

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของ
ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา
ได้ ดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่
อาศัยของธนาคาร มีอายุ 30 - 40 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 40,000 บาท

2. คุณลักษณะทรัพย์สินรอกการขาย

จากการศึกษาพบว่า ทรัพย์สินรอกการขายที่ลูกค้าต้องการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย
โดยการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร เป็นผู้กู้คนเดียว ลักษณะทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อ
เป็นบ้านที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย รูปแบบทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการซื้อ
ส่วนใหญ่เป็นแบบบ้านเดี่ยว รองลงมาเป็นอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 14.2 ทำเลที่ตั้งของ
ทรัพย์สินรอกการ ที่ต้องการมากที่สุด คือ ใกล้ที่อำนวยความสะดวก รองลงมาคือใกล้ที่ทำงาน ราคา
ของทรัพย์สินรอกการที่ต้องการเลือกซื้อ อยู่ในช่วง 1,000,001- 1,500,000 บาท รองลงมา คือ
น้อยกว่า 500,000 บาท ขนาดเนื้อที่ทรัพย์สินรอกการขาย คือ 20 - 59 ตารางวา รองลงมาขนาด 60 -
99 ตารางวา และอายุในการปลูกสร้างทรัพย์สินรอกการขายส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2 - 3 ปี รองลงมาคือ
4 - 5 ปี

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย (บ้านมือสอง) ของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารเรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือ ที่อยู่อาศัยเดิมเป็นกรรมสิทธิ์ ต้องการความเป็นอิสระ ที่อยู่เดิมมีปัญหาในการเดินทาง ที่อยู่อาศัยเดิมคับแคบเกินไป การสร้างครอบครัวใหม่สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเดิมไม่ดี ระดับการศึกษา และเพื่อการลงทุน

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (บ้านมือสอง) โดยเรียงปัจจัยที่ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร ให้ความสำคัญตามลำดับได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 43.5 ให้ความสำคัญในระดั้มาก ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 44.42 ด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 40.59 ด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 37.22 และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขาย ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารให้ความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.76

5. ผลการวิเคราะห์การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขายของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขายในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.76 โดยสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารในระดับมากนั้น เรียงลำดับได้แก่ จากเว็บไซต์ของสถาบันการเงินต่าง ๆ ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.82 โบว์ชัวร์ของหน่วยงาน ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.72 บัญชีแสดงสินค้าของสถาบันทางการเงิน ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.69 หนังสือรวมทรัพย์สินรอการขาย และป้ายประกาศ ณ. ที่ตั้งทรัพย์สินรอการขาย ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.68 ป้ายโฆษณาข้างทาง ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.46 จากเว็บไซต์ www.reic.or.th ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.44 สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ นิตยสารบ้านพร้อมอยู่

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.36 จากเว็บไซต์ www.clickthaihome.com ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.28 จากเว็บไซต์ www.baam2day.com ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.26 โทรทัศน์ ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.24 หนังสือพิมพ์ ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.16 และวิทยุชุมชน ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.81

การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย เห็นว่าในผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารที่ต้องการซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทบ้านนี้ เป็นบุคคลอายุ 30 - 40 ปี ซึ่งเป็นคนในช่วงวัยทำงาน ที่ต้องการหาความมั่นคงให้กับตัวเอง บุคคลส่วนใหญ่จึงต้องการเลือกซื้อบ้านเพื่อให้เป็นกรรมสิทธิ์ของตัวเอง และเนื่องจากเป็นบุคคลช่วงวัยทำงานที่ทำงานมาแล้ว เป็น 10 ปี จึงต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง และความสะดวกรสบาย จึงต้องการบ้านที่อยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทาง และความต้องการในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารให้ความสำคัญในระดับมากถึงมากที่สุด เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาด (marketing strategy) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2534, 41) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดเป็นการกำหนดวิธีการใช้เครื่องมือทางการตลาด (4P's) ส่วนในเรื่องของสื่อที่จะทำใ้บุคคลทั่วไปรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพย์สินรอกการขายมากที่สุด คือเว็บไซต์ของสถาบันการเงินต่าง ๆ

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า

อายุ มีความสัมพันธ์กับความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอกการขายที่ การขอสินเชื่อเพื่อซื้อทรัพย์สินรอกการขาย รูปแบบทรัพย์สินรอกการขาย ทำเลที่ตั้งของทรัพย์สินรอกการขาย ราคาทรัพย์สินรอกการขาย และเนื้อที่ทรัพย์สินรอกการขาย

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อ ลักษณะทรัพย์สินรอกการขาย รูปแบบทรัพย์สินรอกการขาย และอายุการปลูกสร้างทรัพย์สินรอกการขาย

รายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอกการขายที่ต้องการเลือกซื้อ รูปแบบทรัพย์สินรอกการขาย ทำเลที่ตั้งของทรัพย์สินรอกการขาย ราคาทรัพย์สินรอกการขาย และเนื้อที่ทรัพย์สินรอกการขาย

จากผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัย การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย ถ้าวิเคราะห์ในเรื่องอายุ จะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง ความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ต้องการเลือกซื้อ ลักษณะทรัพย์สินรอการขาย รูปแบบทรัพย์สินรอการขาย และอายุการปลูกสร้างทรัพย์สินรอการขาย จากกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ต้องการซื้อทรัพย์สินรอการขายส่วนมากมีอายุ 30 - 40 ปี ต้องการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร และขอเป็นผู้กู้เดี่ยว รูปแบบบ้านเป็นแบบบ้านเดี่ยว ทำเลที่ตั้งจะต้องเป็นใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ซึ่งราคาของบ้านจะมีราคาประมาณ 500,001 - 1,000,000 บาท มีเนื้อที่ของบ้าน 20 - 59 ตารางวา ถ้าวิเคราะห์ในเรื่องอาชีพ จะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง ความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ต้องการเลือกซื้อ ลักษณะทรัพย์สินรอการขาย รูปแบบทรัพย์สินรอการขาย และอายุการปลูกสร้างทรัพย์สินรอการขาย โดยผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารที่สนใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ต้องการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร ลักษณะบ้าน เป็นบ้านเดี่ยวมือสองที่ไม่มีคนอยู่อาศัย มีอายุการปลูกสร้าง 2 - 3 ปี และถ้าวิเคราะห์รายได้เฉลี่ย จะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง ความประสงค์ซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ต้องการเลือกซื้อ รูปแบบทรัพย์สินรอการขาย ทำเลที่ตั้งของทรัพย์สินรอการขาย ราคาทรัพย์สินรอการขาย และเนื้อที่ทรัพย์สินรอการขาย จากกลุ่มตัวอย่าง แม้บุคคลที่ต้องการซื้อทรัพย์สินรอการขายส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง คือ 20,001 - 40,000 บาท แต่บุคคลส่วนใหญ่ก็ต้องการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร โดยต้องการทรัพย์สินรอการขายเป็นแบบบ้านเดี่ยว มีทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน มีราคา 1,000,001 - 1,500,000 บาท และมีเนื้อที่เนื้อที่ 20 - 59 ตารางวา

2) การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า

อายุ มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา การสร้างครอบครัวใหม่ / แต่งงาน และการมีปัญหาในการเดินทาง

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการสร้างครอบครัวใหม่ / แต่งงาน และความต้องการเป็นอิสระ

รายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการสร้างครอบครัวใหม่ / แต่งงาน สภาพแวดล้อมไม่ดี และการมีปัญหาในการเดินทาง

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย จะพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทบ้านในเรื่องการสร้างครอบครัวใหม่ / แต่งงาน นั่นคือ เมื่อบุคคลต้องการที่จะสร้างครอบครัว จึงต้องการซื้อบ้านเพื่อความมั่นคงในชีวิต หรือเพื่อการเตรียมความพร้อมในอนาคต เพราะฉะนั้นถ้าต้องการทำกลยุทธ์ในการขายทรัพย์สินรอกการขายประเภทบ้าน สิ่งที่ควรคำนึงถึงอีกเรื่องหนึ่งคือการสร้างครอบครัว / การแต่งงานของผู้ที่ต้องการซื้อบ้าน

3) ทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ 90 พบว่า

อายุที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านในด้านผลิตภัณฑ์ หรือทรัพย์สินรอกการขายแตกต่างกันในเรื่องความเหมาะสมของขนาดที่ดิน และสภาพแวดล้อมของชุมชนโดยรอบ ในด้านราคา แตกต่างกันในเรื่อง วางเงินดาวน์ / ผ่อนชำระในระยะยาว และวงเงินกู้สูง / ดอกเบี้ยต่ำ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันในเรื่องผ่อนชำระแบบฟรีดอกเบี้ยในช่วงระยะสั้น ๆ

อาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันในเรื่องความเหมาะสมของขนาดที่ดิน ความสะดวกในการคมนาคม ความใกล้กับย่านธุรกิจ และสภาพแวดล้อมของชุมชนโดยรอบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันในเรื่องความสะดวกสบายของทำเลที่ตั้งการให้บริการ จำนวนสาขาของธนาคาร ความสะดวกในด้านเวลาการทำงาน และบริการพาไปดูสถานที่จริง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันในเรื่องจัดสินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ และการแจกของสมนาคุณ

รายได้เฉลี่ยที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อบ้านในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันในเรื่องความสวยงามของรูปแบบบ้านด้านราคา แตกต่างกันในเรื่องวางเงินดาวน์ / ผ่อนชำระในระยะยาว ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันในเรื่องการให้ส่วนลดราคาบ้าน

7. ต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของผู้บริโภค พบที่จะสรุปเป็นต้นแบบกลยุทธ์โดยแบ่งตามประเภทที่อยู่อาศัยได้ดังนี้

1) ทรัพย์สินรอการขายประเภทบ้านเดี่ยว กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30 - 40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้เฉลี่ย 40,001 - 60,000 บาท ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกวิธีการซื้อโดยขอสินเชื่อเชื่อกับธนาคารและขอเป็นผู้กู้คนเดียว

2) ทรัพย์สินรอการขายประเภททาวน์เฮาส์ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30 - 40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 40,000 บาท ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก วิธีการซื้อโดยขอสินเชื่อเชื่อกับธนาคารและขอเป็นผู้กู้คนเดียว

3) ทรัพย์สินรอการขายประเภทอาคารพาณิชย์ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30 - 50 ปี ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 60,000 บาท ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก วิธีการซื้อโดยขอสินเชื่อเชื่อกับธนาคารและขอเป็นผู้กู้คนเดียว

4) ทรัพย์สินรอการขายประเภทบ้านแฝด กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 40,000 บาท ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก วิธีการซื้อโดยขอสินเชื่อเชื่อกับธนาคารและขอเป็นผู้กู้คนเดียว

5) ทรัพย์สินรอการขายประเภทอาคารชุด กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 - 40,000 บาท ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก วิธีการซื้อโดยขอสินเชื่อเชื่อกับธนาคารและขอเป็นผู้กู้คนเดียว

ทั้งนี้จากต้นแบบกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นเหมาะกับการใช้ฐานข้อมูลลูกค้าเก่าของธนาคาร นอกจากนี้ผู้บริหารกลยุทธ์ของธนาคารจะต้องคำนึงถึงการปรับปรุงซ่อมแซมขายทรัพย์สินรอการขายก่อนที่จะนำมาขาย จัดทำฐานข้อมูลทรัพย์สินรอการขายและระบุรายละเอียดของทรัพย์สินรอการขาย เช่น ขนาดของที่ดินและพื้นที่ใช้สอย โดยแบ่งตามโซนของทำเลที่ตั้งให้ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคา ทำเลที่ได้ง่ายขึ้น และประชาสัมพันธ์โดยเว็บไซต์ของธนาคารหรือตามหน่วยให้บริการหรือสาขาของธนาคาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง

ของราคามากที่สุด ส่วนเรื่องวงเงินกู้สูงสุดและอัตราดอกเบี้ยพิเศษช่วงของอัตราดอกเบี้ยลอยตัว สำหรับผู้ซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคารนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายรองลงมาจากราคา และในการจัดโปรโมชั่นที่ได้ผลมากที่สุดคือการลดราคาขายทรัพย์สินรอการขายจากราคาเดิมลง ส่วนฟรีอัตราดอกเบี้ยช่วงสั้น ๆ ของแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า หรือ เฟอร์นิเจอร์ ไม่ได้ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นการสร้างสีสันในการจัดโปรโมชั่นเท่านั้น การให้บริการที่ธนาคารควรจะมีคือการพาผู้บริโภคไปดูสถานที่จริงของทรัพย์สินรอการขาย และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุดคือ ป้ายที่ติดหน้าที่ตั้งทรัพย์สินและเว็บไซต์ของธนาคาร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไปในการบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขาย

1) ธนาคารส่วนใหญ่ไม่มีการปรับปรุงซ่อมแซมทรัพย์สินรอการขายก่อนขาย เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่ใช่ธุรกิจหลักของธนาคาร การซื้อทรัพย์สินหลักประกันของลูกค้าหนึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของการแก้ไขหนี้ของธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรมีการขายแบบเหมารวมให้กับผู้ประกอบการเพื่อนำทรัพย์สินไปปรับปรุงซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพพร้อมอยู่อาศัยเพื่อขาย โดยให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกทรัพย์สินที่คิดว่านำไปปรับปรุงซ่อมแซมแล้วสามารถขายได้ โดยธนาคารอาจมีข้อตกลงกับผู้ประกอบการในเรื่องระยะเวลาการขายทรัพย์สินรอการขายของธนาคาร หากผู้ประกอบการไม่สามารถขายทรัพย์สินรอการขายได้ตามกำหนดระยะเวลา ธนาคารขอสงวนสิทธิ์ในการริบเงินประกันตามสัดส่วนของทรัพย์สินที่ผู้ประกอบการที่เลือกไป ประโยชน์ที่ธนาคารได้รับ คือ สามารถขายทรัพย์สินรอการขายได้รวดเร็วขึ้น ธนาคารมีสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น หากทรัพย์สินรอการขายที่ผู้ประกอบการมีการปรับปรุงซ่อมแซมแล้วและไม่สามารถขายได้ธนาคารก็ได้รับประโยชน์ คือ มูลค่าทรัพย์สินสูงขึ้นจากการปรับปรุงซ่อมแซม ส่วนผู้ประกอบการมีลงทุนไม่สูง ลงทุนเพียงค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงซ่อมแซม และค่าประชาสัมพันธ์การขายเท่านั้น ระยะเวลาที่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนสั้น และมีความเสี่ยงต่อการลงทุนน้อยกว่าการทำโครงการจัดสรรขนาดใหญ่ และธนาคารรองรับการสนับสนุนสินเชื่อของผู้บริโภคที่ซื้อทรัพย์สินรอการขาย

2) การกำหนดราคาขายทรัพย์สินรอการขายของธนาคาร กำหนดราคา โดยยึดราคาประเมินของธนาคารเป็นหลัก เนื่องจากธนาคารมีหน่วยงานภายนอกที่ตรวจสอบการทำงานของธนาคาร หากมีการกำหนดราคาไม่มีการใช้หลักเกณฑ์ที่แน่นอนหรือมีหลักเกณฑ์ที่อ้างอิงทำได้อายาก แต่ธนาคารส่วนใหญ่สามารถให้ผู้บริโภคเจรจาต่อรองราคาได้ และมีการลดราคาขายตามกิจกรรมส่งเสริมการขายของธนาคาร การลดราคาขายทรัพย์สินรอการขายของธนาคารคำนึงถึงอายุของการถือครองทรัพย์สินรอการขายด้วย เนื่องจากธนาคารแห่งประเทศไทยมีการกำหนดให้ถือครองทรัพย์สินได้ไม่เกิน 5 ปี หากเกิน 5 ปี ธนาคารแห่งประเทศไทยมีการคิดค่าปรับ หากธนาคารมีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาต่ำกว่าราคาตลาดเล็กน้อยและสามารถทำให้ธนาคารขายทรัพย์สินรอการขายได้รวดเร็วขึ้น และค้ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าปรับที่ธนาคารแห่งประเทศไทยคิดค่าปรับ และค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาทรัพย์สินรอการขาย และถ้าพิจารณาจากผลการวิจัยของผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารให้ความสำคัญกับอายุของสิ่งปลูกสร้างที่ต้องการซื้ออายุไม่เกิน 3 ปี เพราะฉะนั้นธนาคารควรมีการกำหนดราคาส่งปลูกสร้างที่มีอายุมากกว่า 3 ปี ให้ต่ำกว่าราคาตลาดเล็กน้อย

3) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รายย่อยที่มีเงินลงทุนไม่มากนักสามารถติดต่อกับธนาคาร ลงทะเบียนขอเป็นตัวแทนนายหน้าเพื่อช่วยในการขายทรัพย์สินรอการขาย หรือ ขอจองทรัพย์สินรอการขายที่คาดว่าจะสามารถทำการขายเนื่องจากทำเลที่ตั้งตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อนำทรัพย์ไปปรับปรุงซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพพร้อมอยู่อาศัยเพื่อขาย ซึ่งมีการลงทุนไม่สูง มีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนสูง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1) ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารที่ศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้ที่สนใจและต้องการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย (บ้านมือสอง) ประเภทที่อยู่อาศัยเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลต่าง ๆ ที่ไม่ต้องการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย (บ้านมือสอง) ซึ่งจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดต่อไป

2) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยใหม่กับที่อยู่อาศัยมือสอง (ทรัพย์สินรอการขายของธนาคาร) เพื่อได้ผลการวิจัยของปัจจัย

ส่งผลกระทบต่อจิตใจชื่อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร (บ้านมือสอง) ซึ่งแตกต่างกับ
ปัจจัยที่ผลกระทบต่อจิตใจชื่อที่อยู่อาศัยใหม่

3) ควรทำการศึกษาโดยเพิ่มขอบเขตในการศึกษาไปเป็นประชากร หรือกลุ่มตัวอย่างใน
จังหวัดอื่น ๆ หรือนอกเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ส่วน
ประสมการตลาดในภาพรวมทั้งประเทศ