

ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน
ที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร

Value Added Factors in House Affecting
the Buying Decision
of Un-Subdividing Land Housing

เอกภณ จีวะสุวรรณ^{1*}

ดร.ก้องกฤษณ์ โตชัยวัฒน์²

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ วีระปรียากร³

Ekapol Jeewasuwat^{1*}

Dr. Kongkoon Tochaiwat²

Assistant Prof. Dr. Pornphan Verapreyagura³

* นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, คณะสถาปัตยกรรมและการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2, 3 อาจารย์, คณะสถาปัตยกรรมและการผังเมือง ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 1212

* Master degree student, Department of Innovative Real Estate Development, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.

2, 3 Lecturers, Faculty of Architecture and Planning Building, Thammasat University Rangsit Campus, Pathumthani 12121 Thailand

บทคัดย่อ

โครงการบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับโครงการบ้านจัดสรรได้โดยการจัดสิ่งเพิ่มมูลค่าในตัวบ้าน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลุ่มปัจจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าในที่อยู่อาศัยสำหรับบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในตัวบ้าน สิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของแถมที่เพิ่มเติมเพื่อการตกแต่งบ้าน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ต้องการซื้อบ้านในช่วงปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2554 จำนวน 405 ชุด ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการจัดสิ่งเพิ่มเติมในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกคือ การให้เครื่องปรับอากาศ ในด้านสิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยคือ การให้กล้องวงจรปิด หรือ การให้เครื่องตัดไฟฟ้าลัดวงจร ในด้านของแถมที่เพิ่มเติมเพื่อการตกแต่งบ้านคือการให้ชุดเฟอร์นิเจอร์ หรือ การให้ชุดครัว โดยควรให้สิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยเป็นลำดับแรก และ สิ่งอำนวยความสะดวกรองลงมา ผลที่ได้จะนำไปสู่แนวทางในการส่งเสริมการขายบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร

คำสำคัญ : สิ่งเพิ่มมูลค่าในตัวบ้าน, การตัดสินใจซื้อ, บ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร, การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

Abstract

The un-subdividing land housing in real estate market such as second hand housing or small housing project on small-sized land can compete with subdividing land housing project by adding values to a house in order to satisfy its buyer. The researcher was interested in value added factors such as comfortable facilities, security facilities, and decoration premium. This is a quantitative research that collected data by questionnaires from 405 people who plan to buy a un-subdividing land house in 2009-2011. It was founded that the value added factors of un-subdividing land house that have effected on buying decision are providing air-conditioner for value adding in comfortable factor, providing CCTV or circuit breaker for value adding in security factor, and providing furniture or kitchen set for value adding in decoration factor. In addition, developers should provide security facilities first and comfortable facilities second. The research results help developer to choose value added factor in sales promotion for un-subdividing land housing project.

Keywords : Value Added Factors, Buying Decision, Un-Subdividing Land Housing, Real Estate Development

บทนำ

อสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ที่ขายในท้องตลาดทั่วไปเป็นโครงการบ้านจัดสรร และคอนโดมิเนียม ที่มีจุดขายในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ ความปลอดภัยในโครงการ ของแถมภายในตัวบ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการและก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ต้องการซื้อบ้าน เป็นการส่งเสริมการขายที่มีการทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการขายและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรในขอบเขตของบ้านมือสอง บ้านสร้างใหม่เพื่อขาย โครงการบ้านที่ผู้ประกอบการรายเล็กสร้างขายบนที่ดินขนาดเล็กโดยไม่เข้าข่ายจัดสรร ซึ่งไม่ได้มีการส่งเสริมการขายอย่างเป็นรูปธรรมขาดศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอสังหาริมทรัพย์กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่ทำบ้านจัดสรรซึ่งมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการสโมสรส่วนกลาง สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องจัดให้อยู่ในโครงการตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน อีกทั้งยังมีการให้ของแถมเพื่อส่งเสริมการขายเพิ่มให้แก่ลูกค้าและโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางในการให้สิ่งเพิ่มเติมในตัวบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร ที่สามารถตอบสนองความต้องการและก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ต้องการซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากบทความ สรุปได้ว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2548 พบว่าสิ่งทีกลุ่มประชากรมีความต้องการในที่อยู่อาศัย คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดี ขนาดและพื้นที่

ใช้สอย มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ (บัณฑิต จุลาสัย และ ยุวดี ศิริ, 2548) และการศึกษาข้อมูลปัจจัยเพิ่มเติมที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค จากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาด ในขอบเขตของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ โดยเลือก 3 บริษัท เนื่องจากบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้นมิได้มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการแถมสิ่งเพิ่มเติมอย่างเป็นรูปธรรม บ้านมือสองมักจะขายตามสภาพ บ้านที่สร้างใหม่เพื่อขายมักจะขายบ้านซึ่งเป็นอาคารที่สร้างเสร็จพร้อมที่ดินเท่านั้นไม่ได้มีการให้ของแถม ผู้วิจัยจึงอาศัยข้อมูลสิ่งเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่เหล่านี้ ซึ่งบริษัทที่ผู้วิจัยเลือกนำมาศึกษาเปรียบเทียบคือ บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากมีการผ่านการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจากฝ่ายการตลาดของบริษัท ข้อมูลจึงมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงสรุปปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้านที่มีผลต่อการอยู่อาศัยตามลักษณะดังนี้

- 1) สิ่งอำนวยความสะดวกในตัวบ้าน ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ แท็งก์น้ำ บิมน้ำ
- 2) สิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ ระบบสัญญาณกันขโมย กล้องวงจรปิด มุ้งลวดและเหล็กดัด ระบบกำจัดปลวก
- 3) ของแถมที่เพิ่มเติมเพื่อการตกแต่งบ้าน ได้แก่ แคมชุดเฟอร์นิเจอร์ แคมการตกแต่ง

สวนภายนอกบ้าน แคมตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ แคมชุดครัว

นำมาวิเคราะห์เพื่อหาตัวแปรในด้านปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้าน แล้วนำไปสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อบ้านในกรุงเทพมหานครภายใน 2 ปี (พ.ศ. 2552 - 2554) ผลการวิจัยจะส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อาทิเช่น แนวทางในการส่งเสริมการขายด้วยของแถมในตัวบ้าน เพื่อผู้ประกอบการที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรรตามพระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน และแนวทางในการปรับปรุงบ้านมือสองหรือที่อยู่อาศัยในทำเลที่มีศักยภาพใน เพื่อการทำกำไรจากการเช่าหรือปรับปรุงเพื่อขายต่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วิเคราะห์ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในตัวบ้าน ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร
2. วิเคราะห์ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร
3. วิเคราะห์ปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้าน ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยพื้นฐานนั้นประชากรมีความต้องการในที่อยู่อาศัย คือ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดีขนาดและพื้นที่ใช้สอย มีความปลอดภัยในชีวิต

และทรัพย์สิน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ (บัณฑิต จุลาสัย และ ยุวดี ศิริ, 2548)

ในด้านแนวคิดด้านการส่งเสริมการตลาดที่เร่งการตัดสินใจของลูกค้าในโครงการอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากบทความของ บัณฑิต จุลาสัย (2544) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การส่งเสริมทางการตลาดเพิ่มเข้าไปในตัวบ้าน มีดังนี้ การแถมโทรศัพท์สายตรง การแถมเฟอร์นิเจอร์ แคมเครื่องซักผ้า แต่งห้องฟิตเนสเครื่องเสียง ทำมุ้งลวดเหล็กดัดฟรี แคมเฟอร์นิเจอร์ชุดครัว ปลุกผลไม้และดูแลให้ฟรี แคมปั้มน้ำฟรี

เนื่องจากบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้นไม่ได้มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการแถมสิ่งเพิ่มเติมอย่างเป็นรูปธรรม บ้านมือสองมักจะขายตามสภาพ บ้านที่สร้างใหม่เพื่อขายมักจะขายบ้านซึ่งเป็นอาคารที่สร้างเสร็จพร้อมที่ดินเท่านั้นไม่ได้มีการให้ของแถม ผู้วิจัยจึงอาศัยข้อมูลสิ่งเพิ่มเติมจากข้อมูลปัจจัยเพิ่มเติมที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมการขายจากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาด ในขอบเขตของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ โดยยกตัวอย่าง 3 บริษัท เนื่องจากมีการผ่านการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจากฝ่ายการตลาดของบริษัท ข้อมูลจึงมีความน่าเชื่อถือ บริษัทที่ผู้วิจัย เลือกนำมาศึกษาเปรียบเทียบคือ

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
 2. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)
 3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)
- มีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่งค้ำ คือ ตกแต่งสวนภายนอกบ้าน ตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ แทงค์น้ำ ปั๊มน้ำ ครุฑไทย ตกแต่งพื้นภายใน ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ ผนังบุวอลเปเปอร์ ระบบกำจัดปลวก ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

2. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่งค้ำ คือ จัดสวนฟรี แคมเครื่องใช้ไฟฟ้า แคมทีวีจอแบน (LCD TV) แคมการตกแต่งพร้อมอยู่ แคมบัตรกำนัลร้านขายของตกแต่งบ้าน ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่งค้ำ คือ แคมเครื่องปรับอากาศทุกห้องนอน แคมเครื่องใช้ไฟฟ้า แคมทีวีจอแบน (LCD TV) และ ชุดโฮมเธียเตอร์ ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

ผู้วิจัยจึงสรุปปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรในการวิจัยได้ดังนี้

1) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า (โทรทัศน์ จอแบน ชุดโฮมเธียเตอร์ เป็นต้น) เครื่องปรับอากาศ แทงค์น้ำ ปั๊มน้ำ

2) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คือ ระบบสัญญาณกันขโมย กล้องวงจรปิด มุ้งลวดและเหล็กดัด ระบบกำจัดปลวก

3) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้าน คือ แคมชุดเฟอร์นิเจอร์ แคมการตกแต่งสวนภายนอกบ้าน แคมตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ แคมชุดครัว

เพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณพื้นที่ในการศึกษาคือกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประชากรที่มีแหล่งงานในกรุงเทพมหานครที่สนใจซื้อบ้านสำหรับอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาไม่เกิน 2 ปี (ปี พ.ศ. 2552 - 2554) จำนวนประชากรในการวิจัยเป็นแบบไม่แน่นอน ซึ่งในแบบสอบถามมีการสอบถามว่าผู้ตอบสนใจซื้อบ้านที่ไม่จัดสรรหรือไม่ เพื่อคัดกรองเอาเฉพาะผู้ที่สนใจมาวิเคราะห์ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลกับประชากรที่มีแหล่งงานในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก เนื่องจากมีศักยภาพด้านรายได้ทำให้มีศักยภาพในการซื้อบ้านที่ดีและมีความต้องการซื้อบ้านในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเป็นการสอบถามข้อมูลในด้านความสำคัญของปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้าน อันได้แก่

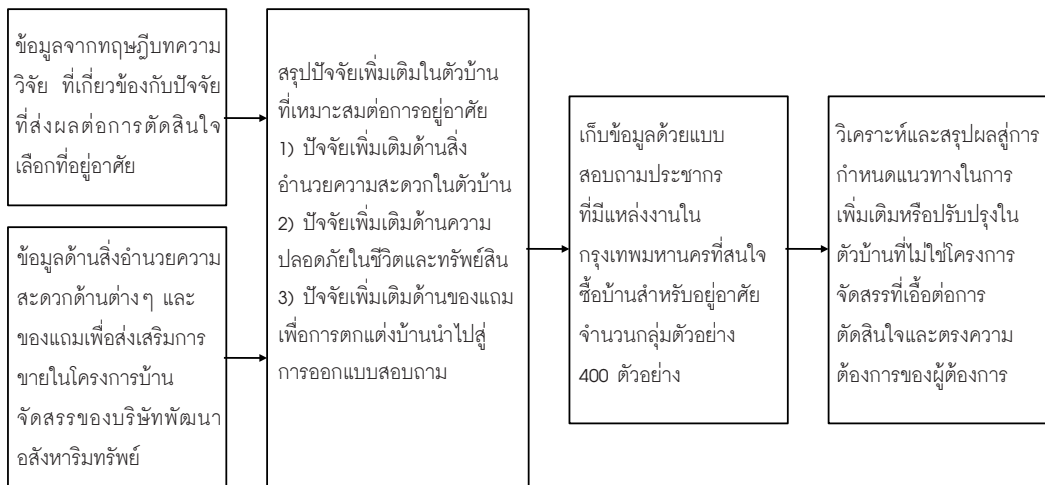
1) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า (โทรทัศน์ จอแบน ชุดโฮมเธียเตอร์ เป็นต้น) เครื่องปรับอากาศ แทงค์น้ำ ปั๊มน้ำ

2) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คือ ระบบสัญญาณกันขโมย กล้องวงจรปิด มุ้งลวดและเหล็กดัด ระบบกำจัดปลวก

3) ปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้าน คือ แคมชุดเฟอร์นิเจอร์ แคมการตกแต่งสวนภายนอกบ้าน แคมตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ แคมชุดครัว

นำชุดตัวแปรมาสร้างแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรร โดยเก็บข้อมูลจากประชากรที่มีแหล่งงานในกรุงเทพมหานครที่สนใจซื้อบ้านสำหรับอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครในช่วงเวลา ไม่เกิน 2 ปี (ปี พ.ศ. 2552 - 2554) จำนวนประชากรในการวิจัยเป็นแบบไม่แน่นอนและมากกว่า 100,000 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ตารางกำหนด

ขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งในแบบสอบถามมีการสอบถามว่าผู้ตอบสนใจซื้อบ้านที่ไม่จัดสรรหรือไม่ เพื่อคัดกรองเอาเฉพาะผู้ที่สนใจมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ 405 ตัวอย่างที่สนใจซื้อบ้านที่ไม่จัดสรร จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามนำไปสู่การวิเคราะห์ปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรสู่การกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการขายด้วยของแถมและสิ่งเพิ่มเติมในตัวบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังการวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 405 ชุด ผู้ต้องการซื้อบ้านมีอายุเฉลี่ย 34 ปี มีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีสถานะโสด และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ

ปริญญาตรีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างมีที่พักอยู่ในบริเวณกรุงเทพฯ ชั้นกลาง เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตยานนาวา เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตราชพฤกษ์ เขต

บางพลัด เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบาง
คอแหลม เขตสวนหลวง เขตลาดพร้าว เขต
หลักสี่ เขตวังทองหลาง และเขตบางนา มาก
ที่สุด และส่วนใหญ่มีแหล่งงานอยู่ในบริเวณ
กรุงเทพฯ ขึ้นใน ได้แก่เขตพระนคร เขต
ดุสิต เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบ

ศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขต
ห้วยขวาง เขตคลองสาน เขตดินแดง เขต
สาทร เขตคลองเตย เขตราชเทวี และเขต
วัฒนา มากที่สุด ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน

ลำดับในการเลือก	เครื่องใช้ไฟฟ้า (ร้อยละ)	เครื่องปรับอากาศ (ร้อยละ)	แท็งก์น้ำ (ร้อยละ)	ปั้มน้ำ (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
0 ไม่เลือก	39.51	7.41	24.20	31.11	98.02
1 น้อย	19.51	25.43	26.91	26.91	0.99
2 ปานกลาง	25.93	21.73	29.38	22.72	0.25
3 มาก	15.06	45.43	19.51	19.26	0.74

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ต้องการซื้อบ้าน
เห็นว่าปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ในครัวเรือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านอันดับ
1 คือ การให้เครื่องปรับอากาศ (ร้อยละ 45.43)
โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก

อันดับ 2 คือ การให้แท็งก์น้ำ (ร้อยละ 29.38)
และการให้เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์จอ
แบน ชุดโฮมเธียเตอร์ เป็นต้น (ร้อยละ 25.93)
โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปาน
กลาง

ตารางที่ 2 ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน

ลำดับใน การเลือก	ระบบ สัญญาณ กันขโมย (ร้อยละ)	กล้อง วงจรปิด (ร้อยละ)	มุ้งลวดและ เหล็กดัด (ร้อยละ)	ระบบ กำจัดปลวก (ร้อยละ)	เครื่องตัด ไฟฟ้า ลัดวงจร (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
0 ไม่เลือก	28.15	44.94	43.46	55.80	27.90	0.00
1 น้อย	22.72	12.35	21.23	20.25	23.21	0.00
2 ปานกลาง	25.93	16.54	19.75	13.83	23.95	0.00
3 มาก	23.21	26.17	15.56	10.12	24.94	0.00

จากตารางที่ 2 ผู้ต้องการซื้อบ้านเห็นว่า ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อันดับ 1 คือ การให้กล้องวงจรปิด (ร้อยละ 26.17) และ การให้เครื่องตัดไฟฟ้าลัดวงจร (ร้อยละ 24.94)

โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ มาก อันดับ 2 คือ การให้ระบบสัญญาณกันขโมย (ร้อยละ 25.93) โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน

ลำดับในการเลือก	แถมชุดเฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ)	แถมการตกแต่งสวน (ร้อยละ)	แถมการตกแต่งห้องน้ำ (ร้อยละ)	แถมชุดครัว (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
0 ไม่เลือก	15.31	39.01	26.17	19.75	0.00
1 น้อย	26.67	22.72	27.90	22.72	0.00
2 ปานกลาง	21.73	20.74	29.63	27.90	0.00
3 มาก	36.30	17.53	16.30	29.63	0.00

จากตารางที่ 3 ผู้ต้องการซื้อบ้านเห็นว่า ปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อันดับ 1 คือ การแถมชุดเฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ 36.30) และการแถมชุดครัว (ร้อยละ 29.63) โดยมีระดับ

การส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ มาก อันดับ 2 คือ การแถมการตกแต่งห้องน้ำ (ร้อยละ 29.63) โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

ตารางที่ 4 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน

ลำดับในการเลือก	ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน (ร้อยละ)	ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (ร้อยละ)	ปัจจัยเพิ่มเติมด้านของแถมเพื่อการตกแต่งบ้าน (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
0 ไม่เลือก	0.00	0.49	0.25	99.26
1 น้อย	23.46	20.00	56.05	0.49
2 ปานกลาง	47.90	25.43	26.67	0.00
3 มาก	28.64	54.07	17.04	0.25

จากตารางที่ 4 ผู้ต้องการซื้อบ้านเห็นว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน อันดับ 1 คือ ปัจจัยเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (ร้อยละ 54.07) โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ มาก อันดับ 2 คือ ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน (ร้อยละ 47.90) โดยมีระดับการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

1. ในด้านสิ่งเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ต้องการซื้อบ้านมีแนวโน้มที่จะซื้อบ้านที่มีการให้เครื่องปรับอากาศ มากที่สุด ตัวเลือกที่ผู้ต้องการซื้อบ้านสนใจปานกลางคือ การให้แท็งก์น้ำ และการให้เครื่องใช้ไฟฟ้า

ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร จึงควรแถมเครื่องปรับอากาศในการขาย เพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อ หากลูกค้าชะลอการตัดสินใจหรือเกิดการเจรจาต่อรอง อาจจะมีการเพิ่มการให้แท็งก์น้ำ หรือการให้เครื่องใช้ ไฟฟ้า เพื่อปิดการขาย

2. ในด้านสิ่งเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ผู้ต้องการซื้อบ้านมีแนวโน้มที่จะซื้อบ้านที่มีการให้กล้องวงจรปิด หรือการให้เครื่องตัดไฟฟ้าลัดวงจร มากที่สุด ตัวเลือกที่ผู้ต้องการซื้อบ้านสนใจปานกลางคือ การให้ระบบสัญญาณกันขโมย

ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร จึงควรแถมกล้องวงจรปิดหรือเครื่องตัดไฟฟ้าลัดวงจร เพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อ หากลูกค้าชะลอการตัดสินใจหรือเกิดการ

เจรจาต่อรอง อาจจะมีการเพิ่มการให้ระบบสัญญาณกันขโมย เพื่อปิดการขาย

3. ในด้านสิ่งเพิ่มเติมเพื่อการตกแต่ง ผู้ต้องการซื้อบ้านมีแนวโน้มที่จะซื้อบ้านที่มีการให้ชุดเฟอร์นิเจอร์ หรือการให้ชุดครัว ตัวเลือกที่ผู้ต้องการซื้อบ้านสนใจปานกลางคือ การตกแต่งห้องน้ำ

ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร จึงควรแถมชุดเฟอร์นิเจอร์ หรือการให้ชุดครัว เพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อ หากลูกค้าชะลอการตัดสินใจหรือเกิดการเจรจาต่อรอง อาจจะมีการเพิ่มการตกแต่งห้องน้ำ เพื่อปิดการขาย

4. ปัจจัยหลักที่ผู้ต้องการซื้อบ้านให้ความสนใจมากที่สุดคือ สิ่งเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือ ปัจจัยเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน

ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร จึงควรเพิ่มของแถมที่สามารถเพิ่มเติมด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อ หากลูกค้าชะลอการตัดสินใจหรือเกิดการเจรจาต่อรอง อาจจะมีการเพิ่มของแถมที่สามารถเพิ่มเติมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน เพื่อปิดการขาย

ข้อเสนอแนะ

1. ผลสรุปจากการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาโครงการบ้านที่ไม่ใช่โครงการจัดสรรในการส่งเสริมการขายด้วยของแถมและสิ่งเพิ่มเติมในบ้านที่สามารถเอื้อต่อการตัดสินใจซื้อ

2. ผู้ลงทุนสามารถนำผลสรุปจากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงบ้านมือสองที่มีศักยภาพในด้านทำเล เพื่อการทำรายได้จากการเช่าและเพื่อขายต่อทำกำไร

3. สามารถนำผลสรุปจากการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อกระตุ้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรรที่ดินที่มีปัจจัยทำเลที่ดีมากกว่าโครงการบ้านจัดสรรทั่วไปที่มีมักจะอยู่ชานเมือง

4. ผลสรุปจากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กในการศึกษาถึงการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในด้านต่างๆ ของที่ดิน บ้านมือสอง และโครงการบ้านสร้างใหม่เพื่อขายที่ไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร เป็นการสร้างทางเลือกในตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เน้นการผลิตคอนโดมิเนียม และโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่

เอกสารอ้างอิง

- จิตานนท์ พิบูลนครินทร์. (2545). เอกสารขออนุญาตขอย้ายบ้าน จากงานสัมมนาซื้อบ้านอย่างรอบรู้ ครั้งที่ 6 วันที่ 2-3 กุมภาพันธ์ 2545 หัวข้อพิจารณาจะทำเลทอง : ซื้อบ้านที่ไหนดี. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2550, จาก <http://www.thaiappraisal.org/Thai/buy/buy02.htm>.
- บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มหาชน. (2552). ข้อมูลโครงการ. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2552 จาก <http://www.ap-thai.com/APProject.aspx>
- บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด มหาชน. (2552). ข้อมูลโครงการ. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2552 จาก http://www.lh.co.th/LHWeb/page/front_th/home/index.jsp
- บริษัท แสนสิริ จำกัด มหาชน. (2552). ข้อมูลโครงการ. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2552 จาก <http://www.sansiri.com/th/projects/>
- บัณฑิตชัย ไชยอนงค์ศักดิ์. (2544). ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านโครงการอสังหาริมทรัพย์. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตสาขามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- บัณฑิต จุลาลัย และ ยุวดี ศิริ. (2548). ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2548. เอกสารการวิจัย. ภาควิชาเคหะการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2543). พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2552 จาก <http://www.krisdika.go.th/lawChar.jsp?head=3&item=3&process=displayLawList&id=2&group=n>
- มานพ พงศทัต. (2530). กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. กรุงเทพมหานคร: สยามเจนเนล.
- โสภณ พรโชคชัย, พิกพ รอดภัย. (2539). ความรู้-ความจริงอสังหาริมทรัพย์ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : พี โอ แอด แอนด์ พรินท์.
- เสาวรักษ์ อินทร์หา. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.