

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการณ์เลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายชัยยุทธ สุวรรณมาลัย

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. ศศิเพ็ญ

พวงสายใจ

ประธานกรรมการ

ผศ. สุวรรรัตน์

ชิบมันตะสิริ

กรรมการ

ผศ.พรทิพย์

เชียรธีรวิทย์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งสอบถามผู้ที่ซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย แสดงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และ อัตราร้อยละอธิบายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรสแล้ว อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวอยู่ในระดับ 10,001 - 30,000 บาท มีเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวเท่ากับ 5,000 บาท จำนวนผู้มีรายได้ในครอบครัวเท่ากับ 2 คน และมีจำนวนสมาชิกของครอบครัวเฉลี่ย 3-4 คนต่อครอบครัว ในด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองในเชียงใหม่ที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญ คือ สภาพเศรษฐกิจของครอบครัวในเรื่อง รายได้ รายจ่าย และเงินออมของครอบครัว รองลงมาให้ความสำคัญกับการหาแหล่งเงินทุนและระบบการชำระเงิน สำหรับปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลทุกรายให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมในบริเวณที่อยู่อาศัย และความสะดวกในการเดินทางและคมนาคม ส่วนปัจจัยทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง คือ สภาพโดยรวมของบ้าน และอายุการปลูกสร้าง และให้ความสำคัญกับขนาดเนื้อที่และพื้นที่ใช้สอยของบ้าน ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยทางการตลาดนั้นวิเคราะห์เฉพาะในแง่ของสื่อ พบว่า ผู้ซื้อบ้านมือสองจะใช้วิธีการเสาะหาด้วยตนเอง จากสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา เป็นหลัก

ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ซื้อจะซื้อบ้านเดี่ยวมากที่สุด รองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์ โดยมีที่ดินเฉลี่ยที่ 90 และ 24 ตารางวา ตามลำดับของประเภทบ้านราคาบ้านมือสองพบว่า บ้านเดี่ยวจะมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1,200,000 บาท หากเป็นบ้านทาวน์เฮาส์ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 650,000 บาท อายุของบ้านมือสองส่วนใหญ่ไม่เกิน 3 ปี ลักษณะการซื้อขายจะใช้วิธีการผ่อนชำระผ่านทางธนาคารพาณิชย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นหลัก โดยระดับอัตราดอกเบี้ยที่ผ่อนอยู่ในระดับร้อยละ 5.6 ต่อปี

ในการขายบ้านมือสองนั้น ทางผู้ประกอบการ ควรตั้งระดับราคาให้ถูกกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ควรมีการดูแลสภาพของบ้านให้อยู่ในสภาพที่ดี และมีการปรับปรุงคุณภาพของบ้านก่อนที่จะขาย ในส่วนของเจ้าของโครงการ และทางสถาบันการเงินควรมีความยืดหยุ่นในเรื่องธุรกรรมการโอนสิทธิ์ และเงื่อนไขการผ่อนชำระที่คิดกว่านี้ ก็จะทำให้บ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่สามารถขายได้ดีขึ้น

Independent Study Title	Purchasing Behavior of Used Houses in Chiang Mai Province		
Author	Mr. Chaiyut Suwanmalai		
M.Econ.	Economics		
Examining Committee	Asst. Prof. Dr.Sasipen	Phuangsaichai	Chairman
	Asst. Prof. Suwarat	Gypmantisiri	Member
	Asst. Prof. Porntip	Tianteerawit	Member

ABSTRACT

The objective of this study is to analyse the personal ,economic, marketing and other factors which can affect to demand in buying used houses in Chiang Mai. Questionnaires were used to obtain data for the study. A total of 100 buyers of used houses in Chiang Mai were interviewed. The data were then analysed and presented in simple arithmetic forms such as frequency , average and mean values as well as percentages and ratios .

From the research ,it was found that with regard to the personal factors , more than half of buyers are female, married , in the age range of 31- 40 years old ,holders of Bachelor degree; private companies' employees. As for economic characteristics of the sample , the study showed that family income was between 10,000 – 30,000 baht per month with monthly savings of 5,000 baht on average. Income earners were two persons per family , with an average family size of 3-4 people. The economic factors which were found out to be most significantly important to affect consumers' behaviour in buying used houses included family income, expenses and savings of the family. Other important factors were sources of fund, and payment methods respectively . As for the social factors it was found out that housing environment and commuting convenience were the two important factors affecting the sample's buying behaviour. The physical factors which were found to be important were the overall

physical of the houses and the number of years the house had been built , and the size of the house being purchased. respectively. While the marketing factors, specifically the media ,that the consumers found important were the newspapers and other printed advertising methods.

The study also revealed that consumers preferred single houses and town houses, with the average area of about 90 and 24 square wha . The average price preferred was 1,200,000 bath for the single house and 650,000 baht for town house respectively.

In selling used houses the seller should set up the price below the current prices and he should take care and keep the house in good condition before selling. For project owners and financial institutes , flexibility with regard to ownship and payment conditions policies should promote better selling of used houses in Chiang Mai province.