

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.(กรุงเทพฯ: B&B Publishing, 2535).
- ปีเตอร์ เดลล์และคณะ.ระบบเครื่องมือสำหรับการวางแผนโครงการ. แปล โดย การิชาติ วัลย์เสถียร และสุรพล ปธานวนิช(กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2535).
- พัลลภ กฤตยานวัช, “บทบาทและภารกิจของนายหน้าอสังหาริมทรัพย์:ความเหมาะสมของระบบนายหน้าในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์.(กรุงเทพฯ:วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม, 2542).หน้า 41.
- มานพ พงศทัต, รศ, “แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ”.(เอกสารวิจัยส่วนบุคคล หลักสูตรป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 8 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร,2538-2539) หน้า 11.
- มานพ พงศทัต, รศ, กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่เล่ม 6:ตลาดบ้านมือสอง.บ้านที่ 2และบ้าน 2 มือ(ตอน1).(กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), หน้า 52.
- สมถวิล แซ่ลี, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองในเขตบางกะปิ” วิทยานิพนธ์ เเคพัฒนา ศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, “วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์” ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม พศ.2542.หน้า 10.
- อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, “วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์” ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542. หน้า 15.

ภาษาอังกฤษ

- Bruce Lindeman, Real Estate Brokerage Management. (New York: Prentice Hall, Englewoods Cliffs,1983), p.200.
- Bruce Harwood, Real Estate Principles. (Virginia:Reston Publishing Company, Inc.,1977),p.322.
- Carla Cross, The Real Estate Agent’s Business Planning Guide. (Dearborn Financial Publishing, Inc,1994).
- Edmund F.Ficek, Thomas P’Henderson, Ross H. Johnson., Real Estate Principles and Practices 6th ed.,(New York: NY.Macmillan Publishing, 1989),p.304.
- Fillmore W.Galaty, Wellington J.Allaway,Robert C.kyle, Modern Real Estate Practice, 11th ed., (Chicago:Real Estate Education Company), 1988, p.51.

Joyce L. Caughman. Real Estate Prospecting: Strategies for farming your markets, 2nd ed.,
(Chicago: Real Estate Education Company, 1994), p.3.

ภาคผนวก

ตารางที่ 1-1 ประมาณการจำนวนบ้านมือสองในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2539 – 2542*

	2539	2540	2541	2542
1.จำนวนประชากร ณ สิ้นปี	9,010,000	9,115,000	9,242,000	9,371,000
2.จำนวนบ้านทั้งหมด ณ สิ้นปี	2,957,000	3,117,000	3,201,000	3,287,000
3.จำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ	139,000	118,000	41,148	40,000
4.จำนวนบ้านโครงการเปิดตัวใหม่	65,000	41,000	5,000	5,000
5.จำนวนบ้านมือสองพร้อมขาย ณ สิ้นปี	297,000	334,000	424,000	400,000
5.1บ้านมือสองที่มีผู้อยู่อาศัย	175,000	192,000	214,000	210,000
-บ้านที่มีผู้อยู่อาศัยจะขายต่อ	146,000	160,000	181,000	180,000
5.2บ้านมือสองที่ไม่มีผู้อยู่อาศัย	122,000	142,000	210,000	190,000
-บ้านจะขายระหว่างผ่อนค่างวด	12,000	12,000	30,000	20,000
-บ้านว่างต้องการจะขาย	110,000	130,000	180,000	170,000

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลวิชาการอาคารสงเคราะห์

อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, อัดสำเนา.

*ประมาณการโดยศูนย์วิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1-2 :ประมาณการขายบ้านมือสองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2541*

	คงค้างต้นปี	ขายได้ระหว่างปี	เพิ่มขึ้นระหว่างปี	คงค้างสิ้นปี
จำนวนบ้านมือ สอง	334,000	19,000	109,000	424,000
1.เสนอขายด้วย ตนเอง (30%)	100,000	5,000	33,000	128,000
-ไม่ผ่านสื่อสิ่ง พิมพ์ (20%)	67,000	-	-	-
-ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (10%)	33,000	-	-	-
2.เสนอขายผ่าน คนกลาง(62%)	204,000	10,000	69,000	263,000
-ผ่านคนกลาง และนายหน้าทั่ว ไป(55%)	194,000	9,000	-	-
-ผ่านนายหน้านิติ บุคคล(2%) (เฉพาะฝากขาย แบบexclusive)	10,000	1,000	-	-
3.เสนอขายโดย การประมูล(8%)	30,000	4,000	7,000	33,000

ที่มา:อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-
ธันวาคม 2542. อัดสำเนา.

*ประมาณการ โดยศูนย์วิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญตลาดบ้านมือสอง

ตารางที่ 1-3 เปรียบเทียบระยะเวลาขายและอัตราต่อรองราคาระหว่างปี 2536-2542

ปี	ระยะเวลาที่ใช้ในการขาย(วัน)	อัตราต่อรองราคา(%)
2536	77.0	91.06
2537	70.31	94.38
2538	87.73	91.32
2539	73.95	92.57
2540	96.62	92.57
2541	125.39	89.14
2542	132.59	82.31

ที่มา:บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 1-4 จำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2542

ชื่อจังหวัด	2539	2540	2541	2542	สัดส่วน(%)
กรุงเทพมหานคร	1,703,128	1,810,530	1,854,334	1,873,242	57.99
สมุทรปราการ	329,705	341,929	354,586	356,709	11.04
นนทบุรี	302,003	341,784	353,440	355,366	11.00
ปทุมธานี	249,265	261,661	271,205	274,092	8.48
นครปฐม	201,934	207,717	214,558	215,460	6.67
สมุทรสาคร	143,033	147,836	153,253	155,657	4.82
รวมทั้งหมด	2,929,068	3,111,457	3,201,376	3,230,526	19.81

ที่มา:ศูนย์ประมวลผลการทะเบียน สำนักงานบริหารการทะเบียน

อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, อัดสำเนา.

แบบสัมภาษณ์

ในการศึกษาเรื่อง "การจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง" ประเภทกลุ่มตัวอย่างออกได้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งการรวบรวมข้อมูลได้ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยออกแบบสัมภาษณ์แตกต่างกันออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังนี้

แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ

1. ประเภทบ้านมือสองที่นิยมรับฝากขาย

- แบ่งออกเป็นประเภทที่รับฝากขายมากที่สุด ถึงน้อยที่สุด
- วิธีการเลือกประเภทบ้านที่ฝากขาย

2. ประเภทสื่อที่ใช้ในการขาย

- แบ่งออกเป็นลำดับ สื่อที่ใช้มากที่สุด สื่อที่ใช้รองลงมาและสื่อที่มีใช้น้อย
- หลักการในการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท
- สาเหตุที่ทำให้มีการใช้สื่อประเภทใดมาก สาเหตุที่ใช้สื่อประเภทใดน้อย
- ความคุ้มค่าใช้จ่ายในการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท
- ข้อจำกัดในการใช้สื่อ

3. สื่อที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจได้มากที่สุดและน้อยที่สุด

- ระบุประเภทชัดเจนและเรียงลำดับ
- สาเหตุที่ทำให้สื่อประเภทหนึ่งสามารถดึงดูดความสนใจผู้ซื้อได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ
- พฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำให้สนใจสื่อบางประเภทมากกว่าหรือน้อยสื่อบางประเภท

4. วิธีการขายที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

- ระบุวิธีการขาย
- สาเหตุที่นิยมใช้วิธีการขายดังกล่าว
- ข้อดีและข้อเสียของแต่ละวิธี

5. วิธีการที่ทำให้ปิดการขายได้มากที่สุดและน้อยที่สุดตามลำดับ

- สาเหตุที่ทำให้วิธีการดังกล่าวประสบความสำเร็จมากที่สุดเปรียบเทียบกับวิธีที่ทำให้ปิด

การขายได้น้อย

6. ข้อเสนอที่ทำให้ผู้ซื้อสนใจซื้อมากที่สุดและน้อยตามลำดับ

- สาเหตุที่ทำให้ข้อเสนอดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจมากที่สุด
- สาเหตุที่ทำให้ข้อเสนอบางข้อได้รับความสนใจน้อยหรือไม่ได้รับความสนใจ
- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ลูกค้าเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจอย่างไร

7. แนวโน้มการพัฒนาการตลาดบ้านมือสองในอนาคตจะเป็นอย่างไร

- ระบุปัจจัยต่างๆที่ส่งผลให้เกิดแนวโน้มหรือส่งสัญญาณว่าจะทำให้การพัฒนาการตลาดบ้านมือสองเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางนั้นๆ

- แนวโน้มใหม่แต่ละประการที่กำลังจะเกิดขึ้นจะส่งผลดี ผลเสียอย่างไรต่อการขยายตัวของตลาดบ้านมือสองในอนาคต

8. เทคนิคการตลาดบ้านมือสองที่จะช่วยให้สามารถขายบ้านมือสองได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

- เทคนิคการตลาดที่เหมาะสมกับสภาพตลาดบ้านมือสองในประเทศ

- เทคนิคที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุด เทคนิคที่จะมีประสิทธิภาพรองลงมา

- สาเหตุที่ทำให้เทคนิคการตลาดต่างๆมีประสิทธิภาพมากน้อยต่างกัน ทั้งในแง่ของผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้าและเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ

- หลักการและขั้นตอนของเทคนิคการตลาดต่างๆที่ผู้เชี่ยวชาญระบุมา

9. แนวโน้มความนิยมใช้บริการรับฝากขายโดยนายหน้าในอนาคต

- ปัจจัยที่ทำให้ความนิยมในการใช้บริการรับฝากขายสูงขึ้นหรือลดลง

- พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บริการนายหน้า

- แนวคิดของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บริการนายหน้าใน

อนาคต

- เหตุผลที่ทำให้ผู้เชี่ยวชาญเกิดแนวคิดเช่นนั้น

10. บ้านมือสองประเภทผู้ซื้อต้องการ

- จากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลที่ผู้เชี่ยวชาญมีอยู่ ตลอดจนผลการซื้อขายบ้านมือสองที่ผ่านมา ได้ผลสรุปอย่างไรเกี่ยวกับประเภทบ้านมือสองที่ผู้ซื้อต้องการมากที่สุดและน้อยที่สุด

- ปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อมีความต้องการบ้านมือสองประเภทดังกล่าวมากและที่มีความต้องการในตลาดน้อย

11. ระยะเวลาที่นายหน้าใช้ในการขายบ้านมือสองนับจากวันที่รับฝากขาย

- มีความเปลี่ยนแปลงอย่างไรเมื่อเทียบกับช่วงก่อนภาวะเศรษฐกิจซบเซาปี 2540 และในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซาแล้ว

- ปัจจัยที่ทำให้ระยะเวลาที่ใช้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในแง่เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ เงื่อนไขทางจิตวิทยาผู้บริโภค เงื่อนไขทางทัศนคติและเงื่อนไขทางตัวนายหน้าเอง

12. วิธีการคิดค่าตอบแทน (commission) นายหน้าและค่าบริการ (service fee) ในปัจจุบัน

- หลักการที่ใช้ในการคิดค่าตอบแทน

- สาเหตุที่ทำให้นายหน้าแต่ละรายคิดค่าตอบแทนแตกต่างกันหรือเหมือนกัน

13. แนวโน้มการขยายตัวของตลาดบ้านมือสองในอนาคต

- ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดแนวโน้มดังกล่าว ทั้งด้านผู้บริโภค ผู้ขาย
- ปริมาณและประเภทของบ้านมือสองในตลาด เปรียบเทียบปัจจุบันและอนาคต

14. แนวโน้มความต้องการซื้อบ้านมือสอง

- สาเหตุที่ทำให้ความต้องการเพิ่มขึ้นหรือลดลง
- แนวโน้มที่เกิดขึ้นจะส่งผลดี ผลเสียอย่างไรต่อการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสองใน

อนาคต

15. ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสอง

- ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการด้านการตลาดบ้านมือสองที่มีผลต่อการพัฒนาเทคนิคการตลาดบ้านมือสองแต่ละเทคนิคในอนาคต

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ต้องการขายบ้านหรือผู้ฝากขาย

1. สาเหตุที่ต้องการขาย

- ปัจจัยและเงื่อนไขที่ทำให้ตัดสินใจขาย
- พฤติกรรมและแนวคิดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ขาย

2. สื่อที่ผู้ขายใช้ในการขาย

- สื่อที่นึกถึงเรียงลำดับก่อนไปหลัง
- สื่อที่เลือกใช้ก่อนเป็นอันดับแรก
- วิธีการพิจารณาเลือกใช้สื่อ
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท
- เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้และไม่ใช้สื่อประเภทใด

3. วิธีการทางการตลาดที่ทำให้ปิดการขายได้

- วิธีการทางการตลาดที่ผู้ขายเลือกใช้และไม่เลือก
- สาเหตุที่ทำให้บางวิธีการประสบความสำเร็จมาก บางวิธีการประสบความสำเร็จน้อย

4. ความต้องการใช้บริการนายหน้า

- หากต้องการขายบ้านมือสองอีกในอนาคต จะใช้บริการนายหน้าหรือไม่
- เหตุผลที่จะเลือกใช้หรือไม่เลือกใช้บริการนายหน้าอีกในอนาคต
- ปัจจัยที่จะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ใช้บริการนายหน้า

5. ทศนคติที่มีต่อนายหน้า

- ประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการนายหน้า
- ข้อดีและข้อเสียในการใช้บริการนายหน้า
- ภาพพจน์ของธุรกิจนายหน้าในสายตาของผู้ใช้บริการ เปรียบเทียบระหว่างก่อนใช้และหลัง

ใช้

- แนวโน้มการพัฒนาวิชาชีพนายหน้าในอนาคตในสายตาของผู้ใช้บริการ

6. ทศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการขายบ้านมือสอง

- รวมค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้กับนายหน้าจากการใช้บริการที่ผ่านมา
- ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปนี้ คู่มีค่ากับคุณภาพของบริการที่ได้รับจากนายหน้าหรือไม่
- ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการทั้งหมดที่นายหน้าเรียกเก็บ

7. ทศนคติที่มีต่อผู้ซื้อ

- การตอบสนองของผู้ซื้อที่มีต่อผู้ขาย
- การเสนอราคาหรือต่อรองของผู้ซื้อที่ผู้ขายได้ประสบมา
- ความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้ซื้อ

8. วิธีการที่จะใช้ในการขายบ้านมือสองในอนาคต

- วิธีการที่จะเลือกใช้ก่อนและหลัง เรียงตามลำดับ
- สาเหตุที่เลือกใช้หรือไม่ใช้เรียงตามลำดับ

9. ความคาดหวังของผู้ฝากขายบ้านกับนายหน้า

- การบริการของนายหน้าที่ผู้ฝากขายต้องการ
- การบริการที่ได้รับและการบริการที่ไม่ได้รับ
- นายหน้ามีอาชีพในสาขาของผู้ฝากขายต้องมีคุณสมบัติอย่างไร

แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านมือสอง

1. สาเหตุที่เลือกซื้อบ้านมือสอง

- ปัจจัยที่เลือกซื้อบ้านมือสอง เรียงลำดับตามความสำคัญ
- ข้อดีและข้อเสียของบ้านมือสองเปรียบเทียบกับบ้านใหม่

2. วิธีการหาซื้อบ้านมือสอง

- วิธีการที่ใช้ก่อนหลัง เรียงตามลำดับ
- รายละเอียดขั้นตอนของแต่ละวิธีการที่ใช้ในการซื้อบ้านมือสอง
- ความพอใจที่ได้รับจากการใช้วิธีการหาซื้อบ้านมือสองที่ผ่านมา

3. สื่อที่ทำให้พบบ้านที่ซื้อ

- สื่อที่ได้พบก่อนหลัง เรียงตามลำดับ
- สาเหตุที่ทำให้ได้พบบ้านที่ต้องการจากสื่อดังกล่าว

4. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ

- ข้อเสนอในเชิงชักจูงใจให้ซื้อที่นายหน้าหรือเจ้าของบ้านเสนอ
- ข้อเสนอที่ผู้ซื้อคาดหวัง
- เงื่อนไขที่ทำให้ตัดสินใจได้เร็วขึ้น ทั้งในแง่ราคา คุณภาพ การบริการ เปรียบเทียบความ

สำคัญก่อนหลัง

5. วิธีการซื้อ

- ซื้อโดยผ่านนายหน้าหรือซื้อจากเจ้าของบ้านโดยตรง
- ขั้นตอนของวิธีการซื้อผ่านนายหน้าและซื้อโดยตรงจากเจ้าของบ้าน
- ข้อดีและข้อเสียเปรียบเทียบระหว่างวิธีการซื้อผ่านนายหน้าและซื้อโดยตรงจากเจ้าของบ้าน

6.ทัศนคติที่มีต่อนายหน้า

- การบริการที่ได้รับจากการซื้อผ่านนายหน้าหรือได้ติดต่อกับนายหน้า
- ประสบการณ์ที่ได้รับจากการซื้อผ่านนายหน้าหรือได้ติดต่อกับนายหน้า
- คุณภาพของนายหน้าที่ได้ติดต่อซื้อขายด้วย
- คุณภาพของนายหน้าที่ผู้ซื้อคาดหวัง

7.ทัศนคติที่มีต่อการซื้อ โดยตรงจากเจ้าของบ้าน

- การบริการที่ได้รับจากการซื้อโดยตรงหรือติดต่อกับเจ้าของบ้าน
- ประสบการณ์ที่ได้รับจากการซื้อ โดยตรงจากเจ้าของบ้านหรือได้ติดต่อกับเจ้าของบ้าน
- การบริการที่ผู้ซื้อคาดหวังจากเจ้าของบ้าน

8. วิธีการพิจารณาเลือกซื้อบ้านมือสอง

- หลักในการพิจารณาเลือกบ้านมือสองที่ต้องการ

- ปัจจัยที่นำมาประกอบการพิจารณาเลือกซื้อ
- หลักการคำนวณงบประมาณให้สอดคล้องกับบ้านมือสองที่ต้องการซื้อ
- 9. สื่อที่จะเลือกหาซื้อบ้านมือสองในอนาคต
 - สื่อที่คาดว่าจะทำให้หาบ้านที่ต้องการได้เร็วที่สุดและช้าที่สุด
 - สื่อที่จะถูกมองหาก่อนเป็นอันดับแรกและหลัง ในการหาซื้อบ้านมือสองในอนาคต
 - สาเหตุที่เลือกหาจากสื่อใดก่อนและหลัง

ประวัติผู้เขียน

นางสาว บุศรินทร์ ตรีระพงษ์พิชิต สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปี 2535 เริ่มต้นทำงานเป็นผู้สื่อข่าวสายอสังหาริมทรัพย์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เป็นเวลา 3 ปี ก่อนเข้าทำงานเป็นผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ และมีประสบการณ์รับผิดชอบสายข่าวรวมหลายประเภท อาทิ อสังหาริมทรัพย์ การค้าการลงทุนระหว่างประเทศ อุตสาหกรรม การเงิน การตลาด บทความพิเศษ ปัจจุบันยังคงทำงานด้านสื่อมวลชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว

