

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. ความรู้เกี่ยวกับคอน โดมิเนียน
3. กฎหมายและข้อบังคับของอาคารชุด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 135) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือ หมายถึง ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งบริษัทนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย

แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า “4P's” ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ร่วมกัน ในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกเหนือไปจากการใช้โฆษณาหรือกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองส่วนประสมทางการตลาด (the four P's of the marketing mix)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, หน้า 135

Kotler, (2000) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ไว้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 136-139)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แข็งแกร่งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันทันของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้าเครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้กับผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้

2. ราคา (price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดหมายว่า จะได้รับการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทาง หลังจากผู้บริโภครีบขาวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยาก ทดลอง แต่ถ้าไม่สามารถจะหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไป ซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายแบ่งได้ 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึง ประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่าน คนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ เคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึง ประกอบด้วย

3.2.1 การขนส่ง (transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (storage) และการคลังสินค้า (warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงาน ขาย (personal selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (nonpersonal selling) ประกอบด้วย การ โฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึง ประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

4.1 การส่งเสริมการขาย (sale promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.1.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (consumer promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อบริโภคขั้นสุดท้ายเรียกว่า สินค้า ผู้บริโภค

4.1.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion) เป็นการกระตุ้นความพยายามในการขายของคนกลางเพื่อผลักดันสินค้าไปยัง ผู้บริโภค และอาจอยู่ในรูปการโฆษณาที่มุ่งสู่คนกลาง ซึ่งเป็นการโฆษณาที่กระตุ้นคนกลาง ได้แก่

ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือขายต่อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า เป็นการใช้กลยุทธ์ ผลัก

4.1.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (sales force promotion) เป็นการกระตุ้นพนักงานขายให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น และการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขายจะใช้กลยุทธ์ผลัก (push strategy) บุคคลเป้าหมายได้แก่ พนักงานขายของธุรกิจ จุดประสงค์คือ การตอบแทนความสามารถของพนักงาน เป็นการแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง เช่น การแจกโบนัส การแข่งขันการทำยอดขาย

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (sales force management)

4.3 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งการให้ข่าว เป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.4 การตลาดทางตรง (direct marketing หรือ direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือ หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใ้คู่มือแจกซื้อ

4.5 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (creative strategy) (2) กลยุทธ์สื่อ (media strategy) ปัจจุบันการโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งอัตราการแข่งขันสูงขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่คู่กันเพราะโฆษณาเป็นหนึ่งในอาวุธ

เสรี วงษ์มณฑา (2532, หน้า 25) กล่าวว่าสิ่งสำคัญที่จะใช้ช่วงชิงส่วนครองตลาดที่ดีให้กับสินค้า ขณะเดียวกันการโฆษณาจะคงอยู่ได้ด้วยธุรกิจ และการโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของทุกขณะ เนื่องจากการโฆษณามีอยู่ทั่วทุกแห่ง (omni present) และเป็นสิ่งที่แทรกแซง (obstruction) ในชีวิตประจำวันอยู่เสมอการโฆษณาก็เป็นการสื่อสาร

ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการที่จะซื้อสินค้า หรือบริการ โดยสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา AMA (American Marketing Association, Marketing Definition, Chicago, 1982 , p. 9) ได้นิยามการโฆษณา (advertising) ไว้ 2 ประเด็นคือ

1. การโฆษณาอาจไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายให้สื่อกลางทุกครั้งไป อาทิ ในกรณีลงการโฆษณาเพื่อบริการสาธารณะ สื่ออาจมีการโฆษณาให้ฟรีก็เป็นได้

2. ประเด็นสำคัญที่โฆษณาทุกชิ้นต้องมีคือ

2.1 การโน้มน้าวชักจูง โฆษณาทุกชิ้นล้วนมีจุดมุ่งหมายให้เกิดผลกระทบต่อทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.2 โฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในงานการตลาด ซึ่งรวมความได้ว่า โฆษณาเป็นการสื่อสารที่มุ่งโน้มน้าวใจ เพื่อให้เกิดการตอบรับและช่วยให้ประสบผลตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2532, หน้า 29) กล่าวว่า การโฆษณาเป็นการสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ให้มีพฤติกรรมอันน่าจะเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจอันได้แก่ การซื้อหรือการใช้บริการโดยอาศัยเหตุผล ทั้งเหตุผลจริง และเหตุผลสมมุติในการจูงใจซึ่งจะต้องมีการซื้อสื่อและเวลาในการสื่อสารมวลชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ตลอดจนระบุผู้ประสงค์จะทำการโฆษณาอย่างโฆษณาที่มีระบุชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ โดยโฆษณาจะต้องระบุผู้โฆษณาและจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการโฆษณา

1. แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการใช้ การทำงาน แหล่งจำหน่าย
2. แจ้งข่าวสารด้านราคา
3. เสริมสร้างภาพพจน์และความพอใจในตราสินค้า
4. กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ
5. เพื่อเพิ่มการจำหน่ายสินค้าและบริการนั้นๆ

การโฆษณาสินค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายสินค้าจึงมีบทบาทต่อการตลาด โดยทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าขายตัวขึ้น เป็นประโยชน์ต่อระบบการผลิตสินค้า ทำให้มีการลงทุนการปรับปรุงคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค รวมทั้งมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ ส่งเสริมระบบสื่อมวลชนให้มีประสิทธิภาพ และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโดยทำให้เกิดวัฒนธรรมมวลชนขึ้น

จากส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ และยังมีปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ทางการตลาดอีกหลายอย่างที่อาจส่งผลถึงการจำหน่ายสินค้า อาทิ สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและ

สังคม เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง หรือสถานะแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ประชาชาติ ภาวะเงินเฟ้อ การใช้จ่ายของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด ทั้งหมดล้วนมี จุดมุ่งหมายอันเดียวกันคือ เป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อไอคาโมเดล

สิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2548, หน้า 152-153) กล่าวว่าเพื่อให้มีการตอบสนองจากผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สื่อสารต้องสร้างข่าวสารที่มีประสิทธิผล ข่าวสารในอุดมคติก็คือเป็นข่าวสารที่ทำให้เกิดความตั้งใจ (attention) ความสนใจ (interest) กระตุ้นความปรารถนา (desire) และก่อให้เกิดการกระทำ (action) ซึ่งก็คือการตัดสินใจซื้อ (กรอบแนวคิดนี้รู้จักกันในชื่อโมเดล AIDA) เสนอถึงคุณภาพที่ปรารถนาของข่าวสารที่ดี ในการนำข่าวสารมาใช้ ผู้สื่อสารทางการตลาดจะต้องตัดใจว่าสิ่งใดที่จะพูด (เนื้อหาของสาร) และวิธีใดที่จะใช้ในการพูด (โครงสร้างและรูปแบบของสาร)

เป้าหมายที่คาดหวังของการส่งเสริม คือการทำให้มีผู้ซื้อสินค้าและบริการ ในกรณีขององค์การที่ไม่แสวงหากำไรต้องการก่อให้เกิดการกระทำเช่น การบริจาคเลือด รูปแบบและเป้าหมายของการส่งเสริมเรียกว่าแนวความคิด AIDA (attention, interest, desire and action) คือการเอาใจใส่ ความสนใจ ความปรารถนา และการกระทำ เป็นช่วงเวลาของความเกี่ยวข้องระหว่างลูกค้าและการโฆษณา รูปแบบตัวอย่างนี้มีข้อเสนอในการทำให้ลูกค้าตอบรับทางการตลาดในการรับทราบในด้านความคิด ส่งผลกระทบต่อจิตใจ และการกระทำ ประการแรกผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย ต้องดึงดูดความสนใจของลูกค้า ในกรณีการขายตัวต่อตัว ต้องมีการซักถามและสอบถาม หรือในกรณีที่ใช้สื่อโฆษณาในการส่งเสริมการขายที่มีการแข่งขันสูงกิจการต้องสร้างจุดเด่นให้กับการโฆษณา เช่น ทำหัวข้อเรื่องเป็นตัวใหญ่ มีการเคลื่อนไหว มีสีสันสวยงามและอื่น ๆ ในขั้นต่อไป การเสนอการขายที่ดี การจัดแสดงสินค้า หรือการส่งเสริมเพื่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์และต้องมีการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสร้างความพึงพอใจต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าได้อย่างไร ขั้นสุดท้ายการยื่นข้อเสนอพิเศษหรือการให้บริการทางการขายที่พิเศษเพื่อเป็นแรงเสริมในการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อ แนวความคิดของ AIDA มีบทบาทต่อการส่งเสริมการขายทำให้ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้างความรู้จัก (awareness) ผู้ทำการโฆษณาต้องบรรลุผลในการสร้างความสนใจและความเข้าใจอันดีกับตลาดเป้าหมาย บริษัทขายอะไรไม่ได้เลยหากตลาดไม่ทราบส่วนที่ดีหรือบริการที่มีอยู่ ของกิจการ เช่น ตราสินค้าใหม่ของอาหารแมวชื่อสลิปเปอร์ (stripes) จัดทำไว้เป็น

พิเศษสำหรับผู้เป็นเจ้าของแมวที่พิถีพิถัน ในการสร้างความรู้จักในตราสินค้าโดยการเพิ่มความเอาใจใส่ตราสินค้าใหม่ของบริษัทแอกมี (acme) ใช้การจัดพิมพ์คำแนะนำ และจัดทำโฆษณาอย่างต่อเนื่องทางโทรทัศน์และนิตยสาร

2. สร้างความสนใจ (interest) เป็นการสร้างความรู้จักในการระลึกถึงตราสินค้าเพื่อก่อให้เกิดการขาย ในขั้นต่อมาคือ การสร้างสรรค์ความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ ด้วยการโฆษณาทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และการโฆษณาออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ หรืออาจใช้การทดลองสินค้าเพราะเจ้าของสัตว์เลี้ยง ไม่สามารถรู้ได้ว่าแมวของเขาชื่นชอบสลิปเปอร์ (stripes) หรือไม่ ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทแอกมี (acme) อาจส่งตัวอย่างสินค้าอาหารแมวไปให้กับเจ้าของแมว เพื่อเป็นการสร้างความสนใจในตราสินค้าใหม่

3. การสร้างความต้องการ (desire) ผู้ส่งข่าวสารต้องจงใจให้ผู้รับข่าวสารเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ แม้ว่าเจ้าของแมวได้ทดลองใช้สินค้าแล้ว แต่ลูกค้าอาจไม่เห็นถึงประโยชน์หรือข้อได้เปรียบจากตราสินค้าของคู่แข่ง โดยเฉพะอย่างยิ่ง ผู้ที่มีความภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้นบริษัทแอกมี(acme) ต้องสร้างสรรค์ความชื่นชมตราสินค้า โดยมีคำอธิบายผลดีและข้อแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทแอกมี(acme) จำเป็นต้องแสดงให้เห็นว่าแมวต้องการที่กินสิ่งนี้เท่านั้น การโฆษณาในขั้นตอนนี้อาจระบุว่าสลิปเปอร์(stripes) สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่แมว แม้ว่ากิจการสร้างมีความพิถีพิถันมากในการผลิต แม้ว่าเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีความชื่นชอบสลิปเปอร์ (stripes) มากกว่าตราสินค้าอื่นแต่ก็ยังคงไม่มีความต้องการที่ซื้อตราสินค้าใหม่ในขั้นตอนนี้บริษัทแอกมี (acme) อาจต้องแจ้งเหตุผลเพิ่มเติมเพื่อทำให้เกิดการซื้อสลิปเปอร์ (stripes) ซึ่งอาจเป็นคำชี้แจง เช่น ง่ายที่เปิดกล่อง อาจมีที่ทำให้กล่องปิดสนิททำให้อาหารสด มีวิตามิน และมีสารอาหารที่มีความจำเป็นต่อความต้องการของแมว หรือมีการทดสอบและวิจัยเกี่ยวกับรสชาติที่แมวชอบ

4. การตัดสินใจซื้อ (action) ผู้ส่งข่าวสารซึ่งโดยทั่วไปเป็นพนักงานขาย ต้องเร่งรัดให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าที่เป็นเป้าหมายอาจถูกชักจูงให้ซื้อสลิปเปอร์(stripes) ที่ถูกจัดวางไว้บนชั้นวางสินค้ากิจการอาจใช้การส่งเสริมการขายโดยอาจใช้คูปอง หรือของแถมพิเศษ หรืออาจเป็นสินค้าขนาดทดลองใช้เพิ่มเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาของลูกค้าให้เกิดการซื้อสินค้าทันที ลูกค้าส่วนมากที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีความเกี่ยวข้องในการผ่านลำดับขั้นตอน 4 ขั้นตอนตามตามแนวความคิดของไอดำ (AIDA) ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายส่งเสริมการตลาดที่ต้องพิจารณาหาทางในการเข้าถึงลูกค้าโดยต้องศึกษาถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ที่ใด การออกแบบการส่งเสริมการขายตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่

แนวความคิด AIDA ไม่ได้อธิบายถึงการตัดสินใจการซื้อจากอิทธิพลของการส่งเสริมการขาย จากรูปแบบตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงผลของการส่งเสริมการขายที่มีความต้องการของลูกค้าจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง ซึ่งในบางครั้งลูกค้าอาจซื้อสินค้าโดยปราศจากความสนใจและความต้องการ บางครั้งอาจซื้อผลิตภัณฑ์ไปโดยไม่คิดอะไรมากมาย โดยไม่คำนึงถึงลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า แต่เมื่อนำโปรแกรมการส่งเสริมการขายมาร่วมในการวิเคราะห์กับ AIDA ก่อให้เกิดประโยชน์กับการวิเคราะห์มาก

AIDA / Promotion mix	สร้างความรู้จัก (Awareness)	สร้างความสนใจ (Interest)	การสร้างความต้องการ (Desire)	การตัดสินใจซื้อ (Action)
การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling)	ค่อนข้างมีผล Somewhat effective	มีผลมาก Very effective	มีผลมาก Very effective	ค่อนข้างมีผล Somewhat effective
การโฆษณา (Advertising)	มีผลมาก Very effective	มีผลมาก Very effective	ค่อนข้างมีผล Somewhat effective	ไม่มีผล Not effective
การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)	ค่อนข้างมีผล Somewhat effective	ค่อนข้างมีผล Somewhat effective	มีผลมาก Very effective	มีผลมาก Very effective
และการประชาสัมพันธ์ (Public relations)	มีผลมาก Very effective	มีผลมาก Very effective	มีผลมาก Very effective	ไม่มีผล Not effective

ภาพที่ 2.2 AIDA และส่วนผสมการส่งเสริมการขาย

ที่มา: ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2548, หน้า 154

AIDA และส่วนผสมการส่งเสริมการขาย

ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการส่งเสริมการขายและโมเดล AIDA แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและการใช้เครื่องมือในส่งเสริมการขาย เช่น การใช้พนักงานขายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้น้อยรายในช่วงแรก ผู้ขายสามารถสร้างความสนใจของ

ลูกค้าสำหรับสินค้าหรือบริการเพื่อทำให้เกิดความต้องการสินค้า ตัวอย่าง การโฆษณาสามารถช่วยลูกค้าที่มีความรู้ความเข้าใจในคอมพิวเตอร์ และรู้จักตราสินค้าของคู่แข่งกัน ให้เปลี่ยนใจกลับมาตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจ โดยอาศัยข้อได้เปรียบในการสามารถโชว์สินค้าให้ลูกค้าดูได้ ข้อได้เปรียบของการส่งเสริมการขายคือการสร้างความปรารถนาในการตั้งใจซื้อ การส่งเสริมการขายโดยการแจกคู่มือและการลดราคา เป็นวิธีในการจูงใจให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ การส่งเสริมการขายโดยวิธีสะสมแต้มหรือการใช้แสตมป์เป็นที่นิยมของผู้ค้าปลีก โดยลูกค้าสามารถนำแต้มที่ได้มาแลกของรางวัลได้ภายหลัง สามารถทวีการซื้อสินค้าให้มากขึ้นและเป็นการสร้างความภักดีในตราสินค้าอีกทางหนึ่ง การประชาสัมพันธ์ มีผลกระทบมากที่สุดในการสร้างความรู้สึก การระลึกถึงบริษัท หลายบริษัทสามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจ โดยการให้การสนับสนุนเรื่องของชุมชน เป็นการสร้างประโยชน์และควรค่าแก่ค่าชมเชย เช่น การต่อต้านยาเสพติด การก่อการร้าย โครงสนับสนุนเช่นนี้ เป็นการสร้างจินตภาพทางด้านบวกของบริษัทและผลิตภัณฑ์ ให้เข้าไปอยู่ในความนึกคิดของลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกลายเป็นลูกค้าในอนาคต การประชาสัมพันธ์ที่ดีสามารถช่วยพัฒนาความปรารถนาของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ ผู้จัดพิมพ์หนังสือ ผลักดันให้รายชื่อหนังสือเป็นรายการในบัญชีของหนังสือที่ขายดีที่สุดในการจัดพิมพ์ที่สำคัญ เช่น Publishers Weekly และ New York Times ผู้แต่งหนังสือมาปรากฏตัวและแจกจ่ายเซ็นให้กับลูกค้า ในลักษณะเดียวกันฝ่ายการตลาดทางภาพยนตร์จัดแถลงข่าวของภาพยนตร์ เพื่อเป็นการยกระดับของภาพยนตร์และเพิ่มจำนวนการขายบัตรเข้าชม โดยอาจมีภาพยนตร์ตัวอย่างในฉากที่น่าสนใจ และใช้การโฆษณาในเว็บไซด์เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม ยิ่งกว่านั้นอาจมีการประชาสัมพันธ์การอ้างอิงถึงรางวัลที่ได้รับในส่วนประสมของการโฆษณาการส่งเสริมการขาย รวมอยู่ด้วยมีความแตกต่างกันมากด้านผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของอุตสาหกรรม

โดยปกติแล้วการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขายมีไว้สำหรับส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ โดยได้รับการสนับสนุนจากการประชาสัมพันธ์ในการช่วยเสริมสร้างจินตภาพในทางบวกขององค์กร อย่างไรก็ตามบริษัทไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้งสี่ประการได้ สำหรับวิธีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยเช่น ลักษณะผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย เงินทุนที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย และยุทธศาสตร์ที่ใช้ เช่น กลยุทธ์การดึงและการผลัก

ความรู้เกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

บ้านเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ การจะเป็นเจ้าของบ้านสักหลังหนึ่งนั้น สำหรับคนธรรมดาทั่วไปแล้วไม่ใช่เรื่องง่ายๆ บางคนต้องเก็บหอมรอมริบมาทั้งชีวิตเพื่อซื้อบ้าน ทั้งนี้เพราะบ้านมีราคาแพง ฉะนั้น ก่อนที่จะซื้อบ้านจึงต้องหาข้อมูลและตรวจสอบรายละเอียดอย่างรอบคอบ เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้องและป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจนำไปสู่การเสียเงิน เสียเวลา และเสียใจในภายหลัง เวลาที่คนเราคิดอยากจะมีบ้านของตนเองสักหลังหนึ่ง เมื่อหลับตานึกถึงบ้านก็มักจะวาดมโนภาพออกมาเป็นบ้าน(เดี่ยว)พร้อมที่ดิน แต่ในความเป็นจริงแล้วบ้านที่เรามีความสามารถจะซื้อได้อาจเป็นรูปแบบอื่นก็ได้ อาทิ บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ หรือคอนโดมิเนียม ซึ่งแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรูปลักษณะ เนื้อที่ใช้สอย ราคา และอื่น ๆ (ที่มา:<http://www.thaiappraisal.org>)

บ้านเดี่ยวเป็นแบบบ้าน "ในดวงใจ" ของผู้ซื้อบ้านแทบจะทุกคน เพราะบ้านเดี่ยวให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวในการอยู่อาศัยและมีบริเวณที่ทำให้รู้สึกโล่ง โปร่ง นอกจากนี้แล้ว สำหรับบางคน บ้านเดี่ยวยังเป็นเครื่องแสดงถึงความเป็นผู้มีฐานะในระดับหนึ่ง (ขึ้นอยู่กับขนาด ความหรูหรา และราคาของบ้าน) อีกด้วย บ้านเดี่ยวราคาสูงมักจะเป็นบ้านชั้นเดียว แต่โดยทั่วไปแล้วบ้านเดี่ยวจะเป็นบ้าน 2 ชั้น หนึ่งบ้านเดี่ยว 3 ชั้นก็มีให้เห็นบ้างในบริเวณที่ดินมีจำกัด หรือ มีราคาแพงมาก การจัดสรรบ้านเดี่ยวนั้น กฎหมายกำหนดให้ต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา โดยที่ดินต้องมีหน้ากว้างติดถนนไม่ต่ำกว่า 10 เมตร ลึก 20 เมตร

ลักษณะของบ้านแฝดโดยทั่วไปก็คือ เป็นบ้าน 2 หลังมีฝาด้านหนึ่งติดกัน สร้างขึ้นเป็นคู่ บ้านแฝดมีบริเวณคล้ายบ้านเดี่ยวแต่น้อยกว่า กฎหมายกำหนดให้บ้านแฝดต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา บ้านแฝดคู่หนึ่งต้องมีความกว้างของที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 เมตร โดยแบ่งข้างละ 8 เมตร บ้านแฝดเป็นเหมือนบ้านที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เป็นบ้านที่จะเป็นบ้านเดี่ยวก็ไม่ใช่ จะเป็นทาวน์เฮ้าส์ก็ไม่เชิง ในปีหนึ่งๆ จึงมีบ้านแฝดเกิดขึ้นน้อยมาก เคยมีผู้ประกอบการบางราย ประกาศขายบ้านเดี่ยวในขนาดที่ดิน 35-40 ตารางวาซึ่งตามกฎหมายแล้วสร้างไม่ได้ เพราะบ้านเดี่ยวต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา โดยการที่ผู้ประกอบการได้ดัดแปลงรูปแบบ บ้านแฝดให้คล้ายบ้านเดี่ยว เช่น แม้จะเป็นบ้านแฝดแต่เป็นคู่แฝดก็ไม่เหมือนกันนัก หรือที่ว่า บ้านแฝดต้องมีสวนติดกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องหมายถึงฝาด้านเท่านั้น บางรายจึงสร้างให้ห้องน้ำ ห้องคนใช้ หรือห้องครัวติดกัน แต่ตัวบ้านหลักดูเหมือนแยกกันเป็น 2 หลัง ดังนี้เป็นต้น

ทาวน์เฮ้าส์ เป็นภาษาราชการเรียกว่า "บ้านแถว" ทาวน์เฮ้าส์ที่มีราคาสูงที่สุด มักเป็นทาวน์เฮ้าส์ชั้นเดียว แต่โดยทั่วไปทาวน์เฮ้าส์จะมีความสูง 2 ชั้น สำหรับทาวน์เฮ้าส์ราคาแพงๆ ในย่าน

ใจกลางเมืองนั้น มีการสร้างสูงถึง 3-4 ชั้นก็มี กฎหมายกำหนดให้ทาว์นเฮาส์ต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา มีขนาดกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร ลึก 16 เมตร

อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมเป็นลักษณะของที่อยู่อาศัยที่นำมาจากสังคม(เมือง)ตะวันตก อาคารชุดหลังหนึ่ง จะแบ่งออกเป็นห้องๆ เรียกว่า ห้องชุด ในห้องชุดหนึ่ง ถ้าเป็นแบบราคาถูกลงก็จะมีห้องเดียว เป็นห้องเอนกประสงค์ ถ้าเป็นห้องชุดราคาแพงจะมีหลายห้อง เช่น ห้องโถง ห้องนอน 2-3 ห้อง ห้องคนใช้ ห้องครัว ในหนึ่งห้องชุด เป็นต้น

ขั้นตอนการซื้อบ้าน

1. กำหนดความต้องการ
2. ตั้งงบประมาณ
3. สำรวจ หาโครงการที่เปิดขายจากแหล่งต่างๆ
4. ตรวจสอบจากโฆษณา
5. โทรศัพท์ติดต่อผู้ขายเพื่อขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม
6. เปรียบเทียบ และคัดเลือก
7. ไปเยี่ยมชมโครงการ
8. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเวนคืน ฟังเมือง และกฎหมายอื่นๆ
9. ตรวจสอบสาธารณูปโภค และบริการต่างๆ ที่จำเป็นต่อการอยู่อาศัย รวมทั้งสภาพแวดล้อมรอบๆ บริเวณที่ตั้งโครงการ
10. ตรวจสอบโฉนด และกรรมสิทธิ์
11. วางมัดจำ และทำสัญญาซื้อขาย
12. ติดต่อขอสินเชื่อ
13. นัดวันโอน
14. รับมอบบ้าน

แนวทางการกำหนดความต้องการและการตั้งงบประมาณในการซื้อบ้าน

โดยทั่วไปทุกคนคงปรารถนาที่จะมี "บ้านเดี่ยว" เป็นของตนเองกันทั้งนั้น แต่ความปรารถนานี้จะเป็นจริงขึ้นมาได้ก็ต่อเมื่อ "มีเงินพอที่จะซื้อได้" เท่านั้น คำว่ามีเงินพอที่จะซื้อได้ มิได้หมายถึงว่า จะต้องซื้อ "เงินสด" ทั้งจำนวน แต่หมายถึงว่าต้องมี "เงินออม" ประมาณร้อยละ 20-30 ของราคาบ้าน เพื่อเป็นค่าวางเงินจอง และเงินดาวน์ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 70-80 ของราคาบ้านจะต้องขอกู้เอาจากสถาบันการเงิน โดยจะต้องมี "รายได้" มากพอที่จะ "ผ่อนชำระ" ค่าบ้านได้ทุกเดือน ตลอดระยะเวลา 10-30 ปี แล้วแต่กรณี ดังนั้น เวลาจะซื้อบ้าน ท่านจะต้องประมาณการขีดความสามารถทางการเงินของคนว่ามีกำลังที่จะซื้อหรือไม่ โดยตั้งคำถามกับตนเอง ดังนี้

1) มี "เงินออม" เพียงพอที่จะจ่ายเป็นค่าเงินจอง และเงินคาวน ซึ่งจะเป็นเงินประมาณร้อยละ 20-30 ของราคาบ้านหรือไม่

2) มี "รายได้" มากพอที่จะผ่อนชำระรายเดือนกับสถาบันการเงินในวงเงินกู้ประมาณร้อยละ 70-80 ของราคาบ้านในระยะเวลาผ่อนนานประมาณ 10-30 ปี ได้หรือไม่

หากผ่านคำถามนี้ได้ ความฝันที่จะมีบ้านเป็นของตนเองจึงจะเป็นความจริงขึ้นมา สำหรับผู้ที่มีความสามารถซื้อบ้านประเภทใดได้นั้นก็ต้องพิจารณาจาก "ความสามารถในการจ่าย" ที่ท่านมีกับ "ราคาของบ้านประเภท" ที่ท่านต้องการ โดยปรับ "ความต้องการ" ให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

การพิจารณาโครงการบ้านจัดสรร – คอนโดมิเนียม

การพิจารณาโครงการบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียมในเบื้องต้น จากการดูโฆษณา ดังนี้

1. ชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ อาจบอกนัยบางอย่างเกี่ยวกับโครงการให้ได้รับรู้บ้าง เช่น บอกลักษณะของโครงการ อาทิ บ้านริมคลอง, เลคไซด์วิลล่า, บ้านริมน้ำ ฯลฯ ชื่อควรพิจารณาโครงการเหล่านั้นมีลักษณะของบ้านตามชื่อโครงการนั้นหรือไม่ หรือประเภทบอกทำเลที่ตั้ง อาทิ บ้านบางบัวทอง, บ้านรัตนานิเบศร์, ศรีนครินทร์วิลล่า ฯลฯ ควรพิจารณาตรวจสอบว่า โครงการตั้งอยู่ในส่วนไหนของทำเลที่นำมาตั้งชื่อโครงการ หรือใช้ชื่อบริษัท หรือชื่อเจ้าของโครงการมาตั้งเป็นชื่อโครงการ เช่น สมเกียรติทาวน์โฮม, เมืองประชา ฯลฯ ชื่อประเภทนี้อาจทำให้รู้สึกถึงระบบการบริหารงานว่าเป็นแบบมือสมัครเล่น หรือแบบ "เถ้าแก่" หรือ "แบบเจ้าของคนเดียว" ได้เหมือนกัน ชื่อประเภทกลางๆ อาทิ พวกชื่อดันไม้ดอก, ชื่อหญิงสาว ฯลฯ ชื่อประเภทนี้อาจไม่มีความหมายอะไรมาก เพียงแค่พยายามให้ฟังดูไพเราะเท่านั้น

2. ภาพแสดงทัศนียภาพของโครงการ หรือแบบบ้าน

ภาพแสดงทัศนียภาพของโครงการ หรือแบบบ้านถือว่าเป็นองค์ประกอบหลักของโฆษณาบ้านจัดสรร ภาพดังกล่าวอาจเป็นภาพวาด, ภาพถ่ายหุ่นจำลอง, ภาพถ่ายบ้านตัวอย่าง หรือภาพถ่ายจากของจริงที่ก่อสร้างเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้อาจรวมถึงภาพสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโครงการ อาทิ สระว่ายน้ำ สโมสร สนามเทนนิส สนามเด็กเล่น เป็นต้น ชื่อควรพิจารณาในเรื่องนี้คือ ภาพต่าง ๆ ที่นำมาแสดงในโฆษณานั้น ใกล้เคียงกับของจริงมากน้อยเพียงใด หรือเป็นแค่การ "สร้างภาพ" ให้เกิดความ "เคลิบเคลิ้ม" เท่านั้น

3. ราคาขายและข้อเสนอพิเศษ

โฆษณาที่ดี ควรบอกราคาขายเบื้องต้นเอาไว้ เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการคัดเลือกโครงการที่เหมาะสมกับความสามารถในการจ่ายได้ การพิจารณาราคาขาย ควรพิจารณา

ควบคู่ไปกับอัตราค่าผ่อนส่งกับสถาบันการเงินไปพร้อม ๆ กัน รวมทั้งค่าจอง และเงื่อนไขการชำระ
เงินดาวน์ ส่วนข้อเสนอพิเศษ เช่น การลด แจก แถม ต่าง ๆ นั้น เป็นเรื่องควรระวังในการพิจารณา
เพราะสิ่งเหล่านี้ เป็นกลยุทธ์ในการเร่งเร้าให้เรารีบตัดสินใจ

โครงการที่แจกอะไรที่ไม่เกี่ยวข้องกับบ้าน เช่น ทอง, รถยนต์, แพ็กเกจทัวร์ ฯลฯ
อาจบอกให้ทราบว่า โครงการนั้นน่าจะมุ่งไปที่ผู้ซื้อประเภทเก็งกำไร หรือคุณภาพของโครงการอาจ
ไม่ดี จึงให้สิ่งเหล่านี้มาล่อใจก็ได้

4. แผนที่ตั้งโครงการ

ส่วนมากเป็นแผนที่แสดงเส้นทางเข้าถึงโครงการและ สถานที่สำคัญ ๆ โดยรอบที่ตั้ง
โครงการคร่าว ๆ เท่านั้น และโดยมากจะให้คุณอยู่ใกล้ถนน หรือใกล้ชุมชนมากกว่าที่เป็นจริง

5. รายละเอียดที่ดิน และผู้ประกอบการ

ส่วนนี้มักพิมพ์ไว้เป็นตัวอักษรเล็กๆ อยู่ด้านล่างสุดของโฆษณา เป็นส่วนที่กฎหมาย
กำหนดไว้ให้มีบอกเลข โฉนดที่ดิน, ชื่อกรรมการผู้จัดการ, ทุนจดทะเบียนของบริษัทดำเนินการ,
ใบอนุญาต ข้อมูลเหล่านั้นอาจจะบอกอะไรที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และตัว
โครงการได้มากพอสมควร

การเลือกซื้อบ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์ มีเกณฑ์ประกอบการพิจารณา ดังนี้

การเลือกซื้อบ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์ มีเกณฑ์ประกอบการพิจารณา ดังนี้

1. ตำแหน่งที่ตั้ง บ้านที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบุคคลควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อ
การเดินทาง ไปประกอบธุรกิจประจำวันของทั้งครอบครัว เช่น สถานที่ทำงานของพ่อบ้าน แม่บ้าน
โรงเรียนของลูกหลาน ตลอดจนสมาชิกในครอบครัว รวมทั้งต้องอยู่ในทำเลที่เหมาะสมกับอาชีพและ
ความสามารถในการแบกรับภาระได้

2. สภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมนับว่ามีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจ เพราะเป็น
ส่วน ประกอบสำคัญยิ่งต่อสภาพจิตใจและอุปนิสัยของผู้อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกหลานที่ยัง
เล็กอยู่ หากได้อยู่ในหมู่บ้านที่มีสภาพแวดล้อม เพื่อนบ้านและสังคมที่ดี ก็จะมีผลดีต่อเด็กในอนาคต

3. การจัดวางผังบริเวณหมู่บ้านหรือโครงการ บ้านจัดสรรที่ดี ควรมีการจัดแบ่งสภาพการ
ใช้ที่ดินให้ถูกต้องตามหลักทางด้านการจัดวางผังเมือง โดยแบ่งเป็นส่วนที่ใช้อาศัย ย่านการค้า
พาณิชยกรรม และที่พักผ่อนหย่อนใจให้เป็นสัดส่วนที่พอเหมาะ ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องการแปร
สภาพที่อยู่อาศัย ควรเลือกบ้านที่ด้านหน้าของบ้านหันไปทางทิศเหนือ หรือใต้ หรือทิศตะวันออก
เพื่อหลบแสงแดดในตอนบ่าย

4. **ความปลอดภัย** เจ้าของบ้านทุกรายจะมีความวิตกกังวลถึงปัญหาความปลอดภัย ดังนั้น การเลือกซื้อบ้าน จึงควรสอบถามผู้ที่อยู่อาศัยมาก่อน ถึงเรื่อง โจร ขโมย และศึกษาระบบรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านนั้น ๆ ด้วย

5. **การคมนาคม** ควรพิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทาง เช่น จากในหมู่บ้านนั้นมีรถรับจ้าง บริการหรือไม่ หรือถนนใหญ่มีรถประจำทางสายใดผ่านบ้าง ต้องเดินทางด้วยรถประจำทางที่สายกว่าจะถึงที่ทำงาน ในย่านนั้นรถติดขัดหรือไม่ ตลอดจนศึกษาเส้นทางคมนาคมที่จะติดต่อถึงย่านการค้าที่เจริญในตัวเมือง

6. **ระบบสาธารณูปโภคภายในหมู่บ้าน** ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ถนนในหมู่บ้าน กว้างหรือ แคบเพียงใด มีการบริการ น้ำบาดาลหรือน้ำประปา ท่อระบายน้ำสามารถระบายน้ำได้เร็วหรือสะดวกเพียงใดในฤดูฝน หรือฤดูน้ำหลาก เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วม การบริการเรื่องไฟฟ้า สะดวกหรือไม่ มีไฟแสงสว่างตามเสาไฟฟ้าในหมู่บ้าน และมีโทรศัพท์บริการให้หรือไม่ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นข้อพิจารณาที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อ

7. **ตัวบ้าน** เนื่องจากตัวบ้านเป็นหัวใจสำคัญในการเลือกซื้อ เพราะผู้ซื้อจะต้องใช้อยู่อาศัยตลอดไป ดังนั้นจึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ตั้งแต่เรื่องทิศของแดด และ ลม แบบของตัวบ้าน การจัดวางแผนผังภายใน ประโยชน์ใช้สอยของห้องต่างๆ และวัสดุก่อสร้าง ซึ่งสิ่งต่างๆ จำเป็นต้องเลือกให้เป็นทีพอใจที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อ

8. **ราคาและระบบการชำระเงิน** บ้านที่จะซื้อควรพิจารณาให้มีราคาที่เหมาะสมกับสภาพบ้าน และเนื้อที่ราคาไม่แพงเกินไปกว่าปริมาณและ คุณภาพของบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และ วิจารณ์งานส่วนตัว เพราะผู้ขายทุกรายก็จะหวังกำไรจากผู้ซื้อให้มากที่สุด ส่วนระบบการชำระเงินผ่อนส่งนั้นต้องพิจารณาว่ามีความสามารถผ่อนชำระได้หรือไม่

9. **พิจารณาความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของเจ้าของโครงการ** ควบคู่กับการตัดสินใจด้วย ว่า บริษัทเจ้าของโครงการมีความมั่นคงและ น่าเชื่อถือเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้มีการฉ้อโกงเกิดขึ้น เรื่องนี้ทางกรมที่ดินได้ให้คำแนะนำสำหรับผู้ซื้อบ้านและที่ดินจัดสรรไว้ดังนี้

- เลือหาซื้อบ้านและ ที่ดินจัดสรร เฉพาะรายที่ได้รับอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินโดยชอบด้วยกฎหมายแล้วเท่านั้น

- บ้านและที่ดินจัดสรรรายใดได้รับอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินโดยชอบด้วยกฎหมายแล้วหรือไม่ ขอให้ตรวจสอบได้ที่สำนักงานที่ดินจังหวัดท้องที่ หรือที่กองควบคุมธุรกิจที่ดิน กรมที่ดิน โทรศัพท์หมายเลข 222-6824 และ 222-3271

- หากเป็นการจัดสรรที่ดินที่ยังไม่ได้รับอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินโดยชอบด้วยกฎหมาย ก็ไม่ควรซื้อบ้านหรือที่ดินนั้น แต่ถ้าเป็นรายที่ได้รับอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินได้

โดยชอบด้วยกฎหมายแล้ว ก็ขอให้ไปติดต่อด้วยตนเองที่สำนักงานที่ดินจังหวัดท้องที่ หรือกอง
ควบคุมธุรกิจที่ดิน กรมที่ดิน เพื่อขอตรวจสอบแผนผังและโครงการจัดสรรที่ดินรายนั้นว่า มี
ข้อความระบบการจัดให้มีสาธารณูปโภคหรือบริการสาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น
ถนน ระบบการระบายน้ำ ระบบประปา ระบบไฟฟ้า หรือ โรงเรียนอนุบาล ฯลฯ ไว้อย่างไรตรงกับที่
โฆษณาจูงใจไว้ต่อผู้ซื้อหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาว่าควรซื้อไว้หรือไม่

- เมื่อตัดสินใจจะซื้อบ้านและที่ดินจัดสรรแล้ว การทำสัญญาใดๆ ระหว่างผู้จัดสรร
ที่ดินกับผู้ซื้อที่ดินจัดสรร เพื่อให้ได้มาซึ่งที่ดินจัดสรร เช่น สัญญาจะซื้อจะขาย สัญญาจองหรือผ่อน
ส่ง ฯลฯ ต้องถือปฏิบัติตามข้อ 19 แห่งประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 286 โดยเคร่งครัด กล่าวคือ ต้อง
ทำเป็นหนังสือสัญญาซื้อขาย และจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่สิทธิ และนิติกรรมตามประมวล
กฎหมายที่ดิน ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดท้องที่ อย่าทำสัญญากันเองโดยเด็ดขาด เพราะจะไม่ได้รับ
ความคุ้มครองตามกฎหมาย

- การทำสัญญาซื้อขาย ต้องแจ้งราคาซื้อขายตามความเป็นจริง และแจ้งให้ทราบด้วย
ว่าเป็นการซื้อ ขายบ้านพร้อมที่ดิน หรือซื้อขายกันเฉพาะที่ดิน ไม่มีสิ่งปลูกสร้างตามเป็นจริงด้วย
เพราะเคยปรากฏข้อเท็จจริงเสมอมาว่าทำสัญญาภายนอกกันเองไว้ก่อน 2 ฉบับ ฉบับแรกซื้อขาย
ที่ดิน ฉบับที่สองว่าจ้างปลูกสร้างบ้าน แล้วมาทำการจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่โอนขายกัน
เฉพาะที่ดิน อ้างว่าบ้านเป็นของผู้ซื้อปลูกเอง เป็นเหตุให้เกิดกรณีพิพาทกันขึ้นภายหลัง เพราะ
หลักฐานทะเบียนบ้านมีชื่อผู้จัดสรรเป็นเจ้าของ

- เมื่อรับโอนบ้านและที่ดินจัดสรรมาแล้ว ขอให้ทราบด้วยว่าสาธารณูปโภคในที่ดิน
จัดสรร ตามข้อ 30 แห่งประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 286 กำหนดให้ผู้จัดสรรมีหน้าที่บำรุงรักษา
ดังนั้น หาก ผู้จัดสรรเรียกเก็บเงินใดๆ เป็นค่าบำรุงรักษาสาธารณูปโภคในที่ดินที่จัดสรรดังกล่าว
ไม่ควรจ่ายให้

10. การให้บริการภายในหมู่บ้าน เช่น ตลาด ร้านค้า โรงเรียน สถานพยาบาล สถานที่
พักผ่อน หย่อนใจ และการกำจัดขยะมูลฝอย หมู่บ้านที่ดีควรมีบริการเหล่านี้ไว้ครบถ้วน เพื่อผู้อยู่
อาศัยจะได้รับความสะดวกสบายทุกประการ

การเลือกอาคารชุด

อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม คืออะไร คอนโดมิเนียม คือ อาคารพักอาศัย ซึ่งมีห้องพัก
หลาย ๆ ห้องรวมอยู่ใน อาคารเดียวกัน เท่ากับเป็นการนำที่พักอาศัยหรือบ้านมาวางซ้อนกันขึ้น
ในทางตั้ง ค่าดูแลรักษา-ซ่อมแซมอาคาร, บริเวณและอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกันเป็นหน้าที่ของผู้อยู่อาศัย
จะต้องออกค่าใช้จ่ายร่วมกัน ผู้อยู่อาศัยจะมีสิทธิในการถือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินอยู่ 2 ประการ คือ
"กรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล และ กรรมสิทธิ์ส่วนกลาง"

กรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล ได้แก่ ทรัพย์สินหรือสิ่งอื่นใดที่ใช้ร่วมกัน เช่น ที่ดิน ถนน โครงสร้างตัวอาคาร ระบายน้ำ ลิฟท์ บันได เป็นต้น การแยกซื้อ-ขายทรัพย์สินส่วนกลางไม่สามารถจะกระทำได้

อาคารชุดที่อยู่สบายจะมีวิธีอย่างไร ท่านทราบไหมว่าอาคารชุดที่สร้างกันขึ้นมา นั้นแห่งไหนอยู่สบายกว่ากัน สำหรับอาคารในเมืองร้อนนั้นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุณหภูมิภายในอาคารอย่างยิ่ง ก็คือ "แสงแดดและ ทิศทางลม" บทความเรื่อง "ฝน" เข้าไปด้วย มีหลักใหญ่ๆ ที่ท่านผู้อ่านจะพิจารณาได้ดังนี้

1. ทิศทางลม

ทิศทางลมที่ต้องการคือ ลมประจำ ในฤดูร้อน ซึ่งส่วนใหญ่จะพัดเข้าจากทิศใต้และ ตะวันตกเฉียงใต้ สำหรับกรุงเทพมหานคร

2. การป้องกันแดดและฝน

ตรวจสอบดูว่าตามช่องหน้าต่างและ ประตูด้านนอกของ อาคารมีกันสาดที่สามารถ ป้องกันแดดและ ฝนได้มากน้อยเพียงใด หากไม่มีเลย หรือมีเพียง 20-30 เซนติเมตร จะไม่สามารถ ป้องกันแดดและฝน ที่จะแทรกเข้าตามซอกของประตูและหน้าต่างได้

3. แสงสว่างตามธรรมชาติ

หากอาคารชุดยังมีได้ลงมือสร้างให้เห็นของจริง และจำเป็นต้องดูจากแบบแปลน ท่านผู้อ่านจะสังเกตได้จากอัตราส่วนระหว่างปริมาณของหน้าต่าง-ช่องแสง กับปริมาณของผนังทึบ ในห้องหนึ่งๆ ควรมีหน้าต่างไม่น้อยกว่า 2 ด้าน เพื่อให้ทั้งลมและแสงสว่างผ่านเข้าออกสะดวก การ มีผนังทึบ 3 ด้านและมีหน้าต่างเพียงด้านเดียว บางครั้งแสงสว่างอาจพอเพียงแต่ จะมีข้อเสียในเรื่อง ของความอึดอัด ทุกๆ ห้องควรมีแสงสว่างตามธรรมชาติ ให้เพียงพอโดยไม่ต้องเปิดไฟฟ้าในเวลา กลางวัน

อาคารชุดที่นำซื้อควรจะมีวิธีเลือกซื้ออย่างไร หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกซื้อ สามารถใช้หลักเกณฑ์ต่อไปนี้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณา

3.1 การป้องกันโจรกรรม

- กันสาดของแต่ละยูนิต ตัดขาดจากกัน ป้องกันมิให้คนเดินบนกันสาดถึงกันได้
- มียามควบคุมทางเข้า-ออกที่ประตูรั้ว ที่ห้องโถงหน้าลิฟท์ และบันได และมียาม ประจำเดินตรวจรอบบริเวณ ตลอด 24 ชั่วโมง
- มีโทรทัศน์วงจรปิดติดตั้งตามจุดสำคัญซึ่งศูนย์รักษาความปลอดภัยประจำอาคาร จะสามารถเห็นได้ทั่วบริเวณ

- มีโทรทัศน์วงจรปิดหรือ โทรศัพท์ภายในเฉพาะทุกห้อง เพื่อใช้ดูหรือ พูดสอบถาม
เมื่อมีแขกมาหา ฯลฯ

3.2 การป้องกันอัคคีภัย

- มีระบบสัญญาณเตือนภัยที่สามารถทราบตำแหน่งที่เกิดเหตุได้ทันที และต่อกับ
สถานีดับเพลิง

- มีระบบเครื่องตรวจจับความร้อน และเครื่องตรวจจับควันไฟที่ผิดปกติภายในห้อง
และจะมีสัญญาณไปปรากฏ ที่ตู้ควบคุม

- มีดวงไฟฉุกเฉินเปิดโดยอัตโนมัติเมื่อไฟฟ้าดับ ส่องที่ห้องโถง ลิฟท์ และที่บันได
หนีไฟ

- มีบันไดหนีไฟอยู่ในตำแหน่งที่แน่ใจว่าสามารถหลบหนีได้

- มีระบบดับเพลิงทั้ง 2 ระบบควบคู่กัน คือ

ก. ระบบช่วยตัวเองก่อนรดดับเพลิงมาถึง โดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
ประจำอาคารจะใช้น้ำในอาคารที่สำรองไว้ พร้อมหัวฉีดประจำชั้นทุกชั้น และมีถังน้ำดับเพลิงติด
ประจำทุกยูนิตและ ห้องโถงรวมทุกชั้น

ข. ระบบท่อดับเพลิงที่ต่อเตรียมรอไว้รับน้ำจากกรดดับเพลิงซึ่งจะส่งขึ้นฉีดโดยตรง
การเปลี่ยนแปลงราคาบ้าน

โดยปกติแล้วราคาของบ้านที่สร้างขึ้นใหม่มักจะเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากต้นทุนในการ
ก่อสร้างเพิ่มขึ้น ที่ดินราคาแพงขึ้น อัตราเงินเฟ้อ และอื่นๆ อดี จากการศึกษาสำรวจการ
เปลี่ยนแปลง ราคาบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างต่อเนื่องของบริษัท Agency for
Real Estate Affairs พบว่า ราคาบ้านจัดสรรที่เกิดขึ้นมาใหม่ๆ ในช่วงตั้งแต่ปี 2535 - 2546 ก็มีการ
ลดลงได้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของวิกฤตเศรษฐกิจระหว่างปี 2540 - 2544 ราคาของ
บ้านประเภทอาคารชุดเริ่มลดลงตั้งแต่ปลายปี 2539 ในขณะที่บ้านประเภททาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว
เริ่มลดลงในปี 2540 ทั้งนี้เพราะในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ที่อยู่ที่อาศัยประเภทที่มีการซื้อไว้ถึง
กำไรกันมากที่สุดก็คืออาคารชุดนั่นเอง บางท่านคงเคยได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับการขายดิบขายดี
เหมือนเขาแจกฟรีของอาคารชุดในช่วงนั้นมาแล้ว แก่โบรชัวร์โฆษณาโครงการที่ซื้อขายกันได้แล้ว
หรือบางโครงการเปิดขายเป็นร้อยหน่วยหมดภายในสองสามวันก็มี

ที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาสำหรับผู้ที่กำลังคิดจะซื้อบ้านเป็น
ของตนเอง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กำลังกลับมาคึกคักอีกครั้ง และเหตุการณ์
ต่างๆ ก็ดูจะกลับมาคล้ายๆ เดิมอีก จะได้ตระหนักไว้ว่าหากจะซื้อบ้านอยู่สักหลัง โดยเฉพาะห้องชุด
แล้วไปเจอโครงการที่มีการซื้อไว้ถึงกำไรหรือซื้อไว้เพื่อให้เช่าต่อ ก็อาจพบกับสภาพคล้ายๆ อยู่

โครงการร้าง หรืออยู่แพลตฟอร์มเช่า ห้องแถวเช่า เหมือนที่ผู้ซื้อห้องชุดในยุคหนึ่งได้เคยประสบพบเจอมาแล้ว (ที่มา: <http://www.thaihomemaster.com/showinformation.php?TYPE=13&ID=823>)

กฎหมายและข้อบังคับของอาคารชุด

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดพระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๓ มาตรา ๔๑ และมาตรา ๔๓ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๑”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้เพิ่มบทนิยามคำว่า “การประชุมใหญ่” “คณะกรรมการ” “กรรมการ” และ “ผู้จัดการ” ระหว่างบทนิยามคำว่า “ข้อบังคับ” และคำว่า “พนักงานเจ้าหน้าที่” ในมาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “การประชุมใหญ่” หมายความว่า การประชุมใหญ่สามัญหรือการประชุมใหญ่วิสามัญของเจ้าของร่วม แล้วแต่กรณี “คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด “กรรมการ” หมายความว่า กรรมการนิติบุคคลอาคารชุด “ผู้จัดการ” หมายความว่า ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด

มาตรา ๔ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๖ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๖ ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารใดประสงค์จะจดทะเบียนที่ดินและอาคารนั้นให้เป็นอาคารชุดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนอาคารชุดต่อพนักงานเจ้าหน้าที่พร้อมหลักฐานและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. โฉนดที่ดิน

๒. แผนผังอาคารชุด รวมทั้งเส้นทางเข้าออกสู่ทางสาธารณะ

๓. รายละเอียดเกี่ยวกับห้องชุด ทรัพย์สินส่วนบุคคล และทรัพย์สินกลาง ได้แก่ จำนวนพื้นที่ลักษณะการใช้ประโยชน์และอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

๔. อัตราส่วนที่เจ้าของห้องชุดแต่ละห้องชุดมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินกลางตามมาตรา

๕. คำรับรองของผู้ยื่นคำขอว่าอาคารที่ขอจดทะเบียนอาคารชุดนั้นปราศจากภาระผูกพันใด ๆ เว้นแต่การจำนองอาคารรวมกับที่ดิน

๖. ร่างข้อบังคับของนิติบุคคลอาคารชุด

๗. หลักฐานอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

มาตรา ๕ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๖/๑ และมาตรา ๖/๒ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “มาตรา ๖/๑ ในกรณีที่ผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา ๖ ทำการโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุด ต้องเก็บสำเนาข้อความหรือภาพที่โฆษณา หรือหนังสือชักชวนที่นำออกโฆษณาแก่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะทำในรูปแบบใดไว้ในสถานที่ทำการจนกว่าจะมีการขายห้องชุดหมด และต้องส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวให้นิติบุคคลอาคารชุดจัดเก็บไว้อย่างน้อยหนึ่งชุด การโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดในส่วนที่เกี่ยวกับหลักฐานและรายละเอียดที่กำหนดไว้ในมาตรา ๖ ข้อความหรือภาพที่โฆษณาจะต้องตรงกับหลักฐานและรายละเอียดที่ยื่นพร้อมคำขอจดทะเบียน และต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลางนอกจากที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๑๕ ให้ชัดเจนให้ถือว่าข้อความหรือภาพที่โฆษณา หรือหนังสือชักชวนเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด แล้วแต่กรณี หากข้อความหรือภาพใดมีความหมายขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด ให้ตีความไปในทางที่เป็นคุณแก่ผู้จะซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด มาตรา ๖/๒ สัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุดระหว่างผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา ๖ กับผู้จะซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุดต้องทำตามแบบสัญญาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุดตามวรรคหนึ่งส่วนใด มิได้ทำตามแบบสัญญาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดและไม่เป็นคุณต่อผู้จะซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด สัญญาส่วนนั้นไม่มีผลใช้บังคับ”

มาตรา ๖ ให้ยกเลิกวรรคสองของมาตรา ๗ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒

มาตรา ๗ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๔ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้เป็นแทน “มาตรา ๑๔ อัตราส่วนในกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลางของเจ้าของร่วมให้เป็นไปตามอัตราส่วนระหว่างเนื้อที่ของห้องชุดแต่ละห้องชุดกับเนื้อที่ของห้องชุดทั้งหมดในอาคารชุดนั้นในขณะที่ขอจดทะเบียนอาคารชุดตามมาตรา ๖”

มาตรา ๘ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น (๘) (๙) (๑๐) และ (๑๑) ของมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “(๘) สำนักงานของนิติบุคคลอาคารชุด (๙) อสังหาริมทรัพย์ที่ซื้อหรือได้มาตามมาตรา ๔๘ (๑) (๑๐) สิ่งก่อสร้างหรือระบบที่สร้างขึ้นเพื่อรักษาความปลอดภัยหรือสภาพแวดล้อมภายในอาคารชุด เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัย การจัดแสงสว่าง การ

ระบายอากาศ การปรับอากาศ การระบายน้ำ การบำบัดน้ำเสีย หรือการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่ง
ปฏิกูล (๑๑) ทรัพย์สินที่ใช้เงินตามมาตรา ๑๘ ในการดูแลรักษา”

มาตรา ๕ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๑๗/๑ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.
๒๕๒๒ “มาตรา ๑๗/๑ ในกรณีที่มีการจัดพื้นที่ของอาคารชุดเพื่อประกอบการค้าต้องจัดระบบการ
เข้าออกในพื้นที่ดังกล่าวเป็นการเฉพาะไม่ให้รบกวนความเป็นอยู่โดยปกติสุขของเจ้าของร่วมห้าม
ผู้ใดประกอบการค้าในอาคารชุด เว้นแต่เป็นการประกอบการค้าในพื้นที่ของอาคารชุดที่จัดไว้ตาม
วรรคหนึ่ง”

มาตรา ๑๐ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๘ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒
และให้ใช้ความต่อไปนี้เป็นแทน “มาตรา ๑๘ เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออกค่าภาษีอากรตามอัตราส่วนที่
เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามมาตรา ๑๔ เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออก
ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้บริการส่วนรวมและที่เกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดูแลรักษาและการ
ดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลาง ตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน
ส่วนกลางตามมาตรา ๑๔ หรือตามส่วนแห่งประโยชน์ที่มีต่อห้องชุดทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับ
ให้ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา ๖ เป็นเจ้าของร่วมในห้องชุดที่ยังไม่มีการโอน
กรรมสิทธิ์ให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง และต้องร่วมออกค่าใช้จ่ายตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง
สำหรับห้องชุดดังกล่าวด้วย”

มาตรา ๑๑ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๑๘/๑ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.
๒๕๒๒ “มาตรา ๑๘/๑ ในกรณีที่เจ้าของร่วมไม่ชำระเงินตามมาตรา ๑๘ ภายในเวลาที่กำหนดต้อง
เสียเงินเพิ่มในอัตราไม่เกินร้อยละสิบสองต่อปีของจำนวนเงินที่ค้างชำระโดยไม่คิดทบต้น ทั้งนี้
ตามที่กำหนดในข้อบังคับเจ้าของร่วมที่ค้างชำระเงินตามมาตรา ๑๘ ตั้งแต่หกเดือนขึ้นไปต้องเสีย
เงินเพิ่มในอัตราไม่เกินร้อยละสิบต่อปีและอาจถูกระงับการให้บริการส่วนรวมหรือการใช้ทรัพย์สิน
ส่วนกลางตามที่กำหนดในข้อบังคับ รวมทั้งไม่มีสิทธิออกเสียงในการประชุมใหญ่เงินเพิ่มตามวรรค
หนึ่งให้ถือเป็นค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๑๘”

มาตรา ๑๒ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๕ ทวิ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒
ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้เป็น
แทน “มาตรา ๑๕ ทวิ อาคารชุดแต่ละอาคารชุดจะมีคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลตามที่ระบุไว้ในมาตรา
๑๕ ถือกรรมสิทธิ์ในห้องชุดได้เมื่อรวมกันแล้วต้องไม่เกินอัตราร้อยละสี่สิบเก้าของเนื้อที่ของห้อง
ชุดทั้งหมดในอาคารชุดนั้นในขณะที่ขอจดทะเบียนอาคารชุดตามมาตรา ๖”

มาตรา ๑๓ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๕ จัตวา แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๑๕ จัตวา เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่ได้รับเอกสารและหลักฐานตามมาตรา ๑๕ ตรี และตรวจสอบแล้วเห็นว่าเป็นเอกสารและหลักฐานที่ถูกต้องตามมาตรา ๑๕ ตรี และอัตราส่วนการถือกรรมสิทธิ์ในห้องชุดของคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลตามมาตรา ๑๕ ทั้งผู้ที่ถือกรรมสิทธิ์อยู่แล้ว และผู้ที่ขอรับโอนไม่เกินอัตราที่กำหนดไว้ในมาตรา ๑๕ ทวิ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับห้องชุดตามหมวด ๔ ให้แก่คนต่างด้าวหรือนิติบุคคลผู้ขอรับโอนนั้น”

มาตรา ๑๔ ให้ยกเลิกความใน (๑) ของมาตรา ๑๕ เบญจ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “(๑) เมื่อคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๕ ได้มาซึ่งห้องชุด โดยได้รับมรดกในฐานะทายาทโดยธรรม หรือผู้รับพินัยกรรม หรือโดยประการอื่น แล้วแต่กรณี เมื่อรวมกับห้องชุดที่มีคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๕ ถือกรรมสิทธิ์อยู่แล้วในอาคารชุดนั้นเกินอัตราที่กำหนดตามมาตรา ๑๕ ทวิ”

มาตรา ๑๕ ให้ยกเลิกความในวรรคหนึ่งของมาตรา ๑๕ นว แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๑๕ นว ผู้ใดได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ในห้องชุดในขณะที่มีสัญชาติไทย ถ้าต่อมาผู้นั้นเสียสัญชาติไทย เพราะการสละสัญชาติไทย การแปลงสัญชาติ หรือการถูกถอนสัญชาติไทยตามกฎหมายว่าด้วยสัญชาติ และเป็นคนต่างด้าวตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๕ ถ้าประสงค์จะมีกรรมสิทธิ์ในห้องชุดต่อไปต้องแจ้งเป็นหนังสือให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบถึงการเสียสัญชาติไทย และต้องนำหลักฐานว่าเป็นคนต่างด้าวตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๕ มาแจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่เสียสัญชาติไทย แต่ถ้าการมีกรรมสิทธิ์ในห้องชุดของคนต่างด้าวนั้นเกินอัตราตามมาตรา ๑๕ ทวิ ต้องจำหน่ายห้องชุดที่เกินอัตราที่กำหนดภายในกำหนดเวลาไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่เสียสัญชาติไทย ถ้าไม่จำหน่ายภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ให้นำบทบัญญัติในมาตรา ๑๕ เบญจวรรคสี่ มาใช้บังคับโดยอนุโลม”

มาตรา ๑๖ ให้ยกเลิกมาตรา ๑๕ ทวาทศ และมาตรา ๑๕ เทรส แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๔

มาตรา ๑๗ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๕ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๒๕ ผู้ใดประสงค์จะจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับห้องชุดตามพระราชบัญญัตินี้ให้นำหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุดมาจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

ในกรณีที่ข้อจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุด พนักงานเจ้าหน้าที่จะรับจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมได้เมื่อห้องชุดดังกล่าวปลอดจากหนี้อันเกิดจากค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๑๘ โดยต้องมีหนังสือรับรองการปลอดหนี้คราวที่สุดจากนิติบุคคลอาคารชุดมาแสดงผู้จัดการต้องดำเนินการออกหนังสือรับรองการปลอดหนี้ตามวรรคสองให้แก่เจ้าของร่วมภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับคำร้องขอและเจ้าของร่วมได้ชำระหนี้อันเกิดจากค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๑๘ ครบถ้วนแล้ว ความในวรรคสองมิให้ใช้บังคับแก่กรณีการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดก่อนจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด”

มาตรา ๑๘ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๒ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๓๒ ข้อบังคับอย่างน้อยต้องมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

๑. ชื่อนิติบุคคลอาคารชุดซึ่งต้องมีคำว่า “นิติบุคคลอาคารชุด” ไว้ด้วย
๒. วัตถุประสงค์ตามมาตรา ๓๓
๓. ที่ตั้งสำนักงานของนิติบุคคลอาคารชุด ซึ่งจะต้องตั้งอยู่ในอาคารชุด
๔. จำนวนเงินค่าใช้จ่ายของนิติบุคคลอาคารชุดที่เจ้าของร่วมต้องชำระล่วงหน้า
๕. การจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง
๖. การใช้ทรัพย์สินส่วนบุคคลและทรัพย์สินส่วนกลาง
๗. อัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละห้องชุดมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามที่ขอลงทะเบียน
๘. อาคารชุด
๙. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายร่วมกันของเจ้าของร่วมตามมาตรา ๑๘
๑๐. ข้อความอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อบังคับที่ได้จดทะเบียนไว้ จะกระทำได้ก็แต่โดยมติของที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วม และผู้จัดการต้องนำไปจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่เห็นว่า การแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อบังคับนั้นไม่ขัดต่อกฎหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่รับจดทะเบียนการแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อบังคับนั้น”

มาตรา ๑๙ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๓๕/๑ มาตรา ๓๕/๒ และมาตรา ๓๕/๓ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “มาตรา ๓๕/๑ ผู้จัดการต้องมีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบห้าปี บริบูรณ์ และต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑. เป็นบุคคลล้มละลาย
๒. เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

๓. เคยถูกไล่ออก ปลดออก หรือให้ออกจากราชการ องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ฐานทุจริตต่อหน้าที่

๔. เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

๕. เคยถูกถอดถอนจากการเป็นผู้จัดการเพราะเหตุทุจริต หรือมีความประพฤติเสื่อมเสียหรือบกพร่องในศีลธรรมอันดี

๖. มีหนี้ค้างชำระค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๑๘

ในกรณีที่ผู้จัดการเป็นนิติบุคคล ผู้ดำเนินการแทนนิติบุคคลนั้นในฐานะผู้จัดการต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามวรรคหนึ่งด้วยมาตรา ๓๕/๒ การแต่งตั้งผู้จัดการให้เป็นไปตามมติที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมตามมาตรา ๔๕ และให้ผู้จัดการซึ่งได้รับแต่งตั้งนำหลักฐาน หรือสัญญาจ้างไปจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติมาตรา ๓๕/๓ ผู้จัดการพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

๑. ตายหรือสิ้นสภาพการเป็นนิติบุคคล

๒. ลาออก

๓. สิ้นสุดระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาจ้าง

๔. ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๓๕/๑

๕. ไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้หรือกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัตินี้ หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาจ้างและที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติให้ถอดถอนตามมาตรา ๔๕

๖. ที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติให้ถอดถอน”

มาตรา ๒๐ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๖ และมาตรา ๓๗ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๓๖ ผู้จัดการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

๑. ปฏิบัติการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา ๓๑ ตามข้อบังคับหรือตามมติของที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมหรือคณะกรรมการ ทั้งนี้ โดยไม่ขัดต่อกฎหมาย

๒. ในกรณีจำเป็นและรีบด่วน ให้ผู้จัดการมีอำนาจโดยความริเริ่มของตนเองสั่งหรือกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาคารดังเช่นวิญญูชนจะพึงรักษาและจัดการทรัพย์สินของตนเอง

๓. จัดให้มีการดูแลความปลอดภัยหรือความสงบเรียบร้อยภายในอาคารชุด

๔. เป็นผู้แทนของนิติบุคคลอาคารชุด

๕. จัดให้มีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายประจำเดือน และติดประกาศให้เจ้าของร่วมทราบ ภายในสิบห้าวันนับแต่วันสิ้นเดือนและต้องติดประกาศเป็นเวลาไม่น้อยกว่าสิบห้าวันต่อเนื่องกัน

๖. พ้องบังคับชำระหนี้จากเจ้าของร่วมที่ค้างชำระค่าใช้จ่ายตามมาตรา ๑๘ เกินหกเดือนขึ้นไป

๗. หน้าที่อื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ผู้จัดการต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยตนเอง เว้นแต่กิจการซึ่งตามข้อบังคับหรือมติของที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมตามมาตรา ๔๕ (๒) กำหนดให้มอบหมายให้ผู้อื่นทำแทนได้และต้องอยู่ปฏิบัติหน้าที่ตามเวลาที่กำหนดไว้ในข้อบังคับมาตรา ๓๗ ให้มีคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด ประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่าสามคนแต่ไม่เกินเก้าคน ซึ่งแต่งตั้งโดยที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วม กรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี ในกรณีกรรมการพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระหรือมีการแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่งให้ผู้ซึ่งได้รับแต่งตั้งดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งไว้แล้วเมื่อครบกำหนดวาระตามวรรคสอง หากยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่ให้กรรมการ ซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่ากรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้ เว้นแต่ไม่อาจหาบุคคลอื่นมาดำรงตำแหน่งได้การแต่งตั้งกรรมการ ให้ผู้จัดการนำไปจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติ”

มาตรา ๒๑ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๓๗/๑ มาตรา ๓๗/๒ มาตรา ๓๗/๓ มาตรา ๓๗/๔ มาตรา ๓๗/๕ และมาตรา ๓๗/๖ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “มาตรา ๓๗/๑ บุคคลดังต่อไปนี้ไม่มีสิทธิได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ

๑. เจ้าของร่วมหรือคู่สมรสของเจ้าของร่วม

๒. ผู้แทนโดยชอบธรรม ผู้อนุบาล หรือผู้พิทักษ์ในกรณีที่เจ้าของร่วมเป็นผู้เยาว์ คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ แล้วแต่กรณี

๓. ตัวแทนของนิติบุคคลจำนวนหนึ่งคน ในกรณีที่นิติบุคคลเป็นเจ้าของร่วมในกรณีที่ห้องชุดใดมีผู้ถือกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของร่วมหลายคน ให้มีสิทธิได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการจำนวนหนึ่งคน

มาตรา ๓๗/๒ บุคคลซึ่งจะได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑. เป็นผู้เยาว์ คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

๒. เคยถูกที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมให้พ้นจากตำแหน่งกรรมการ หรือถอดถอนจากการเป็นผู้จัดการเพราะเหตุทุจริต หรือมีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือบกพร่องในศีลธรรมอันดี

๓. เคยถูกไล่ออก ปลดออก หรือให้ออกจากราชการ องค์การหรือหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ฐานทุจริตต่อหน้าที่

๔. เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา ๓๗/๓ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

๑. ตาย

๒. ลาออก

๓. ไม่ได้เป็นบุคคลตามมาตรา ๓๗/๑ หรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๓๗/๒

๔. ที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมมีมติตามมาตรา ๔๔ ให้พ้นจากตำแหน่ง

มาตรา ๓๗/๔ ให้คณะกรรมการเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการและจะเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นรองประธานกรรมการก็ได้

มาตรา ๓๗/๕ ให้ประธานกรรมการเป็นผู้เรียกประชุมคณะกรรมการ และในกรณีที่กรรมการตั้งแต่สองคนขึ้นไปร้องขอให้เรียกประชุมคณะกรรมการ ให้ประธานกรรมการกำหนดวันประชุมภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับการร้องขอ

มาตรา ๓๗/๖ การประชุมของคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุมในการประชุมคณะกรรมการถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้รองประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าไม่มีรองประธานกรรมการหรือมีแต่ไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการซึ่งมาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุมการวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด”

มาตรา ๒๒ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๘ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๓๘ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

๑. ควบคุมการจัดการนิติบุคคลอาคารชุด

๒. แต่งตั้งกรรมการคนหนึ่งขึ้นทำหน้าที่เป็นผู้จัดการ ในกรณีที่ไม่มีผู้จัดการหรือผู้จัดการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้เกินเจ็ดวัน

๓. จัดประชุมคณะกรรมการหนึ่งครั้งในทุกหกเดือนเป็นอย่างน้อย

๔. หน้าที่อื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

มาตรา ๒๓ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๓๘/๑ มาตรา ๓๘/๒ และมาตรา ๓๘/๓ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “มาตรา ๓๘/๑ ให้นิติบุคคลอาคารชุดจัดทำงบดุลอย่างน้อยหนึ่งครั้งในรอบสิบสองเดือน โดยให้ถือว่าเป็นรอบปีในทางบัญชีของนิติบุคคลอาคารชุดนั้นงบดุลตามวรรคหนึ่งต้องมีรายการแสดงจำนวนสินทรัพย์และหนี้สินของนิติบุคคลอาคารชุดกับทั้งบัญชีรายรับรายจ่าย และต้องจัดให้มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบ แล้วนำเสนอเพื่ออนุมัติในที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชี มาตรา ๓๘/๒ ให้นิติบุคคลอาคารชุดจัดทำรายงานประจำปีแสดงผลการดำเนินงานเสนอต่อที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมพร้อมกับการเสนองบดุล และให้ส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวให้แก่เจ้าของร่วมก่อนวันนัดประชุมใหญ่วางหน้าไม่น้อยกว่าเจ็ดวัน มาตรา ๓๘/๓ ให้นิติบุคคลอาคารชุดเก็บรักษารายงานประจำปีแสดงผลการดำเนินงานและงบดุล พร้อมทั้งข้อบังคับไว้ที่สำนักงานของนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของร่วมตรวจดูได้ รายงานประจำปีแสดงผลการดำเนินงานและงบดุลตามวรรคหนึ่ง ให้นิติบุคคลอาคารชุดเก็บรักษาไว้ไม่น้อยกว่าสิบปีนับแต่วันที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วม”

มาตรา ๒๔ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔๒ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๔๒ ให้ผู้จัดการจัดให้มีการประชุมใหญ่ โดยถือว่าเป็นการประชุมใหญ่สามัญครั้งแรกภายในหกเดือนนับแต่วันที่ได้จดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการ และพิจารณาให้ความเห็นชอบข้อบังคับและผู้จัดการที่จดทะเบียนตามที่ได้ยื่นขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดไว้แล้วในกรณีที่ที่ประชุมใหญ่สามัญไม่เห็นชอบกับข้อบังคับหรือผู้จัดการตามวรรคหนึ่งให้ที่ประชุมใหญ่สามัญพิจารณาแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ หรือถอดถอนและแต่งตั้งผู้จัดการด้วย”

มาตรา ๒๕ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา ๔๒/๑ มาตรา ๔๒/๒ และมาตรา ๔๒/๓ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “มาตรา ๔๒/๑ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมใหญ่สามัญปีละหนึ่งครั้งภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชีของนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อกิจการ ดังต่อไปนี้

๑. พิจารณาอนุมัติงบดุล
๒. พิจารณารายงานประจำปี
๓. แต่งตั้งผู้สอบบัญชี
๔. พิจารณาเรื่องอื่น ๆ

มาตรา ๔๒/๒ ในกรณีมีเหตุจำเป็น ให้บุคคลดังต่อไปนี้มีสิทธิเรียกประชุมใหญ่วิสามัญเมื่อใดก็ได้

๑. ผู้จัดการ

๒. คณะกรรมการโดยมติเกินกว่ากึ่งหนึ่งของที่ประชุมคณะกรรมการ

๓. เจ้าของร่วมไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบของคะแนนเสียงเจ้าของร่วมทั้งหมดลงลายมือชื่อทำหนังสือร้องขอให้เปิดประชุมต่อคณะกรรมการ ในกรณีนี้ ให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมภายในสิบห้าวันนับแต่วันรับคำร้องขอ ถ้าคณะกรรมการมิได้จัดให้มีการประชุมภายในกำหนดเวลาดังกล่าว เจ้าของร่วมตามจำนวนข้างต้นมีสิทธิจัดให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญเองได้ โดยให้แต่งตั้งตัวแทนคนหนึ่งเพื่อออกหนังสือเรียกประชุม

มาตรา ๔๒/๓ การเรียกประชุมใหญ่ต้องทำเป็นหนังสือนัดประชุมระบุสถานที่ วัน เวลา ระเบียบวาระการประชุม และเรื่องที่จะเสนอต่อที่ประชุมพร้อมด้วยรายละเอียดตามสมควรและจัดส่งให้เจ้าของร่วมไม่น้อยกว่าเจ็ดวันก่อนวันประชุม”

มาตรา ๒๖ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔๓ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๔๓ การประชุมใหญ่ต้องมีผู้มาประชุมซึ่งมีเสียงลงคะแนนรวมกันไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของจำนวนเสียงลงคะแนนทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุมในกรณีที่เจ้าของร่วมมาประชุมไม่ครบองค์ประชุมตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง ให้เรียกประชุมใหม่ภายในสิบห้าวันนับแต่วันเรียกประชุมครั้งก่อน และการประชุมใหญ่ครั้งหลังนี้ไม่บังคับว่าจะต้องครบองค์ประชุมผู้จัดการหรือคู่สมรสของผู้จัดการจะเป็นประธานในการประชุมใหญ่ก็ได้”

มาตรา ๒๗ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔๓ มาตรา ๔๘ และมาตรา ๔๙ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๔๓ เจ้าของร่วมอาจมอบฉันทะเป็นหนังสือให้ผู้อื่นออกเสียงแทนตนได้ แต่ผู้รับมอบฉันทะคนหนึ่งจะรับมอบฉันทะให้ออกเสียงในการประชุมครั้งหนึ่งเกินสามห้องชุดมิได้ บุคคลดังต่อไปนี้จะรับมอบฉันทะให้ออกเสียงแทนเจ้าของร่วมมิได้

๑. กรรมการและคู่สมรสของกรรมการ

๒. ผู้จัดการและคู่สมรสของผู้จัดการ

๓. พนักงานหรือลูกจ้างของนิติบุคคลอาคารชุดหรือของผู้รับจ้างของนิติบุคคลอาคารชุด

๔. พนักงานหรือลูกจ้างของผู้จัดการ ในกรณีที่ผู้จัดการเป็นนิติบุคคล

มาตรา ๔๘ มติเกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้ ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคะแนนเสียงของเจ้าของร่วมทั้งหมด

๑. การซื้ออสังหาริมทรัพย์หรือรับการให้อสังหาริมทรัพย์ที่มีค่าภาระติดพันเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง

๒. การจำหน่ายทรัพย์สินส่วนกลางที่เป็นอสังหาริมทรัพย์

๓. การอนุญาตให้เจ้าของร่วมทำการก่อสร้าง ตกแต่ง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือต่อเติมห้องชุดของตนเองที่มีผลกระทบต่อทรัพย์สินส่วนกลางหรือลักษณะภายนอกของอาคารชุดโดยค่าใช้จ่ายของผู้เป็นเจ้าของ

๔. การแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้หรือการจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง

๕. การแก้ไขเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนค่าใช้จ่ายร่วมกันในข้อบังคับตามมาตรา ๓๒ (๘)

๖. การก่อสร้างอันเป็นการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม หรือปรับปรุงทรัพย์สินส่วนกลาง

๗. การจัดหาผลประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลาง

ในกรณีที่เจ้าของร่วมเข้าประชุมมีคะแนนเสียงไม่ครบตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง ให้เรียกประชุมใหม่ภายในสิบห้าวันนับแต่วันเรียกประชุมครั้งก่อน และมติเกี่ยวกับเรื่องที่บัญญัติไว้ตามวรรคหนึ่งในการประชุมครั้งใหม่นี้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนคะแนนเสียงของเจ้าของร่วมทั้งหมด

มาตรา ๔๕ มติเกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้ ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของจำนวนคะแนนเสียงของเจ้าของร่วมทั้งหมด

๑. การแต่งตั้งหรือถอดถอนผู้จัดการ

๒. การกำหนดกิจการที่ผู้จัดการมีอำนาจมอบหมายให้ผู้อื่นทำแทน”

มาตรา ๒๘ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น หมวด ๖/๑ พนักงานเจ้าหน้าที่ มาตรา ๖๐/๑ มาตรา ๖๐/๒ และมาตรา ๖๐/๓ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ “หมวด ๖/๑ พนักงานเจ้าหน้าที่มาตรา ๖๐/๑ ในการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังต่อไปนี้

๑. มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ ซึ่งแจ้งข้อเท็จจริงหรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือหรือให้ส่งเอกสาร บัญชี ทะเบียน หรือหลักฐานใดเพื่อประกอบการพิจารณาหรือตรวจสอบการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

๒. เข้าไปในที่ดินและอาคารที่ขอจดทะเบียนอาคารชุด หรือที่ดิน อาคาร หรือสถานที่ที่เป็นทรัพย์สินส่วนกลางของอาคารชุด เพื่อสอบถามข้อเท็จจริง ตรวจสอบเอกสารหรือหลักฐานเพื่อประกอบการพิจารณาหรือตรวจสอบการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

๓. อาศัยเอกสาร บัญชี ทะเบียน หรือหลักฐานเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและดำเนินคดีตามพระราชบัญญัตินี้การปฏิบัติหน้าที่ตาม (๒) พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องไม่กระทำการอันมีลักษณะเป็นการข่มขู่หรือตรวจค้นตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา ๖๐/๒ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา ๖๐/๓ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา”

มาตรา ๒๕ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๖๒ แห่งพระราชบัญญัติอากรชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา ๖๒ ให้นำบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายที่ดิน หมวด ๑๑ ค่าธรรมเนียมมาใช้บังคับแก่การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัตินี้โดยอนุโลม”

มาตรา ๓๐ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นหมวด ๘ บทกำหนดโทษ มาตรา ๖๓ มาตรา ๖๔ มาตรา ๖๕ มาตรา ๖๖ มาตรา ๖๗ มาตรา ๖๘ มาตรา ๖๙ มาตรา ๗๐ มาตรา ๗๑ มาตรา ๗๒ และมาตรา ๗๓ แห่งพระราชบัญญัติอากรชุด พ.ศ. ๒๕๒๒

“หมวด ๘ บทกำหนดโทษ มาตรา ๖๓ ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา ๖ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๖/๑ วรรคหนึ่ง หรือมาตรา ๖/๒ วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๖๔ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๖/๑ วรรคสอง ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๖๕ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๗/๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท และปรับอีกไม่เกินวันละห้าพันบาทตลอดเวลาที่ฝ่าฝืนอยู่

มาตรา ๖๖ คนต่างด้าวหรือนิติบุคคลซึ่งกฎหมายถือว่าเป็นคนต่างด้าวผู้ใดไม่แจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบถึงการที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๑๕ เบญจ วรรคสอง มาตรา ๑๕ สัตต มาตรา ๑๕ อัฐ มาตรา ๑๕ นว มาตรา ๑๕ ทศ และมาตรา ๑๕ เอกาทศ ภายในเวลาที่กำหนดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท และปรับอีกไม่เกินวันละห้าร้อยบาทตลอดเวลาที่ฝ่าฝืนอยู่

มาตรา ๖๗ บุคคลใดถือกรรมสิทธิ์ในห้องชุดในฐานะเป็นเจ้าของแทนคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลซึ่งกฎหมายถือว่าเป็นคนต่างด้าว ไม่ว่าคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลดังกล่าวจะมีสิทธิถือกรรมสิทธิ์ในห้องชุดตามพระราชบัญญัตินี้หรือไม่ก็ตาม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้นำบทบัญญัติในมาตรา ๑๕ เบญจ วรรคสี่ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๖๘ ผู้จัดการผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๕ วรรคสาม และมาตรา ๓๖ (๕) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท และปรับอีกไม่เกินวันละห้าร้อยบาทตลอดเวลาที่ยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๖๙ ผู้จัดการผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๓๒ วรรคสอง มาตรา ๓๕/๒

มาตรา ๓๙ วรรคห้า และมาตรา ๔๒ วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา ๓๐ ประธานกรรมการผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๓๙/๕ และมาตรา ๓๘ (๓) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา ๓๑ นิติบุคคลอาคารชุดใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๓๘/๑ มาตรา ๓๘/๒ และมาตรา ๓๘/๓ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทในกรณีที่นิติบุคคลอาคารชุดกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง ผู้จัดการต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้ตามวรรคหนึ่งด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำความผิดนั้น

มาตรา ๓๒ เจ้าของร่วมผู้ใดดำเนินการก่อสร้าง ตกแต่ง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือต่อเติมห้องชุดของตน โดยฝ่าฝืนมาตรา ๔๘ (๓) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๓๓ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง ชัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติการตามมาตรา ๖๐/๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา ๓๑ มิให้นำบทบัญญัติในมาตรา ๑๔ มาตรา ๑๕ และมาตรา ๑๘ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัตินี้ มาใช้บังคับแก่การกำหนดอัตราส่วนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนกลาง ทรัพย์สินที่ถือว่าเป็นทรัพย์ส่วนกลางและการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายร่วมกันของเจ้าของร่วมในอาคารชุดที่ได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดอยู่ก่อนหรือในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับให้มาตรา ๑๔ มาตรา ๑๕ และมาตรา ๑๘ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ยังคงมีผลใช้บังคับต่อไปสำหรับอาคารชุดที่ได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดอยู่ก่อนหรือในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๓๒ มิให้นำบทบัญญัติในมาตรา ๑๙/๑ และมาตรา ๖๕ แห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัตินี้ มาใช้บังคับแก่อาคารชุดซึ่งได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดและมีห้องชุดที่ใช้เพื่อการประกอบการค้าอยู่ก่อนหรือในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๓๓ ให้ข้อบังคับที่ใช้บังคับอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับยังคงใช้บังคับต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับพระราชบัญญัตินี้ และให้นิติบุคคลอาคารชุดดำเนินการแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัตินี้ภายในสามร้อยหกสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๓๔ ให้ผู้จัดการหรือกรรมการของนิติบุคคลอาคารชุดซึ่งดำรงตำแหน่งอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ดำรงตำแหน่งต่อไปจนครบวาระตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับหรือจนกว่าที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมจะมีการแต่งตั้งผู้จัดการหรือกรรมการขึ้นใหม่ แล้วแต่กรณี

มาตรา ๓๕ ให้ยกเลิกอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายท้ายพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้อัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายท้ายพระราชบัญญัตินี้แทน

มาตรา ๓๖ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ผู้รับสนองพระบรมราชโองการพลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี

อัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย

๑. ค่าจดทะเบียนอาคารชุด ฉบับละ ๕,๐๐๐ บาท
๒. ค่าจดทะเบียนเลิกอาคารชุด ฉบับละ ๕,๐๐๐ บาท
๓. ค่าจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด ฉบับละ ๕,๐๐๐ บาท
๔. ค่าจดทะเบียนผู้จัดการ ฉบับละ ๑,๐๐๐ บาท
๕. ค่าจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ ฉบับละ ๑,๐๐๐ บาท
๖. ค่าออกหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุดหรือใบแทนหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด ห้องชุดละ ๑,๐๐๐ บาท
 ๗. ค่าจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม
 - (ก) มีทุนทรัพย์ ให้เรียกเก็บร้อยละ ๒ ของราคาประเมินทุนทรัพย์
 - (ข) ไม่มีทุนทรัพย์ ๒๐๐ บาท
 ๘. ค่าธรรมเนียมเบ็ดเตล็ด
 - (ก) ค่าคำขอ ๕๐ บาท
 - (ข) ค่าคัดหรือสำเนาเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งค่าคัดหรือสำเนาเอกสารเป็นพยานในคดีแพ่ง โดยเจ้าหน้าที่เป็นผู้คัดหรือสำเนา หน้าละ ๕๐ บาท
 - (ค) ค่ารับรองเอกสารที่คัดหรือสำเนา ฉบับละ ๕๐ บาท
 - (ง) ค่าตรวจหลักฐานทะเบียนห้องชุด ห้องชุดละ ๑๐๐ บาท
 - (จ) ค่ารับอายุัดห้องชุด ห้องชุดละ ๑๐๐ บาท
 - (ฉ) ค่ามอบอำนาจ เรื่องละ ๕๐ บาท
 - (ช) ค่าตรวจสอบข้อมูลด้านทะเบียนด้านประเมินราคา หรือข้อมูลอื่น ห้องชุดละ ๑๐๐ บาท
 - (ซ) ค่าสำเนาจากสื่อบันทึกข้อมูลทางคอมพิวเตอร์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นหรือสำเนาข้อมูลอื่น แผ่นละ ๕๐ บาท
 ๙. ค่าใช้จ่าย
 - (ก) ค่าปิดประกาศให้แก่ผู้ปิดประกาศ รายละ ๑๐๐ บาท
 - (ข) ค่าพยานให้แก่พยาน คนละ ๕๐ บาท

หมายเหตุ : เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้ใช้บังคับมานาน และปรากฏว่าหลักเกณฑ์และรายละเอียดหลายประการไม่สามารถใช้บังคับได้จริงในทางปฏิบัติและไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองประชาชนที่ซื้อห้องชุดเพื่อการอยู่อาศัยสมควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัตินี้ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายและคุ้มครองประชาชนผู้ซื้อห้องชุดเพื่อการอยู่อาศัย ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งสมควรปรับปรุงอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนู ทองงาม (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อการศึกษาความต้องการอาคารที่อยู่อาศัยของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานกลุ่มโรงงานที่อยู่เขตอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 364 คน และนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความต้องการ ที่อยู่อาศัยของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยใช้ F-test และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า โดยทั่วไปพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 58.80 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มากที่สุดร้อยละ 48.10 มีสถานะสมรส ร้อยละ 45.90 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพมากที่สุด ร้อยละ 49.20 มีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มากที่สุด ร้อยละ 39.30 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 59.10 มีตำแหน่งเป็นพนักงานมากที่สุด ร้อยละ 87.60 มีความต้องการแบบบ้านเดี่ยวมากที่สุด คือร้อยละ 57.80 และในภาพรวมมีความต้องการอาคารที่อยู่อาศัยในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านเทคนิคการก่อสร้าง ด้านราคาที่อยู่อาศัย ด้านพื้นที่การใช้สอย และด้านลักษณะของแบบบ้าน ผลการเปรียบเทียบความต้องการอาคารที่อยู่อาศัยของพนักงานที่มีรายได้ต่างกัน พบว่ามีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของแบบบ้าน ด้านพื้นที่การใช้สอย และด้านเทคนิคการก่อสร้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ด้านราคาที่อยู่อาศัยไม่แตกต่างกัน

ศุภกิจ กิตติสกุลวงศ์ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการสร้างความผูกมัดแก่ลูกค้าด้วยข้อเสนอทางการเงินและประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม คอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน และมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้อย่างรุนแรงทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ภาวะอุตสาหกรรมของ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงขยายตัว การแข่งขันที่มีความรุนแรงนี้ผู้ประกอบการ พยายามหากลยุทธ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ โดยการพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าและก่อให้เกิดความไว้วางใจและความจงรักภักดีต่อกิจการ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความผูกพันด้วยข้อเสนอทางการเงินกับความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม ของผู้พักอาศัยอยู่ในโครงการวิคเตอร์วิว คอนโดมิเนียม 3 และวิคเตอร์วิวคอนโดมิเนียมจังหวัดระยอง ศึกษาโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างจากผู้พักอาศัยอยู่ในคอนโดวิคเตอร์วิวคอนโดมิเนียมทั้ง 2 แห่ง จำนวน 350 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน

ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การสร้างความผูกมัดด้วยข้อเสนอทางการเงินซึ่งประกอบไปด้วย ผลตอบแทนจากปริมาณซื้อที่มาก ผลตอบแทนความถี่ในการซื้อ การขายควบการขาย ครอบคลุมเครือข่ายและการใช้ราคาคงที่ และการสร้างประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ในด้านของการสร้างความรู้จัก สร้างความสนใจ การสร้างความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม แสดงให้เห็นว่าเมื่อกิจการสร้างความผูกพันด้วยข้อเสนอทางการเงินกับลูกค้าและสร้างประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าแล้ว ส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม

ผลจากการศึกษา สามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารคอนโดมิเนียม ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายทางการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างลูกค้าและบริษัท โดยจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างความผูกพัน ไม่ว่าจะเป็น การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม, การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, การสร้างความสัมพันธ์ทางโครงสร้าง และควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

อภิญา เสมเสริมบุญ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่ซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนตุลาคม 2548 จำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามซึ่งมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9278 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test, F-test และเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลการศึกษาพบว่า

1) คุณลักษณะส่วนบุคคลผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 130 คน มีอายุ 25 – 30 ปี จำนวน 78 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 114 คน

2) ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย

3) การทดสอบสมมติฐาน ผู้บริโภคที่มีเพศ, อายุ แตกต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มี การศึกษา, อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

กัญญณ์ท์ วัฒนธรร (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในย่านสุขุมวิทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท มีจำนวน 280 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด การทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window Version 11.5

ผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 280 คน เป็นเพศชาย และเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน มีอายุ 25-35 ปี สถานภาพสมรสโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิทแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ด้านระดับราคาคอนโดมิเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก แยกเป็นรายด้านสามารถสรุป ผลได้ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท โดยรวมมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ด้านขนาดพื้นที่ใช้สอยของคอนโดมิเนียม โดยรวมมี ความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิทด้านระดับราคาคอนโดมิเนียม โดยรวมมีความสัมพันธ์ ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่าน สุขุมวิทโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในย่านสุขุมวิท โดยรวมมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท โดยรวมมีแนวโน้มการซื้อในระดับปานกลาง

ขนาดพื้นที่ใช้สอยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ค่าเฉลี่ยขนาดพื้นที่ใช้สอยเท่ากับ 56.52 ตารางเมตร

ระดับราคาในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ค่าเฉลี่ยระดับราคาคอนโดมิเนียมเท่ากับ 2.53 ล้านบาท

ระยะเวลาวางแผนและรวบรวมข้อมูลในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านสุขุมวิท ค่าเฉลี่ยรวมของระยะเวลาวางแผนและรวบรวมข้อมูลในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเท่ากับ 12.02 เดือน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยตนเองมากที่สุด

ประเภทของสื่อที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่าประเภทของสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมาก

พรพวง ลาภรัตนภรณ์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ” เป็นการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคและปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยแบ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดเป็น 2 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าว การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดของธุรกิจคอนโดมิเนียมโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.775 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.048 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.031 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.880 และสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.550 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดทุกด้านในระดับใกล้เคียงกัน

ในส่วนของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการขายโดยบุคคลมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.173 รองลงมาคือ การตลาดทางตรงคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.863 การส่งเสริมการขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.704 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.264 และอันดับสุดท้าย คือ การโฆษณา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.179 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี