

บทที่ 5

วิเคราะห์และสรุปผลวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง "การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง" สามารถจำแนกผลการวิจัยตามประเภทกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มนายหน้าเจ้าของกิจการ สามารถสรุปผลวิจัยออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ประเภทบ้านมือสองที่นิยมรับฝากขาย

ก. บ้านเดี่ยว เป็นบ้านมือสองประเภทที่นายหน้าส่วนใหญ่นิยมรับฝากขาย

ข. ทาวเฮ้าส์ เป็นสินค้าประเภทรองลงมาที่ได้รับความนิยมฝากขาย ถึงแม้ว่าทาวเฮ้าส์จะเป็นสินค้าประเภทที่มีเหลือในตลาดมากกว่าบ้านเดี่ยว เนื่องจากบ้านเดี่ยวมีโอกาสขายได้สูงกว่า

2. ประเภทสื่อที่ใช้ในการขาย

ก. สื่อที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารเฉพาะด้าน เช่น นิตยสารวิทยุ घरบ้านและที่ดิน 2000 , นิตยสารบ้านพร้อมอยู่ และหน้าโฆษณาอยู่ในหนังสือพิมพ์ต่างๆ

ข. สื่อที่ใช้รองลงมา ได้แก่ การติดป้ายหน้าบ้านที่ต้องการขาย สื่อนี้จะเป็นชนิดแรกที่นายหน้าจะจัดการทันทีเมื่อได้รับฝากขายบ้าน แต่จะมีลูกค้าที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงบางรายที่ไม่ยินยอมให้ติดป้ายอันเนื่องมาจากการรักษาฐานะทางสังคม

ค. สื่อที่มีใช้น้อยมาก ได้แก่ วารสารของบริษัทและจุดสาร เนื่องจากสื่อทั้งสองประเภทต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เมื่อคิดเป็นต้นทุนทางการตลาดต่อหน่วยสินค้าแล้วค่อนข้างสูง ไม่คุ้มค่าบริการ

3. สื่อที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจได้มากที่สุด

ก. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ลงความเห็นที่ ป้ายติดตั้งหน้าบ้าน สื่อที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจได้มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่าผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสอง จะกำหนดที่ทำเลที่ต้องการ แล้วทดลองออกหาดูตามสถานที่หรือหมู่บ้านต่างๆ เพื่อเห็นสภาพบ้านที่แท้จริงทันที เมื่อพบบ้านที่ต้องการจะติดต่อได้ทันที ต่างจากสื่อชนิดอื่นที่จะต้องเห็นจากรูปถ่ายหรือเป็นเพียงข้อความบอกเล่า ในโฆษณานั้นๆ จะต้องมึเนื้อหาที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจด้วย จึงจะทำการติดต่อไปตามหมายเลขที่ระบุไว้

ข. อันดับรองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะด้าน ผู้ต้องการซื้อบ้านส่วนหนึ่งจะซื้อสื่อสิ่งพิมพ์มาเพื่อคัดเลือกบ้านที่มีคุณสมบัติตามความต้องการ โดยจะได้ข้อมูลพอสังเขป เพื่อติดต่อหาข้อมูลรายละเอียดจากผู้ขายในภายหลัง

4.งบประมาณในการโฆษณา

ก. ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ใช้งบประมาณเพื่อการโฆษณาหรือการใช้สื่อทั้งหมดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 17.000 บาทต่อเดือน ซึ่งการจัดงบจะขึ้นอยู่กับรายการบ้านรับฝากขายที่มีอยู่สต็อก

ข. นายหน้าส่วนน้อยรายที่ใช้งบต่ำเพียง 8.500 บาทต่อเดือน เป็นรายที่มีรายการบ้านมือสองฝากขายอยู่น้อย จึงใช้สื่อ น้อย ในขณะที่นายหน้ารายใหญ่ มีรายการรับฝากขายบ้านอยู่ในสต็อกเป็นจำนวนมากจะใช้งบเฉลี่ยเกิน 100.000 บาทต่อเดือน

5.วิธีการขาย

ก. ให้นายหน้าในสังกัดออกติดต่อลูกค้า เป็นวิธีที่นายหน้าส่วนใหญ่ใช้ในการจัดการด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญทุกรายมีความเห็นพ้องกันว่าสื่อเป็นเพียงข้อความนำเสนอ เพื่อดึงลูกค้าให้ติดต่อเข้ามา แต่ในการจะขายได้ต้องมีวิธีการขายอื่นๆประกอบกันด้วย นายหน้าในสังกัดจะต้องติดต่อ นำบ้านที่รับฝากขายมาเสนอต่อลูกค้าที่ถูกชักจูงโดยสื่อต่างๆ

6.วิธีการที่ทำให้ปิดการขายได้มากที่สุด

ก. ใช้นายหน้าในสังกัดเป็นผู้ติดต่อลูกค้า เป็นวิธีที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกันหมดเช่นกันว่าเป็นวิธีปิดการขายได้มากที่สุด โดยให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าสื่อไม่สามารถช่วยในการปิดการขายได้ เนื่องจากลูกค้าต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆและต้องเปรียบเทียบบ้านที่สนใจซื้อ ตลอดจนต้องมีการต่อรองราคา สื่อไม่สามารถทำหน้าที่เหล่านี้ได้

7.ข้อเสนอที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจซื้อมากที่สุด

ก. ข้อเสนอที่ทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจได้มากที่สุดคือ ราคา โดยราคาที่ขายนั้นต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพตัวบ้านนั้น ในขณะที่ต้องเป็นราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาเฉลี่ยของบ้านที่คุณภาพเท่าเทียมกันในการทำเลเดียวกัน

ผู้เชี่ยวชาญทุกรายให้ข้อคิดเห็นว่าเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน บ้านทั่วไปมีราคาลดลง แม้แต่บ้านสร้างใหม่ก็มีการลดราคากันถึง 50% จากราคาเดิม เพื่อลดอุปทานที่มีล้นตลาด ผู้ซื้อบ้านในปัจจุบันจึงหวังว่าจะซื้อบ้านในราคาถูกกว่าช่วงก่อนเศรษฐกิจตกต่ำ ดังนั้น ผู้ขายอยากขายบ้านจริงๆ จะต้องยอมรับราคาที่ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

ข. ข้อเสนอที่ช่วยเร่งการตัดสินใจของผู้ซื้อได้เป็นอันดับถัดมาคือ บริการติดต่อธนาคารเพื่อขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย เนื่องจากผู้ซื้อบ้านส่วนใหญ่ยังคงซื้อบ้านด้วยการผ่อนกับสถาบันการเงิน ในขณะที่ผู้ซื้อก็ไม่มี ความชำนาญในการติดต่อขอสินเชื่อและไม่มี ความมั่นใจว่าจะได้รับการอนุมัติ จึงต้องการให้มีผู้ที่เข้าใจวิธีการเหล่านี้ดีเป็นผู้ดำเนินการให้

8.สาเหตุที่ผู้ขายต้องการขาย

ก. ไม่สามารถผ่อนชำระต่อ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ประชาชนทั่วไปมีรายได้น้อยลงหรือไม่มีรายได้ จึงไม่สามารถรับภาระการผ่อนชำระหนี้สินเชื่อที่อยู่อาศัยต่อไปได้ อย่างไรก็ตามเป็นผลระยะสั้น เนื่องจากในระยะที่ทำวิจัยในเรื่องนี้ เศรษฐกิจกำลังตกต่ำอย่างรุนแรง

ข. ต้องการเงินก้อนหมุนเวียน ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับเหตุผลนี้เป็นอันดับรองลงมา โดยให้เหตุผลว่าเป็นผลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน แต่ผู้ขายกลุ่มนี้มีปัญหาทางการเงินต่ำกว่ากลุ่มแรก

ค. ต้องการย้ายที่อยู่ตามแหล่งงาน ผู้เชี่ยวชาญบางส่วนให้น้ำหนักกับเหตุผลนี้ โดยให้ความเห็นว่า เป็นประเด็นสำคัญพื้นฐานที่บุคคลทั่วไปต้องการขายบ้านที่อยู่อาศัยเก่าไป เพื่อนำเงินไปซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ที่ใกล้แหล่งงานมากกว่า

9.แนวโน้มการพัฒนาการตลาดบ้านมือสองในอนาคต

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทุกรายเห็นด้วยกับการพัฒนา 2 ด้านที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญเท่าเทียมกัน ได้แก่

ก. การพัฒนาบุคลากรให้เป็นนายหน้ามืออาชีพ เนื่องจากบุคลากรที่มีคุณภาพ เข้าใจเรื่องการซื้อขายบ้านมือสองอย่างแท้จริง จะเป็นรากฐานที่ทำให้การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสองมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งปัจจุบัน ผู้เชี่ยวชาญยอมรับว่านายหน้าส่วนใหญ่ยังขาดความเป็นมืออาชีพ ไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของนายหน้าอย่างถ่องแท้ มุ่งเพียงการขาย เพื่อให้ได้ค่าตอบแทนเท่านั้น ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ผิด และทำให้ภาพพจน์ของนายหน้าไม่ดีในสายตาบุคคลทั่วไป

ข. การควบคุมนายหน้าด้วยใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญต้องการให้มีการผลักดันภาครัฐให้ออกกฎหมายควบคุมจริยธรรมและคุณภาพของนายหน้าขายบ้านออกมาบังคับใช้ โดยเฉพาะการบังคับให้ผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพนายหน้าขายบ้านต้องผ่านการอบรมและการสอบใบอนุญาตประกอบวิชาชีพจึงจะทำอาชีพนี้ได้ หากมีการละเมิดข้อบังคับใดๆจะถูกเพิกถอนใบอนุญาต เช่นเดียวกับในหลายประเทศตะวันตกที่มีกฎหมายบังคับลักษณะเช่นนี้ ซึ่งเป็นการช่วยพัฒนาการขายบ้านมือสองให้ เป็นไปอย่างถูกต้องมากขึ้น

ค. การพัฒนาภาพพจน์ของอาชีพตัวแทนนายหน้า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญบางส่วนให้ความสำคัญกับภาพพจน์ของอาชีพนี้ ซึ่งวิธีการพัฒนาสัมพันธ์กับข้อ ก. และข้อ ข. โดยให้ความเห็นว่าภาพพจน์ของนายหน้าในประเทศไทยในปัจจุบันยังเป็นเชิงลบ ผู้ต้องการขายบ้านไม่เชื่อถือ จึงเลือกขายเอง ซึ่งการขายเอง ทำให้ขายบ้านมือสองได้ช้าหรือขายไม่ได้

ง. ระบบการขายบ้านมือสองแบบต่างประเทศ ผู้เชี่ยวชาญบางส่วนเห็นด้วยกับการนำระบบการตลาดเช่นเดียวกับในต่างประเทศมาใช้ในการขายบ้านมือสอง โดยพิจารณาจากแนวโน้มของวิวัฒนาการตลาดบ้านมือสองของไทยกับต่างประเทศเป็นทิศทางเดียวกัน และได้ทดลองนำมาใช้ภายในองค์กรแล้วได้ผลดี

10. แนวโน้มเทคนิคการตลาดบ้านมือสองที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

ในเรื่องของเทคนิคทางการตลาด กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทุกท่านเห็นด้วยกับการนำเทคนิคการตลาดบ้านมือสองจากในต่างประเทศมาใช้ เนื่องจากเป็นวิธีการที่พบว่าใช้กันแพร่หลายและมีประสิทธิภาพ โดยประกอบด้วยระบบ ดังนี้

ก. ระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่ (farming) เป็นระบบที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยว่าจะมีประสิทธิภาพที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการนายหน้า ทั้งผู้ฝากและผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของนายหน้าเป็นรายบุคคลมากขึ้น โดยมีเงื่อนไขว่านายหน้าผู้นั้นจะต้องอยู่ภายใต้สังกัดบริษัทนายหน้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับด้วย อีกทั้งระบบนี้ จะเป็นลักษณะการสร้างสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคลมากกว่าจะเป็นบุคคลต่อองค์กร ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและสบายใจที่จะใช้บริการมากกว่าติดต่อบริษัท

ข. ระบบนายหน้าร่วม (co-broke) เป็นระบบที่นายหน้าเห็นด้วยมากเป็นอันดับรองลงมา ระบบนี้มีข้อดีที่นายหน้าแต่ละรายจะได้นำข้อมูลเกี่ยวกับรายการบ้านฝากขายมารวมกัน ทำให้มีข้อมูลรายการสินค้าให้ลูกค้าที่ต้องการซื้อมากขึ้น บริษัทนายหน้าที่ขายได้จะแบ่งค่าตอบแทน (commission fee) กับบริษัทนายหน้าที่เป็นผู้รับฝากขาย ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการได้ค่าตอบแทนต่อหน่วยลดลง แต่ทำให้ขายบ้านมือสองได้จำนวนเพิ่มขึ้น

11. แนวโน้มความนิยมใช้บริการรับฝากขาย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เชื่อว่าแนวโน้มการใช้บริการฝากขายบ้านมือสองกับนายหน้าจะมีมากขึ้น เนื่องจากเจ้าของเริ่มเห็นโอกาสประสบความสำเร็จในการขายมากกว่าขายเอง โดยนายหน้าจะมีทักษะในการขายสูงกว่า มีความรู้ทางการตลาดบ้านมือสอง มีช่องทางการตลาดในการขายมากกว่าและมีรายชื่อลูกค้าที่ต้องการซื้ออยู่แล้วในมือ อีกทั้ง เจ้าของบ้านส่วนใหญ่ไม่สะดวกที่จะรับผิดชอบกับผู้ที่สนใจซื้อบ้านด้วยตนเอง

12. ประเภทบ้านมือสองที่ผู้ซื้อต้องการ

- ก. บ้านเดี่ยวขนาดราคาตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึงไม่เกิน 3 ล้านบาท
- ข. อันดับถัดมาเป็นทาวเฮ้าส์ ราคา 1 ล้านถึง 3 ล้านบาท มีส่วนน้อยที่ต้องการทาวเฮ้าส์รา ไม่เกิน 1 ล้านบาท

13. ระยะเวลาในการขายบ้านมือสอง

- ก. ระยะเวลาเฉลี่ยที่ขายบ้านได้ส่วนใหญ่ ใช้เวลาประมาณ 3-6 เดือน
- ข. นายหน้าส่วนน้อยใช้เวลาในการขายนานกว่านี้ โดยอยู่ที่ 6-9 เดือน

14. วิธีการคิดค่าตอบแทนนายหน้า

ก. อัตราค่าธรรมเนียมนายหน้าที่ใช้กันในปัจจุบันอยู่ที่ 2-3% ของมูลค่าที่ขายได้ โดยบริษัทนายหน้าที่มีชื่อเสียง มีรายการลูกค้าอยู่ในมือมากจะคิดค่าธรรมเนียม 3% บริษัทนายหน้าที่เป็นบริษัทเล็ก ไม่ค่อยมีชื่อเสียง จะคิดค่าธรรมเนียม 2% นอกเหนือจากนี้ จะมีค่าบริการรับฝากขาย 3-5,000 บาท เพื่อใช้เป็นค่าซื้อสื่อ โดยค่าบริการนี้ จะขึ้นอยู่กับมูลค่าบ้านและกลุ่มเป้าหมายของบ้านหลังนั้นๆ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายที่ด้านการตลาดที่แตกต่างกัน

15. การขายตัวของตลาดบ้านมือสอง

ก. การขายตัวของตลาดบ้านมือสองในอนาคต จะมีการขายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันบีบบังคับให้เจ้าของบ้านขาดสภาพคล่องจึงต้องการเงินก้อนหมุนเวียนไปเพื่อชำระหนี้และใช้จ่ายทดแทนรายได้ที่ขาดหายไป สาเหตุที่เจ้าของบ้านต้องการขายบ้านลำดับถัดมาเป็นเรื่องไม่มีรายได้เพียงพอจะผ่อนชำระบ้านต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยภาวะเศรษฐกิจเช่นกัน ภาวะจำเป็นนี้กลายเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้จำนวนบ้านมือสอง ระบายในตลาดขายตัวเพิ่มขึ้นเร็วผิดปกติตั้งแต่ปี 2540 จนถึงปัจจุบัน ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับความต้องการย้ายที่อยู่ตามแหล่งงานและความต้องการเปลี่ยนที่อยู่อาศัยให้มีขนาดใหญ่ขึ้น คุณภาพดีขึ้นที่เคยเป็นเหตุผลหลัก มีจำนวนน้อยลง

16. แนวโน้มความต้องการซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เชื่อว่า จะขายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน เนื่องจากผู้ซื้อต้องการเลือกคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับตนเอง ต้องการเห็นชุมชนที่อยู่อาศัยแท้จริงและสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นจริงภายหลังการเกิดชุมชนแล้ว ซึ่งการซื้อบ้านใหม่ในโครงการหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ ผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นข้อเท็จจริงเหล่านี้ นอกจากนี้ ผู้ซื้อเริ่มมีความเชื่อมั่นมากขึ้นว่าบ้านมือสองมีราคาถูกกว่าบ้านมือหนึ่งในทำเลเดียวกัน ซึ่งเป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเช่นกัน เพราะผู้ซื้อส่วนใหญ่เชื่อว่าผู้ขายบ้านในปัจจุบันต้องการเงินเร่งด่วน ผู้ขายน่าจะยอมลดราคาได้มากกว่าบ้านมือหนึ่ง

17.อุปสรรคของการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง

ผู้เชี่ยวชาญให้นำหนักกับ 3 เหตุผล เท่าเทียมกัน ได้แก่

ก.ทัศนคติเชิงลบของผู้ขายบ้าน ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้นำหนักกับปัญหานี้เป็นหลัก โดยให้เหตุผลว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เจ้าของบ้านเลือกขายบ้านด้วยตนเอง โดยที่ไม่มีประสบการณ์ จึงขายบ้านได้ช้าหรือไม่สามารถขายได้สำเร็จ

ข.นายหน้าไม่เป็นมืออาชีพ ผู้เชี่ยวชาญยังไม่พอใจกับความเป็นมืออาชีพของตัวแทนนายหน้าในปัจจุบัน โดยเฉพาะการไม่เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของอาชีพนายหน้าอย่างด่องแท้ ไม่มีการจัดระบบขององค์กรและพัฒนาบุคลากรที่ดีและไม่ให้ความร่วมมือกันเท่าที่ควร ทำให้การขายบ้านมือสองประสบความสำเร็จน้อยลง

ค.ขาดกฎหมายรองรับวิชาชีพนายหน้า ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับกฎหมาย โดยให้เหตุผลว่ากฎหมายที่รองรับวิชาชีพนี้โดยเฉพาะ จะเป็นกรอบบังคับให้นายหน้าทั้งหมดต้องพัฒนาตนเอง และประกอบอาชีพภายใต้จรรยาบรรณจนเป็นวิชาชีพที่น่าเชื่อถือและสามารถปรับปรุงภาพพจน์ของอาชีพให้ดีขึ้น

ตารางที่ 5-1 แสดงผลความคิดเห็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	อัตราส่วนความเห็นด้วย
1.ประเภทบ้านมือสองที่รับฝากขาย	
-บ้านเดี่ยว	100%
-ทาวเฮ้าส์	91.6%
2.สื่อที่ใช้ในการขาย	
-สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะ	100%
-ป้ายติดตั้งหน้าบ้าน	91.6%
-จุลสาร	33.3%
-วารสาร	16.6%
3.สื่อที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจ	
-สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะ	50%
-ป้ายติดตั้งหน้าบ้าน	58.3%
4.การขายในปัจจุบัน	
-ส่งตัวแทนนายหน้าติดต่อลูกค้า	100%
(ควบกับระบบนายหน้าร่วม)	50%
(ควบกับระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่)	50%
5.วิธีที่ปิดการขายได้มากที่สุด	

-ส่งตัวแทนนายหน้าติดต่อลูกค้า (ควบกับระบบนายหน้าร่วม) (ควบกับระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่)	100% 25% 75%
6.ข้อเสนอที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจมากที่สุด -อัตราราคา ต่อรอง -ติดต่อขอสินเชื่อจากธนาคารให้ -แถมเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งฟรี	83.3% 41.6% 8.3%
7.สาเหตุที่เจ้าของบ้านต้องการขาย -ไม่สามารถผ่อนชำระต่อ -ต้องการเงินก้อนหมุนเวียน -ต้องการย้ายที่อยู่ตามแหล่งงาน -ครอบครัวมีจำนวนสมาชิกเพิ่ม	100% 66.6% 66.6% 58.3%
8.สาเหตุที่ผู้ซื้อต้องการซื้อบ้านมือสอง -ต้องการเลือกสิ่งแวดล้อมและเพื่อนบ้าน -ราคาถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลเดียวกัน -ทำเลใกล้ใจกลางเมืองกว่าบ้านใหม่ -กลัวผู้ประกอบการสร้างไม่เสร็จ -อยู่อาศัยได้ทันที -สาธารณูปโภคพร้อม	75% 75% 58.3% 33.3% 33.3% 66.6%
9.แนวโน้มการพัฒนาการตลาดบ้านมือสอง -พัฒนาบุคลากรตัวแทนนายหน้า -มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ -พัฒนาภาพพจน์ตัวแทนนายหน้า -ระบบการตลาดบ้านมือสองจากต่างประเทศ	83.3% 83.3% 66.6% 58.3%
10.เทคนิคการตลาดที่มีประสิทธิภาพ -ระบบการตลาดบ้านมือสองจากต่างประเทศ (ระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่) (ระบบนายหน้าร่วม) -การบริหารการใช้สื่อให้คุ้มค่า	100% 83.3% 66.6% 75%
11.ความนิยมใช้บริการรับฝากขาย -เพิ่มขึ้น -ลดลง	75% 16.6%

-ทรงตัว	8.3%
12.ประเภทบ้านมือสองที่มีความต้องการ	
-บ้านเดี่ยวราคา1-3 ล้านบาท	100%
-ทาวเฮ้าส์ราคา1-3ล้านบาท	75%
-ทาวเฮ้าส์ราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท	33.3%
13.ระยะเวลาที่ใช้ในการขาย	
-3-6 เดือน	83.3%
-6-9 เดือน	16.6%
-12 เดือนขึ้นไป	8.3%
14.วิธีการคิดค่าตอบแทน	
-คิด 2-3%ของมูลค่าขาย	96.6%
-ตกลงแล้วแต่กรณี	8.3%
15.การขายยตัวบ้านมือสอง	
-เพิ่มขึ้น	100%
16.การขายยตัวของความต้องการบ้านมือสอง	
-เพิ่มขึ้น	96%
-ทรงตัว	4%
17.อุปสรรคของการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง	
-ทัศนคติเชิงลบของลูกค้า	83.3%
-นายหน้าไม่เป็นมืออาชีพ	83.3%
-ขาดกฎหมายรองรับวิชาชีพนายหน้า	83.3%

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1.ปัจจัยเกี่ยวกับราคาหรือบริการ เป็นเพียงเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยเร่งให้ผู้ซื้อตัดสินใจเร็วขึ้นเท่านั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดคือบ้านจะต้องมีคุณภาพดี ไม่ทรุดโทรมเกินไปหรือรกร้าง ได้รับการดูแลมาพอสมควร ผู้ซื้อซื้อแล้วไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในซ่อมแซมสูงเกินไป หากบ้านไม่มีคุณภาพ ถึงแม้ราคาจะถูก ผู้ขายบริการได้อย่างไร ผู้ซื้อก็ไม่สนใจ

2.บ้านมือสองที่มีอายุมานานเกิน 10 ปีขึ้นไป ควรตั้งราคาเฉพาะค่าที่ดินเท่านั้นจึงจะมีโอกาสขายได้ เนื่องจากสภาพบ้านที่มีอายุขนาดนี้ จะทรุดโทรมเกินไปไม่สามารถชักจูงให้ผู้ซื้อได้อีกแล้ว

3.ระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่ เป็นวิธีการตลาดที่จะใช้ได้ผลดีที่สุดในอนาคต เนื่องจากนายหน้าที่สังกัดอยู่ในพื้นที่ ได้ทำการประชาสัมพันธ์ตนเองและมีผลงานให้เห็นอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ให้ความไว้วางใจ และเชื่อถือพร้อมจะเรียกใช้บริการเสมอ และจะมีการแนะนำแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ นายหน้าที่ทำงานอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งโดยเฉพาะจะมีความชำนาญในพื้นที่สูง โดยเฉพาะสามารถรู้ข้อมูลแท้จริงเกี่ยวกับบ้านต้องการขายและผู้ต้องการซื้อ

4.สื่อแบบใหม่ที่ได้รับความสนใจจากนายหน้าค่อนข้างสูง คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการสร้างโฮมเพจของบริษัทหรือใช้บริการเว็บไซต์ที่มีบริการ อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ ขณะนี้ มีนายหน้าหลายรายที่เริ่มใช้สื่อประเภทนี้แล้ว แต่ยังคงไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากปัจจุบัน จำนวนคอมพิวเตอร์ส่วนตัวในปัจจุบันยังมีอยู่เพียง 600,000 เครื่องและเพียง 50% เท่านั้นของจำนวนนี้ ที่มีการเล่นอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ ในปัจจุบัน 90% ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในไทย เป็นวัยรุ่น นักเรียนและนักศึกษา มีเพียง 10% เท่านั้นที่เป็นผู้ทำงานแล้วมีรายได้เป็นของตนเองและสามารถซื้อบ้านได้ ทำให้สื่อนี้ยังไม่ใช้สื่อที่จะเข้าถึงผู้ซื้อบ้านได้ อย่างไรก็ตาม ในอนาคต การซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะขยายตัวขึ้นตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตอาจกลายเป็นสื่อสำคัญที่ใช้ในการซื้อขายบ้านมือสองได้ในอนาคต

2.กลุ่มผู้ต้องการขายบ้านหรือผู้ฝากขาย

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ แบ่งออกเป็นการศึกษา 2 รูปแบบ

แบบที่หนึ่ง กลุ่มศึกษาด้วยการสัมภาษณ์

แบบที่สอง กลุ่มศึกษาโดยการทดลองติดต่อซื้อขาย

แบบที่หนึ่ง กลุ่มตัวอย่างผู้ฝากขาย ศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ มีผลดังนี้

1.สาเหตุที่ต้องการขาย

ก.กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด ขาย เนื่องจากต้องการเงินก้อนหมุนเวียน ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเงินก้อนก็จะต่างกัน ได้แก่ ชำระหนี้ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจและเพื่อนำเงินนั้นไปชำระค่าที่อยู่อาศัยใหม่ โดยมีเงินเหลือใช้จ่ายต่อไปได้ด้วย

ข.กลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนน้อยที่ต้องการขายเพื่อลดภาระรายจ่ายในการดูแลบ้าน แต่สามารถสรุปสาเหตุการขายที่แน่ชัดว่าทุกรายตัดสินใจขาย โดยมีภาวะเศรษฐกิจเข้ามาเป็นปัจจัยในการตัดสินใจทุกราย

2. สื่อที่ใช้ในการขาย

ก. สื่อแรกที่ใช้ในการขายของกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกรายคือ การติดป้ายหน้าบ้าน เนื่องจากเป็นสื่อที่ดำเนินการได้ทันที ไม่มีค่าใช้จ่าย และเป็นสื่อที่เคยเห็นบ้านอื่นใช้อยู่ทั่วไป มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ต้องการใช้วิธีนี้ เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ต้องการรักษารูปลักษณ์ทางสังคมและอีกเหตุผลคือบ้านที่ต้องการขายมีผู้เช่าอยู่ ไม่ต้องการให้ผู้เช่าเกิดความรำคาญใจเมื่อมีผู้สนใจซื้อเข้ามาติดต่อดูถาม

ข. สื่อที่ใช้ลำดับถัดมาคือ การลงโฆษณาบ่อยในสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะ โดยเลือกลง 2 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารวิญญูกรบ้านและที่ดิน 2000 และ นิตยสารบ้านพร้อมอยู่ แต่ไม่ค่อยได้รับการติดต่อมากนัก กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าเกิดจากไม่ได้ลงบ่อยครั้ง เพราะมีงบประมาณจำกัด

3. วิธีการการตลาดที่ทำให้ปิดการขายได้

ก. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขายได้โดยผ่านนายหน้า โดยทุกรายยอมรับว่าไม่มีความสามารถที่จะพูดคุย ให้ข้อมูลชักจูงใจผู้ซื้อได้มากเพียงพอ และไม่สะดวกในการติดต่อ ไม่มีเวลาให้กับผู้ที่ติดต่อเข้ามาทุกราย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้บริการนายหน้านั้น เนื่องจากมีคนรู้จักสนใจซื้อก่อนที่จะติดขาย เมื่อติดต่อไปก็ตกลงกันได้ ซึ่งหากผู้ซื้อรายนั้นไม่ซื้อ เจ้าของบ้านรายนี้ก็คิดใช้บริการนายหน้าเช่นกัน เนื่องจากสะดวกกว่าขายด้วยตนเอง

4. ความต้องการใช้บริการนายหน้า

จากประสบการณ์ของเจ้าของบ้านกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ คิดจะใช้บริการนายหน้าอีก หากต้องการขายบ้าน เนื่องจากนายหน้ามีโอกาสขายได้สำเร็จมากกว่าขายเอง มีความสามารถในการตลาดมากกว่า และสะดวก ไม่รบกวนเวลาส่วนตัวของเจ้าของบ้าน

5. ทักษะที่มีต่อนายหน้า

ก. กลุ่มตัวอย่างผู้ฝากขายมีทัศนคติเชิงบวกต่อนายหน้า ดังนั้นนายหน้าเป็นอาชีพสุจริต ทำหน้าที่ให้บริการอีกอาชีพหนึ่งที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน มีความเป็นมืออาชีพและไม่น่ากลัวเหมือนในอดีต ที่มีภาพพจน์ไม่น่าคบหา ไม่ซื่อสัตย์ พร้อมจะเอาเปรียบผู้อื่น

6. ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการขายบ้านมือสอง

ก. เจ้าของบ้านทุกรายเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการขายด้วยตนเองไม่คุ้ม เนื่องจากค่าสื่อสูง ไม่สามารถลงโฆษณาได้บ่อย ทำให้ขี้ลาดโอกาสในการขาย การใช้บริการนายหน้ามีข้อดีที่นายหน้าจะเรียกค่าบริการที่แน่นอนตั้งแต่ต้น แล้วจะรับผิดชอบดำเนินการให้ทั้งหมด ซึ่งแน่ใจว่านายหน้าจะลง

โฆษณาให้เต็มที่ เพราะถ้าขายได้ นายหน้าจะได้รับค่าตอบแทนคิดเป็นร้อยละของมูลค่าบ้านที่ขาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าคุ้มค่ากับการดำเนินการขายตามกระบวนการทั้งหมด

7.ทัศนคติที่มีต่อผู้ซื้อ

กลุ่มผู้ฝากขายทั้งหมดมีทัศนคติเกี่ยวกับผู้ซื้อเหมือนกันว่าต้องการบ้านราคาถูก และจะตัดสินใจซื้อหากผู้ขายขอมลราคาสูงให้จนเป็นที่พอใจ แต่ทั้งหมดเห็นเป็นเรื่องปกติที่ผู้ซื้อขอมต้องการของดีราคาถูก และมองที่ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่มีมูลค่าลดลงทั้งระบบ

ทั้งนี้ ปฏิภิกิริยาของผู้ซื้อไม่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างนี้ เนื่องจากมีความเห็นว่าผู้ขายจะต้องกำหนดราคาจะขายได้ต่ำสุดที่เท่าใด หากไม่ได้ราคาตามที่ต้องการ ก็มีสิทธิปฏิเสธ

8.วิธีการที่จะใช้ในการขายบ้านมือสองในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างเห็นพ้องกันว่าในอนาคต หากต้องการขายบ้าน จะใช้บริการนายหน้า เพื่อให้ นายหน้าจัดการด้านการตลาดให้ทั้งหมด

9.ความคาดหวังของผู้ฝากขายบ้านกับนายหน้า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อนายหน้าสูงกว่าที่เคยได้รับ

ก. ส่วนใหญ่ต้องการให้นายหน้าสามารถให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ฝากขายได้มากกว่าการ ขายเพียงอย่างเดียว เช่น การปรับปรุงบ้าน ปัญหาเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายบ้าน ระบบภาษี เป็นต้น

ข. บางส่วนต้องการให้ปรับปรุงสัญญาฝากขายให้เป็นธรรมกว่าปัจจุบัน โดยเฉพาะระยะเวลาในการฝากขาย ควรระบุระยะเวลาสิ้นสุดวันฝากขายให้ชัดเจน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ฝากขายสามารถเลือกวิธีการตลาดด้านอื่นที่เหมาะสมได้ หากตัวแทนนายหน้าไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ

ตารางที่ 5-2 แสดงผลความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างผู้ฝากขายบ้านมือสอง

ความคิดเห็นกลุ่มผู้ฝากขาย	อัตราส่วนความเห็นด้วย
1.สาเหตุที่ต้องการขาย	
-ต้องการเงินก้อนหมุนเวียน	80%
-ต้องการภาระค่าดูแลบ้าน	20%
2.สิ่งที่ใช้ในการขาย	
-ป้ายติดตั้งหน้าบ้าน	80%
-ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์	60%

3.วิธีการทางการตลาดที่ปิดการขายได้	
-ใช้บริการนายหน้า	80%
-ขายเอง	20%
4.ความต้องการใช้บริการนายหน้า	
-ใช้	100%
5.ทัศนคติที่มีต่อนายหน้า	
-นายหน้าเป็นวิชาชีพที่สุจริต	80%
-นายหน้าที่ไม่เป็นมืออาชีพ	20%
6.ทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด	
-ค่าใช้จ่ายในการขายเอง คู้มค่า	20%
-ค่าใช้จ่ายในการขายเอง ไม่คู้มค่า	80%
-ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการนายหน้า คู้มค่า	80%
-ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการนายหน้า ไม่คู้มค่า	20%
7.ทัศนคติที่มีผู้ซื้อ	
-กดราคา	100%
8.วิธีการขายบ้านมือสองในอนาคต	
-ใช้บริการนายหน้า	100%
-ขายเอง	0%
9.ความคาดหวังที่มีต่อนายหน้า	
-ต้องการคำปรึกษาเพิ่มขึ้น	100%
-ปรับปรุงสัญญาฝากขายให้เป็นธรรม	60%
-พัฒนาวิชาชีพนายหน้า	80%

แบบที่สอง กลุ่มตัวอย่างเจ้าของบ้านมือสองที่ต้องการขาย ศึกษาโดยการสำรวจภาคสนาม ผลการทดสอบ สรุปได้ ดังนี้

จากการสำรวจภาคสนาม พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นเจ้าของบ้านขายเอง 60% ฝากขายกับนายหน้า 40%

ตารางที่ 5-3 สรุปข้อมูลจากการสังเกตการณ์

1.กลุ่มเจ้าของบ้านขายเอง	
ติดต่อไม่ได้	66%
-ให้หมายเลขติดต่อผิด	40%
-หมายเลขสถานที่ทำงาน เจ้าของบ้าน ไม่อยู่	60%
ติดต่อได้	34%
-เจ้าของบ้านรับสายเอง	50%
-ญาติและคนรับใช้รับสาย	50%
-ไม่ยินดีให้ข้อมูล	50%
-เคยใช้บริการนายหน้า	50%
2.กลุ่มขายผ่านนายหน้า	
-ผ่านนายหน้านิติบุคคล	50%
-ผ่านนายหน้าสมัครเล่น	50%
-ติดต่อได้	75%
-ติดต่อไม่ได้(นายหน้าสมัครเล่น)	25%
3.ลักษณะทางกายภาพ	
-ทาวเฮ้าส์	80%
-บ้านเดี่ยว	20%
-เจ้าของไม่อยู่อาศัยเอง	100%
(บ้านว่าง)	70%
(ให้ญาติอยู่อาศัย)	30%
-สภาพทรุดโทรมมาก(รกร้าง)	60%
-สภาพทรุดโทรม	20%
-สภาพสะอาดเรียบร้อย(พร้อมเช่าอยู่)	10%
-สภาพแวดล้อมและชุมชนดี	30%
-สภาพแวดล้อมและชุมชนแย่(แออัดไร้ระเบียบ)	70%



ผลการสำรวจภาคสนามกลุ่มตัวอย่างบ้านมือสองต้องการขาย

ผลสรุปการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เจ้าของบ้านขายด้วยตนเอง ส่วนน้อยขายโดยนายหน้า

ก.กลุ่มเจ้าของบ้านขายด้วยตนเอง พบว่าส่วนใหญ่หมายเลขที่ระบุไว้ ไม่สามารถติดต่อกับเจ้าของบ้านได้ โดยเกิดจากการให้หมายเลขสถานที่ทำงาน ซึ่งเจ้าของไม่อยู่ในสถานที่ เพื่อนร่วมงานซึ่งเป็นผู้รับสายแทนไม่ยินดีให้ข้อมูลใดๆ และส่วนหนึ่งให้หมายเลขที่ไม่ตรงกับสถานที่ที่ติดต่อได้ในปัจจุบัน โดยมีทั้งเป็นหมายเลขเก่า ปัจจุบันย้ายออกไปแล้วและหมายเลขผิด

ส่วนกลุ่มที่ติดต่อได้นั้น พบว่ามีทั้งเจ้าของบ้านรับสายเองและผู้อื่นรับสายแทนในอัตราเท่ากัน โดยกรณีที่ผู้อื่นรับสายแทน มีปฏิกริยาตอบรับในทางลบ โดยไม่ยินดีให้ข้อมูล แสดงน้ำเสียงไม่พอใจกับการถูกรบกวนจากผู้ติดต่อไป

ในกลุ่มเจ้าของขายเอง อัตรา 50% เคยใช้บริการนายหน้ามาแล้วกับบ้านที่เคยขายหลังเก่าและบ้านที่ต้องการขายในปัจจุบัน แต่ปัจจุบันไม่ใช้บริการอีก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

-กลุ่มแรก ไม่พอใจกับค่าบริการที่นายหน้าเรียกเก็บ โดยเชื่อว่าสามารถขายเองได้ โดยไม่ต้องเสียค่าตอบแทน

- กลุ่มที่สอง นายหน้าไม่สามารถขายได้สำเร็จ จึงใช้วิธีขายเอง

ข.กลุ่มขายผ่านนายหน้า แบ่งออกเป็นใช้บริการนายหน้านิติบุคคลและนายหน้าสมัครเล่นในอัตราที่เท่ากัน กลุ่มตัวอย่างโดยนายหน้านิติบุคคลจะมีวิธีการต้อนรับการติดต่อในลักษณะเดียวกันได้แก่ การให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบ้าน ชักถามข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณที่ตั้งไว้ โดยให้เหตุผลว่ามีรายการบ้านฝากขายหลายรายการให้เลือกให้ตรงกับความต้องการและความสามารถในการซื้อ และชักชวนให้เข้าชมบ้านก่อนต่อรองราคา

กลุ่มตัวอย่างที่ขายผ่านนายหน้าสมัครเล่น นายหน้าสมัครเล่นทั้งหมดเป็นเพื่อนบ้านใกล้เคียง ซึ่งเจ้าของบ้านบอกฝากขาย ส่วนใหญ่ใช้วิธีเสนอรายละเอียดที่เป็นข้อดีของบ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ชักจูงใจด้วยเสนอการต่อรองราคาและชักชวนให้เข้าชมบ้าน

2. ลักษณะทางกายภาพของบ้านกลุ่มตัวอย่าง

ก.ส่วนใหญ่เป็นทาวเฮ้าส์ มีบ้านเดี่ยวเป็นส่วนน้อย

ข.กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เจ้าของบ้านไม่ได้อยู่อาศัยเอง ส่วนใหญ่เป็นบ้านว่าง ส่วนน้อยให้ญาติอยู่อาศัย สภาพบ้านจากภายนอก ทรุดโทรมมากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งบ้านที่ทรุดโทรมมาก ทั้งหมดเป็นบ้านว่าง การที่บ้านไม่มีผู้อยู่อาศัย ทำให้สภาพร้าวและวัสดุภายนอกหลายจุดผุพัง ต้องซ่อมแซมใหม่อย่างมาก มีบ้านกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบ้านที่มีผู้อยู่อาศัยส่วนน้อย ที่มีสภาพทรุดโทรม เนื่องจากเป็นบ้านมีอายุหลายปี สภาพภายนอกจึงเก่า ถึงแม้ว่าจะมีการดูแลโดยผู้อยู่อาศัยอย่างสม่ำเสมอ

บ้านว่างส่วนน้อยที่มีสภาพภายนอกยังดี ได้รับการดูแล และไม่ต้องซ่อมแซมมากนัก บ้านเหล่านี้เป็นบ้านฝากขายผ่านนายหน้า

ค.สภาพแวดล้อม พิจารณาจากชุมชน สิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภค พบว่า 70% ของกลุ่มตัวอย่างมีสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี บ้านข้างเคียงโดยรวมมีการต่อเติมเพื่อการพาณิชย์ แออัด ขาดสาธารณูปโภค เช่น พื้นที่ส่วนกลางเพื่อพักผ่อน

30% ของกลุ่มตัวอย่างมีสภาพแวดล้อมดี ชุมชนเป็นระเบียบ สงบ มีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับพักผ่อนและถูกใช้งานจริงเป็นประจำ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1.นายหน้าจะเป็นวิชาชีพหนึ่งที่ประกอบกิจการอย่างสุจริต แต่ไม่มีข้อบังคับใดๆทางกฎหมายที่ควบคุมอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้ใช้บริการนายหน้าต้องมีรอบคอบด้วยเช่นกัน เช่น การเซ็นสัญญาฝากขาย ต้องดูระยะเวลาที่ให้นายหน้าดำเนินการขายว่าไม่นานเกินไป ไม่เช่นนั้น หากนายหน้ารายที่ใช้บริการอยู่ไม่สามารถขายได้ จะส่งผลให้ผู้ฝากขายไม่สามารถดำเนินการเองหรือเปลี่ยนไปใช้บริการนายหน้ารายอื่นได้ เป็นต้น

2.เมื่อตัดสินใจขายแล้ว ควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับราคาประเมินของบ้านตนเอง ก่อนกำหนดราคาขายขั้นต่ำที่ต้องการ เพื่อให้รู้ว่าจะรับการต่อรองได้ในระดับใด และตั้งราคาไว้เพื่อผู้ซื้อต่อรอง แต่ต้องไม่สูงเกินไปจนทำให้ผู้ซื้อไม่สนใจแม้แต่จะต่อรอง

3.ก่อนขายควรทำการปรับปรุงสภาพบ้านให้สะอาดและดูไม่ทรุดโทรมเท่าที่จะทำได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายสูงจนเกินไป ผู้ขายบ้านส่วนใหญ่จะไม่ปรับปรุงดูแลบ้านที่ต้องการขาย เนื่องจากคิดว่าบ้านมีมูลค่าในตัวเองและไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งในความเป็นจริง บ้านที่จะขายได้ จะต้องมีสภาพที่ผู้ซื้อพึงพอใจในระดับที่จะตัดสินใจได้

3.กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง โดยการสัมภาษณ์ สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. สาเหตุที่เลือกซื้อบ้านมือสอง

ก. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเลือกสภาพแวดล้อม เพื่อนบ้านและชุมชนที่ดี เหมาะกับการอยู่อาศัย โดยให้เหตุผลว่าซื้อบ้านมือสอง จะมีลักษณะเป็นชุมชนแล้ว จึงพิจารณาจากของจริง ต่างจากการซื้อบ้านใหม่ที่ไม่สามารถเห็นสภาพแวดล้อมภายหลังการอยู่อาศัยจริง

ข. สาเหตุลำดับถัดมา ราคาบ้านมือสองในทำเลที่ต้องการอยู่อาศัยมีราคาถูกกว่าบ้านใหม่

ค. สาเหตุที่สาม ต้องการซื้อบ้านที่เข้าอยู่อาศัยได้ทันทีและต้องมีสิ่งบริการชุมชนในบริเวณใกล้เคียง เช่นร้านค้า ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ตและโรงพยาบาล ซึ่งบ้านใหม่ปัจจุบันที่มีราคาตามต้องการ จะอยู่ในทำเลชานเมือง ห่างไกลชุมชนและขาดบริการชุมชนใกล้บ้าน

3. การหาซื้อบ้านที่ต้องการ

ก. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีหาบ้านที่ติดป้ายต้องการขายและเลือกหมู่บ้านที่สภาพแวดล้อมเป็นที่น่าพอใจ

ข. กลุ่มตัวอย่างบางส่วนใช้วิธีหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กับข้อ ก. แล้วจึงสุ่มเลือกติดต่อรายการที่น่าสนใจ

ค. อันดับสุดท้ายคือ แจ้งนายหน้า โดยระบุรายละเอียดของบ้านและทำเลที่ต้องการ ซึ่งผู้ซื้อไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการใดๆ

4. สื่อที่ทำให้พบบ้านที่ซื้อ

ก. สื่อที่ทำให้ผู้ซื้อได้บ้านที่ต้องการเกิดจาก สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้ซื้อสามารถเลือกรายการบ้านที่น่าสนใจเป็นจำนวนมากจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทนี้จึงมีโอกาทำให้ผู้ซื้อสนใจได้ก่อนเป็นอันดับแรก

ข. อันดับที่สองจาก ป้ายหน้าบ้าน

5. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ

ก. กลุ่มผู้ซื้อทั้งหมดให้ความเห็นว่า บ้านที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ไม่ต้องซ่อมแซมมาก สภาพแวดล้อมดี ชุมชนดี

ข. ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้พิจารณาควบคู่กันคือ ราคากับคุณภาพบ้านที่สอดคล้องกัน โดยราคาระนั้นจะมีต้องเผื่อค่าซ่อมแซมภายหลังการซื้อแล้วด้วย เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ในขณะที่เฟอร์นิเจอร์ที่ติดมากับบ้าน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

6. วิธีการซื้อ

ก. กลุ่มผู้ซื้อเกือบทุกรายซื้อบ้านมือสองผ่านนายหน้า เนื่องจากบ้านหลังที่พอใจมากที่สุด
เจ้าของบ้านเดิมฝากขายกับนายหน้า โดยที่ผู้ซื้อไม่ได้ตั้งใจติดต่อกับนายหน้าแต่อย่างใด

ข. ส่วนน้อยที่ซื้อจากเจ้าของบ้านโดยตรงนั้นเป็นเพราะเจ้าของไม่ได้ฝากขายกับนายหน้า

7. ทักษะคนที่ผู้ซื้อติดต่อนายหน้า

ก. กลุ่มผู้ซื้อที่ซื้อผ่านนายหน้าทั้งหมด มีทัศนคติในเชิงบวกกับนายหน้า เนื่องจากมีความ
เห็นว่าการตัดสินใจซื้อนั้นเกิดจากคุณภาพบ้านเป็นหลัก ด้านราคานั้น เจ้าของบ้านเป็นผู้ตัดสินใจ
ด้วยตนเองว่าจะยอมให้ต่อรองได้มากเพียงใด นายหน้าเป็นเพียงตัวกลางที่นำข้อเสนอของสองฝ่าย
มาพบกัน ซึ่งนายหน้าสามารถทำหน้าที่ได้ดีในแง่ที่มีความรู้เกี่ยวกับตัวบ้านมาก และผู้ซื้อติดต่อ
สะดวก

8. ทักษะคนที่ติดต่อการซื้อ โดยตรงจากเจ้าของบ้าน

ก. กลุ่มผู้ซื้อที่มีทัศนคติต่อเจ้าของบ้านในเชิงลบเล็กน้อยเกี่ยวกับปัญหาในการติดต่อและต้อง
หาเวลาที่ตรงกันมาเจรจากัน

ข. การเข้าเยี่ยมชมไม่สามารถทำได้ทันที

ค. มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีทัศนคติ เชิงบวกว่าเจ้าของบ้านจะยอมลดราคาลงได้อีก หากไม่
ต้องเสียค่าตอบแทนนายหน้า

9. วิธีการพิจารณาเลือกซื้อบ้านมือสอง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้น้ำหนักกับ 3 ประเด็นเท่าเทียมกันว่าบ้านต้องอยู่ในทำเลที่ต้องการ
เป็นอันดับแรก ตัวบ้านต้องมีสภาพไม่ทรุดโทรมหรือต้องซ่อมแซมมากเกินไป และต้องมีสภาพแวดล้อม
ที่ดี ชุมชนดีเพื่อนบ้านนิสัยอยู่ใกล้เคียงกันได้ และต้องไม่มีประวัติไม่ดี เช่น มีคนตาย เคยเป็นที่
อยู่ของมิถุนาชีพหรือคนไร้บ้านและราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ

10. สื่อที่จะเลือกหาซื้อบ้านมือสองในอนาคต

กลุ่มผู้ซื้อทั้งหมดเลือกหาจากสื่อสิ่งพิมพ์และหาจากป้ายติดหน้าบ้านในทำเลที่ต้องการ
เนื่องจากเป็นวิธีการที่เคยใช้ได้ผลมาก่อน

ตารางที่ 5-4 แสดงผลความคิดเห็นกลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง

ความคิดเห็นกลุ่มผู้ซื้อบ้านมือสอง	อัตราความเห็นด้วย
1. สาเหตุที่ซื้อบ้านมือสอง	

-ต้องการเลือกสภาพแวดล้อม เพื่อนบ้าน และชุมชน	60%
-ราคาบ้านในทำเลที่ต้องการถูกกว่าบ้านใหม่	20%
-ต้องการบ้านที่อยู่ได้ทันที	20%
2. การหาซื้อบ้านมือสอง	
-หาบ้านติดป้ายขาย	100%
-สื่อสิ่งพิมพ์	80%
-แจ้งนายหน้า	60%
3. สื่อที่ทำให้พบบ้านที่ซื้อ	
-สื่อสิ่งพิมพ์	60%
-ป้ายหน้าบ้าน	20%
-นายหน้า	20%
4. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ	
-คุณสมบัติบ้านตรงกับความต้องการ	100%
-ราคาบ้าน	100%
5. วิธีการซื้อ	
-ผ่านนายหน้า	80%
-ซื้อโดยตรงกับเจ้าของ	20%
6.ทัศนคติที่มีต่อนายหน้า	
-นายหน้าเป็นตัวกลางการซื้อขายที่ดี	100%
-นายหน้าให้ข้อมูลได้ดีต่อเจ้าของบ้าน	100%
7.ทัศนคติที่มีต่อเจ้าของบ้าน	
-มีปัญหาด้านการติดต่อ	100%
-ไม่สะดวกในการเยี่ยมชม	100%
-ต่อรองได้มากกว่า ไม่เสียค่านายหน้า	20%
8. วิธีพิจารณาเลือกซื้อ	
-ทำเลตรงตามต้องการ	100%
-ชุมชนและสภาพแวดล้อม	100%
-ราคา	100%
9. สื่อที่จะเลือกหาซื้อบ้านมือสองในอนาคต	
-สื่อสิ่งพิมพ์	80%

-นายหน้า	20%
----------	-----