



สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มุลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ
เปิดเผยผลสำรวจ เรื่อง

วิจัยตลาดบ้านและคอนโดของผู้บริโภค

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มุลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจ เรื่อง วิจัยตลาดบ้านและคอนโดของผู้บริโภค กรณีศึกษา ตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวน 1,013 ตัวอย่าง โดยดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 1 – 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา พบว่า

ส่วนใหญ่ร้อยละ 59.4 มีรายได้ครัวเรือนระหว่าง 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่ร้อยละ 61.8 ทราบแหล่งข้อมูลเรื่องบ้านและคอนโดที่จะซื้อจากเว็บไซต์ซื้อขายบ้านและคอนโด รองลงมาร้อยละ 60.0 ทราบจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 59.3 ทราบจากป้ายโฆษณา จอโฆษณากลางแจ้ง รองๆ ลงไปคือ สื่อโซเชียล เฟสบุค ไลน์ ยูทูป นิตยสารบ้าน คนรู้จักใกล้ชิด เว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆ งานออกบูธ เว็บไซต์บริษัท และอื่นๆ เช่น อีเมล เอกสารแผ่นพับบริษัท พนักงานขาย คอมเมนต์ในสื่อฯ ตามลำดับ เป็นต้น

เมื่อถามถึงปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจ พบว่า เกินกว่าสามในสี่หรือร้อยละ 87.3 ระบุว่าราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ รองลงมา ร้อยละ 82.1 ระบุว่าพื้นที่ประโยชน์ใช้สอย และร้อยละ 80.9 ระบุว่าวัสดุที่ใช้ นอกจากนี้รองๆ ลงไปคือ ชื่อเสียงบริษัท ประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการขาย และ สิ่งอำนวยความสะดวก ค่าส่วนกลาง กิจกรรมบริษัท ตามลำดับ เป็นต้น

ที่น่าสนใจคือ ในอีก 6 เดือนข้างหน้า คนเกินกว่าครึ่งหรือร้อยละ 55.9 จะซื้อคอนโดฯ มีเพียงร้อยละ 44.1 ที่จะซื้อบ้าน โดยร้อยละ 54.8 จะกู้บางส่วนจากสถาบันการเงิน รองลงมาร้อยละ 38.1 จะกู้เต็มจำนวน และส่วนน้อยร้อยละ 7.1 จะซื้อสด ตามลำดับ

เมื่อถามถึงเหตุผลที่จะซื้อ พบว่า เกือบสามในสี่หรือร้อยละ 72.8 ระบุใช้เป็นที่พักอาศัยของตัวเอง โลกส่วนตัว รองลงมาคือร้อยละ 69.9 ระบุใกล้ที่ทำงาน ที่เรียน ร้อยละ 67.1 ระบุสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 64.4 ระบุความปลอดภัย น่าอยู่ และร้อยละ 60.3 ระบุซื้อไว้พักผ่อน ในขณะที่ร้อยละ 43.9 ซื้อไว้ลงทุนให้เข้า ใช้จ่ายต่อ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 89.1 ให้ความสำคัญกับห้องนอนมากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 83.4 ให้ความสำคัญกับ ห้อง / มุมพักผ่อน ร้อยละ 74.5 ให้ความสำคัญกับห้องอาหาร รองๆ ลงไปคือ ห้องครัว ห้องน้ำ สวน และระเบียง ตามลำดับ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.5 เชื่อหลักฮวงจุ้ย

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ระดับรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

ลำดับที่	ระดับรายได้ครัวเรือนต่อเดือน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 50,000 บาทต่อเดือน	14.3
2	50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน	59.4
3	มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป	26.3
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ แหล่งข้อมูลรับรู้เรื่องบ้านและคอนโดที่จะซื้อ

ลำดับที่	แหล่งข้อมูลรับรู้บ้านและคอนโดที่จะซื้อ	ร้อยละ
1	เว็บไซต์ซื้อขายบ้านและคอนโด	61.8
2	โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	60.0
3	ป้ายโฆษณา จอโฆษณากลางแจ้ง	59.3
4	สื่อโซเชียล เฟสบุค ไลน์ ยูทูป	54.1
5	นิตยสารบ้าน	40.7
6	คนรู้จักใกล้ชิด	31.2
7	เว็บไซต์สำนักข่าวต่าง ๆ	30.9
8	งานออกบูธ	28.4
9	เว็บไซต์บริษัท	20.5
10	อื่น ๆ เช่น อีเมล เอกสารแผ่นพับบริษัท พนักงานขาย คอมเมนต์ในสื่อฯ เป็นต้น	11.4

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจ

ลำดับที่	ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจ	ร้อยละ
1	ราคา	87.3
2	พื้นที่ประโยชน์ใช้สอย	82.1
3	วัสดุที่ใช้	80.9
4	ชื่อเสียงบริษัท	73.4
5	ประหยัดพลังงาน	62.6
6	ส่งเสริมการขาย	59.4
7	อื่น ๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง ค่าส่วนกลาง กิจกรรมบริษัท เป็นต้น	45.2

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ซื้อบ้าน หรือ คอนโด ในอีก 6 เดือนข้างหน้า

ลำดับที่	ซื้อบ้าน หรือ คอนโด ในอีก 6 เดือนข้างหน้า	ร้อยละ
1	ซื้อบ้าน	44.1
2	ซื้อคอนโด	55.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ แหล่งเงินกู้สถาบันการเงิน

ลำดับที่	แหล่งเงินกู้สถาบันการเงิน	ร้อยละ
1	กู้เต็มจำนวน	38.1
2	กู้บางส่วน	54.8
3	ซื้อสด	7.1
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 6 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เหตุผลที่จะซื้อ

ลำดับที่	เหตุผลที่จะซื้อ	ร้อยละ
1	ใช้เป็นที่พักอาศัยของตัวเอง โลกส่วนตัว	72.8
2	ใกล้ที่ทำงาน ที่เรียน	69.9
3	สะดวกในการเดินทาง	67.1
4	ความปลอดภัย น่าอยู่	64.4
5	ซื้อเพื่อไว้พักผ่อน	60.3
6	ซื้อเพื่อลงทุน ให้เช่า ไร่ขาย	43.9
7	ซื้อให้คนอื่น เช่น ลูก คนใกล้ชิด	13.0
8	อื่น ๆ เช่น ความชอบ ใกล้ญาติพี่น้อง เป็นต้น	5.8

ตารางที่ 7 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ มุมไหน ห้องไหนสำคัญที่สุด

ลำดับที่	มุมไหน ห้องไหนสำคัญที่สุด	ร้อยละ
1	ห้องนอน	89.1
2	ห้อง / มุมพักผ่อน นั่งเล่น	83.4
3	ห้องอาหาร	74.5
4	ห้องครัว	59.3
5	ห้องน้ำ	54.2
6	สวน / ระเบียง	41.4
7	อื่น ๆ เช่น ห้อง / มุมรับแขก ห้อง / มุมทำงาน เป็นต้น	22.8

ตารางที่ 8 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเชื่อตามหลักฮวงจุ้ย เมื่อซื้อบ้านและคอนโด

ลำดับที่	ความเชื่อตามหลักฮวงจุ้ย	ร้อยละ
1	เชื่อ	83.5
2	ไม่เชื่อ	16.5
	รวมทั้งสิ้น	100.0