ตารางที่ 5.3.13 รูปแบบวิธีการขายที่ประสบความสำเร็จในการขายบ้านมือสอง

รายการ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ขายโดยตรงกับผู้ซื้อ	78.6	77.3	77.95
ฝากขายกับเพื่อนญาติ	7.1	4.5	5.8
ขายผ่านนายหน้า	11.9	9.1	10.5
ไม่ตอบ	2.4	9.1	5.75
รวม	100	100	100
จำนวน	90	22	64

แผนภูมิที่ 5.3.13 รูปแบบการขายบ้านมือสองที่ขายได้สำเร็จ



### 9. สาเหตุการขายผ่านนายหน้า

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายต้องขายบ้านผ่านนายหน้าเพราะ อันดับแรก ไม่มีเวลานัดหรือพาลูกค้ามาดูบ้าน สาเหตุอันดับสอง ขายไม่ได้ในเวลาที่ต้องการ อันดับสาม ไม่ทราบวิธีการขายบ้านเอง

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ขายผ่านนายหน้าเพราะ อันดับแรก ไม่สามารถขายได้ในเวลาที่ต้องการ ไม่มีเวลานัดหรือพาลูกค้ามาดูบ้าน

ปัจจุบันบ้านมือสองมีประกาศขายกันมาก เจ้าของบ้านผู้ขายมักมีภาระหน้าที่ ไม่มีเวลานัดลูกค้า ประกอบกับปัญหาจราจร ถ้าขายไม่ได้ในเวลาที่ต้องการ มักจะใช้บริการนายหน้า

### 10. สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างต้องการขายบ้านเอง

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายขายบ้านเอง คือ อันดับแรก ไม่รีบร้อนขาย คิดว่าขายเองได้ อันดับที่สอง มีคนสนใจซื้อมาก ค่านายหน้าไม่คุ้มค่าบริการ อันดับที่สาม ไม่ทราบว่า มีธุรกิจนายหน้า ไม่ไว้ใจนายหน้า

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ต้องการขายบ้านเอง คือ อันดับแรก ไม่รีบร้อนขาย อันดับสอง ไม่ทราบว่า มีธุรกิจนายหน้า คิดว่าขายเองได้ อันดับสาม มีคนสนใจมาก ค่านายหน้าสูง ไม่คุ้มค่ากับการให้บริการ

คนทั่วไปยังไม่นิยมใช้บริการนายหน้า เพราะเห็นว่า นายหน้าไม่ซื่อสัตย์และมีได้ช่วยให้ขายได้เร็วจริง เพียงแต่คิดป้ายประกาศ หรือลงโฆษณาในนิตยสารบ้านรายสัปดาห์ ซึ่งเจ้าของบ้านหรือผู้ฝากขายก็สามารถทำได้ ไม่ต้องเสียค่านายหน้าเป็นเงินจำนวนมาก

### 11. ความพึงพอใจในรูปแบบวิธีการขาย

กลุ่มตัวอย่างผู้ขายพึงพอใจกับการขายบ้านโดยตรงกับผู้ซื้อบ้าน ค่าเฉลี่ย 4.7 ส่วนการฝากญาติและเพื่อนขาย มีความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.5 สำหรับวิธีการขายผ่านนายหน้ารูปแบบต่าง ๆ จะพอใจน้อยและไม่พอใจ

กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อพึงพอใจในรูปแบบวิธีการขายโดยตรงกับผู้ซื้อบ้านมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.9 ส่วนฝากญาติและเพื่อนขายพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.2 ส่วนการฝากขายกับนายหน้าพอใจน้อย

เหตุผลที่พอใจการขายเองมากที่สุดขายได้ราคาสูงกว่า ร้อยละ 69.5

### 12. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้าของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้า 3 % คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมา ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้า 1.5 % คิดเป็นร้อยละ 38.7 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ขายมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้า 3% คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมา ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้า 2.5 %

ตารางที่ 5.3.14 สาเหตุการขยายบ้านมือสองโดยผ่านนายหน้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ท่านไม่สามารถขายได้ในเวลาที่ต้องการ	66.7	33.3	0	100	2.7	1
ท่านไม่มีเวลานัดหรือพาลูกค้ามาดูบ้าน	60.0	40.0	0	100	2.6	2
ไม่ทราบวิธีการขายบ้านเอง	0	0	100.0	100	1.0	3



ตารางที่: 5.3.15: สาเหตุการขายบ้านมีสองโดยผ่านนายหน้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ท่านไม่สามารถขายได้ในเวลาที่ต้องการ	100.0	0	0	100	3.0	1
ท่านไม่มีเวลานัดหรือพาลูกกลับบ้าน	0	100.0	0	100	2.0	2

ตารางที่ 5.3.16 สาเหตุการขายบ้านเองมือสองด้วยตนเอง(ไม่ผ่านนายหน้า)ของกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ไม่รีบร้อนขาย	40.5	8.1	5.4	100	2.4	1
มีคนสนใจซื้อ	8.1	5.4	10.8	100	1.5	2
ค่านายหน้าสูงไม่คุ้มค่ากับการให้บริการ	5.4	8.1	13.5	100	1.5	2
ไม่ทราบว่าบริษัทมีธุรกิจนายหน้า	0	2.7	0	100	1.1	3
ไม่ไว้ใจนายหน้า	0	2.7	2.7	100	1.1	3
คิดว่าขายเองได้	29.7	21.6	5.4	100	2.4	1

ตารางที่ 5.3.17 สาเหตุการขายบ้านมือสองด้วยตนเองโดยไม่ผ่านนายหน้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

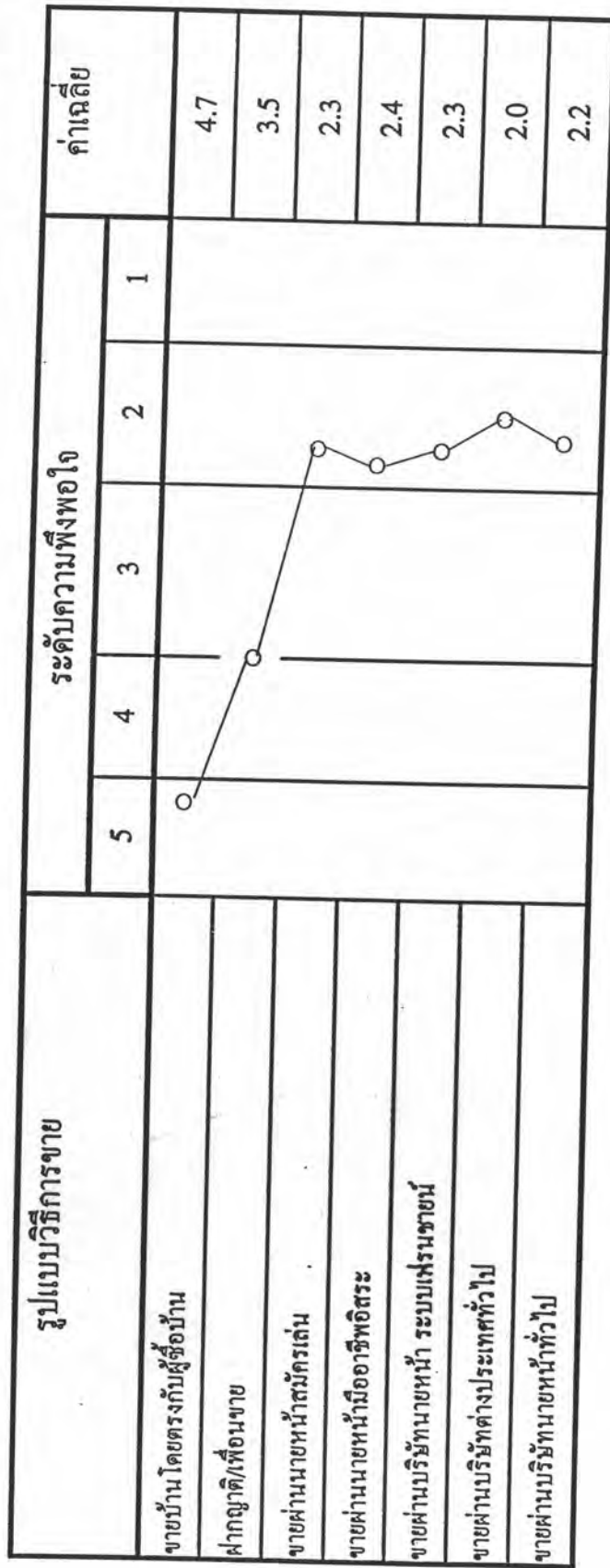
รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ไม่รีบร้อนขาย	72.7	18.2	9.1	100	2.6	1
มีคนสนใจซื้อมาก	50.0	33.3	16.7	100	2.3	3
ค่านายหน้าสูงไม่คุ้มค่ากับการให้บริการ	25.0	75.0	0	100	2.3	3
ไม่ทราบว่ามีธุรกิจนายหน้า	75.0	0	25.0	100	2.5	2
ไม่ไว้ใจนายหน้า	33.3	0	66.7	100	1.7	4
คิดว่าขายเองได้	63.6	27.3	9.1	100	2.5	2

ตารางที่ 5.3.18 ความพอใจในรูปแบบ-วิธีการขายบ้านของตัวอย่างกลุ่มผู้ขาย

รูปแบบวิธีการขาย	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ขายบ้านโดยตรงกับผู้ซื้อบ้าน	82.1	12.7	2.6	2.6	0	100	4.7
ฝากญาติ/เพื่อนขาย	11.2	50	22.2	8.3	8.3	100	3.5
ขายผ่านนายหน้าสมัครเล่น	0	2.7	35.1	48.6	13.6	100	2.3
ขายผ่านนายหน้ามืออาชีพ	2.6	0	39.5	47.4	10.5	100	2.4
ขายผ่านบริษัทนายหน้า ระบบแฟรนไชส์	0	5.4	35.1	40.6	18.9	100	2.3
ขายผ่านบริษัทต่างประเทศทั่วไป	0	5.4	16.2	54.1	24.3	100	2.0
ขายผ่านบริษัทนายหน้าทั่วไป	0	5.4	27	48.7	18.9	100	2.2



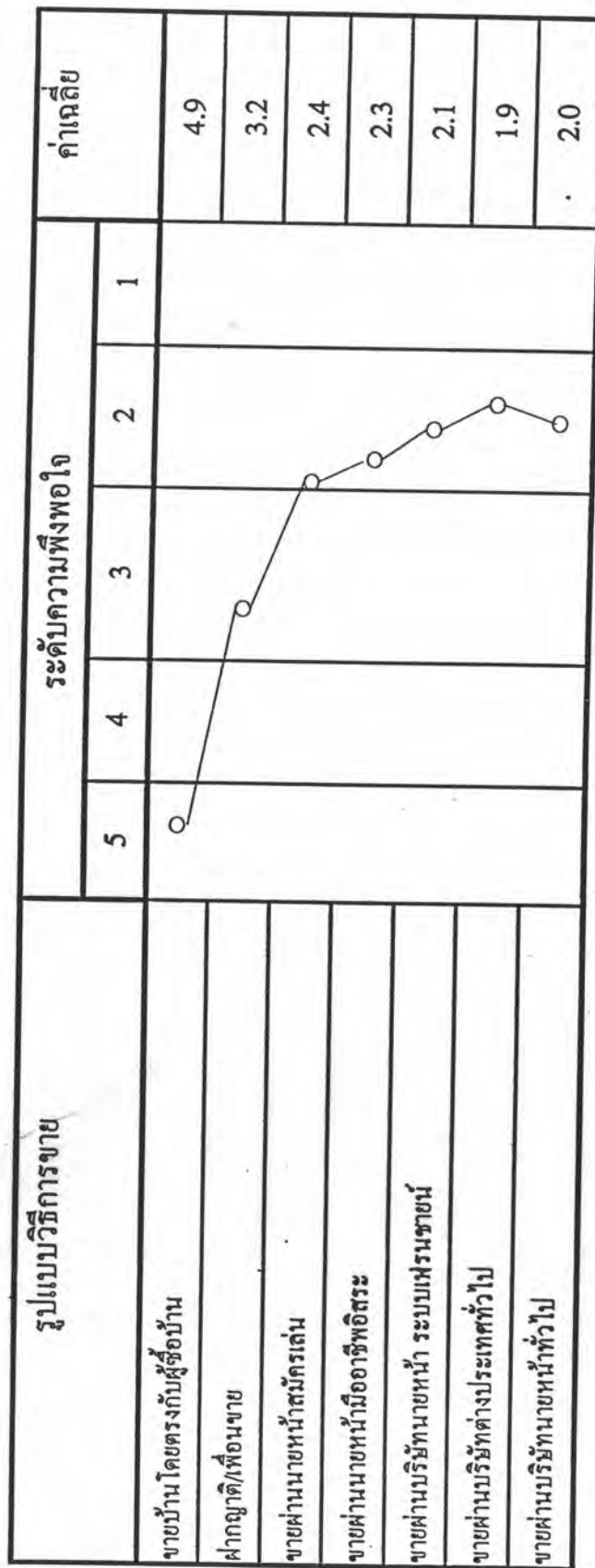
แผนภูมิที่ 5.3.18 ความพอใจในรูปแบบ-วิธีการขายบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย



ตารางที่ 5.3.19 : ความพอใจในรูปแบบ-วิธีการขายบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รูปแบบวิธีการขาย	ระดับความพึงพอใจ						รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ			
ขายบ้านโดยตรงกับผู้ซื้อบ้าน	90.5	9.5	0	0	0	0	100	4.9
ฝากญาติ/เพื่อนขาย	5	45	20	20	10	10	100	3.2
ขายผ่านนายหน้าสมัครเล่น	0	5	45	30	20	20	100	2.4
ขายผ่านนายหน้ามืออาชีพอิสระ	5.3	5.3	26.3	36.8	26.3	26.3	100	2.3
ขายผ่านบริษัทนายหน้า ระบบแฟรนไชส์	0	5	25	45	25	25	100	2.1
ขายผ่านบริษัทต่างประเทศทั่วไป	0	0	20	50	30	30	100	1.9
ขายผ่านบริษัทนายหน้าทั่วไป	0	0	25	50	25	25	100	2.0

แผนภูมิที่ 5.3.19 ความพอใจในรูปแบบ-วิธีการขายบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ



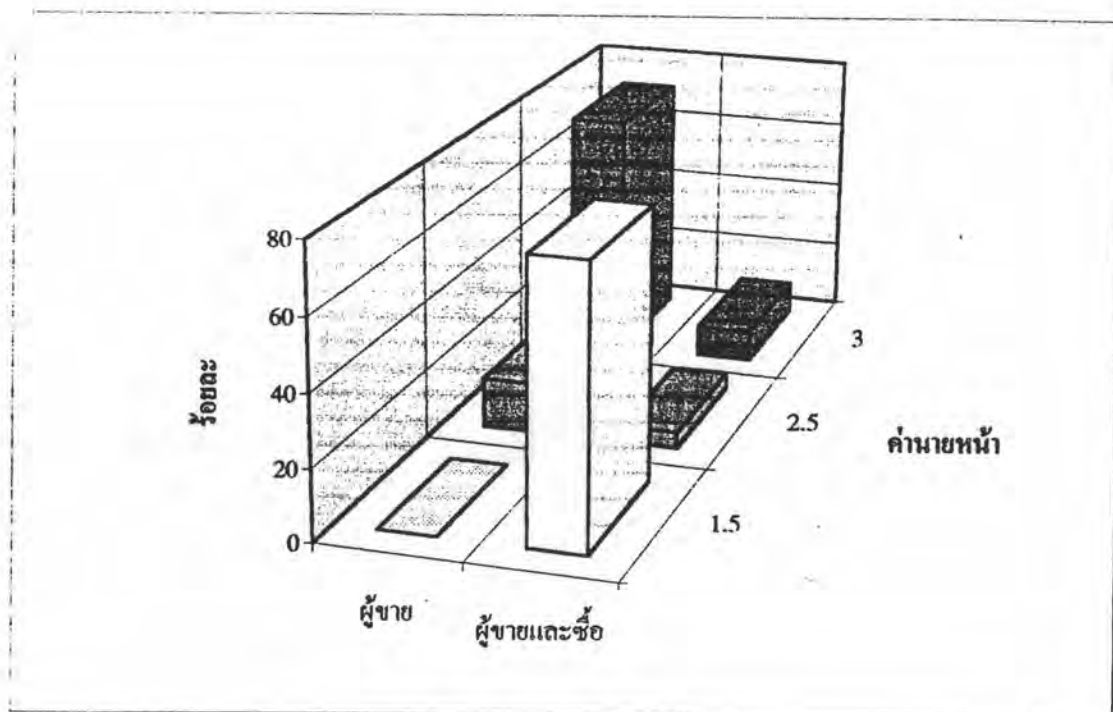
ตารางที่ 5.3.20 เหตุผลที่พอใจรูปแบบการขายโดยตรง

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
ขายโดยตรงผู้ซื้อได้ราคาสูงกว่า	56.4	82.6	69.5
ค่านายหน้าไม่คุ้มค่าบริการ	14.5	0	7.3
น่าเชื่อถือมากกว่า	7.3	0	3.6
ขายได้เร็วกว่าวิธีอื่น	18.2	8.7	13.4
ตกลงราคาได้	1.8	4.3	3.1
ประหยัดเวลา	1.8	4.3	3.1
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 5.3.21 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้าของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
1.5	0	77.3	38.7
2.5	14.3	4.5	9.4
3	71.2	9.1	40.2
ไม่ตอบ	14.5	9.1	11.8
รวม	100	100	100
จำนวน	42	22	64

แผนภูมิที่ 5.3.21 จำค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้าของกลุ่มตัวอย่าง



คิดเป็นร้อยละ 14.3 สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับนายหน้า 1.5% คิดเป็นร้อยละ 77.3 และรองลงมา ค่านายหน้า 3% คิดเป็นร้อยละ 9.1

จากอัตราค่านายหน้าของกลุ่มตัวอย่าง จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชายจะใช้บริการนายหน้าที่เป็นมืออาชีพ หรือตั้งเป็นบริษัท จึงเสียค่านายหน้า 3% ซึ่งเป็นค่านายหน้าตามมาตรฐานทั่วไป ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ส่วนใหญ่จะเสียค่านายหน้า 1.5 % ซึ่งเป็นอัตราค่าตอบแทนค่านายหน้าสมัครเล่น หรือต่อเพื่อนและญาติที่แนะนำช่วยขายให้

### 13. ความคิดเกี่ยวกับลักษณะการบวกค่านายหน้าของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคิดว่า ค่านายหน้าบวกเพิ่มจากราคาขายปกติ ร้อยละ 68.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชายคิดว่า ค่านายหน้าบวกเพิ่มจากราคาขายปกติ ร้อยละ 55.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ คิดว่า ค่านายหน้าบวกเพิ่มจากราคาขายปกติ ร้อยละ 33.3

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ซึ่งเป็นผู้คิดราคาขาย จะบวกค่านายหน้าเพิ่มจากราคาขายปกติ ซึ่งตรงกับความคิดของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อว่า ผู้ขายมัก จะบวกค่านายหน้าเพิ่มจากราคาขายปกติ

### 14. ระยะเวลาที่ขายบ้านได้

กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการขายบ้านมือสอง 3-4 เดือน ร้อยละ 29 รองลงมา ใช้เวลา 5-6 เดือน ร้อยละ 22.4 ใช้เวลา 1-2 เดือน ร้อยละ 18.4

## ส่วนที่ 4 การซื้อบ้านมือสอง

การวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบ้าน จะวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และซื้อ

### 1. ลักษณะบ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ร้อยละ 11.3

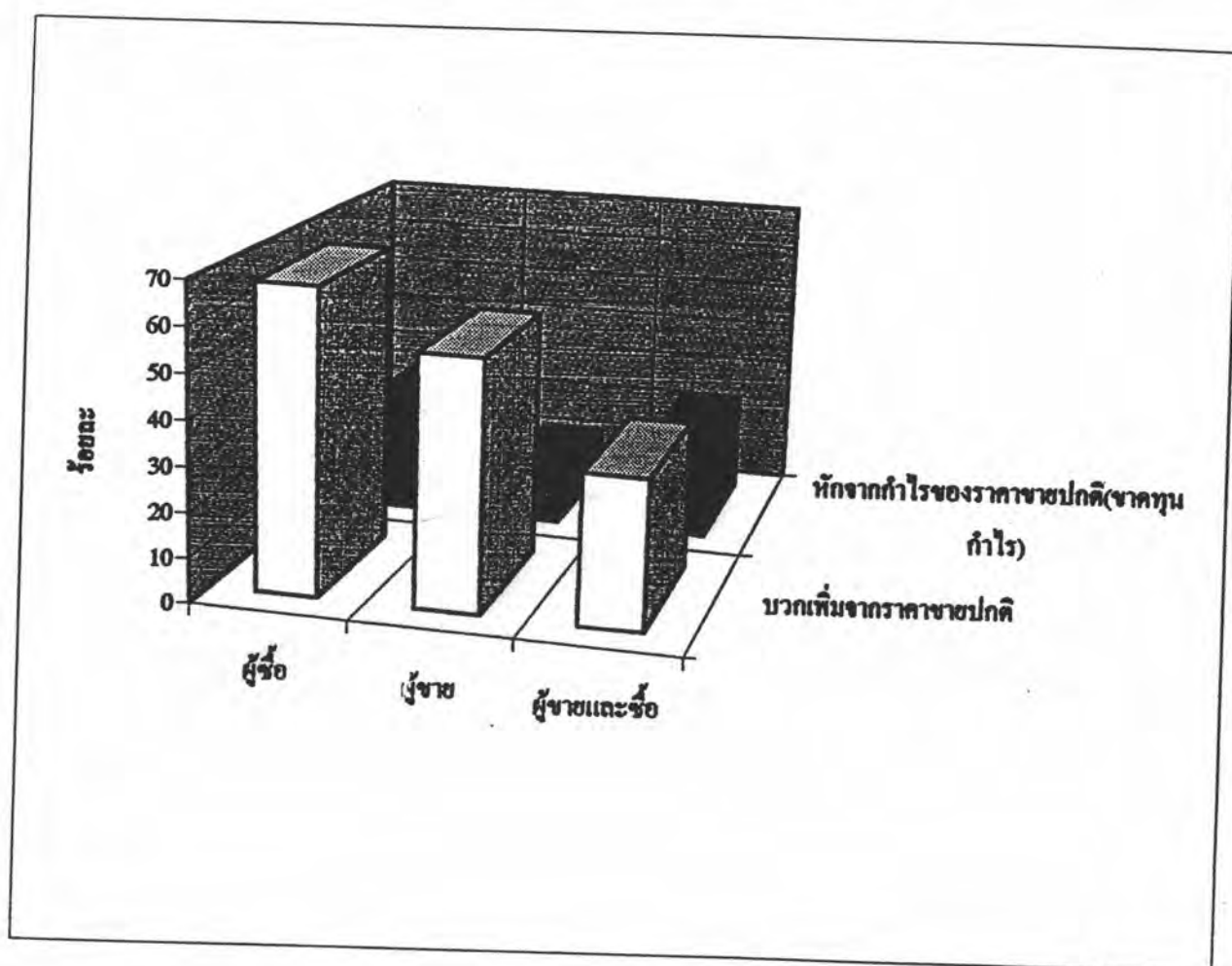
### 2. วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านมือสองของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเพื่ออยู่อาศัยเอง คิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาจะมีอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ซื้อเป็นบ้านพักหลังที่สอง ให้ลูกอยู่อาศัย ให้เช่า และลงทุนซื้อเพื่อขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 2.7, 2.3, 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3.22 ความคิดเกี่ยวกับการบวกค่านายหน้าของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ลักษณะการบวกค่านายหน้า	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ
บวกเพิ่มจากราคาขายปกติ	68.1	55.6	33.3
หักจากกำไรของราคาขายปกติ(ขาดทุนกำไร)	24.2	11.1	22.3
ไม่ตอบ	7.7	33.3	44.4
รวม	100	100	100
จำนวน	92	42	22

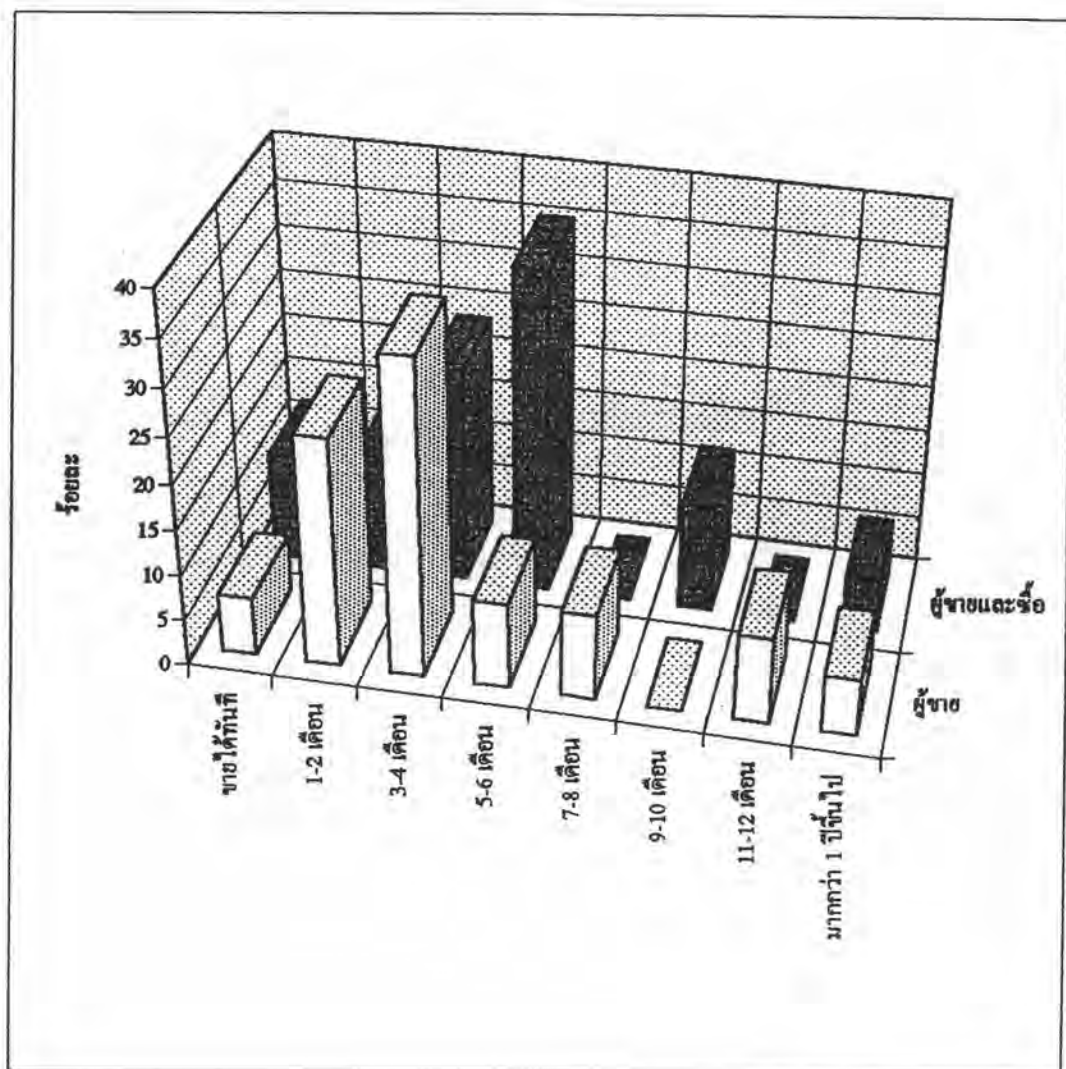
แผนภูมิที่ 5.3.22 ความคิดเกี่ยวกับการบวกค่านายหน้าของกลุ่มประชากรตัวอย่าง



ตารางที่ 5.3.23 เวลาที่ใช้ในการขายบ้านมือสอง

ระยะเวลา	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ขายได้ทันที	6.3	11.8	9.1
1-2 เดือน	25	11.8	18.4
3-4 เดือน	34.4	23.5	29.0
5-6 เดือน	9.4	35.3	22.4
7-8 เดือน	9.4	0	4.7
9-10 เดือน	0	11.8	5.9
11-12 เดือน	9.4	0	4.7
มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	6.3	5.9	6.1
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.3.23 เวลาที่ใช้ในการขายบ้านมือสอง

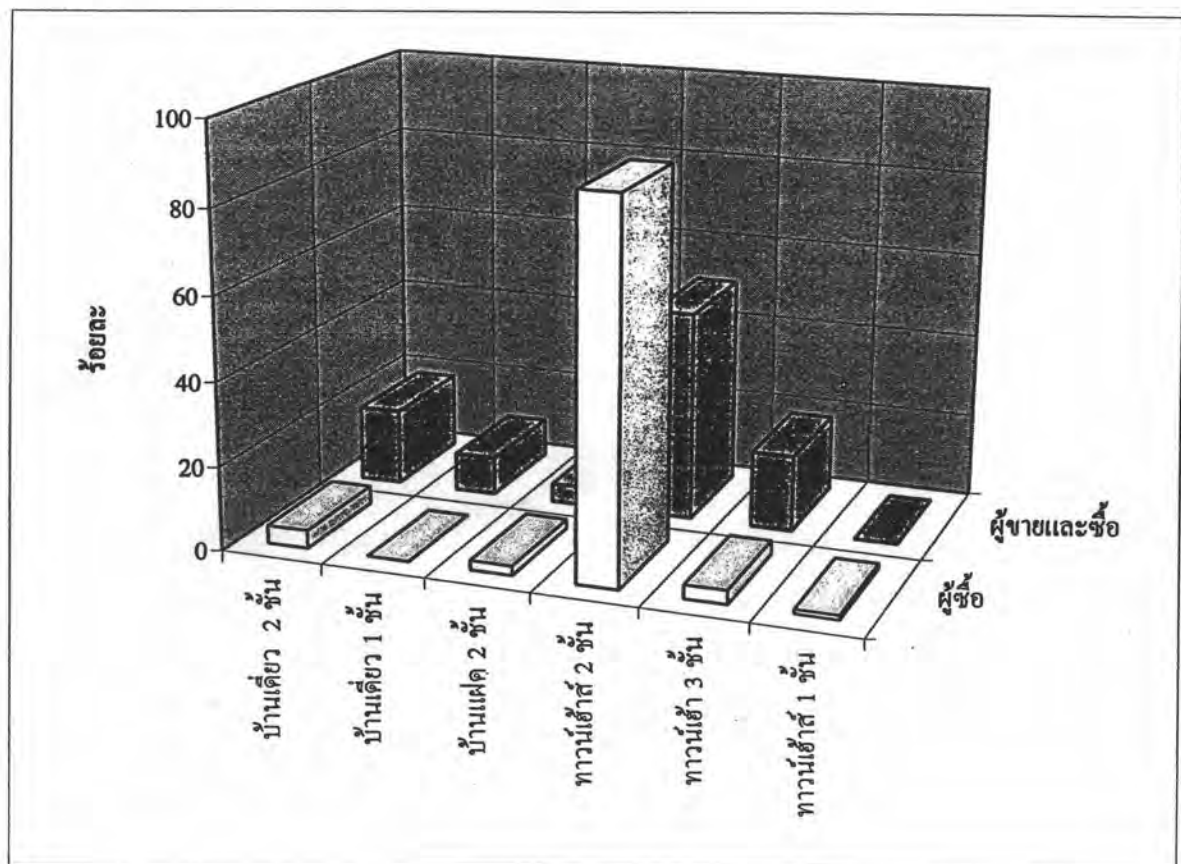




ตารางที่ 5.4.1 ลักษณะบ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ

ประเภทบ้านมือสอง	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	4.3	18.2	11.3
บ้านเดี่ยว 1 ชั้น	0	9.1	4.6
บ้านแฝด 2 ชั้น	2.2	4.5	3.4
ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น	89.1	50	69.6
ทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น	3.3	18.2	10.8
ทาวน์เฮ้าส์ 1 ชั้น	1.1	0	0.6
รวม	100	100	100.0
จำนวน	92	22	114

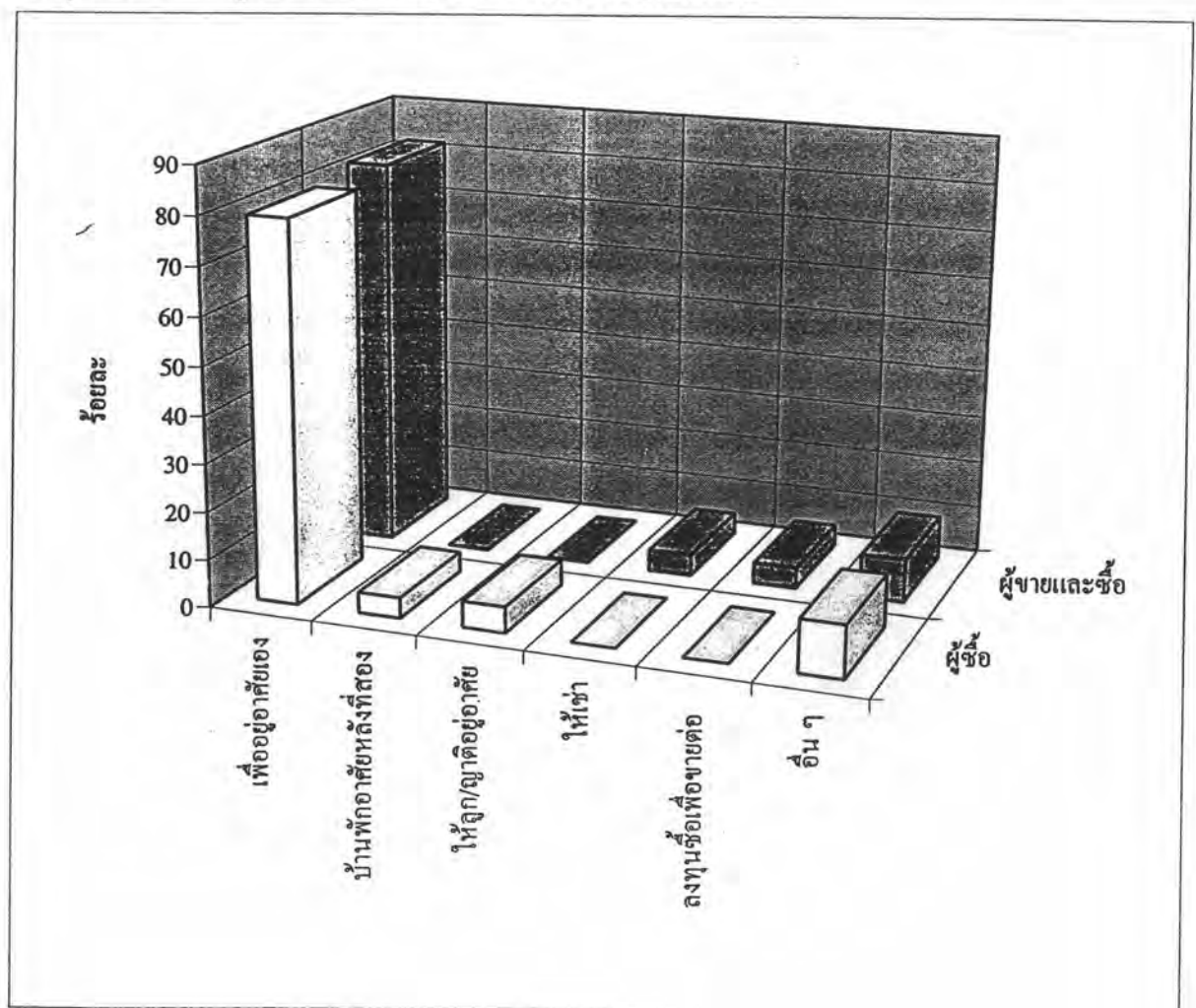
แผนภูมิที่ 5.4.1 ลักษณะบ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ



ตารางที่ 5.4.2 วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เพื่ออยู่อาศัยเอง	79.3	81.8	80.6
บ้านพักอาศัยหลังที่สอง	4.3	0	2.2
ให้ลูก/ญาติอยู่อาศัย	5.4	0	2.7
ให้เช่า	0	4.5	2.3
ลงทุนซื้อเพื่อขายต่อ	0	4.5	2.3
อื่น ๆ	11	9.2	10.1
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.4.2 วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ



### 3. ประเภทบ้านที่วางแผนจะซื้อครั้งแรกของผู้ซื้อบ้านมือสอง

ผู้ซื้อบ้านมือสองทั้งสองกลุ่มตัวอย่างวางแผนที่จะซื้อบ้านที่เปิดขายโครงการใหม่ คิดเป็นร้อยละ 53.2 ส่วนบ้านมือสองวางแผนที่จะซื้อครั้งแรกคิดเป็น ร้อยละ 39

#### 4. การไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่ของผู้ซื้อบ้านมือสอง

ผู้ซื้อบ้านมือสองเคยไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบ้านมือสองคิดเป็นร้อยละ 41.3. โดดเดี่ยวกับอัตราส่วนของการไม่เคยไปดูบ้านโครงการใหม่คิดเป็นร้อยละ 50.5 จากข้อมูลจะเห็นว่า ผู้ที่วางแผนที่จะซื้อบ้านใหม่จะไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่ ตั้งแต่ 2-5 โครงการคิดเป็นร้อยละ 31.9

สำหรับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไปดูบ้านเปิดโครงการขายใหม่แล้วไม่ซื้อเพราะ อยู่ไกล คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ ราคาสูง คิดเป็นร้อยละ 14.7

#### 5. การเลือกซื้อบ้านมือสอง (เมื่อเปรียบเทียบกับบ้านใหม่)

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและผู้ซื้อ เลือกซื้อบ้านมือสอง เพราะ อันดับแรกอยู่ในทำเลที่ต้องการ อันดับที่ 2 เข้าอยู่ได้ทันที อันดับ 3 ราคาถูกกว่าบ้านใหม่

#### 6 ปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ มีปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ คือ ปัจจัยอันดับแรกคือ ทำเล ปัจจัยอันดับที่ 2 คือ ราคา ปัจจัยอันดับที่ 3 คือ การเดินทางสะดวก ปัจจัยอันดับที่ 4 คือ สภาพบ้าน ปัจจัยอันดับที่ 5 การเข้าอยู่ได้ทันทีและสภาพแวดล้อม

กลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ เลือกปัจจัยเกี่ยวกับทำเล อันดับแรกคือ โดดเดี่ยวใหญ่เหตุผลอันดับที่สอง โดดเดี่ยวที่ทำงานตนเอง คือการอยู่ใกล้พ่อแม่หรือญาติ เพื่อต้องการดูแลพ่อแม่พร้อมกับให้พ่อแม่ดูแลบุตรของตน ขณะที่คนยังไม่กลับจากที่ทำงานหรือไม่อยู่บ้าน ส่วนเหตุผลอื่นๆ คือ โดดเดี่ยวที่ทำงานภรรยา เพื่อให้ภรรยาสามารถกลับบ้านมาดูแลบ้านและบุตรได้เร็วขึ้น นอกจากนี้บางรายยังต้องการขยายบ้านเดิมให้ใหญ่ขึ้น โดยซื้อบ้านที่ติดกัน

ปัจจัยอันดับ 2 ราคาคิดว่า ราคาเหมาะสมกับสภาพบ้านและสามารถผ่อนชำระได้

ปัจจัยอันดับ 3 การเดินทางสะดวก กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อดูแลสุขภาพความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ศูนย์การค้าตลาดและ รร. บุตร

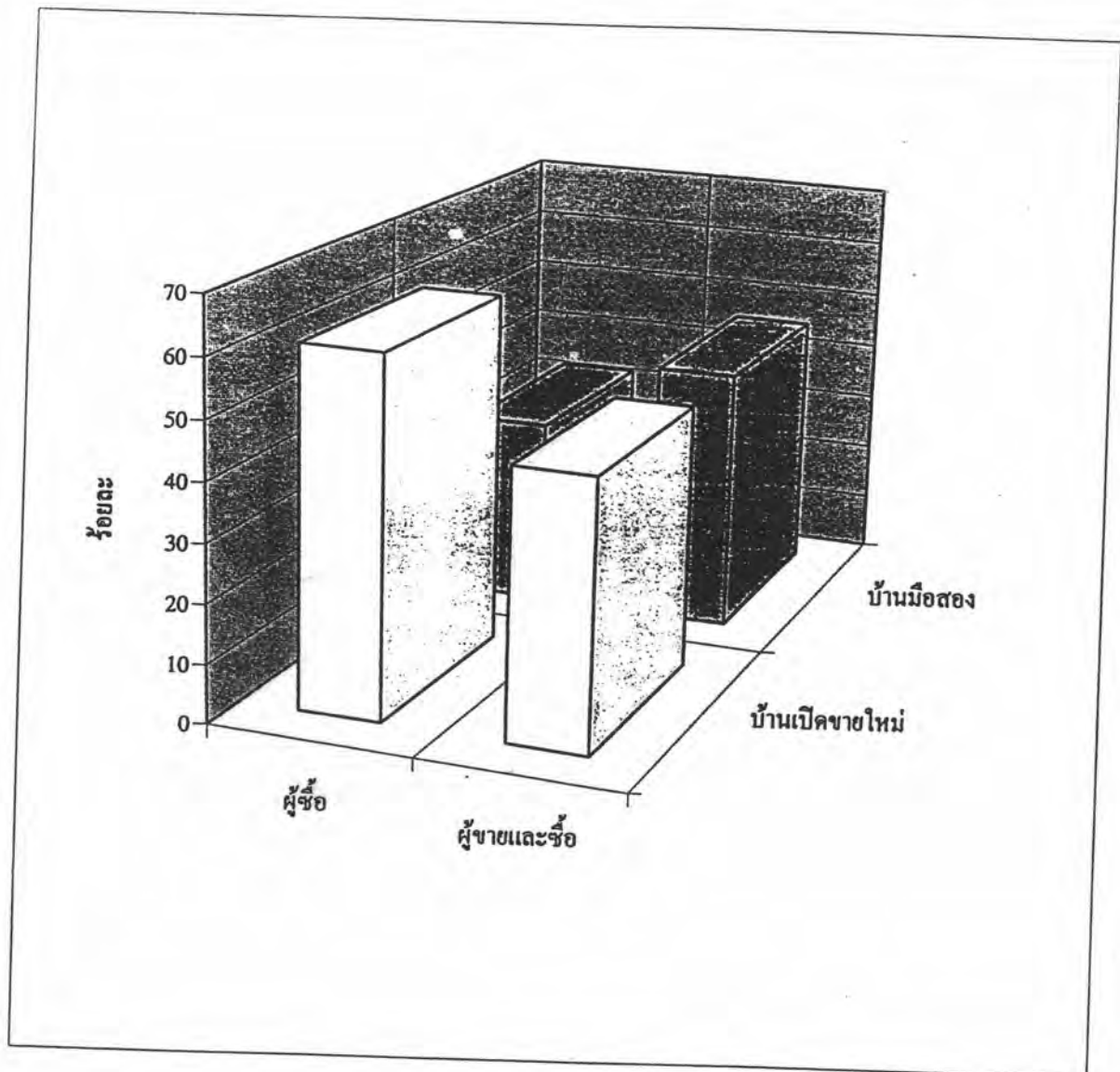
ส่วนปัจจัยที่ 4 สภาพบ้าน เหมาะสมกับราคา ไม่ต้องซ่อมแซม

ส่วนปัจจัยอันดับ 5 การเข้าอยู่ได้ทันที เนื่องจากบางรายถูกไล่ที่ หรืออยู่บ้านเช่าหากไม่สามารถเข้าอยู่ได้ทันที จะต้องเสียค่าใช้จ่าย 2 คอ คือค่าเช่า และเงินผ่อนชำระบ้านที่ซื้อใหม่ รวมทั้งสภาพแวดล้อมดี มีความสงบ

ตารางที่ 5.4.3 ประเภทบ้านที่วางแผนจะซื้อครั้งแรกของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

ประเภทบ้าน	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บ้านเปิดขายใหม่	60.9	45.5	53.2
บ้านมือสอง	32.6	45.5	39
ไม่ตอบ	6.5	9	7.8
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114

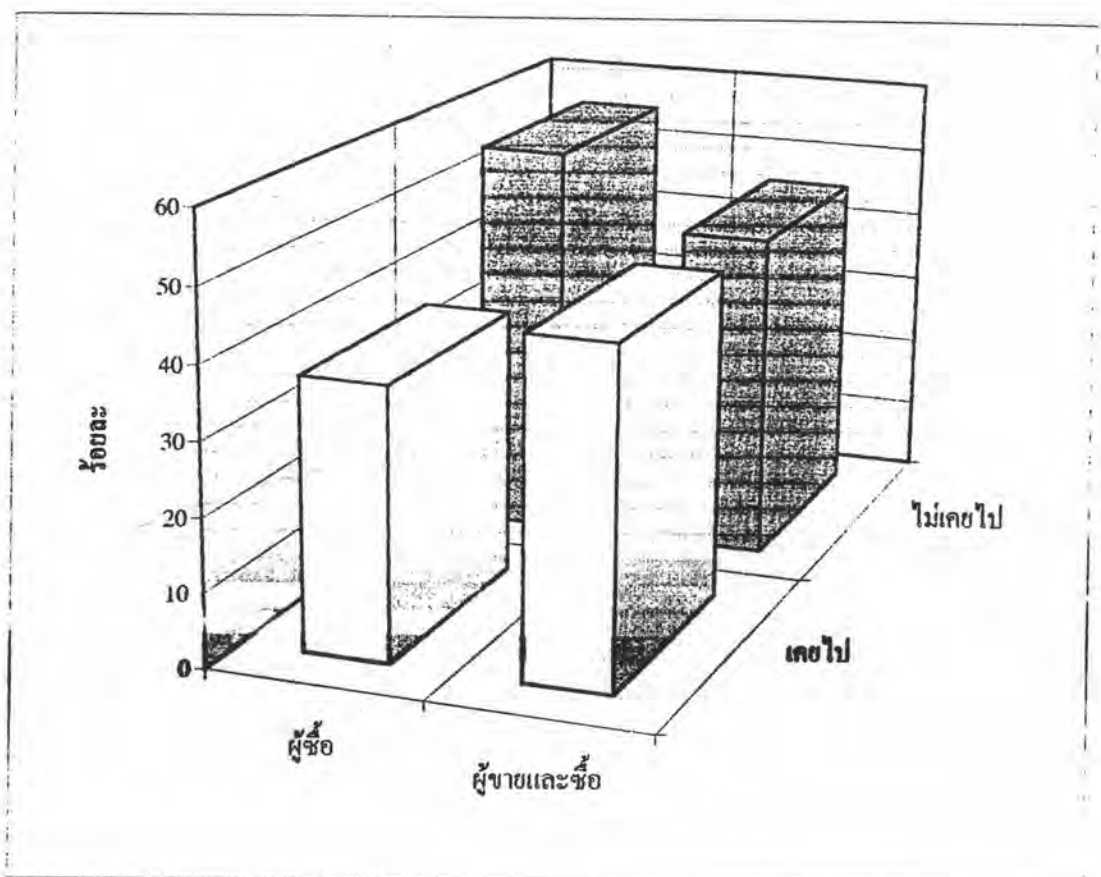
แผนภูมิที่ 5.4.3 ประเภทบ้านที่วางแผนจะซื้อครั้งแรกของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ



ตารางที่ 5.4.4 การเคยไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่ของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

ลักษณะของการไปดูบ้านใหม่	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เคยไป	37	45.5	41.3
ไม่เคยไป	55.4	45.5	50.5
ไม่ตอบ	7.6	9	8.3
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114

แผนภูมิที่ 5.4.4 การเคยไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่ของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ



ตารางที่ 5.4.5 จำนวนโครงการบ้านใหม่ที่ผู้ซื้อบ้านมือสองเคยไปดู

จำนวนโครงการบ้านใหม่	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
1 โครงการ	28.6	26.3	27.5
2-5 โครงการ	37.5	26.3	31.9
6-10 โครงการ	21.4	23.7	22.6
ไม่ตอบ	12.5	23.7	18.1
รวม	100	100	100.0

ตารางที่ 5.4.6 เหตุผลที่ไปดูบ้านเปิดโครงการใหม่แล้วไม่ซื้อของผู้ซื้อบ้านมือสอง

เหตุผลที่ไม่ซื้อบ้านใหม่ที่ไปดู	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ราคาสูง	14	15.4	14.7
มีเงินไม่พอ	7	0	3.5
ไกล	32.6	46.2	39.4
ห่างจากถนนใหญ่	2.3	7.7	5.0
เดินทางไม่สะดวก	9.3	7.7	8.5
น้ำท่วม	2.3	0	1.2
เคยวางเงินค้ำแล้วไม่สร้าง	9.3	0	4.7
ระยะเวลานานกว่าจะสร้างเสร็จ	7	0	3.5
ต้องการเห็นรูปแบบบ้านเมื่อสร้างเสร็จ	2.3	7.7	5.0
ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่อาคารไม่พอ	2.3	0	1.2
ขนาดพื้นที่ดินที่ขายไม่ตรงกับของจริง	2.3	0	1.2
ไม่ชอบแบบบ้าน	4.7	0	2.4
ไม่ปลอดภัย	2.3	7.7	5.0
ไม่เหมาะสมธุรกิจการค้า	2.3	7.7	5.0
รวม	100	100	100

ตารางที่ 5.4.7 สาเหตุในการเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)				รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	ไม่มีค่าความสำคัญ			
ราคาถูกกว่าบ้านใหม่	9.8	9.8	9.8	70.7	100	1.6	3
เดินทางสะดวก	1.1	4.3	5.4	89.1	100	1.2	5
อยู่ในทำเลที่ต้องการ	66.3	17.4	6.5	9.8	100	3.4	1
เข้าอยู่ได้ทันที	15.2	33.7	9.8	41.3	100	2.2	2
ตกแต่งแล้วหรือมีเฟอร์นิเจอร์พร้อม	0	4.3	14.1	81.5	100	1.2	5
อื่นๆ	6.5	6.5	9.8	77.2	100	1.4	4



ตารางที่ 5.4.8 สาเหตุในการเลือกซื้อบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
ราคาถูกกว่าบ้านใหม่	13.6	4.5	4.5	100	1.5	3
เดินทางสะดวก	4.5	0	0	100	1.1	5
อยู่ในทำเลที่ต้องการ	81.8	9.1	0	100	3.6	1
เข้าอยู่ได้ทันที	4.5	45.5	9.1	100	2.1	2
ตกแต่งแล้วหรือมีเฟอร์นิเจอร์พร้อม	0	0	4.5	100	1.0	6
อื่นๆ	0	9.1	22.7	100	1.4	4

ตารางที่ 5.4.9 ปัจจัยหลักในการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้าน

ปัจจัยหลัก	ลำดับความสำคัญ(%)					รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5			
ราคา	25.0	32.6	13.0	8.7	8.7	100	4.2	2
ทำเล	53.3	27.2	5.4	3.3	2.2	100	5.0	1
การเดินทางสะดวก	7.6	26.1	32.6	15.2	4.3	100	3.8	3
สภาพบ้าน	3.3	4.3	13.0	20.7	10.9	100	2.3	4
รูปแบบการก่อสร้าง	0	0	3.3	4.3	7.6	100	1.3	8
สาธารณูปโภค สาธารณูปการ	0	0	8.7	14.1	12.0	100	1.7	6
สิ่งอำนวยความสะดวก	0	0	3.3	4.3	7.6	100	1.3	8
สภาพแวดล้อม	5.4	2.2	8.7	9.8	17.4	100	2.0	5
เพื่อนบ้าน	2.2	4.3	1.1	3.3	5.4	100	1.4	7
เข้าอยู่ได้ทันที	4.3	3.3	7.6	13.0	13.0	100	2.0	5
ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน	1.1	0	1.1	1.1	0	100	1.1	9
อื่น ๆ	1.1	0	0	0	0	100	1.1	9

สิ่งที่คำนึงถึงเกี่ยวกับปัจจัยหลัก	ลำดับความสำคัญ		ไม่ ความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	1	2				
<b>ราคา</b>						
ราคาเหมาะสมกับสภาพบ้าน	52.7	13.2	34.1	100	2.2	1
ราคาถูกกว่าบ้านใหม่	9.8	15.2	75.0	100	1.3	3
ค่าเช่าซื้อผ่อนได้	7.6	23.9	68.5	100	1.4	2
มีเงินออมมากพอ	7.6	19.6	72.8	100	1.3	3
อื่น ๆ	4.3	3.3	92.4	100	1.1	4
<b>ทำเล</b>						
อยู่ใกล้ที่ทำงาน/ที่เรียน	21.3	7.4	71.3	100	1.5	2
อยู่ใกล้ที่ทำงาน/ศูนย์รวม	3.1	9.2	87.7	100	1.2	5
อยู่ใกล้ ร.ร บุตร	7.6	13.0	79.3	100	1.3	4
อยู่ใกล้พ่อแม่ ญาติ	19.6	7.6	72.8	100	1.5	2
อยู่ใกล้ถนนใหญ่	21.7	20.7	57.6	100	1.6	1
อื่น ๆ	14.1	10.9	75.0	100	1.4	3
<b>การเดินทางสะดวก</b>						
ไปทำงาน/ที่เรียน/ศูนย์รวม	37.0	13.0	50.0	100	1.9	1
ไป ร.ร บุตร	18.5	14.1	67.4	100	1.5	3
ไปตลาด ศูนย์การค้า	22.8	34.8	42.4	100	1.8	2
<b>สภาพบ้าน</b>						
ไม่รำคาญมาก พอซ่อมได้	18.5	13.0	68.5	100	1.5	2
เหมาะสมกับราคา	38.0	10.9	51.1	100	1.9	1
อื่น ๆ	1.1	6.5	92.4	100	1.1	3
<b>รูปแบบการก่อสร้าง</b>						
การออกแบบบ้าน	5.5	3.3	91.2	100	1.1	2
คุณภาพงานก่อสร้าง	5.4	3.3	91.3	100	1.1	2
ประโยชน์ใช้สอย	4.3	8.7	87.0	100	1.2	1
จำนวนห้อง	0.0	2.0	97.8	100	1.0	3
พื้นที่ใช้สอย ขนาดอาคาร	9.8	2.2	88.0	100	1.2	1
อื่น ๆ	0.0	0.0	100.0	100	1.0	3
<b>สาธารณูปโภค สาธารณูปการ</b>						
ขนาดถนน ขอบ	13.0	8.7	78.3	100	1.3	2
ระบบกำจัดน้ำเสีย	2.2	1.1	96.7	100	1.1	3
การระบายน้ำ น้ำไม่ท่วม	17.6	6.6	75.8	100	1.4	1
มีน้ำประปาไหลแรง	4.3	4.3	91.3	100	1.1	3
มีโทรศัพท์	2.2	9.8	88.0	100	1.1	3
อื่น ๆ	2.2	1.1	96.7	100	1.1	3
<b>สิ่งแวดล้อมความสะดวก</b>						
ยามตลอด 24 ชั่วโมง	15.2	5.4	79.3	100	1.4	1
ปลอดภัย	0.0	1.1	99.0	100	1.0	3
สะดวกน้ำ สถานนอกกำลังภายใน	2.2	4.3	93.5	100	1.1	2
สวนสาธารณะ	2.2	3.3	94.6	100	1.1	2
รถรับส่งถึงหมู่บ้าน	1.1	4.3	94.6	100	1.1	2
อื่น ๆ	1.0	0.0	99.0	100	1.0	3
<b>สภาพแวดล้อม</b>						
มีความสงบ	42.4	6.5	51.1	100	1.9	1
ไม่มีมลภาวะทางเสียงและอากาศ	5.4	33.7	60.9	100	1.4	2
อื่น ๆ	2.2	0.0	97.8	100	1.0	3
<b>เพื่อนบ้าน</b>						
มีลักษณะสังคมเดียวกับท่าน	8.7	1.1	90.2	100	1.2	2
นิสัยดี มีน้ำใจ	8.7	8.7	82.6	100	1.3	1
ไม่ก่อปัญหา รำคาญใจ	9.8	7.6	82.6	100	1.3	1
<b>เข้าอยู่ได้ทันที</b>						
สร้างเสร็จแล้ว	48.9	2.2	48.9	100	2.0	1
ตกแต่งมีเฟอร์นิเจอร์พร้อม	8.7	20.7	70.7	100	1.4	2
<b>ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน</b>						
สร้างบ้านมีคุณภาพ	10.9	1.1	88.0	100	1.2	1
รูปแบบอาคารสวย	2.2	3.3	94.6	100	1.1	2
จัดรูปแบบหมู่บ้านดี	3.3	4.3	92.4	100	1.1	2
<b>อื่น ๆ</b>						
ประวัติหมู่บ้าน	1.1	0.0	98.9	100	1.0	1
ขยายครอบครัว	0.0	1.1	98.9	100	1.0	1
ต้องการบ้านเป็นของตัวเอง	0.0	0.0	99.9	100	1.0	1

ตารางที่ 5.4.11 ปัจจัยหลักในการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

ปัจจัยหลัก	ลำดับความสำคัญ(%)					ไม่มีความสำคัญ	รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5				
ราคา	27.3	18.2	18.2	9.1	4.5	22.7	100	3.9	2
ทำเล	45.5	22.7	9.1	0	4.5	18.2	100	4.5	1
การเดินทางสะดวก	22.7	9.1	27.3	4.5	4.5	31.8	100	3.5	3
สภาพบ้าน	0	18.2	9.1	27.3	4.5	40.9	100	2.6	4
รูปแบบการก่อสร้าง	0	4.5	4.5	0	0	90.9	100	1.3	8
สาธารณูปโภค สาธารณูปการ	0	0	0	13.6	9.1	77.3	100	1.4	7
สิ่งอำนวยความสะดวก	0	0	0	4.5	13.6	81.8	100	1.2	9
สภาพแวดล้อม	0	13.6	13.6	9.1	4.5	59.1	100	2.2	5
เพื่อนบ้าน	0	0	0	4.5	4.5	90.9	100	1.1	10
เข้าอยู่ได้ทันที	0	9.1	4.5	0	4.5	81.8	100	1.5	6
ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน	0	0	0	0	0	100.0	100	1.0	11
อื่น ๆ	4.5	0	0	0	0	95.5	100	1.2	9

ตารางที่ 5.4.12 ปัจจัยย่อยในการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

สิ่งที่กำลังคิดถึงเกี่ยวกับปัจจัยหลัก	ลำดับความสำคัญ			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	ลำดับที่1	ลำดับที่2	ไม่ให้ความสำคัญ			
ราคาเหมาะสมกับสภาพบ้าน	31.8	0	68.2	100	1.6	1
ราคาถูกกว่าบ้านใหม่	9.1	0	90.9	100	1.2	3
ค่าเช่าซื้อผ่อนได้	0	22.7	77.3	100	1.2	3
มีเงินออมมากพอ	0	4.5	95.5	100	1.0	4
อื่น ๆ	18.2	0	81.8	100	1.4	2
<b>ทำเล</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	9.1	9.1	81.8	100	1.3	2
อยู่ใกล้ที่ทำงานผู้สมรส	9.5	0	90.5	100	1.2	3
อยู่ใกล้ ร.ร บุตร	4.5	4.5	90.9	100	1.1	4
อยู่ใกล้พ่อแม่ญาติ	9.1	4.5	86.4	100	1.2	3
อยู่ใกล้ถนนใหญ่	0	10	90	100	1.1	4
อื่น ๆ	27.3	4.5	68.2	100	1.6	1
<b>การเดินทางสะดวก</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
ไปทำงานผ่านผู้สมรส	4.5	4.5	90.9	100	1.1	2
ไป ร.ร บุตร	4.5	4.5	90.9	100	1.1	2
ไปตลาด ศูนย์การค้า	9.1	4.5	86.4	100	1.2	1
<b>สภาพบ้าน</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
ไม่ชำรุดมาก พอซ่อมได้	4.5	4.5	90.9	100	1.1	2
เหมาะสมกับราคา	9.1	4.5	86.4	100	1.2	1
อื่น ๆ	4.5	0	95.5	100	1.1	2
<b>รูปแบบการก่อสร้าง</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
กรอบแบบบ้าน	0	0	100	100	1.0	0
คุณภาพงานก่อสร้าง	0	0	100	100	1.0	0
ประโยชน์ใช้สอย	4.5	0	95.5	100	1.1	1
จำนวนห้อง	0	0	100	100	1.0	0
พื้นที่ใช้สอย ขนาดอาคาร	0	0	100	100	1.0	0
อื่น ๆ	0	4.5	95.5	100	1.0	0
<b>สาธารณูปโภค สาธารณูปการ</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
ขนาดถนน ซอย	4.5	9.1	86.4	100	1.2	2
ระบบกำจัดน้ำเสีย	0	0	100	100	1.0	0
การระบายน้ำ น้ำไม่ท่วม	13.6	9.1	77.3	100	1.4	1
มีน้ำประปาไหลแรง	0	0	100	100	1.0	0
มีโทรศัพท์	0	4.5	95.5	100	1.0	3
อื่น ๆ	0	0	100	100	1.0	0
<b>สิ่งอำนวยความสะดวก</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
ชมตลอด 24 ชั่วโมง	0	0	100	100	1.0	0
สโมสร	0	0	100	100	1.0	0
สระว่ายน้ำ สถานออกกำลังกาย	0	0	100	100	1.0	0
สวนสาธารณะ	0	0	100	100	1.0	0
รถรับส่งถึงหมู่บ้าน	0	4.5	95.5	100	1.0	0
อื่น ๆ	0	0	100	100	1.0	0
<b>สภาพแวดล้อม</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
มีความสงบ	4.5	4.5	90.9	100	1.1	1
ไม่มีมลภาวะจากเสียง	4.5	4.5	90.9	100	1.1	1
อื่น ๆ	0	0	100	100	1.0	0
<b>เพื่อนบ้าน</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
มีลักษณะสังคมเดียวกับท่าน	13.6	0	86.4	100	1.3	1
นิสัยดี มีน้ำใจ	0	13.6	86.4	100	1.1	2
ไม่ก่อปัญหา รบกวนใจ	0	0	100	100	1.0	0
<b>เข้าอยู่ได้ทันที</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
สร้างเสร็จแล้ว	4.8	0	95.2	100	1.1	0
คนแค่งมีเฟอร์นิเจอร์พร้อม	4.5	4.5	90.9	100	1.1	0
<b>ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
สร้างบ้านมีคุณภาพ	4.5	0	95.5	100	1.1	1
รูปแบบอาคารสวย	0	4.5	95.5	100	1.0	2
จัดรูปแบบหมู่บ้านดี	0	4.5	95.5	100	1.0	2
<b>อื่น ๆ</b>	<b>ลำดับที่1</b>	<b>ลำดับที่2</b>	<b>ไม่ให้ความสำคัญ</b>	<b>รวม</b>	<b>INDEX</b>	<b>ลำดับความสำคัญ</b>
ประวัติหมู่บ้าน	0	0	100	100	1.0	0
ขายครอบครัว	0	0	100	100	1.0	0
ต้องการบ้านเป็นของตัวเอง	0	0	100	100	1.0	0

กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ มีปัจจัยในการเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ อันดับแรก ทำเล อยู่ติดกับบ้านเดิม อยู่ใกล้ที่ทำงาน และอยู่ใกล้บ้านพ่อแม่ ปัจจัยอันดับที่สอง คือ ราคา ราคาเหมาะสมกับสภาพบ้าน ปัจจัยอันดับที่ 3 คือ การเดินทางสะดวก ในการไปทำงาน ศูนย์การค้า รร.บุตร ปัจจัยอันดับที่ 4 สภาพบ้าน มีความเหมาะสมกับราคา ปัจจัยอันดับที่ 5 คือสภาพแวดล้อม

#### 7. ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ผู้ที่มีอาชีพ ลูกจ้างเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องทำเลมากที่สุด ร้อยละ 17.9 ,18.5,19.9 ตามลำดับ ปัจจัยรองลงมา ลูกจ้างเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว เลือกราคาและการเดินทางสะดวกอัตราส่วนเท่ากัน คือร้อยละ 17.4,17.5 ตามลำดับ ส่วนข้าราชการข้าราชการจะเลือกการเดินทางสะดวกมากที่สุดร้อยละ 20.5 รองลงมาเป็นทำเล ร้อยละ 17.9 ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกปัจจัยเรื่องราคา ทำเล สภาพบ้าน อัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 25 ส่วนปัจจัยอื่น ของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คือ การเข้าอยู่ได้ทันที ร้อยละ 10.3 และ 12.5

กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ผู้มีอาชีพข้าราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัวเลือก ราคา และทำเล ในอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 17.65, 17.02 ตามลำดับ รองลงมาเป็นการเดินทางสะดวก เลือก การเดินทางสะดวก ร้อยละ 14.89 และ 11.76 ตามลำดับ ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกปัจจัยในเรื่อง ราคา ทำเล การเดินทางสะดวก ในอัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 25 ส่วนปัจจัยอื่น ข้าราชการจะเลือก สภาพแวดล้อม เพื่อบ้านการเข้าอยู่ได้ทันทีอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 5.88 สำหรับผู้ประกอบอาชีพส่วนตัวจะเลือก สภาพแวดล้อมและเพื่อนบ้านในอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 12.77

#### 8. เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ชายบ้านในเขตบางกะปิและกลับมาซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิอีก เพราะเป็นสถานที่ประกอบธุรกิจ ร้อยละ 47.6 รองลงมาอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือสถานที่ประกอบธุรกิจ ร้อยละ 23.8 เหตุผลอื่น ๆคือ อยู่ใกล้ญาติ ใกล้โรงเรียนบุตร เดินทางสะดวกคุ้นเคยพื้นที่ สภาพแวดล้อมดี ลงทุนซื้อขายบ้านมือสอง มีอัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 4.8

กลุ่มตัวอย่างกลับมาซื้อหมู่บ้านเดิมอีก เนื่องจากมีสถานที่ประกอบธุรกิจในเขตบางกะปิ ร้อยละ 57.1 ส่วนเหตุผลอื่นมีอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 14.3 คือ เป็นพื้นที่คุ้นเคยไม่ต้องปรับตัวใหม่ ทำธุรกิจซื้อขายบ้านมือสองในหมู่บ้าน ใกล้บ้านญาติ

ตารางที่ 5.4.12.1

ความสัมพันธ์อาชีพกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ  
ของกลุ่มตัวอย่างซื้อ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	ข้าราชการ	พนักงาน	ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว
		รัฐวิสาหกิจ		
ราคา	15.4	25.0	17.4	17.5
ทำเล	17.9	25.0	18.5	19.9
การเดินทางสะดวก	20.5	0.0	17.4	17.5
สภาพบ้าน	7.7	25.0	11.4	10.8
รูปแบบการก่อสร้าง	2.6	0.0	4.3	3.0
สาธารณูปโภคสาธารณูปการ	15.4	12.5	6.0	6.6
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.0	0.0	4.9	1.2
สภาพแวดล้อม	10.3	0.0	10.3	8.4
เพื่อนบ้าน	0.0	0.0	3.3	3.6
เข้าอยู่ได้ทันที	10.3	12.5	6.5	9.6
ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน	0.0	0.0	0.0	1.2
อื่น ๆ	0.0	0.0	0.0	0.6
รวม	100	100	100	100

ตารางที่ 5.4.12.2 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยในการ  
ตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	ข้าราชการ	พนักงาน	ธุรกิจส่วนตัว
		รัฐวิสาหกิจ	
ราคา	17.65	25.00	17.02
ทำเล	17.65	25.00	17.02
การเดินทางสะดวก	11.76	25.00	14.89
สภาพบ้าน	17.65	25.00	10.64
รูปแบบการก่อสร้าง	5.88	0.00	2.13
สาธารณูปโภคสาธารณูปการ	0.00	0.00	4.26
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.00	0.00	6.38
สภาพแวดล้อม	5.88	0.00	12.77
เพื่อนบ้าน	5.88	0.00	12.77
เข้าอยู่ได้ทันที	5.88	0.00	2.13
ชื่อเสียงเจ้าของหมู่บ้าน	5.88	0.00	0.00
อื่น ๆ	5.88	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 5.2.13 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกระบือ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสถานที่ประกอบธุรกิจ	10	47.6
ใกล้ที่ทำงานหรือสถานที่ประกอบธุรกิจ	5	23.8
อยู่ใกล้ญาติ	1	4.8
ใกล้โรงเรียนลูก	1	4.8
เดินทางสะดวก	1	4.8
คุ้นเคยพื้นที่ ไม่ต้องปรับตัวใหม่	1	4.8
สภาพแวดล้อมดี	1	4.8
ลงทุนซื้อขายบ้านมือสอง	1	4.8
รวม	21	100

ตารางที่ 5.4.14 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ ขายบ้านแล้วกลับมาซื้อบ้านในหมู่บ้านเดียวกัน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มีสถานที่ประกอบธุรกิจในเขตบางกระบือ	4	57.1
พื้นที่คุ้นเคยไม่ต้องปรับตัวใหม่	1	14.3
ทำธุรกิจซื้อขายบ้านมือสอง	1	14.3
ใกล้บ้านญาติ	1	14.3
รวม	7	100



ตารางที่ 5.4.15 วิธีการซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

วิธีการซื้อบ้านมือสอง	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ติดต่อกับผู้ซื้อบ้าน โดยตรง	84.8	95.5	90.2
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	1.1	0	0.6
ผ่านนายหน้าสมัครเล่น	10.9	4.5	7.7
ผ่านตัวแทนนายหน้ามืออาชีพอิสระ	1.1	0	0.6
บริษัทนายหน้าระบบเฟรนไชน์	1.1	0	0.6
บริษัทนายหน้าไทยทั่วไป	1	0	0.5
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114

ตารางที่ 5.4.16 การรับทราบข้อมูลบ้านมือสองของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ

แหล่งข้อมูลบ้านมือสอง	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เจ้าของบ้านบอกเอง	5.6	5.3	5.5
เพื่อนและญาติแนะนำ	56.1	47.4	51.8
จากป้ายโฆษณา	21.5	42	31.8
หนังสือพิมพ์รายวัน	10.3	0	5.2
นิตยสารรายสัปดาห์	5.6	0	2.8
อื่น ๆ	0.9	5.3	3.1
รวม	100	100	100

### 9. รูปแบบการซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และผู้ขายและซื้อ ซื้อบ้านมือสองโดยติดต่อกับเจ้าของบ้าน โดยตรงคิดเป็นร้อยละ 90.2 รองลงมาซื้อ โดยผ่านนายหน้าสมัครเล่น ร้อยละ 7.7

### 10. การรับทราบข้อมูลบ้านมือสอง

ผู้ซื้อบ้านมือสองส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลบ้านมือสองจากเพื่อนและญาติแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาทราบ จากป้ายโฆษณาที่ติดไว้บ้านที่ขาย ร้อยละ 31.8

### 11. จำนวนโครงการบ้านมือสองที่นำมาเปรียบเทียบกับบ้านที่จะซื้อและจำนวนครั้งที่ไปดูบ้าน

ผู้ซื้อบ้านมือสองจะเปรียบเทียบโครงการบ้านมือสองกับบ้านมือสองที่จะซื้อเป็นจำนวน 2-4 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ ไม่เปรียบเทียบคิดเป็นร้อยละ 26.6 ซึ่งสาเหตุที่ไม่เปรียบเทียบ เป็นการซื้อเจาะจงทำเล อาทิ อยู่ใกล้ญาติพี่น้อง หรือเคยเช่าพักอาศัยมาก่อน หรืออยู่ติดกับหลังบ้านหลังเดิม

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจะดูบ้านที่จะซื้อ 2-4 ครั้งก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.8

### 13. การปรึกษาและตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

ก่อนการตัดสินใจซื้อกลุ่มตัวอย่าง ได้พานักคนอื่น ไปช่วยดูบ้านส่วนใหญ่จะเป็น คู่สมรสคิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ พ่อแม่ญาติคิดเป็นร้อยละ 24.9 กลุ่มตัวอย่างจะปรึกษากับ คู่สมรส ร้อยละ 42.3 รองลงมา พ่อแม่และญาติ ร้อยละ 25.2 กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจซื้อเอง คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมา คือปรึกษาด้วยกัน โดยตัดสินใจร่วมกันกับคู่สมรส

### 14. เงื่อนไขการซื้อบ้านมือสอง

เงื่อนไขการชำระเงินซื้อบ้านมือสองของผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ ส่วนใหญ่จะซื้อเงินผ่อนคิดเป็นร้อยละ 58.6 และชำระเป็นเงินสดร้อยละ 36.4 โดยผ่อนกับธนาคารพาณิชย์ร้อยละ 80.7 รองลงมาจะผ่อนกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ร้อยละ 15.7 ระยะเวลาที่ผ่อนชำระ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.4 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อบ้านมือสองจะผ่อนกับเจ้าของบ้านได้ระยะเวลา 5 ปี

สำหรับเงินส่วนที่ต้องชำระเป็นเงินสด ก่อนผ่อนกับธนาคารหรือสถาบันการเงิน จะได้จากเงินออมที่เก็บไว้ ร้อยละ 60.4 รองลงมา ผู้ที่เป็นนักศึกษาหรือเริ่มทำงานจะได้เงินจาก เงินมรดกหรือเงินที่พ่อแม่หรือญาติให้มาโดยเสน่หากคิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 5.3.17 จำนวนโครงการบ้านมือสองที่นำมาเปรียบเทียบกับบ้านมือสองที่จะซื้อในเขตบางกะปิ

จำนวนโครงการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่เปรียบเทียบ	30.4	22.7	26.6
1 โครงการ	9.8	4.5	7.2
2-4 โครงการ	27.3	50	38.7
5-7 โครงการ	7.6	4.5	6.1
8-10โครงการ	10.9	9	10.0
ไม่ตอบ	14	9.3	11.7
จำนวน	100	100	100

ตารางที่ 5.4.18 จำนวนครั้งที่ไปดูบ้านมือสองหลังที่ซื้อก่อนตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อบ้านมือสอง

จำนวนครั้งที่ไปดู	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
ตัดสินใจซื้อทันที	30.4	0	15.2
1 ครั้ง	9.8	40.9	25.4
2-4 ครั้ง	27.3	36.3	31.8
5-7 ครั้ง	7.6	13.6	10.6
8-10 ครั้ง	10.9	0	5.5
ไม่ตอบ	14	9.2	11.6
รวม	100	100	100
จำนวน	92	42	114

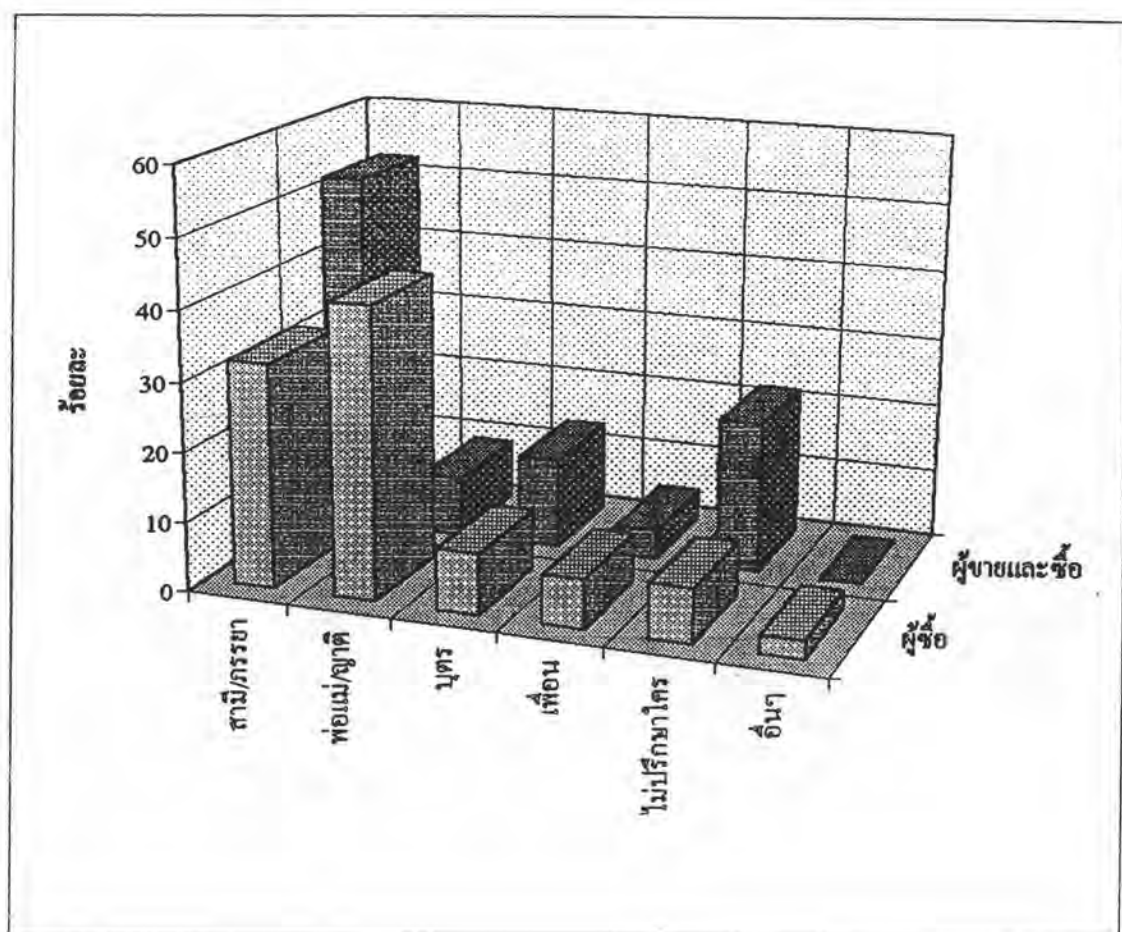
ตารางที่ 5.4.19: บุคคลที่พามาช่วยดูบ้านมือสองที่ซื้อ

บุคคลที่พามาช่วยดู	ผู้ชาย	ผู้หญิงและอื่น ๆ	รวม
คุณคนเดียว	11.2	23.8	17.5
สามีหรือภรรยา	33.6	33.3	33.5
พ่อแม่/ญาติ	30.8	19	24.9
บุตร	9.3	0	4.7
เพื่อน	10.1	9.5	9.8
สถาปนิก วิศวกร	0	4.8	2.4
อื่น ๆ	5	9.6	7.3
รวม	100	100	100.0
จำนวน	92	22	114

ตารางที่ 5.4.20 บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างปรึกษา ก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน

บุคคลที่ปรึกษา	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
สามี/ภรรยา	32.3	52.2	42.3
พ่อแม่/ญาติ	41.7	8.7	25.2
บุตร	8.7	13.1	10.9
เพื่อน	7	4.3	5.7
ไม่ปรึกษาใคร	7.7	21.7	14.7
อื่นๆ	2.6	0	1.3
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.4.20. บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างปรึกษา ก่อนตัดสินใจซื้อบ้าน



ตารางที่ 5.4.21 บุคคลที่ตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

บุคคลที่ตัดสินใจซื้อ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ตนเอง	60.2	40	50.1
สามีหรือภรรยา	14.8	4	9.4
พ่อแม่/ญาติ	11.4	8	9.7
เพื่อน	1.1	4	2.6
ตัดสินใจร่วมกัน	12.5	44	28.3
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114



ตารางที่ 5.4.22 เงื่อนไขการชำระเงินซื้อบ้านมือสอง

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เงินสด	22.8	50	36.4
เงินผ่อน	71.7	45.5	58.6
ไม่ตอบ	5.5	4.5	5.0
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114

ตารางที่ 5.4.23 ประเภทสถาบันการเงินที่ผ่อนชำระค่าเช่าซื้อบ้านมือสอง

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ธนาคารพาณิชย์	61.4	100	80.7
ธนาคารสงเคราะห์	31.4	0	15.7
บริษัทเงินทุน	4.3	0	2.2
สหกรณ์ออมทรัพย์	1.4	0	0.7
ผ่อนกับเจ้าของบ้านเดิม	1.4	0	0.7
รวม	100	100	100

ตารางที่ 5.4.24 จำนวนปีที่ผ่อนชำระค่าเช่าซื้อบ้านมือสอง

จำนวนปี	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ต่ำกว่า 5 ปี	4.3	9.1	6.7
5ปี	4.3	9.1	6.7
6-10 ปี	29	36.4	32.7
11-15ปี	33.3	45.5	39.4
16-20 ปี	17.4	0	8.7
มากกว่า 20 ปี	11.6	0	5.8
รวม	100	100	100

ตารางที่ 5.4.25 แหล่งที่มาของเงินบริจาคของมูลนิธิเพื่อพัฒนาชนบทของจังหวัดน่าน การจำแนกประเภท  
ก่อนการมอบทรัพย์สินบริจาค

ประเภท	ผู้ขอ	ผู้ขายและขอ	รวม
เงินมอบ	60.4	60.4	60.4
เงินบริจาคหรือเงินที่ผู้บริจาคมอบมาให้	13.9	13.9	13.9
โดยสหภาพ	5.9	5.9	5.9
เงินที่ผู้บริจาคการที่ทำงาน	11.9	11.9	11.9
อื่น ๆ	7.9	7.9	7.9
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	114

13.9 ซึ่งส่วนใหญ่คนที่ได้เงินจากพ่อแม่จะมีคนที่เป็นผู้ใหญ่อยู่ด้วยรวมทั้งงาน หรืออยู่  
ในวัยศึกษา และพ่อแม่ส่วนใหญ่ในวัยของบุตร

15. ค่าซ่อมแซมบ้านมีผลต่อการอยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่ที่มีผลต่อการซ่อมแซมบ้านก่อนการอยู่อาศัย

อาศัยเป็นร้อยละ 68.5 และไม่ใช้ค่าซ่อมแซมบ้านคิดเป็นร้อยละ 31.5

ค่าซ่อมแซมบ้านที่กลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยช่วงอายุระหว่าง 100,000-500,000 บาท คิดเป็นร้อย

ละ 26.3 ของลงมาใช้ค่าตกแต่งซ่อมแซม 50,000-100,000 บาท ร้อยละ 19.7 เมื่อจำแนกตามกลุ่ม

ตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่จะเฉลี่ยค่าซ่อมแซม 10,000-50,000 บาท ร้อยละ 26.1 ของลง

มาใช้ค่าซ่อมแซม 100,000-500,000 บาท ร้อยละ 20.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุและผู้

สูงอายุ 100,000-500,000 บาท ร้อยละ 31.8 ของลงมาใช้ค่าซ่อมแซม 50,000-100,000 บาท ร้อยละ

27.3

16. ทัศนคติที่มีต่อปัญหาที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุเห็นว่า ปัญหาที่แก้แล้วแต่แก้ไม่หมดใหม่ ร้อยละ 48.3

และเห็นว่า ปัญหาที่แก้แล้วแต่แก้ไม่หมดใหม่ ร้อยละ 49.4 และเห็นว่า ปัญหาที่อยู่อาศัย

และเห็นว่า ร้อยละ 35.6 และเห็นว่า ปัญหาที่อยู่อาศัยใหม่ ร้อยละ 38.2

และไม่เห็นปัญหาที่อยู่อาศัยใหม่ เช่น มีคนตาย ร้อยละ 56.9 ไม่ถูกหลักวิทยาศาสตร์ (ตัวชี้วัดใหม่)

เช่น หน่วยงานต่างไม่พร้อม ร้อยละ 51.1

17. ความพึงพอใจในปัญหาที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่ที่มีความพึงพอใจในปัญหาที่อยู่อาศัย

ผู้มีการศึกษาระดับและต่ำกว่า ร้อยละ 4.4 การเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.1 การเดินทางไปที่

ของวัย ร้อยละ 4 ความสะดวกในการเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.4 การเดินทางไปที่ทำงาน

4 ส่วนในจำนวน 7 ปัญหาในแง่และ

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุและเยาวชนของความถี่ของการเดินทางไปที่

ศึกษา ร้อยละ 4.4 การเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.4 การเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.4

ผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ 4.3 การเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.3 การเดินทางไปที่ทำงาน ร้อยละ 4.3

4.1 ส่วนในจำนวนของความถี่ของการเดินทาง

ตารางที่ 5.4.26 ค่าตอบแทนเงินปันผลของกิจการสำหรับผู้ถือหุ้น

จำนวนเงิน	ผู้ถือหุ้น	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่เสีย	31.5	18.2	24.9
5,000-10,000	4.4	0	2.2
10,001-50,000	26.1	4.5	15.3
50,001-100,000	12.0	27.3	19.7
100,000-500,000	20.8	31.8	26.3
มากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป	2.2	18.2	10.2
ไม่ตอบ	3.0	0	1.5
รวม	100.0	100.0	100.0
จำนวน	92	22	114

ตารางที่ 5.4.27 ความคิดเกี่ยวกับบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ หลังจากที่ย้ายมาอยู่ในบ้านหลังปัจจุบันแล้ว

ความคิดเกี่ยวกับบ้านมือสอง	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
บ้านเก่าชำรุดต้องซ่อมบ่อย	12.4	49.4	30.3	7.9	100
บ้านเก่าที่มีปัญหา เช่นมีปลวก น้ำท่วม	16.7	35.6	35.6	12.1	100
บ้านเก่าตกแต่งแล้วก็เหมือนบ้านใหม่	28.1	48.3	16.9	6.7	100
เป็นบ้านใหม่ที่ไม่มีคนเคยอยู่	13.5	21.3	38.2	27	100
ประวัติบ้านไม่ดี เช่นมีคนตาย	10.2	10.2	22.7	56.9	100
ฮวงจุ้ยไม่ดีเช่น หนีบ้านเป็นทางสามแพร่ง	12.5	15.9	20.5	51.1	100

ตารางที่ 5.4.28 ความรู้สึกเกี่ยวกับบ้านมือสองของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ หลังจากที่ย้ายมาอยู่ในบ้านหลังปัจจุบันแล้ว

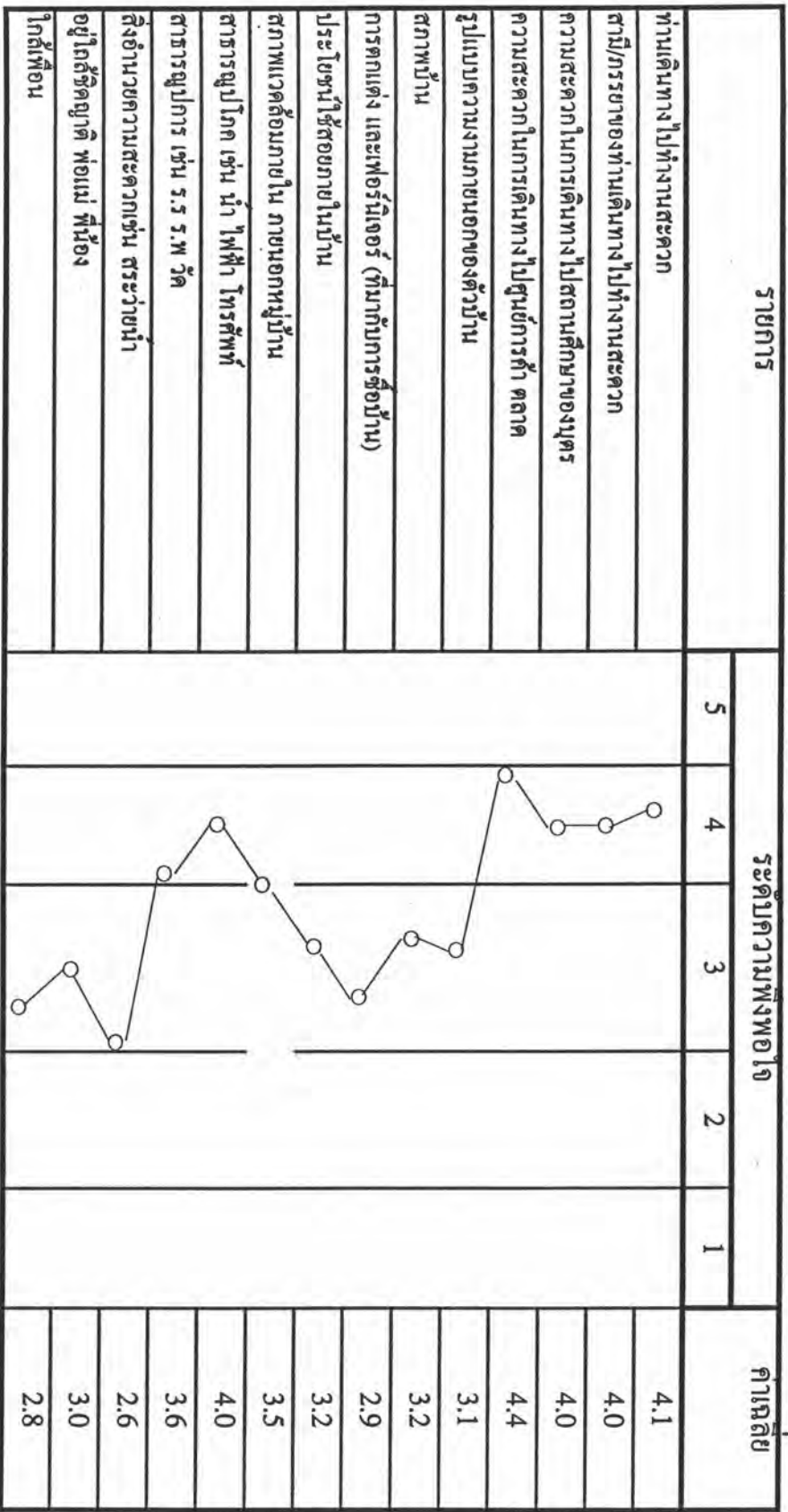
ความเกี่ยวข้องกับบ้านมือสอง	เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย ค่อนข้างน้อย	ไม่เห็นด้วย	รวม
บ้านเก่าชำรุดต้องซ่อมบ่อย	20	45	30	5	100
บ้านเก่าที่มีปัญหา เช่นมีปลวก น้ำท่วม	14.3	33.3	38.1	14.3	100
บ้านเก่าตกแต่แล้วก็มีบ้านใหม่	38.1	38.1	14.3	9.5	100
เป็นบ้านใหม่ที่ไม่มีคนเคยอยู่	26.3	42.1	15.8	15.8	100
ประวัติบ้านไม่ดี เช่นมีคนตาย	14.2	4.8	42.9	38.1	100
ดวงชัยไม่ดีเช่น หน้าบ้านเป็นทางสามแพร่ง	0	10.5	31.6	57.9	100



ตารางที่ 5.4.29 ความพอใจในบ้านหลังปิดชุมชนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ท่านเดินทางไปทำงานสะดวก	42	37.5	14.8	4.5	1.2	100	4.1
ตามี/กรรหาของท่านเดินทางไปทำงานสะดวก	35.6	39	20.3	3.4	1.7	100	4.0
ความสะดวกในการเดินทางไปที่สถานศึกษาของบุตร	36.1	32.7	27.9	3.3	0	100	4.0
ความสะดวกในการเดินทางไปสู่ศูนย์การค้า ตลาด	48.4	40.6	9.9	1.1	0	100	4.4
รูปแบบความงามภายนอกของตัวบ้าน	3.4	22.5	59.6	12.4	2.1	100	3.1
สภาพบ้าน	0	34.5	57.1	6	2.4	100	3.2
การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ (ที่มากับการซื้อบ้าน)	4.5	19.3	47.7	19.3	9.2	100	2.9
ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน	0	35.8	54.3	8.7	1.2	100	3.2
สภาพแวดล้อมภายใน ภายในนอกหมู่บ้าน	7.8	37.8	47.8	5.5	1.1	100	3.5
สาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์	24.2	54.9	18.7	1.1	1.1	100	4.0
สาธารณูปการ เช่น ร.ร. พ.ว.ค	13.3	44.4	35.6	5.6	1.1	100	3.6
ถึงอำนวยความสะดวกเช่น ระบายน้ำ	10.3	16.1	21.8	24.1	27.7	100	2.6
อยู่ใกล้ร้านค้า หอแม่ ที่นั่ง	20.2	19.1	24.7	16.9	19.1	100	3.0
ใกล้เพื่อน	7.8	16.7	37.8	23.3	14.4	100	2.8

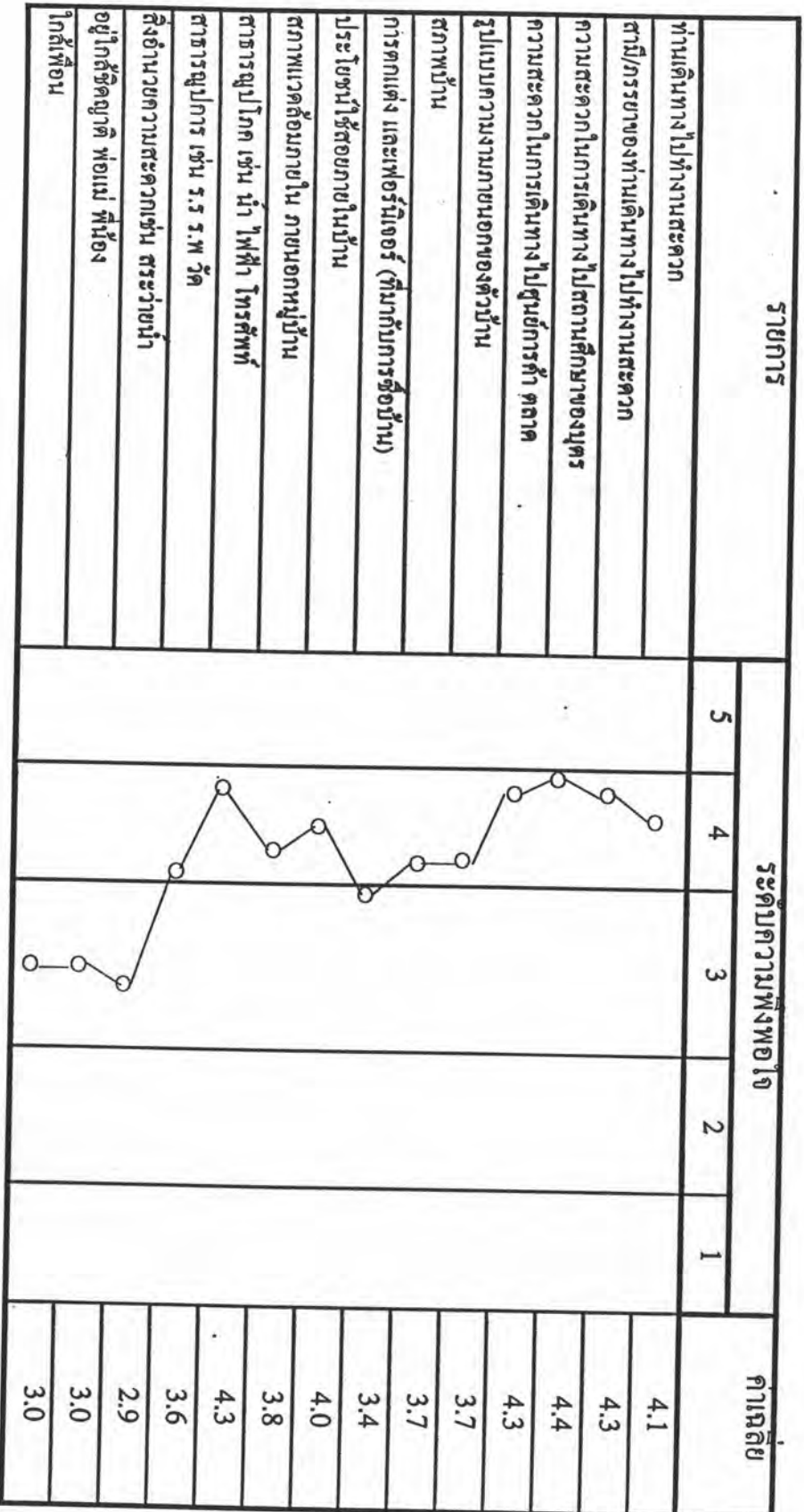
แผนภูมิที่ 5.4.29 ความพอใจในบ้านหลังปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ



ตารางที่ 5.4.30 ความพอใจในบ้านหลังปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ท่านเดินทางไปทำงานสะดวก	52.4	23.8	14.2	4.8	4.8	100	4.1
สามี/ภรรยาของท่านเดินทางไปทำงานสะดวก	52.6	31.6	10.5	0	5.3	100	4.3
ความสะดวกในการเดินทางไปตามสถานที่มาของบุตร	56.3	31.3	12.4	0	0	100	4.4
ความสะดวกในการเดินทางไปตามร้านค้า ตลาด	45.5	40.9	13.6	0	0	100	4.3
รูปแบบความงามภายนอกของตัวบ้าน	19	33.3	42.9	4.8	0	100	3.7
สภาพบ้าน	23.8	38.1	28.5	4.8	4.8	100	3.7
การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ (ที่มากับการซื้อบ้าน)	22.2	38.9	16.7	5.5	16.7	100	3.4
ประโยชน์ใช้สอยภายในบ้าน	27.3	50	18.2	4.5	0	100	4.0
สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอกหมู่บ้าน	22.7	31.8	45.5	0	0	100	3.8
สาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์	40.9	45.5	13.6	0	0	100	4.3
สาธารณูปการ เช่น ร.ร. ร.พ. วัด	19	47.6	19	4.8	9.6	100	3.6
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สระว่ายน้ำ	11.1	27.8	22.2	16.7	22.2	100	2.9
อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตนเอง	10	35	15	25	15	100	3.0
ใกล้เพื่อน	4.5	31.8	40.9	9.2	13.6	100	3.0

แผนภูมิที่ 5.4.30 ความพอใจในบ้านหลังปรับปรุงของกลุ่มตัวอย่างและผู้ขายและสื่อ



### 18. บ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิเป็นบ้านในอุดมคติหรือความฝัน

กลุ่มตัวอย่างคิดว่า บ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ เป็นบ้านในอุดมคติหรือความฝัน ร้อยละ 33.8 ไม่เป็นบ้านในอุดมคติหรือความฝัน ร้อยละ 66.2 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคิดว่า ไม่เป็นบ้านในอุดมคติ หรือความฝัน ร้อยละ 82.4 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย และซื้อจะแบ่งเป็นอัตราส่วนเท่ากันในความคิดว่า บ้านมือสองในเขตบางกะปิ เป็นบ้านในอุดมคติ ร้อยละ 50 ไม่เป็นบ้านในอุดมคติหรือความฝัน ร้อยละ 50

กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า บ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ เป็นบ้านในอุดมคติ หรือความฝัน เพราะว่า ชอบ ร้อยละ 54.8 อาศัยแล้วมีความสุข สงบ สบาย ร้อยละ 20.25 ส่วนเหตุผลอื่น ๆ ก็คือ ได้เป็นเจ้าของบ้าน ซื้อมาจากเงินที่หามาด้วยตนเอง ได้เป็นเจ้าของร้าน (ตามที่ฝันไว้) เดินทาง สะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า บ้านมือสองที่ซื้อในเขตบางกะปิ ไม่เป็นบ้านในอุดมคติ หรือความฝัน เพราะ เล็กไป ร้อยละ 40.1 ต้องการบ้านเดี่ยว ที่มีบริเวณมาก ร้อยละ 17.8 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ต้องการบ้านเดี่ยวมีบริเวณมาก ร้อยละ 35.6 คิดว่าบ้านเล็กไป ร้อยละ 30.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ คิดว่า บ้านเล็กไป ร้อยละ 50 รองลงมา ยังไม่พอใจ บ้านหลังนี้ ร้อยละ 30 และเป็นสถานที่ทำงาน ร้อยละ 20

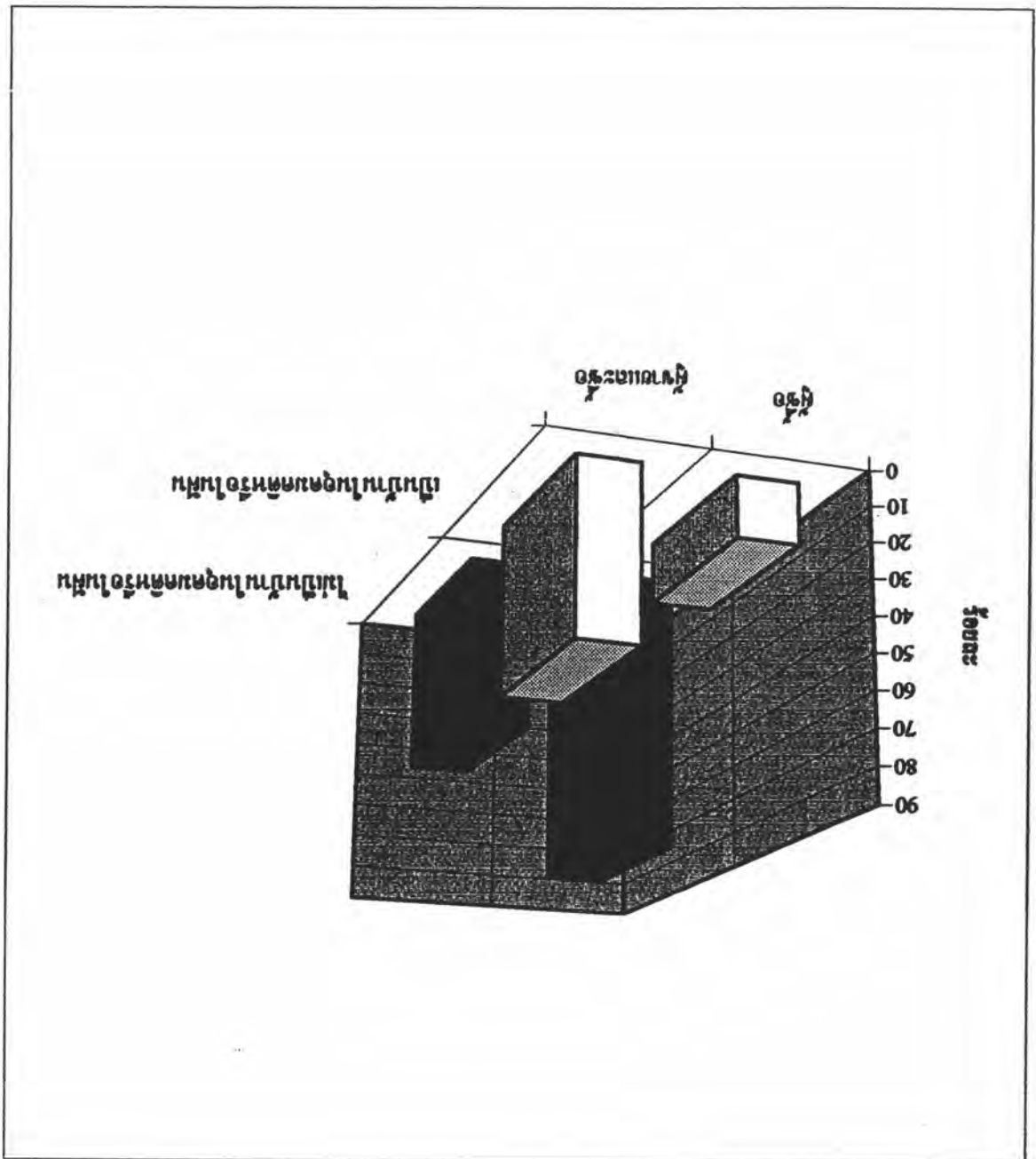
ข้อมูลจากการสำรวจข้างต้น จะพบว่า บ้านเดี่ยวเป็นบ้านในความฝันของคนส่วนใหญ่ ส่วนบ้านมือสองในเขตบางกะปิ เป็นเพียงทาวน์เฮาส์ ขนาดเล็ก โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย และซื้อ ซึ่งใช้ที่พักอาศัยเป็นที่ทำงานไปด้วย ทำให้มีความรู้สึกว่าเป็นเพียงที่ทำงานเท่านั้น ไม่ใช่ที่พักอาศัยที่สามารถพักผ่อนด้วยความสุขสบาย

### 20. ความพึงพอใจในรูปแบบวิธีการซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อพึงพอใจรูปแบบการซื้อ โดยตรงมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.8 และ 4.6 ตามลำดับ รองลงมาพอใจมากในการติดต่อซื้อ โดยญาติและเพื่อนแนะนำ ค่าเฉลี่ย 3.6 และ 3.5 และเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างคือ ขายโดยตรงกับผู้ซื้อได้ราคาสูงกว่า ร้อยละ 66.7 ประหยัดเวลาร้อยละ 12.5

### ส่วนที่ 5 ความคาดหวังที่จะซื้อบ้านในอนาคต

สำหรับในส่วนที่ 5 นี้ จะวิเคราะห์ในเรื่องความคาดหวังเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย ซึ่งมีผลต่อการวิเคราะห์การซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ ส่วนความคาดหวังเกี่ยวกับนายหน้าจะวิเคราะห์รวมทั้ง 3 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ดังนี้คือ

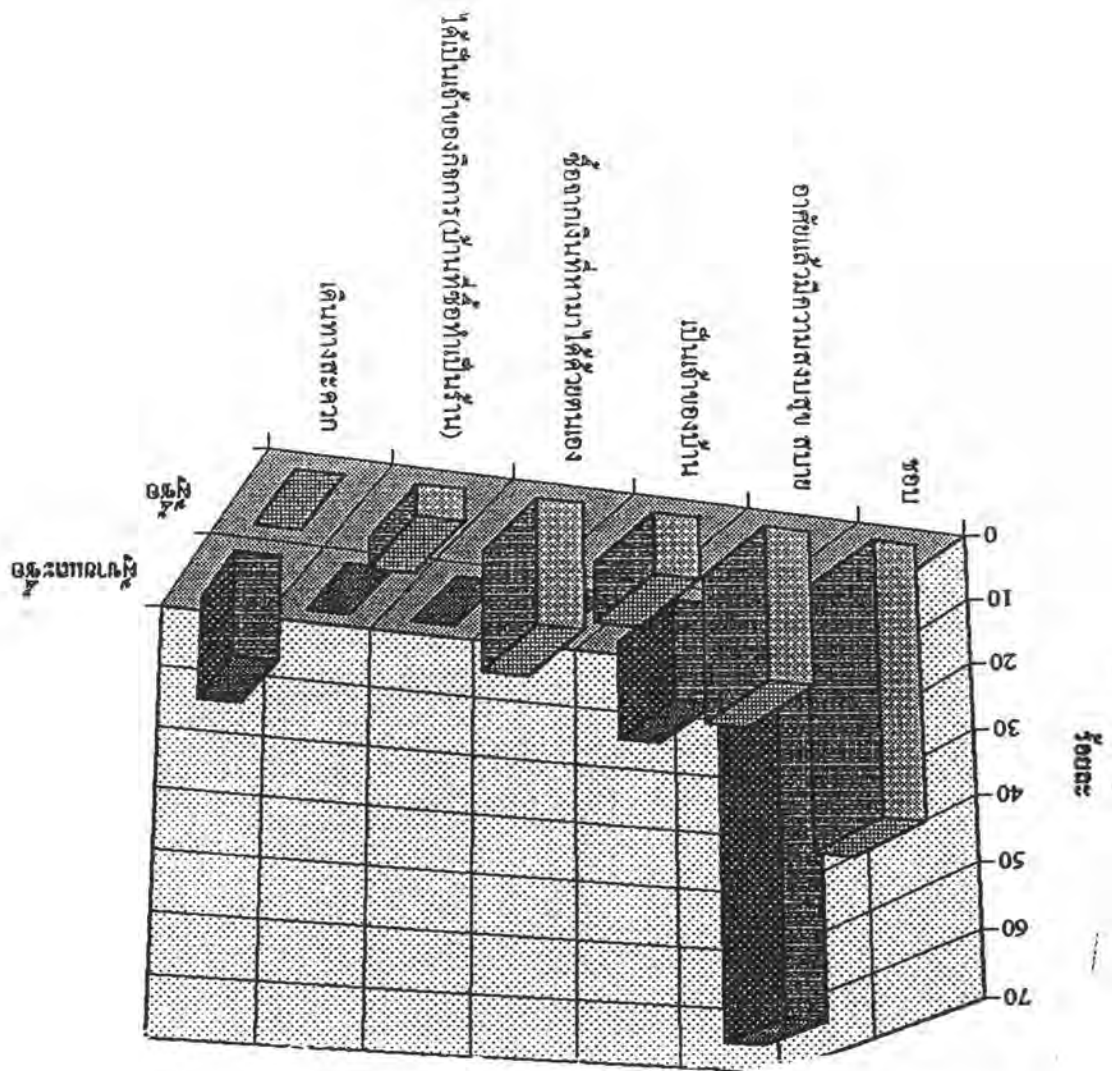


រូបភាព ៥.៤.៣១ ភាគរយនៃចំនួនប្រុសស្រីដែលបានចម្លងចំណេះដឹងក្នុងគ្រួសារ

ភេទ (Gender)	មធ្យមសិក្សា (High School)	មធ្យមសិក្សាធាតុតំបន់ (Elementary School)	សរុប (Total)
ស្រី (Female)	17.6	33.8	51.4
ប្រុស (Male)	82.4	66.2	148.6

រូបភាព ៥.៤.៣១ ភាគរយនៃចំនួនប្រុសស្រីដែលបានចម្លងចំណេះដឹងក្នុងគ្រួសារ





แผนภูมิ 5.43 2 แผนภูมิแท่งแสดงเปอร์เซ็นต์ของผู้นับถือศาสนาในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต

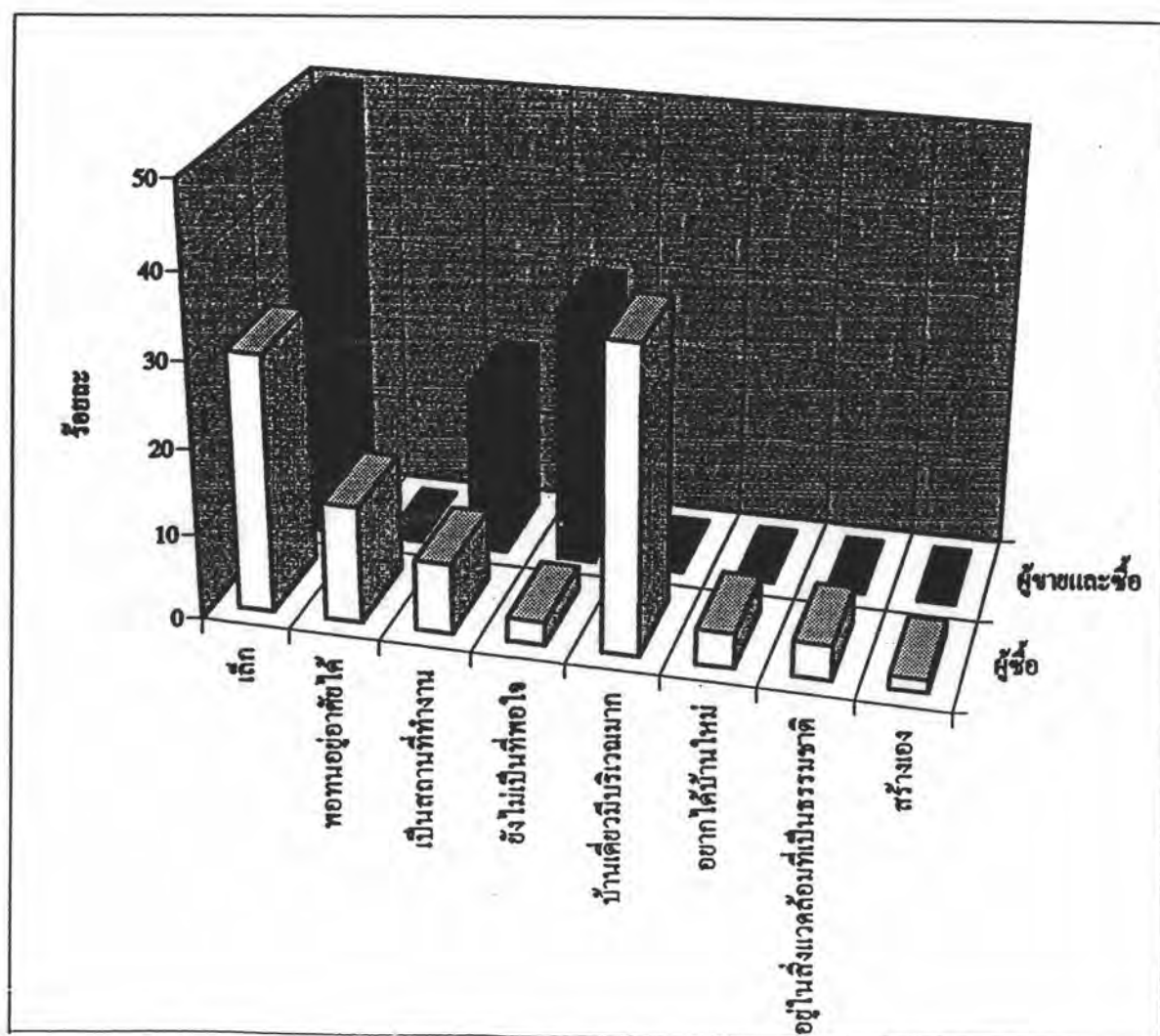
ศาสนา (Religion)	ผู้นับถือ (Believers)	ผู้นับถือสะดวก (Convenient believers)	รวม (Total)
พุทธ (Buddhism)	42.9	66.7	54.8
อิสลาม (Islam)	23.8	16.7	20.25
คริสต์ (Christianity)	9.5	0	4.75
ฮินดู (Hinduism)	19	0	9.5
ศาสนาอื่น (Other religions)	4.8	0	2.4
ไม่ทราบ (Unknown)	0	0	0
รวม (Total)	100	100	100

ตารางที่ 5.43 2 แผนภูมิแท่งแสดงเปอร์เซ็นต์ของผู้นับถือศาสนาในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต

ตารางที่ 5.4.33 เหตุผลที่บ้านที่ซื้อปัจจุบันไม่ใช่บ้านในอุดมคติหรือในฝัน

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เล็ก	30.1	50	40.1
พอทนอยู่อาศัยได้	13.7	0	6.9
เป็นสถานที่ทำงาน	8.2	20	14.1
ยังไม่เป็นที่พอใจ	2.7	30	16.4
บ้านเค็ยมีบริเวณมาก	35.6	0	17.8
อยากได้บ้านใหม่	4.1	0	2.1
อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	4.1	0	2.1
สร้างเอง	1.5	0	0.8
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.4.33 เหตุผลที่บ้านที่ซื้อปัจจุบันไม่ใช่บ้านในอุดมคติหรือในฝัน

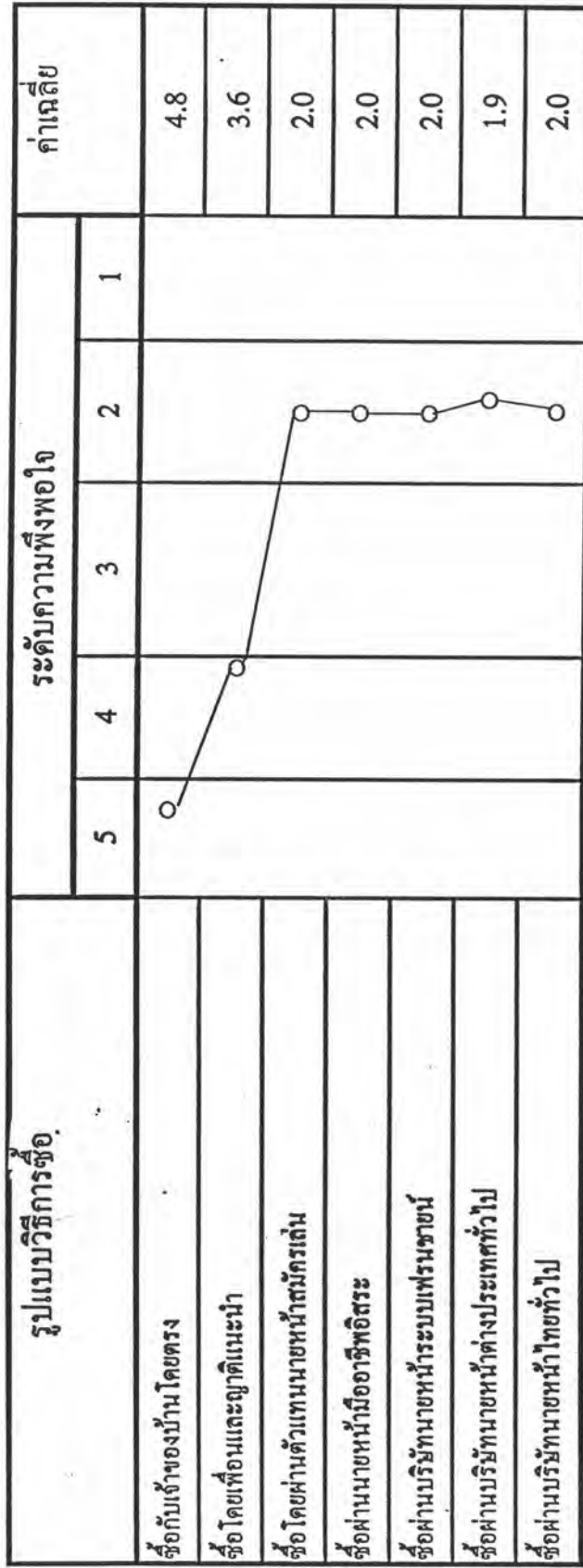




ตารางที่ 5.4.34 ความพอใจต่อรูปแบบการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รูปแบบวิธีการซื้อ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ซื้อกับเจ้าของบ้านโดยตรง	87	7.6	4.3	1.1	0	100	4.8
ซื้อโดยเพื่อนและญาติแนะนำ	13.5	41.6	37.1	5.6	2.2	100	3.6
ซื้อโดยผ่านตัวแทนขายหน้าสมัครเล่น	1.2	0	31.4	33.7	33.7	100	2.0
ซื้อผ่านนายหน้ามืออาชีพอิสระ	1.2	3.5	16.5	49.4	29.4	100	2.0
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าระบบแฟรนไชส์	0	2.4	24.7	43.5	29.4	100	2.0
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าต่างประเทศทั่วไป	1.1	0	18.4	43.7	36.8	100	1.9
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าไทยทั่วไป	3.5	0	19.8	46.5	30.2	100	2.0

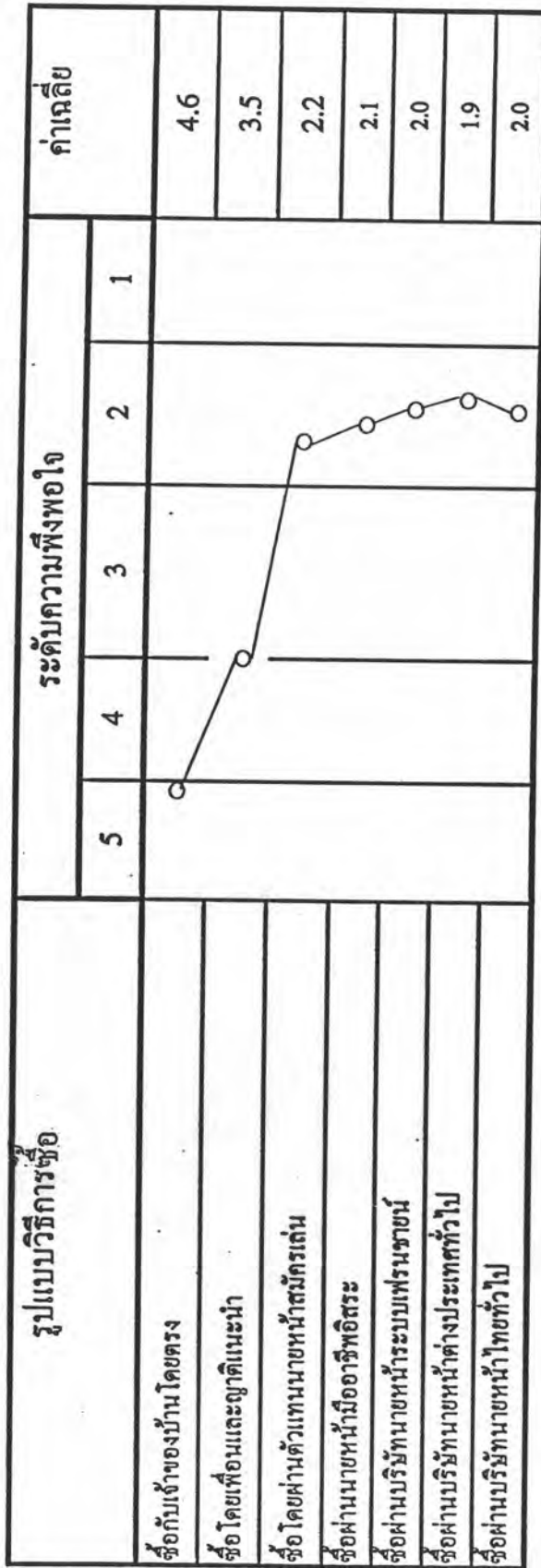
แผนภูมิที่ 5.4.34 ความพอใจต่อรูปแบบการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ



ตารางที่ 5.4.35 ความพอใจต่อรูปแบบการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ

รูปแบบวิธีการซื้อ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ซื้อกับเจ้าของบ้านโดยตรง	81.8	4.5	9.2	4.5	0	100	4.6
ซื้อโดยเพื่อนและญาติแนะนำ	27.3	31.9	13.6	13.6	13.6	100	3.5
ซื้อโดยผ่านตัวแทนขายหน้าสมัครเล่น	0	0	38.1	42.9	19	100	2.2
ซื้อผ่านนายหน้ามืออาชีพอิสระ	0	0	31.8	50	18.2	100	2.1
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าระบบแฟรนไชส์	0	0	23.8	57.2	19	100	2.0
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าต่างประเทศทั่วไป	0	0	14.3	61.9	23.8	100	1.9
ซื้อผ่านบริษัทนายหน้าไทยทั่วไป	0	0	19.1	61.9	19	100	2.0

แผนภูมิที่ 5.4.35 ความพอใจต่อรูปแบบการซื้อบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ



ตารางที่ 5.4.36 เหตุผลที่พอใจรูปแบบการจัด โดยตรง

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
ซื้อกับเจ้าของโดยตรงได้ราคาถูกลงกว่า	63.5	70.0	66.7
นำเชื่อถือ	5.6	10.0	7.8
พาไปดูบ้าน ติดต่อกับธนาคาร และทำสัญญา	8.7	10.0	9.4
สอบถามข้อมูลได้โดยตรง	2.4	0	1.2
ต่อรองราคาได้	4.0	0	2.0
ไม่บวกราคาเพิ่มมาก	0.8	0	0.4
ประหยัดเวลา	15.1	10.0	12.5
รวม	100.0	100.0	100.0

### 1. ความคาดหวังที่จะย้ายออกจากบ้านหลังปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ มีความคาดหวังว่า จะย้ายที่อยู่อาศัย ร้อยละ 56.3 ไม่คิดจะย้าย ร้อยละ 40.9 ระยะเวลาที่คาดหวังว่าจะย้าย ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป ร้อยละ 74.5

### 2. สาเหตุที่คิดว่า จะย้าย

เหตุผลการย้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ อันดับแรก อื่น ๆ เช่น ต้องการบ้านที่มีบริเวณ ต้องการบ้านหลังใหญ่ขึ้น คิดจะย้ายไปอยู่ต่างจังหวัด เพื่อปัญหาจราจร เดินทางไม่สะดวก คิดจะกลับบ้านเกิดที่ต่างจังหวัด อันดับที่ 2 ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น อันดับที่ 3 มีรายได้มากขึ้น

ส่วนเหตุผลการย้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ คือ อันดับแรกมีรายได้เพิ่มขึ้น อันดับสอง ขนาดครอบครัว ฐานะทางสังคมดีขึ้น อันดับ 3 และอื่น ๆ ต้องการบ้านมีบริเวณ มีพื้นที่มาก ค่าขายได้ กลับภูมิลำเนาเดิมต่างจังหวัด

### 3. ความคาดหวังที่จะซื้อบ้านในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างคิดจะซื้อบ้าน ร้อยละ 84.7 ไม่คิดจะซื้อบ้านอีก 14.2 ความคาดหวังที่คิดว่าจะซื้อบ้านในอนาคตเพื่อเก็บเป็นทรัพย์สินคิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาคือ ให้พ่อแม่ หรือลูกพักอาศัย 13.2 และคิดจะขายบ้านในปัจจุบัน ร้อยละ 22.2 ส่วนเหตุผลที่คาดหวังว่า จะไม่ซื้อบ้านในอนาคต คือไม่คิดจะย้าย ร้อยละ 78.3 รองลงมาคือย้ายไปอยู่บ้านหลังอื่น 10.6 สำหรับผู้ที่คิดจะย้ายไปอยู่บ้านหลังอื่น ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด และคิดจะย้ายกลับบ้านเดิมที่ต่างจังหวัด.

### 4. ลักษณะบ้านที่คาดหวังว่าจะซื้อในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างคาดหวังต้องการซื้อบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 89.2 รองลงมา คือ ทาวน์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 7.9 บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังว่า ต้องการมี 2- ชั้น

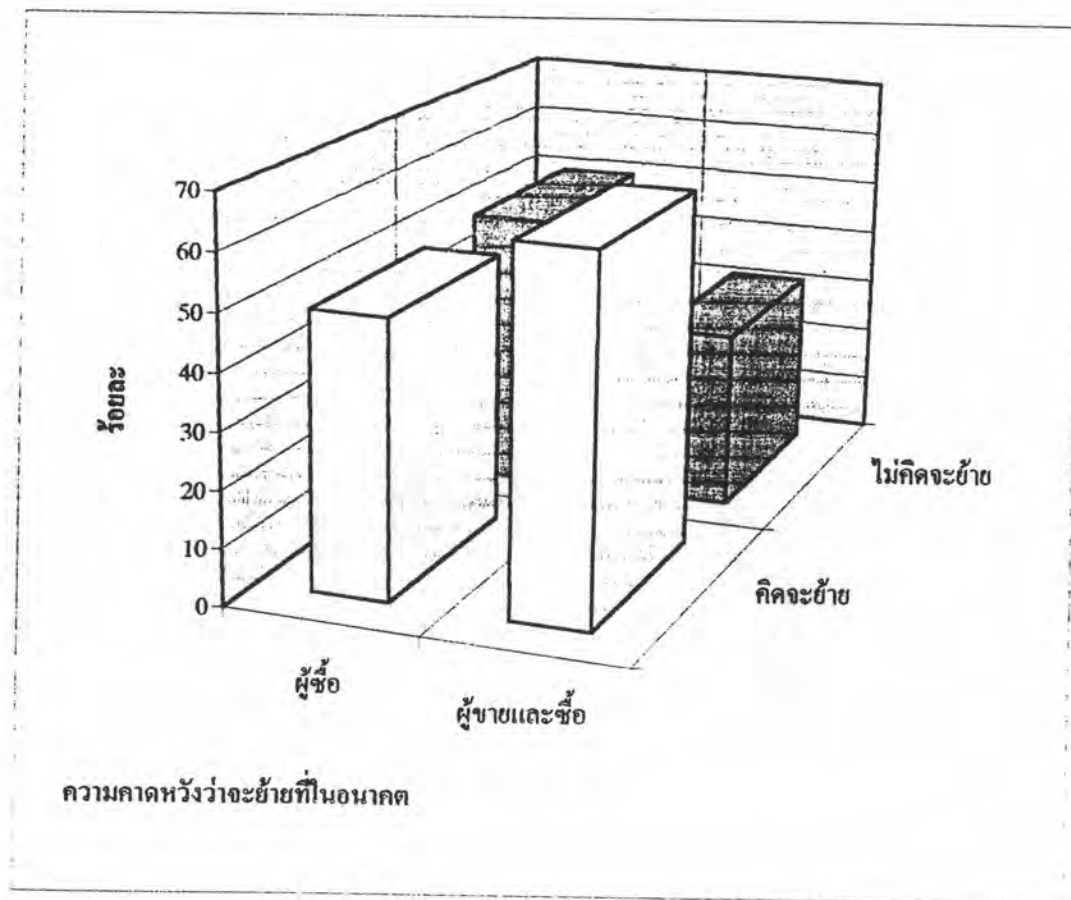
### 5. บ้านที่คาดหวังจะซื้อเป็นบ้านในฝันหรืออุดมคติ

บ้านที่คาดหวังว่า จะซื้อเป็นบ้านในอุดมคติ คิดเป็นร้อยละ 94.7 ไม่เป็นบ้านในฝัน ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 5.5.1 ความคาดหวังว่าจะย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
คิดจะย้าย	48.9	63.6	56.3
ไม่คิดจะย้าย	50	31.8	40.9
ไม่ตอบ	1.1	4.6	2.9
รวม	100	100	100
จำนวน	92	22	156

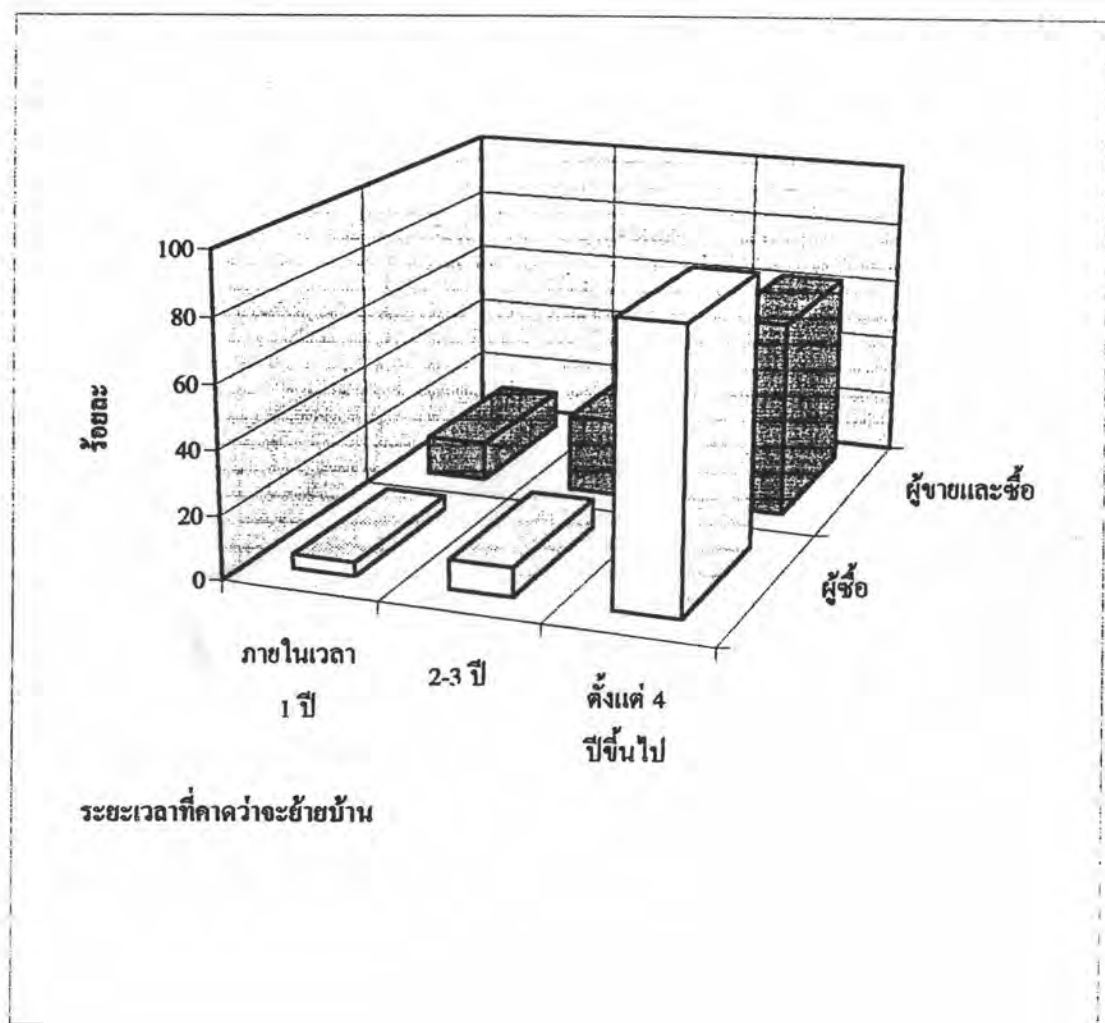
แผนภูมิที่ 5.5.1 ความคาดหวังว่าจะย้ายที่อยู่อาศัยในอนาคต



ตารางที่ 5.5.2 ระยะเวลาที่คาดหวังว่าจะย้าย

ระยะเวลา	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ภายในเวลา 1 ปี	4.5	12.5	8.5
2-3 ปี	9.1	25.0	17.1
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	86.4	62.5	74.5
รวม	100	100	100

แผนภูมิที่ 5.5.2 ระยะเวลาที่คาดว่าจะย้ายบ้าน





ตารางที่ 5.5.3 เหตุผลที่ภาคครัวเรือนจะย้ายบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)				รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	ไม่มีค่าสำคัญ			
แยกครอบครัว	8.9	2.2	6.7	82.2	100	1.4	5
ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น	22.2	15.6	6.7	55.6	100	2.0	2
สถานะทางสังคมดีขึ้น (ตำแหน่งสูงขึ้น)	24.4	11.1	6.7	57.8	100	2.0	2
มีรายได้มากขึ้น	22.2	22.2	8.9	46.7	100	2.2	1
เดินทางไม่สะดวก	4.4	0	6.7	88.9	100	1.2	5
ย้ายให้ใกล้ที่ทำงาน	6.7	4.4	11.1	77.8	100	1.4	4
ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม	4.4	13.3	2.2	80.0	100	1.4	4
ไม่ชอบเพื่อนบ้าน	2.2	2.2	2.2	93.3	100	1.1	6
ไม่ปลอดภัย	0	2.2	4.4	93.3	100	1.1	6
น้ำท่วม	4.4	0	2.2	93.3	100	1.2	6
เสียงดัง อากาศเสีย	2.2	4.4	4.4	88.9	100	1.2	6
อื่น ๆ	13.3	8.9	6.7	71.1	100	1.6	3

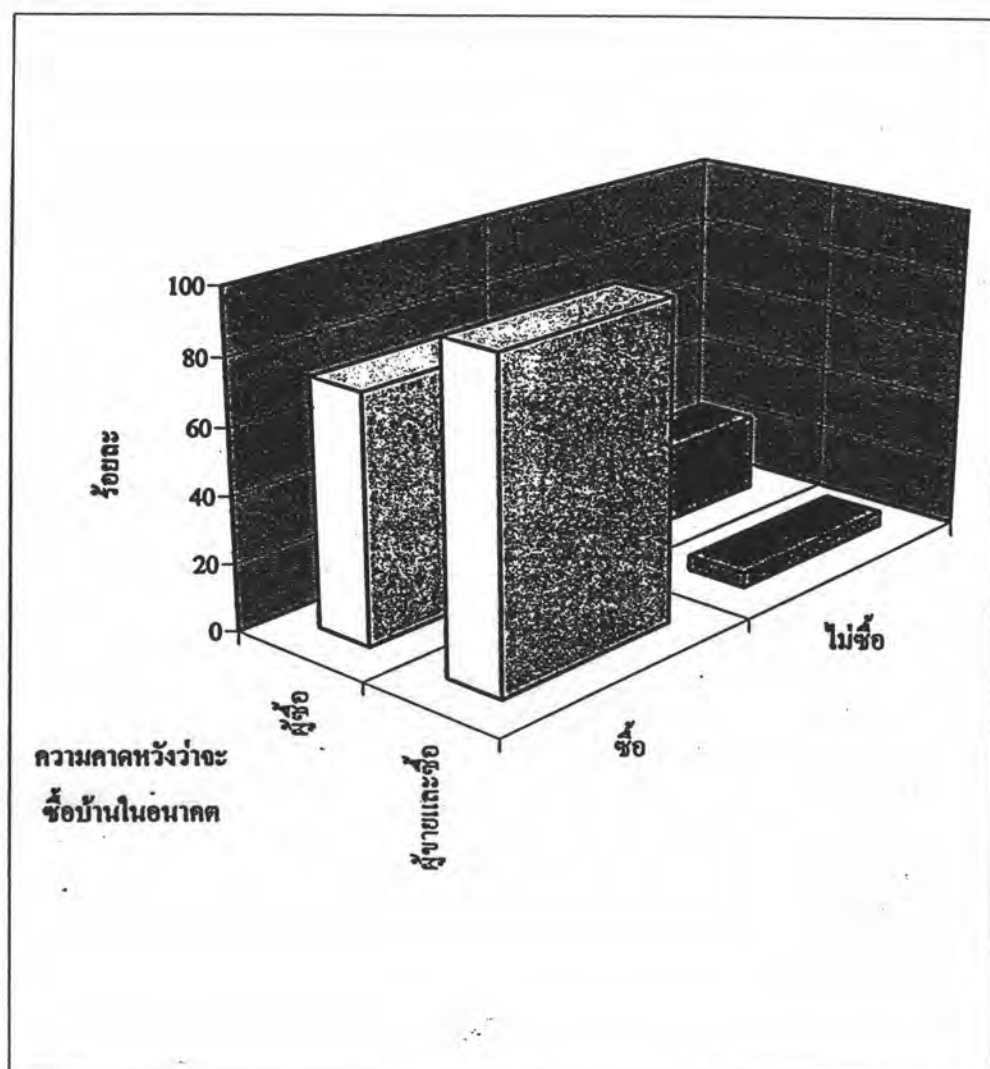
ตารางที่ 5.5.4 เหตุผลที่คาดหวังว่าจะย้ายบ้านของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายและชื่อ

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)			รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3			
แยกครอบครัว	7.1	0	0	100	1.2	4
ขนาดครอบครัวใหญ่ขึ้น	14.3	7.1	0	100	1.6	2
สถานะทางสังคมดีขึ้น (ตำแหน่งสูงขึ้น)	0	0	0	100	1.0	6
มีรายได้มากขึ้น	7.1	7.1	7.1	100	1.4	3
เดินทางไม่สะดวก	0	0	0	100	1.0	5
ย้ายให้ใกล้ที่ทำงาน	0	7.1	0	100	1.1	5
ไม่ชอบสิ่งแวดล้อม	0	0	0	100	1.0	6
ไม่ชอบเพื่อนบ้าน	0	0	0	100	1.0	6
ไม่ปลอดภัย	0	0	0	100	1.0	6
น้ำท่วม	0	0	0	100	1.0	6
เสียงดัง อากาศเสีย	7.1	0	0	100	1.2	4
อื่น ๆ	35.7	14.3	0	100	2.4	1

ตารางที่ 5.5.5 ความคาดหวังจะซื้อบ้านในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ซื้อ	73.9	95.5	84.7
ไม่ซื้อ	23.9	4.5	14.2
ไม่ตอบ	2.2	0	1.1
รวม	100.0	100.0	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.5 ความคาดหวังในการซื้อบ้านในอนาคต



ตารางที่ 5.5.6 เหตุผลที่คาดหวังว่าจะไม่ซื้อบ้านในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่คิดจะย้าย	57.2	100.0	78.6
ย้ายไปอยู่บ้านหลังอื่น	9.5	0	4.8
ย้ายไปอยู่บ้านพ่อแม่/ญาติ	9.5	0	4.8
อื่น ๆ	14.3	0	7.2
ไม่ตอบ	9.5	0	4.8
รวม	100.0	100.0	100.0

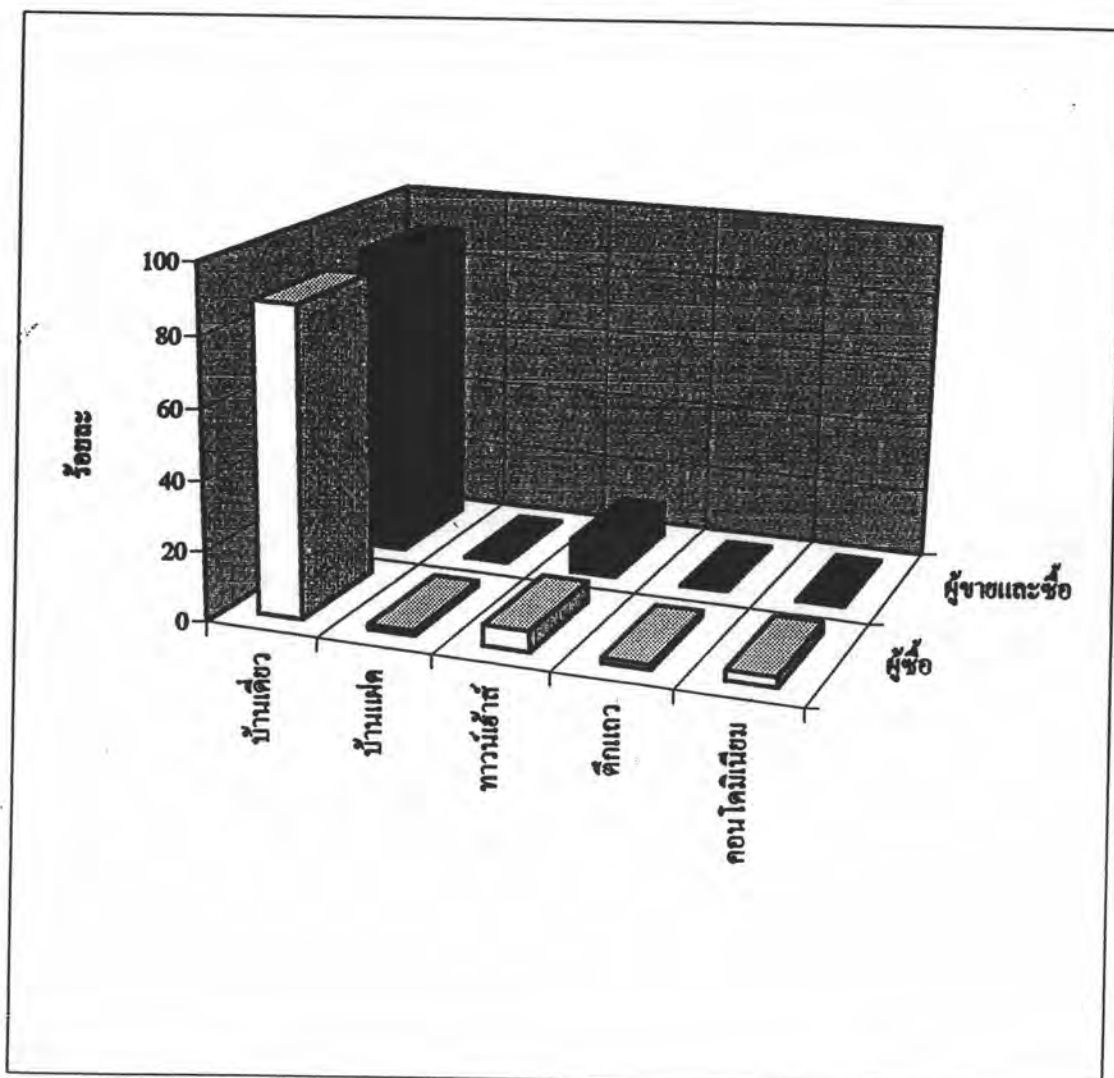
ตารางที่ 5.5.6/1 เหตุผลที่คาดหวังว่าจะซื้อบ้านในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
คิดจะขายบ้านปัจจุบัน	25.8	23.8	24.8
เก็บไว้เป็นทรัพย์สิน	45.2	57.2	51.2
ให้พ่อแม่ ลูกพักอาศัย	12.9	9.5	11.2
ลงทุนให้เช่า	4.8	0	2.4
อื่น ๆ	11	10	10.4
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 5.5.7 ลักษณะบ้านที่คาดหวังว่าจะซื้อของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ลักษณะบ้าน	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บ้านเดี่ยว	88.4	90	89.2
บ้านแฝด	1.4	0	0.7
ทาวน์เฮ้าส์	5.8	10	7.9
คิกแถว	1.5	0	0.8
คอนโดมิเนียม	2.9	0	1.5
รวม	100	100	100

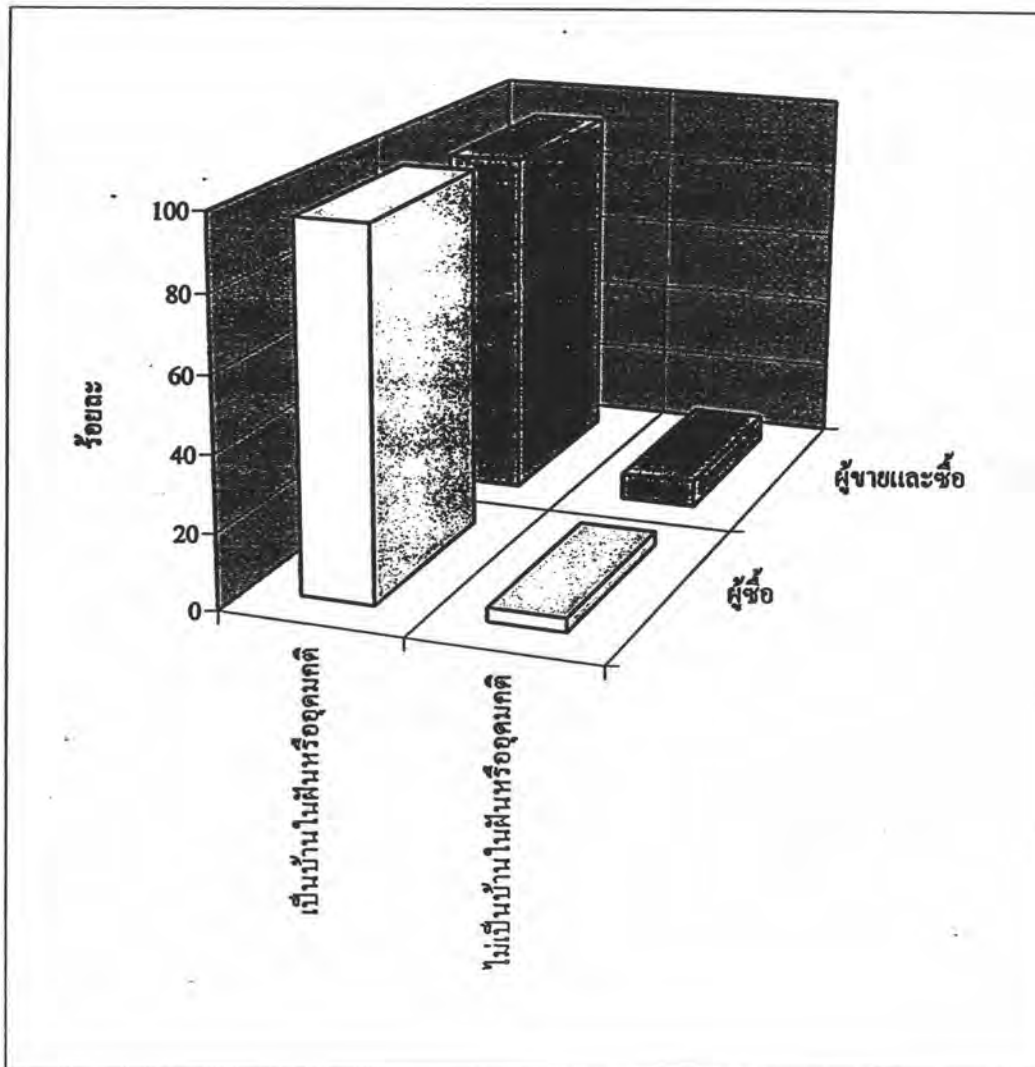
แผนภูมิที่ 5.5.7 ลักษณะบ้านที่คาดหวังว่าจะซื้อของกลุ่มประชากรตัวอย่าง



ตารางที่ 5.5.8 บ้านที่คาดหวังจะซื้อเป็นบ้านในอุดมคติ

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เป็นบ้านในฝันหรืออุดมคติ	96.4	92.9	94.7
ไม่เป็นบ้านในฝันหรืออุดมคติ	3.6	7.1	5.4
รวม	100.0	100.0	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.8 บ้านที่คาดหวังจะซื้อเป็นบ้านในอุดมคติ



สิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียม ส่วนบ้านที่ไม่เป็นบ้านในอุดมคติ หรือบ้านในความฝัน คือ ทาวน์เฮ้าส์ หรือ ตึกแถว ที่คิดว่า จะทำเป็นสำนักงาน หรือร้านค้า หรืออยู่อาศัยตามความสามารถ จ่ายเงินซื้อได้

#### 6. ประเภทบ้านที่คาดหวังจะซื้อ

ประเภทบ้านส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะซื้อ คือ บ้านเปิดขายใหม่ คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ บ้านมือสอง คิดเป็นร้อยละ 14.3 และสร้างเอง ร้อยละ 5.5 ส่วนที่เหลือยังไม่ได้วางแผน ร้อยละ 3

เหตุผลส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อบ้านโครงการใหม่ คือ ไม่ต้องการซ่อมแซม คิดเป็นร้อยละ 22.5 ต้องการอยู่อาศัยเป็นคนแรก และราคามาตรฐาน คุณภาพดี ร้อยละ 14.2 สามารถเลือกแบบได้ ร้อยละ 13.5 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อแล้ว เหตุผลส่วนใหญ่ คือ สามารถเลือกแบบได้ ร้อยละ 27 ไม่ต้องการซ่อมแซม ร้อยละ 20 และบ้านสร้างใหม่ให้ความรู้สึกดีกว่า ส่วนเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อ มี 4 ประการ และมีอัตราส่วนเท่ากัน คือ ไม่ต้องการซ่อมแซม ราคามาตรฐาน ต้องการอยู่อาศัยคนแรก คุณภาพคืออยู่ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่ต้องการซ่อมแซมบ้าน เพราะบ้านเก่าหรือบ้านมือสองจะมีปัญหาต้องซ่อมตลอดเวลา เนื่องจากอาคารต้องเสื่อมสภาพไปตามเวลา ส่วนเหตุผลต้องการอยู่อาศัยเป็นคนแรก ซึ่งให้ความรู้สึกที่ดีกว่า สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าทัศนคติหรือความรู้สึกของคนส่วนใหญ่คิดว่า บ้านมือสองต้องผ่านการอยู่อาศัยแล้ว และไม่ต้องการใช้ของต่อจากบุคคลอื่น

เหตุผลที่ซื้อบ้านมือสอง คือ เลือกทำเลได้ ร้อยละ 67.7 รองลงมา สร้างเสร็จแล้ว ร้อยละ 16.1

#### 7. ปัจจัยที่คาดหวังว่าจะเลือกซื้อบ้านในอนาคต

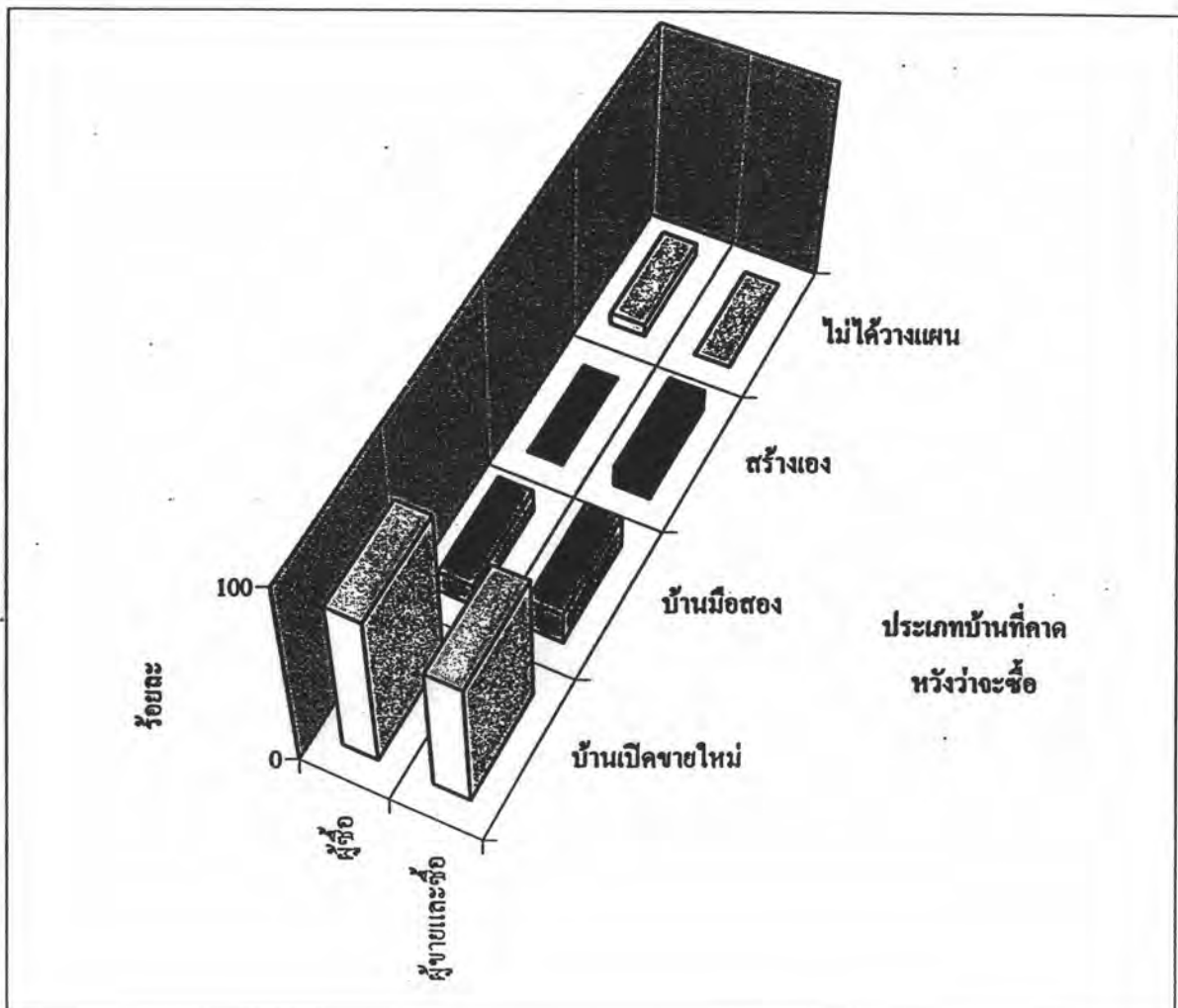
กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื้อคาดหวังว่า จะซื้อบ้านโดยมีปัจจัยในการซื้ออันดับแรก ราคาขายไม่สูง อันดับ 2 ทำเล การเดินทางสะดวก อันดับ 3 ผ่อนค่าเช่าซื้อได้ อันดับ 4 ประโยชน์ใช้สอยในบ้าน ชอบคุณภาพการก่อสร้าง อันดับ 5 สาธารณูปโภค

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ คาดหวังว่า จะซื้อบ้านโดยมีปัจจัยในการซื้ออันดับแรก คือ อันดับแรก ราคาขายไม่สูง อันดับ 2 ทำเล อันดับ 3 สาธารณูปโภคชอบรูปแบบบ้าน อันดับ 4 ประโยชน์ใช้สอยในบ้าน สภาพแวดล้อมโครงการ อันดับ 5 ผ่อนเงินค่างวดได้นาน

ตารางที่ 5.5.9 ประเภทบ้านที่คาดหวังจะซื้อ

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บ้านเปิดขายใหม่	80.9	66.7	73.8
บ้านมือสอง	11.8	16.7	14.3
สร้างเอง	0	11.1	5.5
ไม่ได้วางแผน	5.9	0	3.0
ไม่ตอบ	1.4	5.6	3.5
รวม	100.0	100	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.9 ประเภทบ้านที่คาดหวังว่าจะซื้อในอนาคต





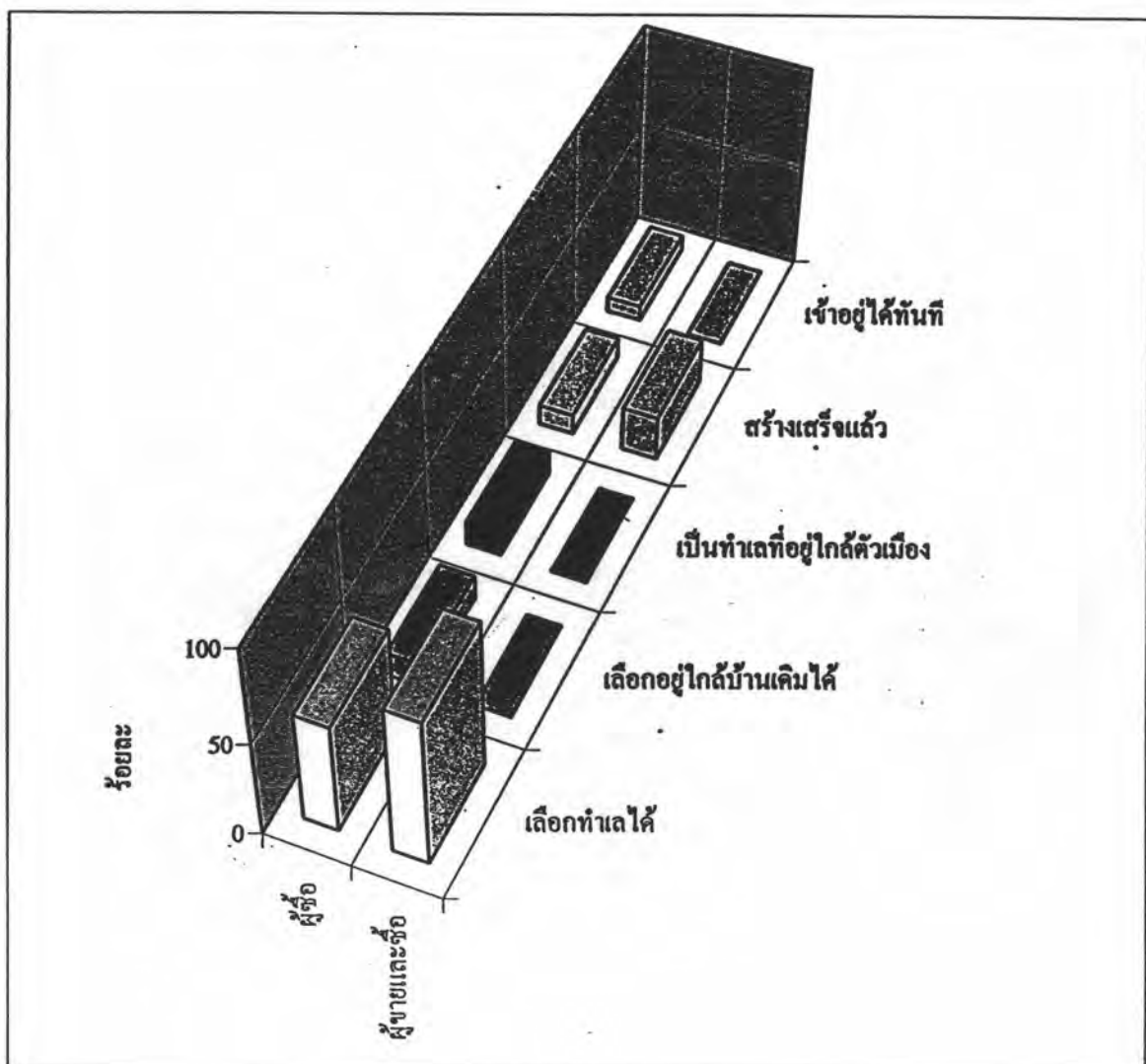
ตารางที่ 5.5.10 เหตุผลที่ซื้อบ้านโครงการใหม่

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ซื้อ-ชาย	รวม
ไม่ต้องซ่อมแซม	20	25.0	22.5
ไม่ต้องตกแต่งมาก	3.3	0	1.7
ออกแบบตกแต่งเองได้	3.3	0	1.7
มีสิ่งอำนวยความสะดวกดีกว่า	10.0	0	5.0
สามารถเลือกแบบได้มากกว่า	27.0	0	13.5
สามารถคุมการใช้วัสดุและการก่อสร้างได้	3.3	0	1.7
เลือกขนาดพื้นที่ดินได้	3.3	0	1.7
ราคามาตรฐานไม่ต้องต่อราคา	3.3	25	14.2
บ้านใหม่ราคาถูกกว่า	3.3	0	1.7
ดำเนินการซื้อสะดวกกว่า	3.3	0	1.7
บ้านสร้างใหม่ให้ความรู้ดีกว่า	13.3	0	6.7
ต้องการอยู่อาศัยเป็นคนแรก	3.3	25	14.2
คุณภาพบ้านอยู่ได้นาน	3.3	25	14.2
รวม	100	100	100

ตารางที่ 5.5.11 เหตุผลที่ซื้อบ้านมือสอง

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
เลือกทำเลได้	57.5	77.8	67.7
เลือกอยู่ใกล้บ้านเดิมได้	12.5	0	6.3
เป็นทำเลที่อยู่ใกล้ตัวเมือง	12.5	0	6.3
สร้างเสร็จแล้ว	10.0	22.2	16.1
เข้าอยู่ได้ทันที	7.5	0	3.8
รวม	100	100	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.11 เหตุผลที่ซื้อบ้านมือสอง



ตารางที่ 5.5.12 ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อคอกทางวังจะใช้ในการเลือกซื้อบ้านในอนาคต

รายการ	สำคัญความสำคัญ(%)										77%	INDEX	ลำดับความสำคัญ	
	อันดับ1		อันดับ2		อันดับ3		อันดับ4		อันดับ5					ไม่สำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5	อันดับ6	อันดับ7							
ราคาขายไม่สูง	51.1	8.9	11.1	6.7	11.1	11.1	6.7	11.1	11.1	11.1	100	4.5	1	
ก่อนเงินความมั่นคง	15.6	11.1	0	4.4	0	0	4.4	0	0	66.7	100	2.3	5	
ทำเล (ระบุดูใกล้)	26.7	22.2	15.6	6.7	15.6	0	6.7	0	0	28.9	100	3.8	2	
ก่อนค่าเช่าซื้อได้	2.2	13.3	8.9	6.7	8.9	0	6.7	0	0	64.4	100	2.1	6	
ประโยชน์ใช้สอยของบ้าน	6.7	11.1	17.8	8.9	17.8	0	8.9	0	0	44.4	100	2.6	4	
ชอบคุณภาพการก่อสร้าง	2.2	4.4	8.9	22.2	8.9	0	22.2	0	0	57.8	100	2.0	7	
ชอบรูปแบบบ้าน	8.9	15.6	11.1	13.3	11.1	0	13.3	0	0	35.6	100	2.8	3	
การเดินทางสะดวก	4.4	31.1	24.4	22.2	24.4	0	22.2	0	0	0	100	3.8	2	
ชื่อเสียงเจ้าของบริษัทหมู่บ้าน	4.4	8.9	0	8.9	0	0	8.9	0	0	71.1	100	1.8	9	
สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เช่น ถนน น้ำประปา ไฟฟ้า	2.2	15.6	22.2	6.7	22.2	0	6.7	0	0	24.4	100	2.8	3	
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ สนาม	2.2	0	13.3	11.1	13.3	0	11.1	0	0	57.8	100	1.9	8	
สภาพแวดล้อมของโครงการ/หมู่บ้าน/ชุมชน	8.9	8.9	8.9	17.8	8.9	0	17.8	0	0	42.2	100	2.6	4	
อยู่ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ	2.2	0	0	4.4	0	0	4.4	0	0	84.4	100	1.3	11	
เพื่อนบ้านที่มีลักษณะเดียวกัน	4.4	2.2	0	0	0	0	0	0	0	91.1	100	1.3	11	
อื่น ๆ	8.9	0	0	0	0	0	0	0	0	88.9	100	1.5	10	

ตารางที่ 5.5.13 ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างผู้ขายและซื่อคาคหวังว่าจะใช้ในการเลือกซื้อบ้านในอนาคต

รายการ	ลำดับความสำคัญ(%)					รวม	INDEX	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ3	อันดับ4	อันดับ5			
ราคาขายไม่สูง	33.3	9.5	0	0	0	100	57.1	3.0
ผ่อนเงินตามใจได้นาน	0	14.3	0	0	4.8	100	81.0	1.6
ทำเล (ระบุอยู่ใกล้)	19.0	14.3	4.8	4.8	4.8	100	52.4	2.8
ผ่อนค่าเช่าซื้อได้	14.3	0	9.5	0	0	100	76.2	2.0
ประโยชน์ใช้สอยของบ้าน	0	4.8	9.5	14.3	4.8	100	66.7	1.8
ขอบคุณภาพการก่อสร้าง	0	9.5	9.5	4.8	0	100	76.2	1.8
ขอบรูปแบบบ้าน	0	0	4.8	9.5	23.8	100	61.9	1.6
การเดินทางสะดวก	9.5	9.5	19.0	19.0	0	100	42.9	2.8
ชื่อเสียงเจ้าของบริษัทหมู่บ้าน	9.5	4.8	0	0	9.5	100	76.2	1.8
สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เช่น ถนน น้ำประปา	0	4.8	9.5	9.5	4.8	100	71.4	1.7
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สระว่ายน้ำ สโมสร	0	0	9.5	4.8	4.8	100	81.0	1.4
สภาพแวดล้อมของโครงการหมู่บ้าน/ชุมชน	0	9.5	0	4.8	9.5	100	76.2	1.6
อยู่ใกล้บ้านพ่อแม่ ญาติ	0	0	0	0	0	100	100.0	1.0
เพื่อนบ้านที่มีลักษณะเดียวกัน	0	4.8	0	0	4.8	100	90.5	1.2
อื่น ๆ	4.8	0	4.8	4.8	0	100	85.7	1.5

### 7. ระยะเวลาและโอกาสที่คาดหวังว่า จะสามารถซื้อบ้านได้

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะซื้อบ้านในฝันได้ คือ 2-5 ปี ร้อยละ 48.5 รองลงมา 6-10 ปี ร้อยละ 41.3 เหตุผลที่ต้องซื้อตามระยะเวลาที่คาดหวังไว้ เพราะ รอออมเงิน ร้อยละ 72.7 รออนุตรโศและเรียบจบก่อน ร้อยละ 16.7 ส่วนผู้ที่ซื้อแล้ว กำลังรอสสร้าง ร้อยละ 8.1

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าไม่มีโอกาสได้ซื้อบ้านในฝัน เพราะ ไม่คิดจะซื้อ ร้อยละ 62.5 ไม่มีเงิน 23.2

### 8. ความคาดหวังว่า จะใช้บริการนายหน้าในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะใช้บริการนายหน้าในอนาคต ร้อยละ 15 ไม่ใช้บริการ ร้อยละ 85 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย คาดว่าจะใช้บริการนายหน้า ร้อยละ 21.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ คาดว่าจะใช้บริการนายหน้า ร้อยละ 15.8

ข้อมูลจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ชายและ กลุ่มตัวอย่างผู้ชายและซื้อ ที่คาดหวังว่า จะใช้บริการนายหน้าในอนาคต เป็นผู้เคยใช้บริการนายหน้ามาแล้ว ซึ่งอาจเคยประสบปัญหาในการ บ้านมาแล้ว สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ เป็นหลังแรก และไม่เคยขายบ้าน หรืออาจเคยขายบ้าน แต่ไม่ประสบปัญหาในการขาย

### 9. เหตุผลที่คาดหวังว่าจะใช้บริการหรือไม่ใช้บริการนายหน้า

เหตุผลที่คาดหวังว่า จะใช้บริการนายหน้าในอนาคตคือ ไม่มีเวลา ร้อยละ 22.2 มีเพื่อนเป็นนายหน้า ร้อยละ 19.6 และมีข้อมูล บ้านให้เลือกมาก ร้อยละ 14.8

เหตุผลที่คาดหวังว่า จะไม่ใช้บริการนายหน้าในอนาคต คือ ติดต่อเองได้ ร้อยละ 27.8 ไม่ชอบ ร้อยละ 20.6 กลัวเสียเงิน ร้อยละ 18.5 ทำให้ราคาสูง ร้อยละ 14.6

### 10. ความพอใจในอัตราค่านายหน้าและการบริการในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างพอใจกับค่านายหน้าและการใช้บริการในปัจจุบัน ร้อยละ 24.5 ไม่พอใจ ร้อยละ 75.5

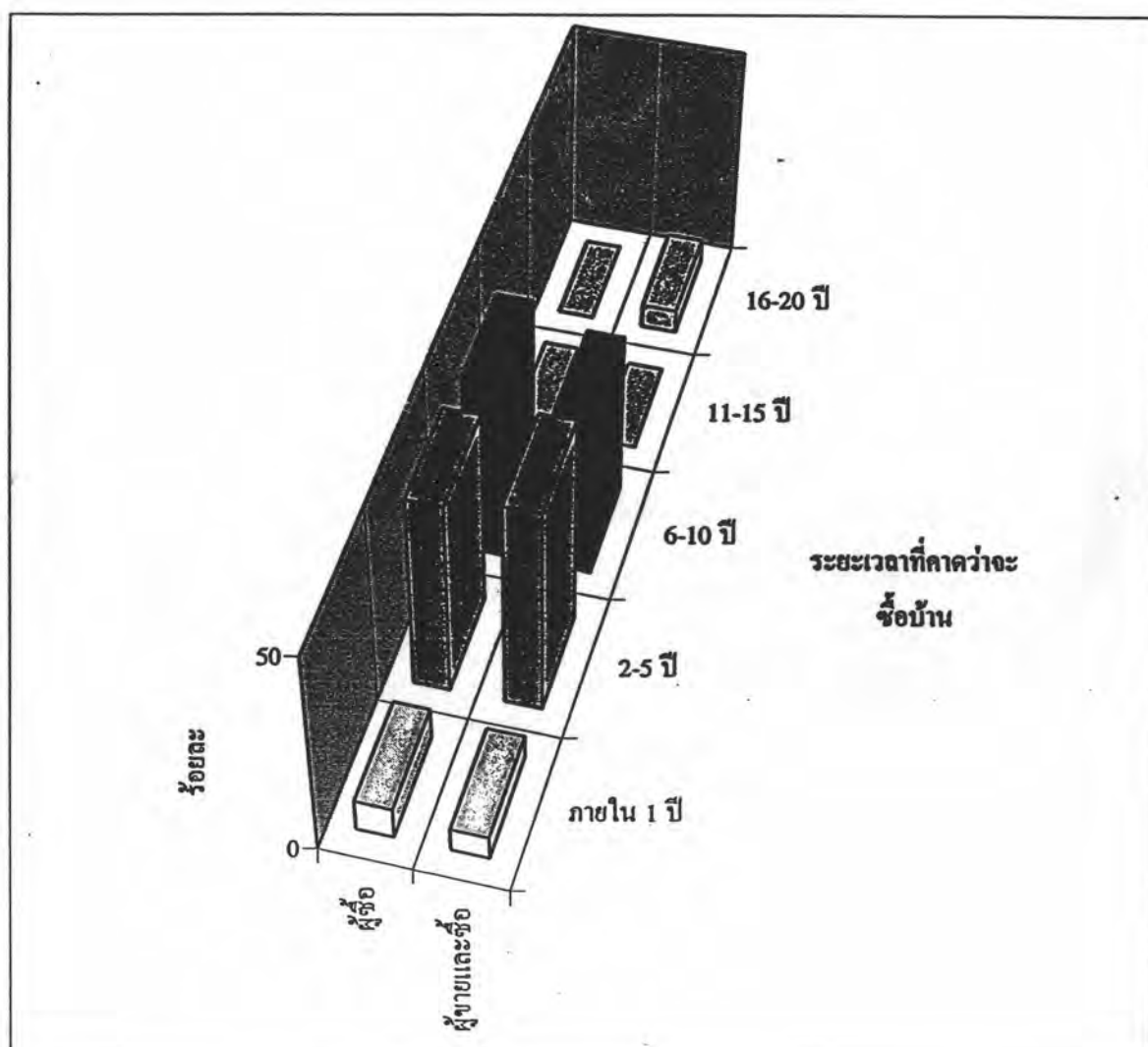
อัตราค่านายหน้าที่พอใจ คือ 1% คิดเป็นร้อยละ 38.9 1.5 % คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ ค่านายหน้า 2% คิดเป็นร้อยละ 29.4

สำหรับการบริการต้องการให้บริการดีกว่าปัจจุบัน 34.8 ให้ความสะดวก ร้อยละ 22.7 ครอบบริการด้วยความซื่อสัตย์ 11.4

ตารางที่ 5.5.14 เหตุผลและเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านในฝัน

ระยะเวลาที่จะซื้อบ้าน	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ภายใน 1 ปี	7.6	5.6	6.6
2-5 ปี	47	50.0	48.5
6-10 ปี	43.9	38.9	41.3
11-15 ปี	1.5	0	0.8
16-20 ปี	0	5.6	2.8
รวม	100.0	100	100

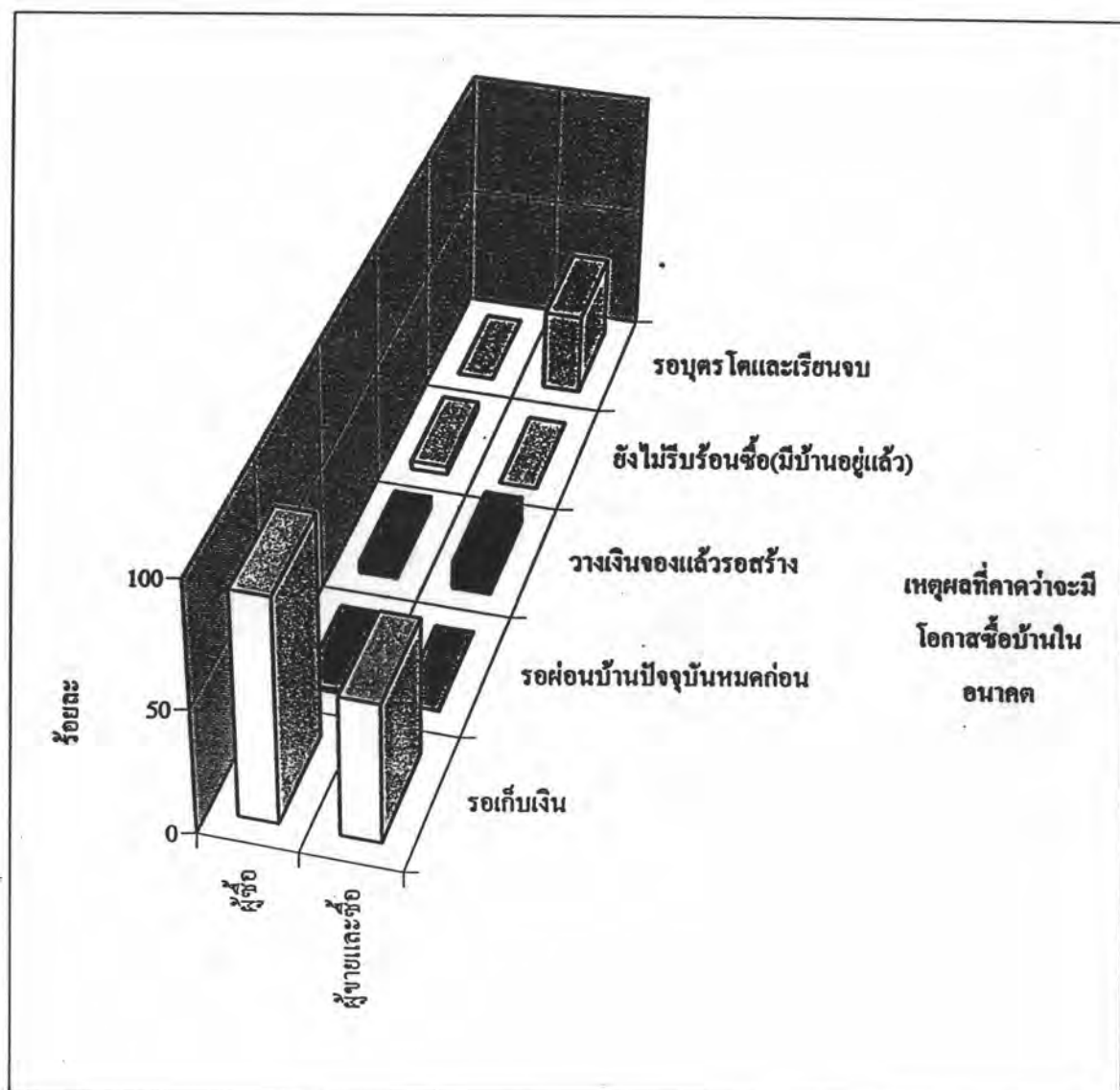
แผนภูมิที่ 5.5.14 ระยะเวลาที่จะซื้อบ้าน



ตารางที่ 5.5.15 เหตุผลที่คิดว่าสามารถมีโอกาสซื้อหรือเป็นเจ้าของบ้านได้

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
รอเก็บเงิน	89.8	55.6	72.7
รอผ่อนบ้านปัจจุบันหมดก่อน	1.7	0	0.9
วางเงินจองแล้วรอสร้าง	5.1	11.1	8.1
ยังไม่รีบร้อนซื้อ(มีบ้านอยู่แล้ว)	3.4	0	1.7
รอบุตร โศและเรียนจบ	0	33	16.7
รวม	100.0	100.0	100.0

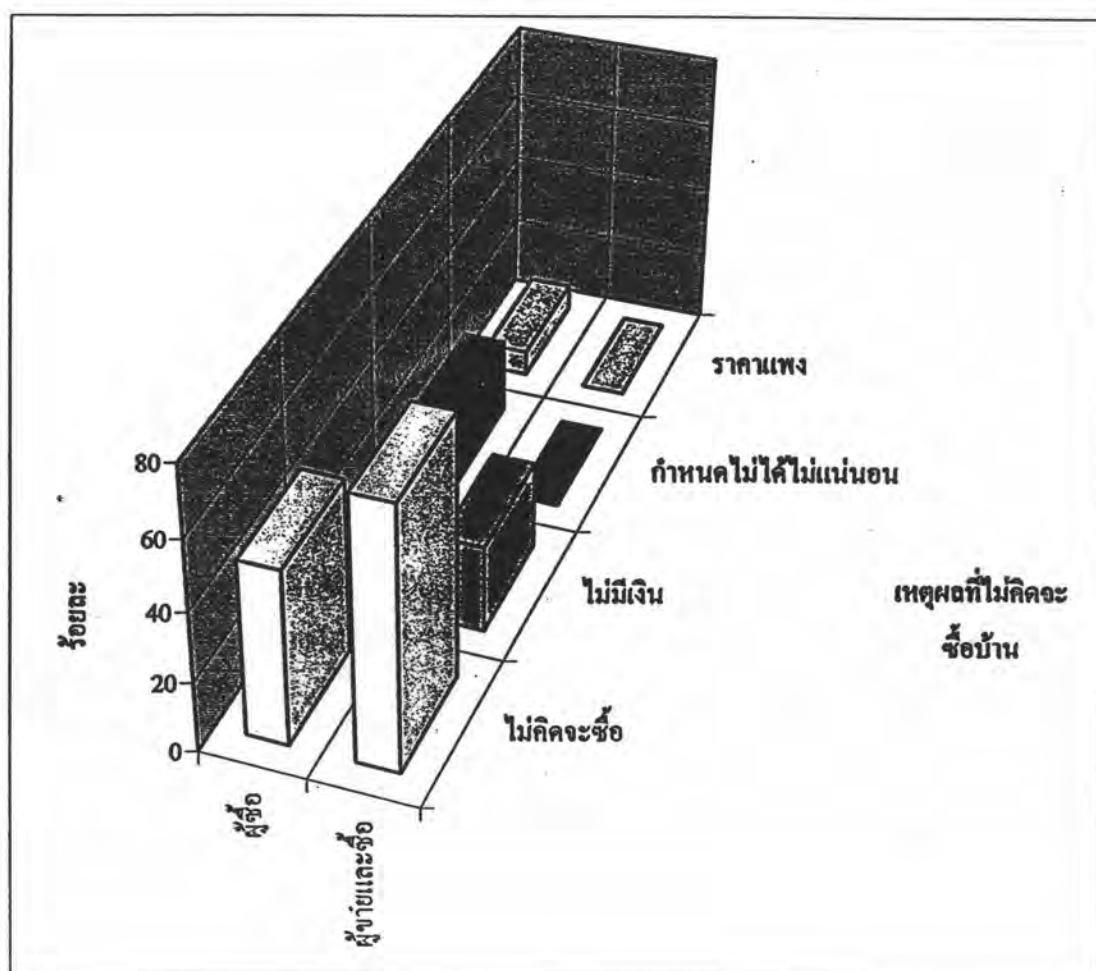
แผนภูมิที่ 5.5.15 เหตุผลที่คิดว่าสามารถมีโอกาสซื้อหรือเป็นเจ้าของบ้านได้



ตารางที่ 5.5.16 เหตุผลที่คิดว่าไม่สามารถมีโอกาสซื้อหรือเป็นเจ้าของบ้านได้

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่คิดจะซื้อ	50	75	62.5
ไม่มีเงิน	21.4	25	23.2
กำหนดไม่ได้ไม่แน่นอน	21.4	0	10.7
ราคาแพง	7.1	0	3.6
รวม	100	100	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.16 เหตุผลที่คิดว่าไม่สามารถมีโอกาสซื้อหรือเป็นเจ้าของบ้านได้

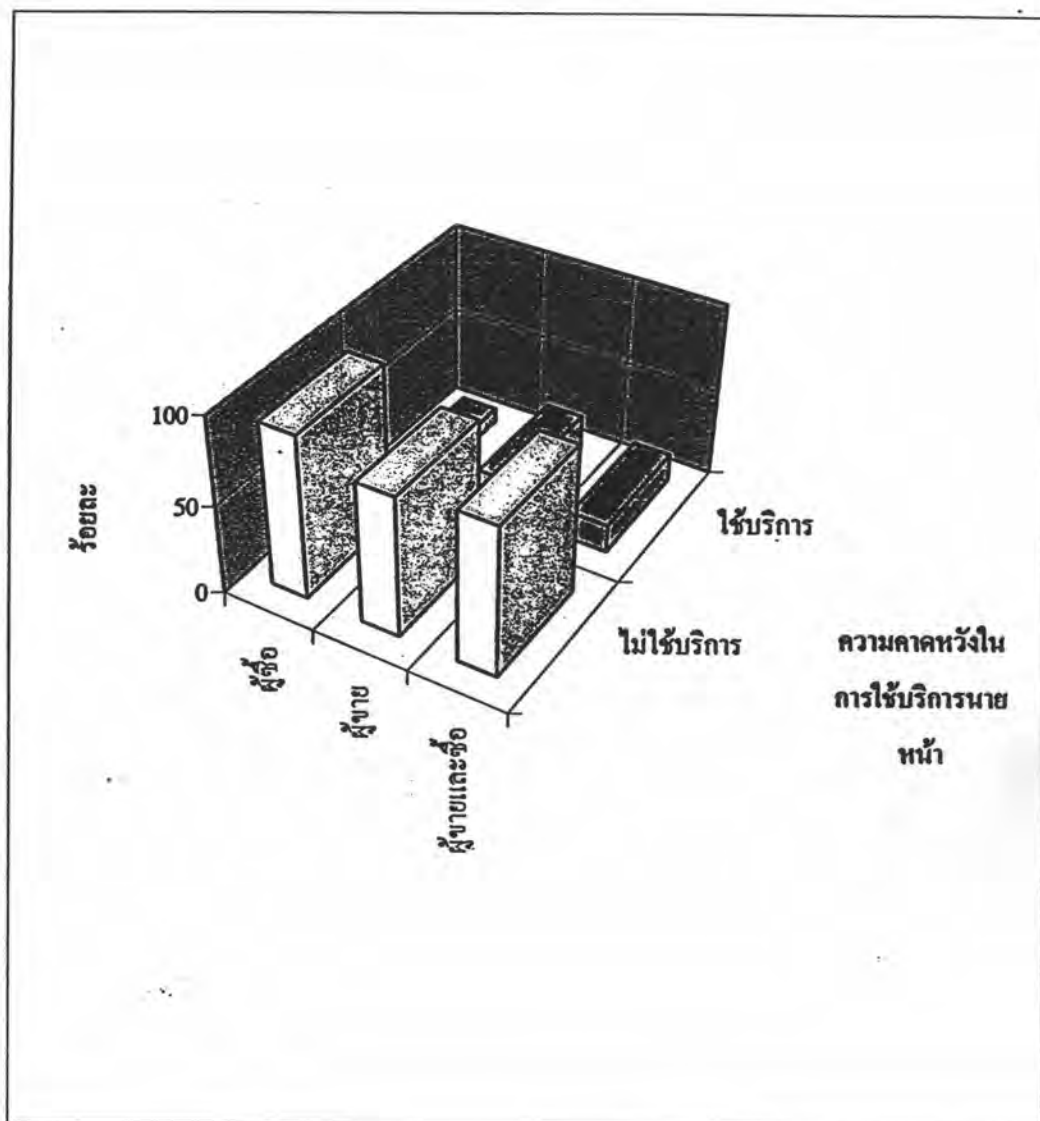




ตารางที่ 5.5.17 ความคาดหวังว่าจะใช้บริการนายหน้า

ใช้บริการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
ไม่ใช้บริการ	92	78.8	84.2	85.0
ใช้บริการ	8	21.2	15.8	15.0
รวม	100	100	100	100

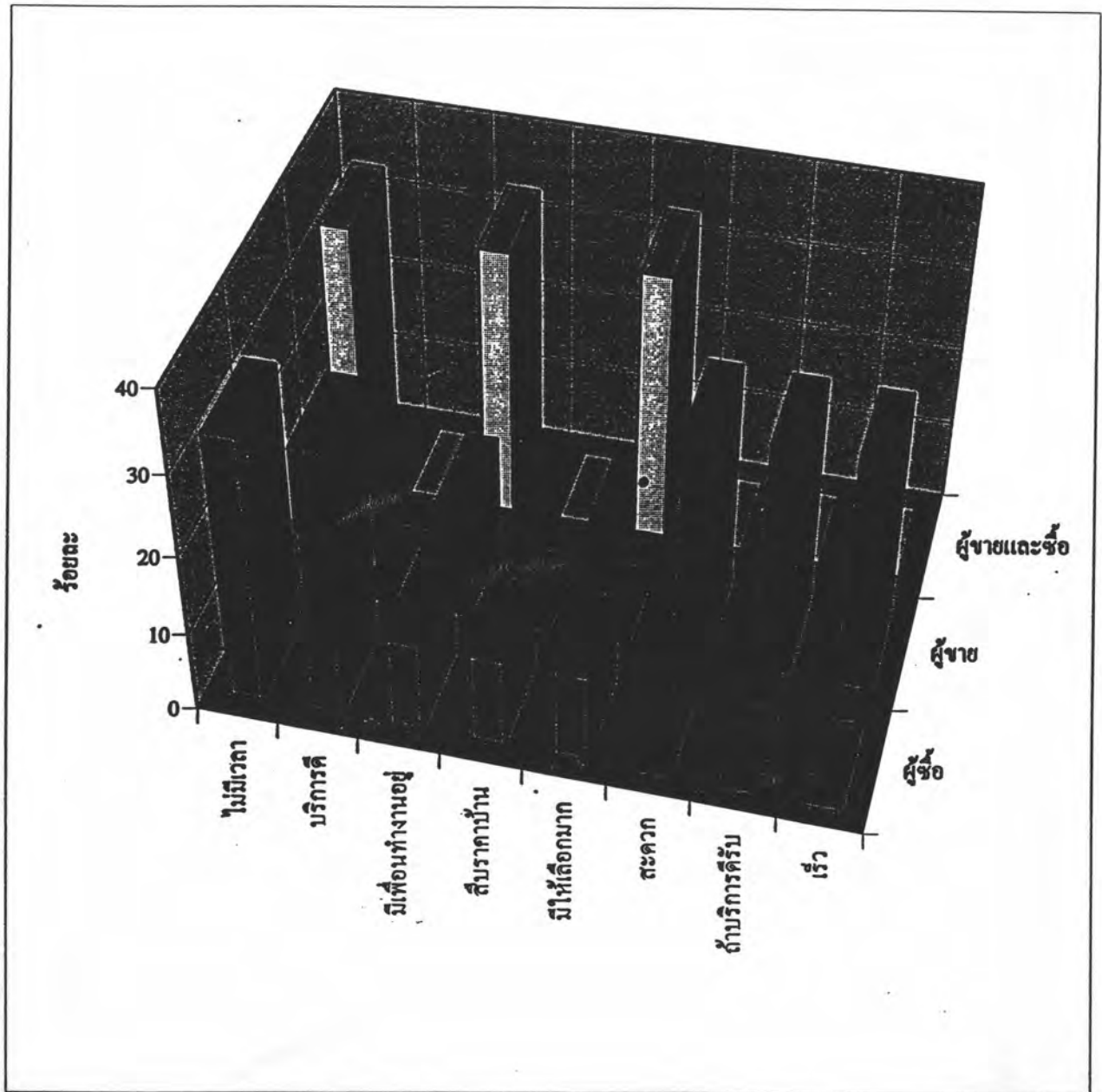
แผนภูมิที่ 5.5.17 ความคาดหวังที่จะใช้บริการนายหน้า



ตารางที่ 5.518 เหตุผลที่คาดหวังใช้บริการนายหน้า ในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
ไม่มีเวลา	33.3	0	33.3	22.2
บริการดี	33.3	0	0	11.1
มีเพื่อนทำงานอยู่	11.2	14.3	33.3	19.6
ดีบราคาบ้าน	11.1	0	0	3.7
มีให้เลือกมาก	11.1	0	33.4	14.8
สะดวก	0	28.6	0	9.5
ด้านบริการดีรับ	0	28.6	0	9.5
เร็ว	0	28.5	0	9.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

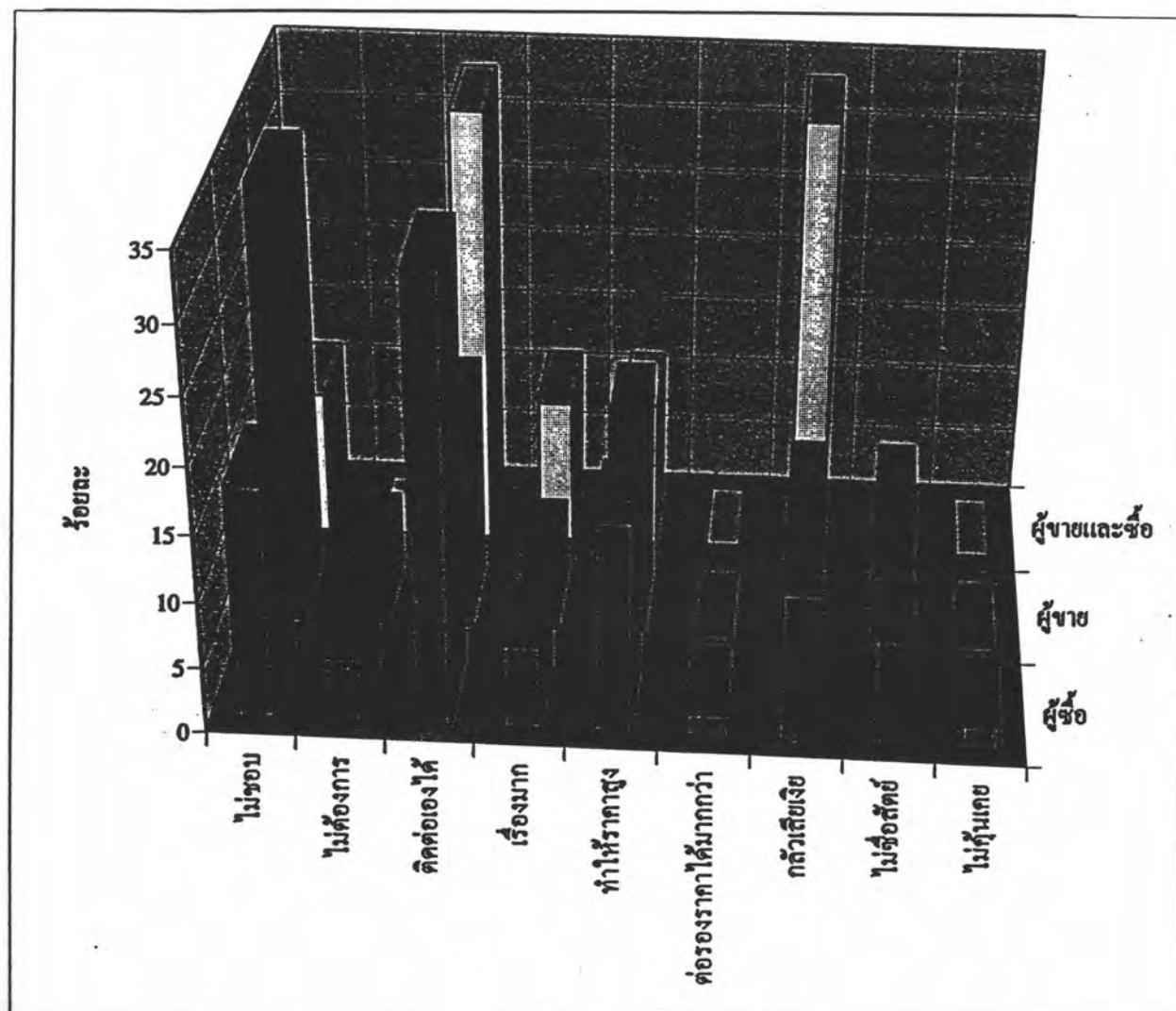
แผนภูมิที่ 5.518 เหตุผลที่คาดหวังใช้บริการนายหน้า ในอนาคต



ตารางที่ 5.5.19 เหตุผลที่คาดหวังว่าจะไม่ใช้บริการนายหน้าในอนาคต

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและผู้ซื้อ	รวม
ไม่ชอบ	17.5	33.2	11.1	20.6
ไม่ต้องการ	4.8	5.6	0	3.5
คิดต่อเองได้	33.3	16.7	33.3	27.8
เรื่องมาก	6.3	5.6	11.1	7.7
ทำให้ราคาสูง	15.9	16.7	11.2	14.6
ต่อรองราคาได้มากกว่า	1.6	0	0	0.5
กลัวเสียเงิน	11.1	11.1	33.3	18.5
ไม่ซื้อสัตว์	7.9	11.1	0	6.3
ไม่คุ้นเคย	1.6	0	0	0.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

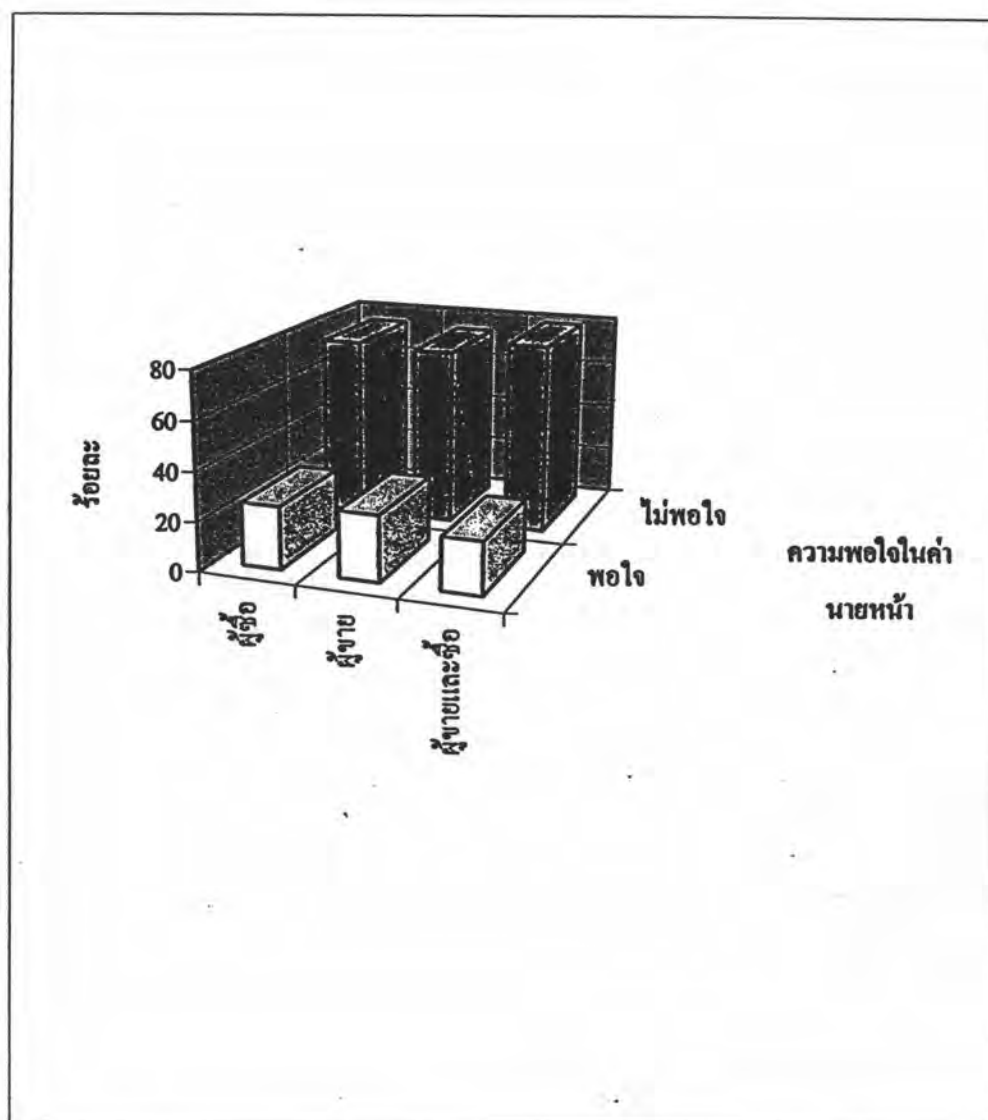
แผนภูมิที่ 5.5.19 เหตุผลที่คาดหวังว่าจะไม่ใช้บริการหน้าในอนาคต



ตารางที่ 5.5.20 ความพอใจในอัตราค่านายหน้าและบริการในปัจจุบัน

รายการ	ผู้ชาย	ผู้ชายและชื่อ	รวม
พอใจ	25.4	26.7	24.5
ไม่พอใจ	74.6	73.3	75.5
รวม	100.0	100.0	100.0

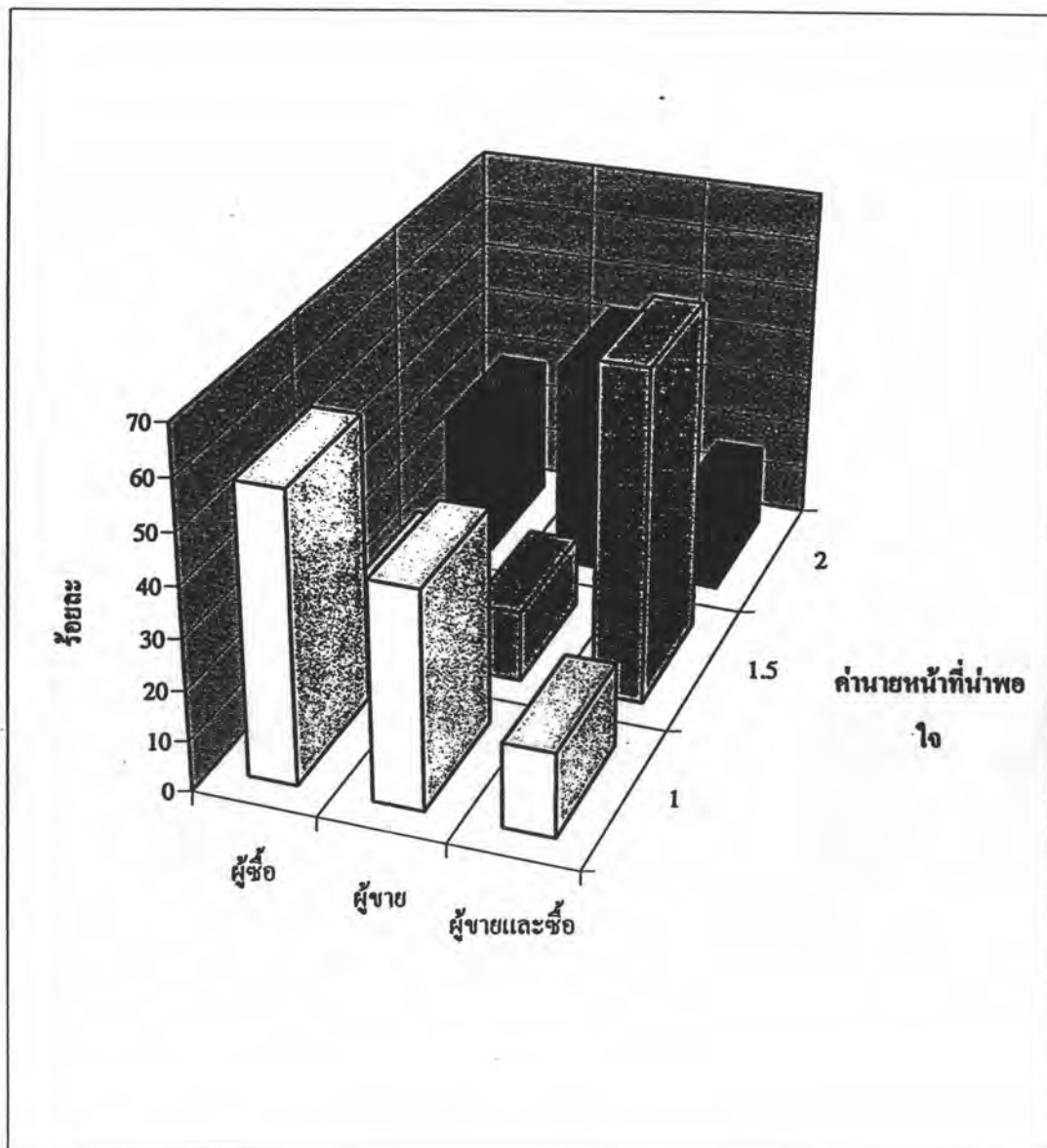
แผนภูมิที่ 5.5.20 ความพอใจในอัตราค่านายหน้าและบริการในปัจจุบัน



ตารางที่ 5.5.21 อัตราค่านายหน้าทีคาดหวังไว้

ค่านายหน้า (%)	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
1	57.1	42.9	16.7	38.9
1.5	14.3	14.2	66.7	31.7
2	28.6	42.9	16.7	29.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.21 อัตราค่านายหน้าทีคาดหวังไว้



ตารางที่ 5.5.22 ความคาดหวังจากการใช้บริการนายหน้า

รายการ	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ขายและซื้อ	รวม
บริการต่อรองราคาได้	9.1	0	0	3.0
ควรบริการให้ดีกว่าปัจจุบัน	54.5	25	25.0	34.8
การบริการควรซื้อสัปดาห์ต่อลูกค้า	9.1	25.0	0	11.4
ให้ความสะดวกมากขึ้น	18.2	25.0	25.0	22.7
โฆษณาให้มาก	0	0	25.0	8.3
พอใจในการบริการแล้ว	9.1	25.0	25.0	19.7
บริการครบวงจร	0	0	0	0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

แผนภูมิที่ 5.5.22 ความคาดหวังจากการใช้บริการนายหน้า

