

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 90 คน แยกเป็น 80,001-100,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.8 แยกเป็นครอบครัวละ 4-6 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.4 ปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิม ด้านกายภาพ แยกเป็นไกลจากที่ทำงาน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.8 ด้านผลิตภัณฑ์แยกเป็นพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.3 ด้านผลิตภัณฑ์แยกเป็นพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.3

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 90 คน พบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ บ้านมือสอง มีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยได้ทันที มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ได้แก่ บ้านมือสองมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และบ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย มี ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ ภัทร ทองนนท์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค” โดยพบว่าความคาดหวังโดยรวมของผู้บริโภค ด้านราคาขาย ด้านคุณภาพบ้านมือสอง มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 90 คน พบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ ราคาบ้านมือสองถูกกว่า บ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ได้แก่ กำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับรายได้ มีระดับปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28)

และขอสินเชื่อ เพื่อต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านได้ ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ ด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 90 คน ลูกค้ำให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ด้านราคาลูกค้ำให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สอง และด้านกายภาพ ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านมือสองมีความหลากหลาย ของรูปแบบให้เลือก บ้านมือสองมีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน บ้านมือสองมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านมือสองมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยได้ทันที บ้านมือสองมีการตกแต่งภายนอกที่ร่มรื่นสวยงาม บ้านมือสองมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้า ประปา พร้อม บ้านมือสองมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม บ้านมือสองเห็นชุมชนก่อนซื้อ บ้านมือสอง เห็นเพื่อนบ้านก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นระบบการรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองตั้งอยู่ในทำเลที่ต้องการ บ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านมือสองมีความหลากหลาย ของรูปแบบให้เลือก บ้านมือสองมีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน บ้านมือสอง มีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านมือสองมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยได้ทันที บ้านมือสองมีการตกแต่งภายนอกที่ร่มรื่นสวยงาม บ้านมือสองมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้า ประปา พร้อม บ้านมือสองมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม บ้านมือสองเห็นชุมชนก่อนซื้อ บ้านมือสอง เห็นเพื่อนบ้านก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นระบบการรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ บ้านมือสองตั้งอยู่ใน

ทำเลที่ต้องการ บ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย ที่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ปัจจัยจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่มีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัย ได้ทันที บ้านมือสองมีการตกแต่งภายในที่สวยงามบ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพ สำหรับการอยู่อาศัย บ้านมือสองมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้า ประปา พร้อม ที่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านมือสองมีความหลากหลาย ของรูปแบบให้เลือก บ้านมือสองตั้งอยู่ในทำเลที่ต้องการ บ้านมือสองมีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับ ความต้องการใช้งาน บ้านมือสองมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านมือสองมีการ ตกแต่งภายนอกที่ร่มรื่นสวยงาม บ้านมือสองเห็นชุมชนก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นเพื่อนบ้านก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นระบบการรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัยในบ้าน เดี่ยวกัน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองจากที่มีหลายราคาให้เลือกในทำเล เดียวกันขึ้นอยู่กับการตกแต่ง ขอสินเชื่อได้วงเงินกู้สูง ขอสินเชื่อสามารถผ่อนชำระได้ในระยะยาว ที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่อาศัยบ้าน เดี่ยว ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่ถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน สามารถเจรจาต่อรองราคาบ้านได้ตามความสามารถ กำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับรายได้ ขอสินเชื่อได้อัตราดอกเบี้ยต่ำ ขอสินเชื่อเพื่อต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านได้ แตกต่างกันอย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 ปัจจัยปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านมือสองมีความ หลากหลายของรูปแบบให้เลือก บ้านมือสองมีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน บ้านมือ สองมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านมือสองมีการตกแต่งภายในที่สวยงามบ้าน มือสองมีการตกแต่งภายนอกที่ร่มรื่นสวยงาม บ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับ

การอยู่อาศัย บ้านมือสองมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้า ประปา พร้อม บ้านมือสองเห็นชุมชนก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นเพื่อนบ้านก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นระบบการรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ ส่วนปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิม ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับ บ้านมือสองตั้งอยู่ในทำเลที่ต้องการ บ้านมือสองมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยได้ทันที แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจด้านราคาบ้านมือสองถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน มีหลายราคาให้เลือกในทำเลเดียวกัน ขึ้นอยู่กับการตกแต่ง สามารถเจรจาต่อรองราคาบ้านได้ตามความสามารถ ขอสินเชื่อได้วงเงินกู้สูง ขอสินเชื่อได้อัตราดอกเบี้ยต่ำกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับรายได้ ขอสินเชื่อสามารถผ่อนชำระได้ในระยะยาว ขอสินเชื่อเพื่อต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ปัจจัยปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจว่ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา บ้านมือสองมีความหลากหลายของรูปแบบให้เลือก บ้านมือสองมีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน บ้านมือสองมีการตกแต่งภายนอกที่ร่มรื่นสวยงามอย่าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจกับบ้านมือสองตั้งอยู่ในทำเลที่ต้องการ บ้านมือสองมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านมือสองมีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยได้ทันที บ้านมือสองมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม บ้านมือสองมีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย บ้านมือสองมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้า ประปา พร้อม บ้านมือสองเห็นชุมชนก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นเพื่อนบ้านก่อนซื้อ บ้านมือสองเห็นระบบการรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจว่าราคาบ้านมือสองถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน มีหลายราคาให้เลือกในทำเลเดียวกัน ขึ้นอยู่กับการตกแต่ง สามารถเจรจาต่อรองราคาบ้านได้ตามความสามารถ ขอสินเชื่อได้วงเงินกู้สูง ขอสินเชื่อได้อัตราดอกเบี้ยต่ำกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับรายได้ ขอสินเชื่อสามารถผ่อนชำระได้ในระยะยาว ขอสินเชื่อเพื่อต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านได้ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การนำเสนอกลยุทธ์

ตารางที่ 5.15

สรุปการทดสอบสมมติฐาน เพื่อนำไปเป็นแนวทางกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง (ด้านผลิตภัณฑ์)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	คุณภาพเหมาะสมกับราคา	หลากหลายรูปแบบ	ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง	พื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับการใช้งาน	สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	เข้าอยู่อาศัยได้ทันที	ตกแต่งภายในสวยงาม	ตกแต่งภายนอกสวยงาม	มีอุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อม	ปรับปรุงระบบก่อนซื้อ	เห็นชุมชนบ้านก่อนซื้อ	เห็นเพื่อรักษาความปลอดภัยก่อนซื้อ	เห็นระบบการรับประกันก่อนซื้อ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	/	/	x	/	/	/	/	/	x	/	/	/	/
จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	x	x	x	x	x	/	/	x	/	/	x	x	x
สภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
สภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	/	/	x	/	x	x	x	/	x	x	x	x	x

(/) แตกต่างกันอย่างมีนัย

(x) แตกต่างอย่างไม่มีนัย

ตารางที่ 5.16

สรุปการทดสอบสมมติฐาน เพื่อนำไปเป็นแนวทางกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง (ด้านราคา)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลเดียวกัน	หลายราคาให้เลือกในทำเลเดียวกัน	เจรจาต่อรองราคาได้	กำหนดราคาเหมาะสมกับรายได้	ขอสินเชื่อได้วงเงินกู้สูง	ขอสินเชื่อได้อัตราดอกเบี้ยต่ำ	ขอสินเชื่อผ่อนชำระได้ยาว	ขอสินเชื่อเพื่อต่อเติม
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	/	/	/	/	/	/	/	/
จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	x	/	x	x	/	x	/	x
สภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	/	/	/	/	/	/	/	/
สภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน	x	x	x	/	x	x	x	x

(/) แตกต่างกันอย่างมีนัย

(x) แตกต่างอย่างไม่มีนัย

จากตารางที่ 5.15 และ ตารางที่ 5.16 ได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยข้อมูลประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำต้องใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน

โดยสรุป ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มลูกค้าหลัก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,001-100,000 บาท มีจำนวนสมาชิกครอบครัวละ 4-6 คน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสภาพที่อยู่อาศัยเดิมมีพื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอ และมีกำลังการซื้อบ้านเพิ่มขึ้น

2. รายได้ของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจด้านทำเลที่ตั้งและคุณภาพที่เหมาะสมกับราคาของบ้านมือสอง

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยในบ้านเดียวกันหลังเดิม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในแง่ทำเลที่ตั้งของบ้านมือสอง และมีผลในแง่ของบ้านที่มีหลายราคาให้เลือกในทำเลเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การตกแต่ง ขอสินเชื่อได้วงเงินกู้สูง และการขอสินเชื่อที่ผ่อนชำระได้ในระยะยาว ๆ

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบ้านมือสองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าอันดับที่ 1 ได้แก่ความเหมาะสมต่อการเข้าอยู่อาศัยได้ทันที อันดับรองลงมาได้แก่คุณภาพบ้านมือสองที่เหมาะสมกับราคา

5. ปัจจัยด้านราคาของบ้านมือสองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าอันดับที่ 1 ได้แก่ ราคาบ้านมือสองควรจะต้องถูกกว่าบ้านใหม่ในทำเลที่ตั้งเดียวกัน อันดับรองลงมาได้แก่ราคาต้องมีความเหมาะสมกับรายได้ที่จะซื้อ ไม่เป็นภาระมาก และรองลงมาได้แก่การที่ราคาไม่แพงเกินไปซึ่งจะช่วยให้มีวงเงินสินเชื่อเหลือจากการซื้อบ้าน มากพอที่จะต่อเติมหรือซ่อมแซมบ้านมือสองได้

6. การตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้ามีความสัมพันธ์สูงกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยลำดับที่สองจะเป็นด้านราคา และด้านกายภาพ ตามลำดับ

7. ราคาที่แตกต่างกันของสภาพที่อยู่อาศัยบ้านหลังเดิม จะมีผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันในด้านกายภาพแวดล้อมของบ้านมือสอง

จากผลการวิจัย สามารถนำมาปรับใช้ โดยสรุปเป็นกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการดังนี้
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับบ้านพร้อมอยู่

1) **ปรับผลิตภัณฑ์ ให้บ้านมือสอง มีความพร้อมอยู่ น่าอยู่ สะดวกกว่า ดีกว่า การซื้อบ้านใหม่** เพราะการมีความเหมาะสมต่อการเข้าอยู่อาศัยได้ทันทีจะทำให้ง่ายต่อการเปรียบเทียบตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์ที่จำเป็นพร้อมสรรพสำหรับการอยู่อาศัย ไม่ต้องเสียเวลารอ เช่น โครงสร้างของอาคาร ระบบไฟฟ้าต้อง 15 แอมป์ เป็นอย่างน้อย ระบบประปา ทางระบายน้ำ ท่อน้ำ สายไฟ สวิตช์ไฟ ปลั๊กไฟพร้อมใช้งานในจุดต่าง ๆ พร้อมด้วยเหล็กตัด มุ้งลวด บั๊มน้ำ

2) ปรับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานบ้านมือสองของลูกค้า

จากผลวิจัยพบว่า บ้านมือสองที่มีพื้นที่ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 ดังนั้นควรจะวิเคราะห์หาความต้องการพื้นที่ใช้สอยด้านผลิตภัณฑ์ ของลูกค้าให้ชัดเจน และ ปรับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานของผู้ต้องการซื้อ เช่น กรณีที่ลูกค้าสนใจและมีความต้องการจะซื้อ และมีกำลังซื้อ แต่มีความต้องการห้องนอนเด็กเล็กและที่เลี้ยงเพิ่มเติม ทั้งหมดนี้สามารถแก้ไขได้ โดยตัดแปลงและต่อเติมตามความต้องการ จะทำให้ขายได้

3) ปรับผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายของรูปแบบบ้านมือสอง ให้เลือก

เช่น กรณีที่ลูกค้าชอบทำอาหารรับประทานที่บ้านและต้องการได้ครัวไทยขนาดใหญ่ ทำให้มีค่าปรับปรุงเพิ่มอีก 1 – 2 แสนบาท และจับกลุ่มเป้าหมายแม่บ้านที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และอยู่ในละแวกเดียวกัน ถ้าทำเลดี ๆ ราคาไม่แพง สภาพบ้านเดิมดีและสวยอยู่แล้ว ก็คุ้มค่าที่จะปรับปรุงให้ขายง่าย และได้ราคาดี

4) ปรับผลิตภัณฑ์ ให้มีการตกแต่งภายในบ้านมือสอง ที่สวยงาม เช่น

กรณีที่ลูกค้ามีฐานะดี มีรสนิยม ชอบบ้านหรูหรา อาจจะมีค่าปรับปรุงบ้านมือสอง เพิ่มอีก 6 – 8 แสนบาท อาทิเช่น

- (1) ติดบัวและคิ้วประดับสีขาตามขอบและเชิงเพดาน ผนัง บานประตู เปลี่ยนลูกบิดประตูเป็นแบบทันสมัย อาจจะมีเพิ่มเสาโรมันตรงโถงทางเข้าหน้าบ้าน สามารถเพิ่มคุณค่า
- (2) ปูสนามหญ้าใหม่ แทนหญ้าที่แห้งตาย เพิ่มน้ำพุ และต้นไม้ใหญ่ให้ดูร่มรื่น น่าอยู่
- (3) ทาสีบ้านและรั้วใหม่ หรือเปลี่ยนรั้วบ้านเป็นแบบ Modern Alloy มี remote เลื่อนเปิดด้วย sensor ให้หญ่หรรามีระดับ ทำให้ขายง่าย ได้ราคาดี

กลยุทธ์ด้านราคาเหมาะสม

1) กำหนดราคาให้ผู้ซื้อมีความพอใจให้คุณค่ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ต้องถูกกว่า บ้านใหม่ในทำเลเดียวกัน แต่คุณภาพไม่แตกต่างกันมาก ราคาถูกเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่สามารถที่จะจูงใจผู้ซื้อได้เพราะถ้าหากผู้ซื้อต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการปรับปรุงและซ่อมแซม

ราคาประเมินที่ดินของทางราชการปี 2551-2554 จากกรมธนารักษ์นั้น ระบุราคาที่ดินจะปรับขึ้น 5.76% ทำให้โครงการบ้านใหม่จะมีราคาต้นทุนที่ดินเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บ้านมือสองเป็นตัวเลือกของผู้บริโภคมากขึ้น

2) ผู้ขายควรทราบราคาตลาด ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ช่วยในการตั้งราคา ใช้แรงจูงใจในด้านราคามาเป็นจุดขาย แต่ถ้าหากผู้ขายต้องการขายให้ได้ราคาที่ต้นซื้อมาหรือมากกว่านั้น ทำให้ราคาขายอาจสูงกว่าราคาตลาด ณ ปัจจุบันได้

3) มีข้อมูลในการขอสินเชื่อ และการเลือกสถาบันการเงิน ให้เหมาะกับรายได้ และเสนออัตราดอกเบี้ยที่น่าสนใจ และเพิ่มวงเงินเพื่อการซ่อมแซมและตกแต่งบ้าน

สถาบันการเงินปล่อยวงเงินสินเชื่อเพียง 85-90 % จึงหาทางแก้ไขโดยการวางแผน การซื้อบ้านล่วงหน้า ควรมีเงินออมอย่างน้อย 10-15 % ของราคาที่ต้องการซื้อ ต้องควบคุมบัญชีเงินฝากให้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

4) กำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับรายได้ นำเสนอผู้ที่จะซื้อตามกำลังงบประมาณที่สามารถซื้อได้ง่าย ไม่เป็นภาระต้องคิดหนัก

5) ศึกษาข้อมูลมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมการโอน และค่าธรรมเนียมการจดจำนอง ภาษีธุรกิจเฉพาะ ฯลฯ ซึ่งมีผลทำให้่อสังหาริมทรัพย์ราคาถูกลง ซึ่งภาครัฐมีบทบาทในการสร้างมาตรฐานการจูงใจในด้านสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

สรุปจากสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน และปัจจัยปัญหาสภาพที่อยู่อาศัยเดิมด้านราคาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองแตกต่างกัน พบว่ายอมรับสมมติฐานทั้ง 2 ชุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การตัดสินใจซื้อบ้านมือสองที่แตกต่างกันเป็นผลและหรือมีความสัมพันธ์กับสภาพ ที่อยู่อาศัยเดิมด้านผลิตภัณฑ์และรายได้ ในทุกรายละเอียดของปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้เข้าใจถึง ซึ่งทำให้ได้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้

1. เป็นข้อมูลให้ผู้สนใจ นำแนวทาง ไปดำเนินการวิจัยต่อไป
2. หน่วยงานภาครัฐ นำไปเป็นแนวทางเพื่อสร้างมาตรการจูงใจ ในด้านสิทธิประโยชน์ ได้แก่ มาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมการโอน จดจำนอง ภาษีธุรกิจเฉพาะ และสร้างค่านิยม และสร้างทัศนคติค่านิยมที่ดีต่อการซื้อบ้านมือสองให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น
3. ผู้จะขายหรือ บริษัทนายหน้า สามารถดึงผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์นำไปเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง เพื่อเพิ่มยอดขาย

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อบ้านมือสอง เปรียบเทียบตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มากำหนดแนวทางและวิธีการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่จะซื้อบ้านมือสองต่อไป
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีความสนใจซื้อบ้านมือสอง เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลต่าง ๆ และนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดบ้านมือสอง
3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาด้านราคาของการปรับปรุง และซ่อมแซมบ้าน ในต้นทุนต่ำ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงบ้านมือสองให้พร้อมอยู่
4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาหาวิธีการ เข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายบ้านมือสอง เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้สนใจจะซื้อบ้านมือสองในการตัดสินใจซื้อ