

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และสภาพที่อยู่อาศัยเดิม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา กับการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง เพื่อนำมาสู่การเสนอกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้คือลูกค้าที่ซื้อบ้านมือสอง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 90 คน ของ 3 บริษัทตัวแทนขายบ้านมือสอง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .741 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000-100,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวละ 4-6 คน มีปัญหาจากสภาพที่อยู่อาศัยเดิม ทั้งด้านกายภาพ การเดินทางซึ่งเดินทางไกลจากที่ทำงาน และด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ

เมื่อพิจารณาผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของบ้านมือสองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มากกว่า ด้านราคา และ ด้านกายภาพ สำหรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ นั้นได้แก่ 1) ควรจะปรับบ้านปรุงมือสองให้มีความพร้อมอยู่ น่าอยู่ สะดวกกว่า ดีกว่าการซื้อบ้านใหม่ เพราะการมีความเหมาะสมต่อการเข้าอยู่อาศัยได้ทันทีจะทำให้ง่ายต่อการเปรียบเทียบตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย ไม่ต้องเสียเวลารอ 2) ปรับให้มีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน โดยดัดแปลงต่อเติมให้ถูกใจลูกค้า 3) ปรับให้มีความหลากหลายของรูปแบบบ้านมือสองให้เลือก 4) ปรับให้มีการตกแต่งภายในบ้านมือสองที่สวยงามและเหมาะสม สำหรับกลยุทธ์ด้าน ราคา นั้นได้แก่ 1) ราคาบ้านมือสองควรจะต้องถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน 2) ราคาต้องมีความเหมาะสมกับรายได้ที่จะซื้อ ไม่เป็นภาระมาก 3) ราคาไม่แพงเกินไปซึ่งจะช่วยให้มีวงเงินสินเชื่อเหลือจากการซื้อบ้าน มากพอที่จะต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านมือสองได้