

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การซื้อขายบ้านมือสองมีมานานนับ 30 ปีแล้ว แต่ปริมาณการซื้อขายค่อนข้างน้อย เริ่มมานิยมซื้อขายกันมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2533-2540 โดยเป็นผลจากการที่มีการซื้อขายเพื่อเก็งกำไรกันมาก ในระยะเวลาดังกล่าว ตลาดจมนตลาดอสังหาริมทรัพย์เริ่มซบเซาลง ทำให้บ้านมือสองใหม่มีปริมาณมากขึ้นในตลาด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงจึงมีน้อย แต่จะมีงานวิจัยและทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยทั่วไป แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัยและแนวคิดเกี่ยวกับการตลาด ระบบการซื้อขายบ้านมือสองในต่างประเทศ

#### ประเภทบ้านมือสอง<sup>1</sup>

บ้านมือสอง (Resale home/Second hand home) ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ หมายถึงตลาดที่มีการซื้อขายที่อยู่อาศัยทุกประเภท(บ้านเดี่ยว,บ้านแฝด,ทาวเฮ้าส์,ห้องชุด อาคารพาณิชย์) ทั้งบ้านใหม่และบ้านเก่าไม่ว่าจะมีผู้อยู่อาศัยหรือไม่ก็ตาม ที่เจ้าของ(ไม่ใช่ผู้ประกอบการ) ต้องการขายต่อแก่ผู้อื่น ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1.บ้านมือสองที่มีการเช่าอยู่อาศัย (Occupied Housing Units) หมายถึงบ้านที่ผ่านการเช่าอยู่อาศัยมาก่อนแล้ว ไม่ว่าจะนานเพียงใดก็ตาม เช่น 1-2 ปี หรือ10-20 ปี หรืออาจจะมากกว่า 20 ปีขึ้นไปก็ได้ ดังนั้น บ้านมือสองที่มีการอยู่อาศัยอาจจะมีสภาพใหม่เอี่ยมเพราะมีอายุไม่นานหรืออาจเป็นบ้านเก่า ที่ชำรุดทรุดโทรมเพราะอยู่อาศัยมาช้านานแล้วก็ได้ บ้านเหล่านี้อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ตามลักษณะผู้อยู่อาศัย ได้แก่

1.1 บ้านที่เจ้าของอยู่เอง หรือให้ญาติพี่น้องอยู่อาศัย แต่จำเป็นต้องขายออกไป เนื่องจากสาเหตุต่างๆเช่น อาจประสบปัญหาทางการเงิน ไม่สามารถชำระผ่อนบ้านต่อไปได้ หรือมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินอย่างเร่งด่วนด้วยสาเหตุต่างๆ หรืออาจต้องการเปลี่ยนบ้านไปอยู่ใกล้ที่ทำงานมากขึ้นหรือบ้านหลังเดิมคับแคบ เนื่องจากสมาชิกครอบครัวเพิ่มมากขึ้น หรืออาจจะเบื่อหน่ายบ้านเดิม เนื่องจากสภาพตัวบ้านที่ทรุดโทรมเก่าแก่ ไม่แข็งแรงสวยงาม หรืออาจจะไม่พอใจอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง เป็นต้น

1.2 บ้านให้ผู้อื่นเช่าอยู่ บ้านเหล่านี้มักจะมาจากการซื้อนักลงทุนระยะยาว ซึ่งซื้อไว้เพื่อหา

---

<sup>1</sup> อากาศสงเคราะห์, ธนาकर. "วารสารวิชาการธนาकरอากาศสงเคราะห์" ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม พศ.2542.หน้า 10.

รายได้จากค่าเช่า หรือบ้านที่นักเก็งกำไรซื้อไว้ในอดีตช่วงตลาดบูม เพื่อแสวงหากำไร แต่ยังคงขายต่อไม่ได้ จึงให้เขาไปพลาถก่อน แต่ปัจจุบันเห็นว่าไม่คุ้มค่าเช่า จึงต้องการจะขายต่อ

2.บ้านมือสองที่ยังไม่มีการเช่าอยู่อาศัย (Unoccupied Housing Units) หมายถึงบ้านหรือห้องชุดที่ยังไม่มีการอยู่อาศัยมาก่อน ซึ่งมี 2 ลักษณะ ได้แก่

2.1บ้านยังสร้างไม่เสร็จ ได้แก่ บ้านที่มีการจองซื้อแล้ว อยู่ระหว่างการผ่อนค่างกับเจ้าของโครงการ และเป็นบ้านที่ยังสร้างไม่เสร็จ (ผู้ซื้อยังไม่ได้รับโอน) แต่ประสงค์จะขายต่อ เพื่อหวังเก็งกำไร หรือขายด้วยความจำเป็นอื่นๆ

2.2อาคารไร้ผู้อาศัย (บ้านว่าง) ได้แก่ บ้านที่สร้างเสร็จแล้ว และผู้ซื้อโอนกรรมสิทธิ์จากโครงการแล้ว แต่ไม่เช่าอยู่อาศัย ปล่อยว่างไว้ และต้องการขายแก่ผู้อื่น

### การโฆษณาในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์<sup>2</sup>

บรูซ ลินด์แมน (Bruce Lindeman) กล่าวว่าส่วนใหญ่ นายหน้าจะใช้โฆษณาในหน้าโฆษณาย่อยในหนังสือพิมพ์ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีหน้าโฆษณาอสังหาริมทรัพย์รายวัน ในบางหนังสือพิมพ์จะมีหน้าข่าวอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ ซึ่งพื้นที่ในหน้าข่าวเหล่านี้จะเหมาะกับโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ จึงเป็นสื่อหลักที่นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ใช้กัน ถึงแม้ว่าในหน้าโฆษณาเหล่านี้จะมีรายการสินค้าโฆษณาอยู่หนาแน่น หลากหลาย อย่างไรก็ตาม การใช้วิธีลงโฆษณาในหน้าโฆษณาย่อยของหนังสือพิมพ์จะเป็นวิธีที่เก่าแก่และเป็นสื่อที่ไม่สร้างสรรค์ก็ตาม

นายหน้าโดยมากจะพยายามใช้สื่อประเภทอื่นประกอบกันไปด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้ว การลงโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์จะเป็นวิธีที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและถึงแม้สื่อชนิดอื่นจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ แต่ก็ต่ำกว่าสื่อหนังสือพิมพ์

ส่วนใหญ่ โฆษณาที่ลงในหน้าหนังสือพิมพ์จะเป็นโฆษณาขายบ้านที่มีอยู่ในสต็อกของนายหน้า แต่ในความเป็นจริงแล้ว โฆษณาดังกล่าวสามารถลงโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์บริษัทนายหน้าและตัวนายหน้าเป็นรายบุคคลได้ด้วย เพื่อชักจูงผู้ที่ต้องการขายหรือซื้อบ้านมือสองสามารถเลือกติดต่อใช้บริการได้ โดยเฉพาะการ โฆษณาตัวนายหน้าเป็นรายบุคคล เนื่องจากในโฆษณามักระบุชื่อนายหน้าคนที่ผู้สนใจสามารถติดต่อได้โฆษณาในหน้าโฆษณาย่อยหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็น 2 ประเภท

- 1.ขนาด 1 คอลัมน์นี้ (column ads)
- 2.ขนาด 2 คอลัมน์นี้ขึ้น (tombstone ads)

<sup>2</sup> Bruce Lindeman, *Real Estate Brokerage Management*. (New York: Prentice Hall, Englewoods Cliffs, 1983), p.200.

แบบที่ 1 นั้นจะถูกใช้บ่อย เนื่องจากใช้งบประมาณน้อย ซึ่งคนทั่วไปเมื่อนึกถึงโฆษณาบ่อยจะนึกถึงโฆษณาประเภทนี้ ในขณะที่แบบที่สองนั้น จะต้องซื้อเนื้อที่โฆษณามากกว่า แต่จะได้ผลในแง่ที่มีความเด่นกว่าโฆษณาชิ้นอื่นๆ ในหน้าเดียวกัน และสามารถใส่เนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับบ้านมือสองที่ต้องการขายได้มากกว่า จึงอาจจูงใจกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่า นายหน้าบางรายที่มีสินค้าอยู่ในมือมาก จะใช้โฆษณาทั้งสองประเภทประกอบกัน เพื่อบริหารงบประมาณโฆษณาให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการบริหารงบประมาณการใช้สื่อเป็นสิ่งสำคัญที่นายหน้าจะต้องทำให้ได้ประสิทธิภาพ เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง

การบริหารสื่อโฆษณา นอกจากจะต้องคำนึงถึงสื่อที่จะใช้ ประเภท ขนาดของโฆษณาแล้ว ยังต้องเลือกรายการสินค้าที่จะลงโฆษณาให้เหมาะสมสอดคล้องกันอีกด้วย รวมถึงเนื้อหาที่จะลงจะต้องเลือกให้ถูกวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เพื่อให้ใช้สื่อได้คุ้มค่าและตรงความต้องการ เนื่องจากลูกค้านั้นจะมีคุณสมบัติของสินค้าที่ต้องการอยู่ในใจ ก่อนจะเลือกหาจากสื่อที่คาดว่าจะพบกับสิ่งที่ต้องการ เช่น บ้านราคาแพงควรลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่จับกลุ่มเป้าหมายผู้มีรายได้นั้นเนื้อหาที่ลงก็ต้องเลือกที่จะจูงใจผู้อ่านได้

### นิยามนายหน้า (Brokerage Defined)<sup>3</sup>

ธุรกิจที่นำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันในการซื้อขายสินค้าในตลาด เรียกว่า นายหน้า (BROKERAGE) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเรียกใช้บริการจากนายหน้า เพื่อความสะดวกในการดำเนินการติดต่อซื้อขาย ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นายหน้าถือเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตในการดำเนินการขาย ซื้อ แลกเปลี่ยนหรือให้เช่า เช่า อสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ต้องการใช้บริการ โดยมีค่าตอบแทนการบริการหรือค่าคอมมิชชั่น ซึ่งค่าคอมมิชชั่นนี้ นายหน้าจะได้รับหลังจากดำเนินการสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ

<sup>3</sup> Fillmore W. Galaty, Wellington J. Allaway, Robert C. Kyle, Modern Real Estate Practice. 11<sup>th</sup> ed., (Chicago: Real Estate Education Company), 1988, p.51.

### ทฤษฎีนายหน้า (The Broker)<sup>4</sup>

เอ็ดมันด์ เอฟ. ฟิเชค, โทมัส เฮนเดอร์สันและ รอส จอห์นสัน กล่าวไว้ว่านายหน้าอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นผู้ให้บริการแก่สองบุคคล ได้แก่ เจ้าของกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ที่ฝากขายและผู้ที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์นั้นๆ คอ การขายนั้นขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกฝ่าย ได้แก่ เจ้าของบ้านที่มาใช้บริการฝากขายบ้านกับนายหน้า ผู้ซื้อ โดยนายหน้านั้นจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงานนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง, การตีค่าอสังหาริมทรัพย์, การโอนกรรมสิทธิ์, สภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับคุณภาพในการก่อสร้างและการหาแหล่งสินเชื่อบริการที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ จะต้องมีความสามารถในการจัดการและความสามารถในการขาย เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ตามที่ผู้ซื้อและเจ้าของบ้านที่ฝากขายต้องการ

นายหน้าสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท โดยพิจารณาจากประเภทของอสังหาริมทรัพย์และประเภทของการบริการ อาทิ นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย จะเชี่ยวชาญเฉพาะที่อยู่อาศัยรูปแบบต่างๆ เป็นต้น นายหน้าบางประเภทจะเชี่ยวชาญในกิจกรรมอื่นที่ไม่ใช่การขาย เช่น การหาผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์, หาสินเชื่อบริการที่อยู่อาศัย หรือแลกเปลี่ยนอสังหาริมทรัพย์ ค่าบริการหรือค่าคอมมิชชั่น (Commission Fee) เป็นรายได้ที่นายหน้าได้รับจากการบริการ จากผู้ซื้อหรือผู้ฝากขาย ซึ่งค่าบริการนี้ส่วนใหญ่จะคิดตามมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ที่ขาย ซึ่งจะมีการระบุไว้ในสัญญาถึงความรับผิดชอบทั้งผู้ซื้อและผู้ฝากขายในกรณีที่มีการขายเกิดขึ้น ในกรณีที่นายหน้าให้บริการหาผู้เช่า โดยมากจะได้รับค่าคอมมิชชั่นคิดตามร้อยละของค่าเช่าแต่ละเดือนตามที่ตกลงหรือให้เท่ากับค่าเช่าหนึ่งเดือน

ขณะเดียวกัน ถึงแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะเข้าใจว่านายหน้าเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้ฝากขายในการพยายามขายบ้านที่รับฝากมาให้ได้มากที่สุด แต่มีนายหน้าบางแห่งที่ตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้เสาะหาอสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ต้องการซื้อ โดยเฉพาะ ซึ่งผู้ซื้อจะเป็นผู้จ่ายค่าคอมมิชชั่น หรือในบางกรณีนายหน้าที่ทำหน้าที่หาซื้ออสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ซื้อจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากผู้ฝากขายบ้านด้วย โดยแบ่งคนละครึ่งกับนายหน้าที่รับฝากขายบ้าน

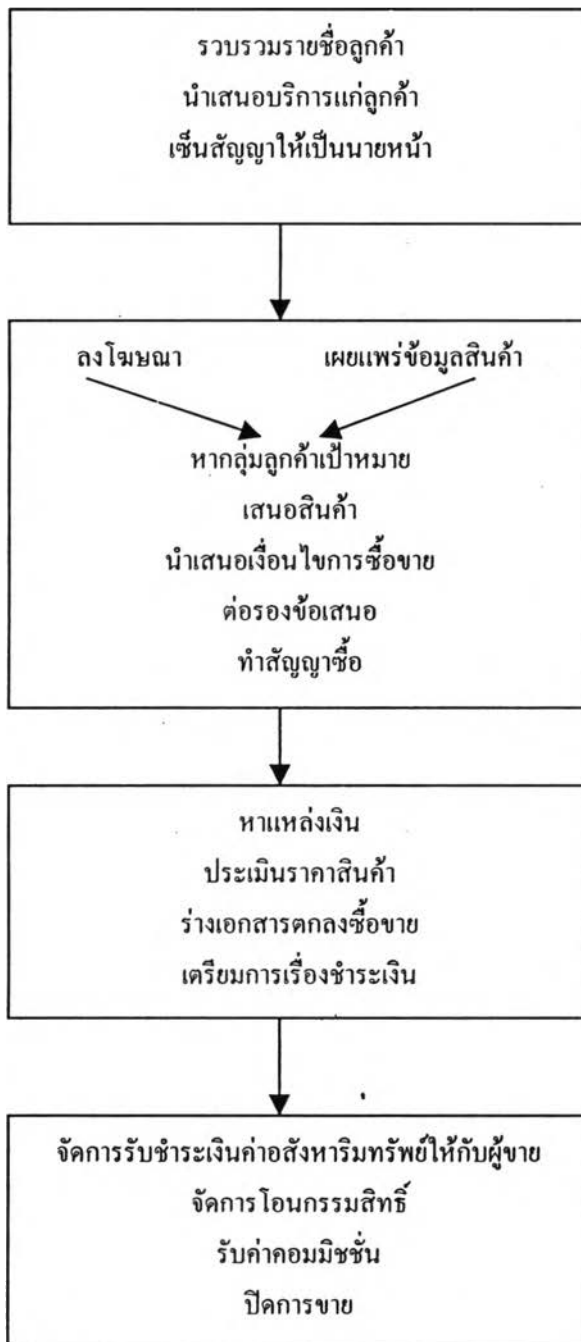
หน้าที่ของนายหน้าผู้ให้บริการผู้ซื้อ ประกอบไปด้วย

#### 1.แจ้งผู้ขายถึงเงื่อนไขทางการตลาด

<sup>4</sup> Edmund F. Ficek, Thomas P. Henderson, Ross H. Johnson., Real Estate Principles and Practices 6<sup>th</sup> ed., (New York: NY. Macmillan Publishing, 1989), p.304.

2. ทหาสังหาริมทรัพย์ตามที่ผู้ซื้อต้องการ
3. สำรจหาสินค้า
4. ให้คำแนะนำ เสนอแนะเกี่ยวกับการเจรจาซื้อขาย
5. จัดหาแหล่งสินเชื่อ

### แผนภูมิที่ 1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานนายหน้า



## จรรยาบรรณของตัวแทนนายหน้า<sup>5</sup>

กฎจรรยาบรรณทั่วไป ของนายหน้าสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยยังไม่มีกำหนดขึ้น แต่ในสหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดขึ้นเป็นข้อบังคับใช้กับนายหน้าสังหาริมทรัพย์ โดยองค์กรนายหน้าสังหาริมทรัพย์เอกชนแห่งชาติ(National Association of Realtors:NAR) เป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในหมู่สมาชิกและได้ถูกใช้เป็นแม่แบบในการกำหนดจรรยาบรรณนายหน้าสังหาริมทรัพย์ในหลายประเทศจนกลายเป็นหลักสากล รายละเอียดของข้อกำหนดมีดังต่อไปนี้

1.สมาชิกควรแสวงหา เพิ่มพูนความรู้ทางด้านอสังหาริมทรัพย์ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม และต่อประเทศชาติ เพื่อที่จะอุทิศตนเองอย่างมีประสิทธิภาพและมีส่วนผลักดันให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์พัฒนาไปในทางที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

2.สมาชิกควรเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง และศึกษาสถานการณ์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามากที่สุด

3.สมาชิกพยายามกำจัด สาเหตุที่จะนำความเสี่ยงชื่อเสียงแก่วงการอสังหาริมทรัพย์แก่สมาชิกในสังคมและช่วยสนับสนุนหน่วยงานของรัฐในการออกกฎหมายและระเบียบที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และท้องถิ่น

4.สมาชิกควร เลือกทำสัญญาเป็นตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์ ชนิดที่มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว (exclusive listing) เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดและความสับสนแก่เจ้าของ ยกเว้นในกรณีที่เจ้าของจะได้รับประโยชน์มากกว่าเท่านั้น

5.สมาชิกควรบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ต่อสมาชิกผู้อื่น โดยยินดีที่จะให้ประสบการณ์ความรู้ของตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ต่อสมาชิกผู้อื่น โดยยินดีที่จะให้ประสบการณ์ ความรู้ของตนเป็นประโยชน์แก่สังคมและแก่สมาคมร่วมมือในกิจกรรมของสมาคมอย่างสม่ำเสมอ

6.สมาชิกต้องหลีกเลี่ยง การปฏิบัติธุรกิจที่เอาเปรียบและไม่ยุติธรรมต่อเพื่อนสมาชิกหรือผู้อื่น และพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างกันและกัน

7.สมาชิกต้องรักษาและส่งเสริมประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ แต่ข้อผูกพันที่จะรักษาผลประโยชน์ และทำตนให้เป็นที่ไว้วางใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญนั้น ไม่หมายความว่าสมาชิกจะละเมิดข้อผูกพันอันดีที่มีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่ายอื่นๆ

8.สมาชิกต้องแจ้งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในธุรกิจที่ตนคิดต่อและว่าจ้างเป็นตัวแทนอยู่ ถ้าหากว่าผลประโยชน์ธุรกิจนั้นจะได้รับค่าตอบแทนจากหลายฝ่าย

<sup>5</sup> อ่างโน เอกสารคู่มือวิชาชีพนายหน้า บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย)

9. สมาชิกต้องหลีกเลี่ยงการประเมินเกินความจริง บิดเบือน ปิดบังความจริงเกี่ยวกับธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ที่ดินเกี่ยวข้องกับอยู่ แต่ว่าสมาชิกไม่มีข้อผูกพันที่จะให้คำแนะนำหรือเปิดเผยข้อมูล นอกขอบข่ายความสามารถของตน

10. สมาชิกต้องไม่เลือกปฏิบัติ เพราะเนื่องจากเชื้อชาติ ศาสนา ผิวพรรณ เพศ และจะไม่ร่วม อยู่ในขบวนการที่มีการกระทำเป็นปฏิบัติดังกล่าวข้างต้นด้วย

11. สมาชิกต้องเป็นผู้รอบรู้พอสมควรในธุรกิจที่ตนสังกัดอยู่ เพื่อจะได้ปฏิบัติหน้าที่ของตน ได้ถูกต้องครบถ้วนตามกฎของสมาคม

12. สมาชิกต้องไม่เป็น ตัวแทนขายหรือให้การประเมินทรัพย์สินที่ดินเป็นเจ้าของหรือมีผลประโยชน์อยู่ด้วย โดยไม่เปิดเผยแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

13. สมาชิกต้องไม่ซื้ออสังหาริมทรัพย์ในนามของตนเอง ญาติหรือตัวแทน หรือในนามของ นิติบุคคลที่สมาชิกเองมีผลประโยชน์ร่วมกันอยู่ โดยไม่แจ้งให้ผู้ซื้อทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

14. สัญญาว่าจะตกลงข้อขัดแย้งกันระหว่างสมาชิกของสมาคม มีเรื่องธุรกิจที่อาจเกี่ยวข้องกับ ชื่อเสียงสมาคม โดยมอบหมายให้คณะกรรมการของสมาคมเป็นผู้ไกล่เกลี่ย แทนที่จะนำไปฟ้อง ร้องกันในศาล

15. สมาชิกจะต้องแจ้งและชี้แจงให้คณะกรรมการ ของสมาคมในเวลาอันควร ถ้าหากว่าตนเองถูกทางการไต่สวนในเรื่องจรรยาบรรณหรือศีลธรรม และจะไม่ทำการอันใดที่เป็นการขัดขวางการ สอบสวนดังกล่าว

16. สมาชิกต้องไม่รับค่าตอบแทน ส่วนลด เงินคืนหรือรางวัลจากค่าใช้จ่าย ที่ตนเบิกจ่ายจาก บริษัทหรือสำนักงานของตน โดยไม่ได้รับความยินยอมจากบริษัทหรือสำนักงานก่อน

17. สมาชิกต้องไม่ทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย ว่าด้วยการให้คำแนะนำทางด้านกฎหมาย โดยไม่ได้รับอนุญาต สมาชิกควรให้คำแนะนำให้ใช้บริการของทนายความถ้าจำเป็น

18. สมาชิกต้องมีบัญชีสำหรับลูกค้าในสถาบันการเงินที่เชื่อถือได้ แยกจากบัญชีของตนและ ห้ามนำเงินของลูกค้าเข้าบัญชีของตน ไม่ว่าในกรณีใดๆ

19. สมาชิกต้องไม่โฆษณาในลักษณะที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่สาธารณชน

20. สมาชิกต้องปกป้องผู้เกี่ยวข้องในกิจการของตนในการทำสัญญา ข้อผูกพันของแต่ละฝ่าย ให้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรตรงตามเจตนาของทุกฝ่าย และเมื่อมีการลงนามในสัญญาแล้ว ทุกฝ่าย ควรมีเอกสารเก็บไว้เป็นหลักฐาน

21. สมาชิกต้องไม่ยุ่งเกี่ยวกับกิจการภายในของสำนักงานของสมาชิกอื่น

22. สมาชิกในการขายอสังหาริมทรัพย์ที่สำนักงานหนึ่ง มีสิทธิ์ขายแต่เพียงผู้เดียว(exclusive listing)นั้น สมาชิกจักต้องใช้บริการและร่วมมือกับสำนักงานอื่นอย่างดีที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ในการขายมากที่สุด และในการเจรจาเกี่ยวกับการขายที่สำนักงานหนึ่งมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวนั้น จะต้องเจรจากับสำนักงานที่มีสิทธิ์ก่อน จึงเจรจากับเจ้าของ โดยตรงได้

23. สมาชิกต้องไม่พุดถึงสมาชิกอื่นในทางเสื่อมเสีย และเมื่อจำเป็นต้องให้ความคิดเห็นถึงผู้อื่นหรือตอบโต้ข้อกล่าวหา ก็ให้กระทำอย่างสุภาพตามมารยาท

ข้อกำหนดเกี่ยวกับจรรยาบรรณได้แบ่งออกเป็น 3 หมวดใหญ่ตามกลุ่มผู้ที่ทำหน้าที่ต้องรักษาจรรยาบรรณในการดำเนินการทางวิชาชีพ ดังต่อไปนี้

#### 1.จรรยาบรรณของตัวแทนนายหน้าต่อผู้ขาย (seller)<sup>6</sup>

1.1 ชื่อตรง จงรักภักดี ในการเสาะแสวงหาประโยชน์สูงสุดให้ผู้ขาย นายหน้าจะได้รับรายได้อื่นใด อันเนื่องจากการเป็นนายหน้านี้ นอกเหนือจากค่าคอมมิชชั่นที่ได้ตามสัญญาหน้า โดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ขายนั้น ไม่ได้ การปิดบังไม่ส่งข้อเสนอชื่อแก่ผู้ขายในขณะที่ทรัพย์สินยังไม่มีการโอนนั้น ไม่ว่ากรณีใด ไม่ควรทำอย่างยิ่ง

1.2 ทำการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ขาย ในขอบเขตของกฎหมายอย่างเต็มความสามารถ

1.3 เปิดเผยข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับทรัพย์สินบุคคลหรือสถานะทางการเงิน อันมีผลในการตัดสินใจลงทุนต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

1.4 ไม่เปิดเผยความลับอันเป็นเอกสิทธิ์เฉพาะของผู้ขายของแก่ผู้อื่น

1.5 ต้องใช้ความพยายามที่จะสรรหาผู้ที่มิคุณสมบัติครบถ้วน สามารถและยินดีที่จะซื้อทรัพย์สินหรือบริการของผู้ขายให้เป็นผลสำเร็จ

#### 2.จรรยาบรรณของตัวแทนนายหน้าต่อผู้ซื้อ (buyer)<sup>7</sup>

นายหน้า มีหน้าที่ปฏิบัติตามสัญญาที่จะพยายามขายทรัพย์สิน ที่ได้รับมอบหมายให้ขายอย่างสุดความสามารถ แต่ในขณะเดียวกัน นายหน้า ก็จักต้องปฏิบัติต่อคนซื้อด้วยความซื่อสัตย์ เที่ยงธรรม เปิดเผยสถานภาพที่แท้จริงของทรัพย์สิน เพื่อผู้ซื้อจะได้มีข้อมูลที่ถูกต้องในการตัดสินใจ

2.1 นายหน้าต้องให้ข้อมูลแก่ ผู้ซื้อทุกอย่างที่ตนรู้เกี่ยวกับทรัพย์สินที่กำลังพิจารณาอยู่โดยไม่ปิดบังแต่อย่างใด ถ้าเป็นอาคารชุดก็ควรจัดให้ผู้ซื้อได้รับเอกสารกฎระเบียบนิติบุคคลอาคารชุดนั้นๆด้วย

2.2 ในการเซ็นสัญญาจะซื้อจะขายและวางมัดจำกันนั้น นายหน้าต้องแน่ใจว่าทั้งสองฝ่ายเข้าใจในสัญญาที่ทั้งสองกำลังจะลงนามผูกพันซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง

<sup>6</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>7</sup> เรื่องเดียวกัน



2.3 นายหน้าต้องมีมาตรการป้องกันไม่ให้มีการ โกงเงินมัดจำของผู้ซื้อไว้พอสมควร เพราะ การวางเงินมัดจำไว้กับเจ้าของกรรมสิทธิ์โดยตรงนั้น เป็นการเสี่ยงที่ผู้ซื้อจะสูญเสียเงิน ถึงแม้ว่านายหน้า จะไม่มีส่วนรู้เห็นเป็นใจด้วย

2.4 นายหน้าที่ขายทรัพย์สินที่ตนเป็นเจ้าของหรือมีหุ้นส่วนอยู่ด้วย หรือแนะนำให้ผู้จะซื้อ ซื้อหรือใช้บริการที่นายหน้าเป็นเจ้าของ หรือมีส่วนได้เสียต้องแจ้งให้ผู้จะซื้อหรือจะรับบริการทราบ

### 3.จรรยาบรรณต่อผู้เกี่ยวข้อง(agents&others)<sup>8</sup>

นายหน้ามักคิดต่อร่วมมือในการจัดหาผู้ซื้อ หรือผู้ขายและต้องการความร่วมมือกัน เพื่อให้ ธุรกิจสำเร็จลงไปด้วยดี ในขณะที่เดียวกันต้องแข่งขันในการทำธุรกิจของตนเองด้วย การให้บริการที่ดี กว่ารวดเร็วกว่า อยู่ในกรอบของความยุติธรรมและมีจรรยาบรรณที่กล่าวคือ

3.1 เมื่อต้องการข้อมูลเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ที่มีสัญญาเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการขาย กับนายหน้าอื่นอยู่แล้ว ให้ติดต่อผ่านนายหน้านั้นๆ และ ไม่ติดต่อกับเจ้าของโดยตรง ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง กับอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากนายหน้าที่เป็นเจ้าของ listing ก่อน

3.2 ไม่ควรใช้ชื่อหรือสัญลักษณ์ที่คล้ายคลึงกันกับบริษัทที่ตั้งอยู่ก่อน อันอาจทำให้เกิดความ หลงผิดกับบริษัทอื่นได้

3.3 ในกรณีที่เป็นข้อมูลที่ไม่เปิดเผย เมื่อตัวแทนนายหน้า หนึ่ง ได้รับข้อมูลจากอีกรายหนึ่ง จะนำข้อมูลที่ได้รับ ไปเปิดเผยต่อผู้อื่น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเดิมไม่ได้

3.4 ไม่ควรติดต่อกับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เพื่อแสวงหาการเป็นตัวแทนการขายแต่เพียงผู้ เดียว โดยไม่ได้รับความยินยอมจากนายหน้าที่ให้ข้อมูลเสียก่อน

3.5 ไม่พยายามติดต่อกับจ้างนายหน้าบริษัทอื่น ให้มาร่วมงานกับตน

3.6 เมื่อรู้เห็นเหตุการณ์อันควรแจ้งแก่เจ้าหน้าที่บ้านเมืองหรือผู้รับผิดชอบ นายหน้าต้องถือ เป็นหน้าที่ที่จะบอกกล่าวให้ผู้รับผิดชอบทราบโดยเร็ว



<sup>8</sup> เรื่องเดียวกัน

### กฎหมายว่าด้วยใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า(Licensing Law)<sup>9</sup>

กฎหมายในหลายประเทศแถบตะวันตก อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส จะบังคับให้ผู้ประกอบอาชีพ นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่ไม่สุจริตของนายหน้า เพื่อกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานผู้ประกอบอาชีพนายหน้า ตลอดจนเพื่อยกระดับวิชาชีพนายหน้าให้มีมาตรฐานสากล

ส่วนใหญ่กฎหมายใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า จะกำหนดให้บุคคลที่ต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า เป็นผู้ที่ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ ดังต่อไปนี้

- 1.เป็นตัวแทนขาย
- 2.รับจดทะเบียนรับฝากขาย
- 3.เป็นตัวแทนซื้อ
- 4.ให้เช่าหรือเช่า
- 5.เป็นผู้เก็บรวบรวมค่าเช่า
- 6.ได้รับมอบหมายตามสัญญาให้เป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรมแทนลูกค้า
- 7.รับแลกเปลี่ยน

ในประเทศสหรัฐอเมริกา ทุกรัฐจะมีกฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบอาชีพนายหน้าจะต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า โดยผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจะต้องมีคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด อาทิ วุฒิมัธยมศึกษา เป็นผู้ที่มีสัญชาติอเมริกันตามที่กฎหมายกำหนด และจะต้องมีประวัติไม่ต่างพร้อย กล่าวคือจะต้องไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตในรัฐใดๆมาก่อน ตลอดจนไม่เคยถูกดำเนินคดีอาญา ในบางรัฐมีการระบุในกฎหมายให้ผู้ขอใบอนุญาตจะต้องแสดงหลักฐานสถานภาพทางการเงิน หลักฐานแสดงลายนิ้วมือ (Fingerprint Cards) หรือ ไม่มีประวัติผิดปกติน่าเป็นห่วงของหน่วยสืบสวนกลาง (Federal Bureau of Investigation:FBI) รวมถึงต้องมีชีวประวัติ ด้วย

โดยส่วนใหญ่ กฎหมายของแต่ละรัฐจะระบุให้ผู้ขอใบอนุญาตต้องจบการศึกษาหรือผ่านการอบรมในสาขาอสังหาริมทรัพย์มาก่อน ซึ่งรายละเอียดเงื่อนไขของแต่ละรัฐจะมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ มีกฎหมายของหลายรัฐที่บังคับให้ผู้ถือใบอนุญาตจะต้องศึกษาหรือรับการอบรมในสาขานี้เพิ่มเติมมากขึ้นจากเดิมในการขอต่ออายุใบอนุญาต

ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้าจะแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ระดับที่ 1 เป็นใบอนุญาตประกอบวิชาชีพตัวแทนขาย (salesperson) ระดับที่ 2 เป็นใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า

<sup>9</sup> Fillmore W.Galaty, Wellington J.Allaway,Robert C.kyle, Modern Real Estate Practice. 11<sup>th</sup> ed., (Chicago:Real Estate Education Company), 1988, p.198.

(broker) โดยผู้ที่เป็นตัวแทนขายจะกำหนดคุณสมบัติในการขอใบอนุญาตไว้ต่ำกว่าระดับนายหน้า เนื่องจากผู้ประกอบวิชาชีพตัวแทนขายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่ถือว่าจ้างโดยบริษัทนายหน้า บ้านมือสอง ซึ่งผู้ที่จะดำเนินธุรกิจนี้ได้จะต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพระดับนายหน้า โดยในบางรัฐจะระบุให้ผู้ขอใบอนุญาตตัวแทนขายจะต้องได้รับการรับรองจากผู้ที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า จึงจะได้รับการอนุมัติ เพื่อควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพนี้ได้อย่างเข้มงวดยิ่งขึ้น

ทุกรัฐ จะบังคับให้ผู้ขอใบอนุญาตต้องสอบข้อเขียน ซึ่งข้อสอบของระดับนายหน้าจะยากกว่าข้อสอบของระดับตัวแทนขาย ซึ่งในกรณีที่ผู้สอบตกต้องการขอเข้าสอบใหม่ แต่ละรัฐก็จะระนุรายละเอียดเงื่อนไขในการจะเข้าสอบใหม่ไว้แตกต่างกัน

นอกจากนี้ วุฒิการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องแล้ว บรูซ ฮาร์วูด<sup>10</sup> กล่าวไว้ว่ากฎหมายของเกือบทุกแห่ง จะระบุให้ผู้จะมีใบอนุญาตต้องประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ 2-3 ปี อีกทั้งรายละเอียดของกฎหมายใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้า มักจะแยกกฎหมายลูกที่ระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับตัวแทนขายออกมาโดยเฉพาะ เพื่อให้สามารถแยกบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบออกจากกันโดยชัดเจน เนื่องจากตัวแทนขายมีสองลักษณะ เป็นพนักงานประจำและเป็นตัวแทนขายรับจ้างอิสระ(freelance) ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว บริษัทนายหน้าจะต้องรับผิดชอบการดำเนินธุรกรรมที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายของตัวแทนขายที่อยู่ในสังกัดทุกราย รวมถึงตัวแทนขายรับจ้างอิสระที่รับจ้างบริษัทมาดำเนินธุรกรรมนั้นๆด้วย จะแตกต่างกันที่บริษัทไม่ต้องรับผิดชอบด้านสวัสดิการพนักงานเหมือนกับพนักงานประจำ

นอกจากนี้ กฎหมายของแต่ละรัฐยังครอบคลุมถึงการทำข้อตกลงร่วมมือกันระหว่างบริษัทนายหน้าที่อยู่ต่างรัฐกันด้วย โดยส่วนใหญ่จะให้บริษัทนายหน้าที่ถือใบอนุญาตจากรัฐใดรัฐหนึ่ง (nonresidents brokers)ข้ามเข้าทำธุรกิจนายหน้าในรัฐอื่น ได้เฉพาะที่มีการทำข้อตกลงกับนายหน้าที่อยู่ในรัฐนั้นๆเท่านั้น ในขณะที่บางรัฐจะบังคับให้นายหน้าจากต่างรัฐที่จะทำธุรกรรมในรัฐตนต้องขอใบอนุญาตประกอบวิชาชีพในรัฐตนให้ได้ก่อนประกอบธุรกิจ

ขณะเดียวกัน กฎหมายยังระบุให้นายหน้าที่ต้องการเปิดกิจการนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ จะต้องเป็นผู้บริหาร ที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพระดับนายหน้า และตัวแทนขายที่บริษัทว่าจ้างเป็นพนักงานจะต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์ด้วย

<sup>10</sup> Bruce Harwood, Real Estate Principles. (Virginia:Reston Publishing Company, Inc.,1977),p.322.

## ระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่ (Farming)<sup>11</sup>

ในสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ปัจจุบัน วิธีการจัดการการตลาดบ้านมือสองแบบเก่า ซึ่งรอให้ผู้ให้บริการเป็นฝ่ายติดต่อเข้ามาขงบริษัทมีประสิทธิภาพลดลงมาก เนื่องจากการแข่งขันสูงขึ้น นายหน้ารุ่นใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากในตลาด และสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงในการจัดการด้านการตลาดได้อย่างมาก นายหน้ารุ่นใหม่ใช้วิธีฝ่ายรุกมากกว่าเป็นฝ่ายรับ การเป็นผู้เจาะตลาดด้วยตนเองจะประสบความสำเร็จมากกว่าวิธีดั้งเดิม

นายหน้ารุ่นใหม่ใช้เทคโนโลยีมากขึ้น การตลาดที่ไม่มีเทคโนโลยีเข้ามารองรับจะไม่สามารถอยู่รอดในตลาดได้อีกต่อไป หลักการ 3 ประการที่นายหน้ารุ่นใหม่ต้องเรียนรู้ ได้แก่

1. ต้องประชาสัมพันธ์ตัวเองให้เป็นที่รู้จักของผู้ให้บริการ และให้ความเชื่อถือต่อบุคคลที่เป็นนายหน้า
2. ต้องเรียนรู้ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านมือสอง ในทำเลที่ตนต้องการเป็นผู้เชี่ยวชาญ
3. นำเทคโนโลยีใหม่เข้ามารองรับการทำงานอย่างมืออาชีพ

นายหน้าบ้านมือสอง ที่เป็นมืออาชีพและผู้บริหารจะต้องสร้างภาพจน์และชื่อเสียงของบริษัทและนายหน้าในสังกัดให้เป็นที่เชื่อถือของประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย จากการวิจัยวิธีการจัดการด้านการตลาดของบริษัทนายหน้าบ้านมือสองในประเทศสหรัฐอเมริกา

ขั้นตอนของการจัดการด้านการตลาดระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่ (Farming) นั้น เริ่มจากบริษัทนายหน้าจะต้องคัดเลือกตัวแทนชายหรือนายหน้าที่มีศักยภาพและคุณสมบัติเหมาะสม โดยพิจารณาจากบุคลิกภาพที่ดี ดูน่าเชื่อถือ คล่องแคล่วและมีลักษณะเป็นผู้ให้คำปรึกษาได้ ตลอดจนมีไหวพริบปฏิภาณ นายหน้าที่มีบุคลิกเหล่านี้จะถูกส่งไปดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ที่กำหนด มีการแนะนำตัว ประชาสัมพันธ์ตนเองในพื้นที่ ซึ่งการจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยเวลาในการสร้างประวัติที่ดี มีชื่อเสียงดี เป็นที่เชื่อถือของประชากรในพื้นที่เป้าหมายของระบบนี้ คือ นายหน้าหรือตัวแทนชายผู้นั้น จะต้องทำให้ประชากรในพื้นที่นั้นถึงเป็นคนแรกหากต้องการทำการซื้อขายหรือดำเนินธุรกรรมใดๆที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์

บริษัทจะต้อง ให้การสนับสนุนบุคคลเหล่านี้ด้วยการใช้สื่อต่างๆที่ประชาสัมพันธ์ชื่อบุคคลควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงภาพจน์ของบริษัท ตลอดจนควรมีนโยบายสร้างระบบศูนย์ข้อมูลกลางภายในบริษัท เพื่อที่จะทำให้ตัวแทนหรือนายหน้าที่สังกัดพื้นที่สามารถหารายการอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่นอกเขตพื้นที่ตนประจำอยู่ได้ตามประสงค์ของผู้ใช้บริการด้วย

<sup>11</sup>Joyce L.Caughman, Real Estate Prospecting:Strategies for farming your markets, 2<sup>nd</sup> ed.,(Chicago: Real Estate Education Company,1994), p.3.

ข้อดีของระบบนี้จะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยามนุษย์ ซึ่งจะมีความไว้วางใจในความสัมพันธ์แบบบุคคลต่อบุคคลมากกว่าความสัมพันธ์แบบบุคคลต่อบริษัทหรือนิติบุคคล ระบบนายหน้าสังกัดพื้นที่จะทำให้นายหน้าที่ สังกัดพื้นที่เข้าไปคลุกคลีติดต่อกับประชากรในพื้นที่อย่างใกล้ชิด ทำให้สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้าได้เหนือกว่าการเลือกใช้บริการจากบริษัทนายหน้า นอกจากนี้ การมีนายหน้าประจำแต่ละพื้นที่ จะทำให้บริษัทนายหน้ามีข้อมูลรายการสินค้าที่หลากหลาย ข้อมูลเกี่ยวกับราคาและความต้องการซื้อ ความต้องการขายที่แท้จริง ทำให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดได้แม่นยำ และคุ้มค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียมากกว่าการซื้อขายแบบระบบดั้งเดิม

### ระบบนายหน้าร่วม<sup>12</sup>

เอ็ดมันด์ ฟิเชค กล่าวไว้ว่าวิธีการด้านการตลาดแบบนายหน้าร่วมได้รับการยอมรับว่าเป็นการตลาดที่มีประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อ ผู้ขายและตัวแทนนายหน้าเอง กล่าวคืออสังหาริมทรัพย์หนึ่งรายการนี้จะถูกนำไปเสนอในตลาดโดยผ่านนายหน้าและตัวแทนขายหลายรายจากหลายสังกัด เป็นการเปิดตลาดได้กว้างขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ทำให้โอกาสที่จะขายได้ยังมีมากกว่าที่บริษัทนายหน้าหรือตัวแทนขายเป็นผู้ดำเนินการเองเพียงรายเดียวอย่างแน่นอน

การเป็น นายหน้าร่วมจะมีการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ถึงแม้ว่าจะมีตัวแทนขายหรือนายหน้าเกี่ยวข้องกันมากมาย

การร่วมมือกันระหว่างนายหน้านั้น สามารถร่วมมือกันได้ทั้งนายหน้ารายย่อย (subagents) ที่รับช่วงลูกค้าจากนายหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายโดยตรง (listing brokers) และนายหน้า (brokerage) ที่เป็นบริษัทเจ้าสังกัด ของนายหน้ารายนั้นๆ อีกที ดังนั้น นายหน้าร่วมและตัวแทนขาย (salesperson) ของบริษัทเหล่านั้น จะเป็นตัวแทนประสานผลประโยชน์ให้กับทั้งผู้ฝากขายและนายหน้าที่เป็นผู้รับฝากขาย อย่างไรก็ตาม นายหน้าที่รับฝากขายจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ในกรณีที่ธุรกรรมการซื้อขายผ่านระบบนายหน้าร่วมนี้เกิดปัญหาใดๆ ขึ้น

การทำการตลาดแบบนายหน้าร่วม นายหน้าและตัวแทนขายที่จะร่วมมือกันจะต้องมั่นใจในจรรยาบรรณในวิชาชีพของแต่ละฝ่าย มีการทำงานแบบมืออาชีพและต้องเดินตามแผนงานที่นายหน้าผู้รับฝากขายได้กำหนดไว้

<sup>12</sup> Edmund F. Ficek, Thomas P. Henderson, Ross H. Johnson., Real Estate Principles and Practices 6<sup>th</sup> ed., (New York: NY. Macmillan Publishing, 1989), p.307.

ในกรณี ที่เกิดการดำเนินการไปโดยพลการ ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ร่วมกัน จะทำให้ระบบนายหน้าร่วมล้มเหลว และส่งผลถึงความสัมพันธ์ในอนาคตระหว่างนายหน้าทุกรายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ระบบนายหน้าร่วมประสบความสำเร็จ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่นายหน้าที่จะใช้ระบบนี้ จะต้องอยู่ภายใต้บทบาทและหน้าที่ตามที่ตกลงกันไว้

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบนายหน้าร่วมในไทยจะไม่ประสบความสำเร็จมากที่สุด<sup>13</sup> คือ เรื่อง การแบ่งผลประโยชน์ระหว่างนายหน้าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากความไม่รักษาจรรยาบรรณของนายหน้าที่ยังขาดความเป็นมืออาชีพ ส่วนมากจะเกิดจากนายหน้าที่รับฝากขายโดยตรงไม่ยอมแบ่งผลประโยชน์ให้กับนายหน้าร่วมที่ช่วยให้ปิดการขายได้สำเร็จตามระบบกลายเป็นข้อขัดแย้งรุนแรง หรือในกรณีที่มีการตกลงใช้ระบบนายหน้าร่วมระหว่างหลายบริษัท แต่นายหน้าที่เข้าร่วมข้อตกลงด้วย กลับเก็บข้อมูลรายการฝากขายที่มีโอกาสขายได้สูงไว้เป็นความลับเพื่อจะเป็นผู้ดำเนินการขายเพียงรายเดียว ในขณะที่เข้าไปร่วมขายสินค้าที่บริษัทอื่นรับฝากขายมาเปิดเผยข้อมูลตามข้อตกลง ซึ่งเป็นการเอาเปรียบบริษัทนายหน้าอื่นอย่างชัดเจน

#### แนวคิดเรื่องขั้นบันไดของการเพิ่มคุณภาพที่อยู่อาศัย<sup>14</sup>

จากเอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยาของ รศ.มานพ พงศทัต ได้ระบุถึงแนวคิดเกี่ยวกับสังคมเมืองที่คนจะมีความต้องการเพิ่มคุณภาพชีวิตของตนเมื่อรายได้สูงขึ้น ด้วยการหาที่อยู่อาศัยใหม่ที่เหมาะกับความต้องการและรายได้ โดยมีผู้ที่เข้าซื้อบ้านเก่านั้นทดแทน ค่อยๆ ไปเป็นขั้นเหมือนการกรองจากความหยาบไปหาสิ่งที่ละเอียดเพิ่มขึ้นหรือที่เรียกว่า “Filtering Concept” หรือ “การกรอง”

แนวคิดดังกล่าวคือ เมื่อผู้คนจะเข้ามาอยู่ในเมืองหรือเมื่อมีการเพิ่มรายได้และโอกาสมากขึ้นในสังคม ก็จะเริ่มกรองจากความหยาบขึ้นไปทีละขั้นสู่ระดับของความละเอียดอ่อน คนจนจะเข้ามาอยู่ในที่อยู่คุณภาพต่ำในเมือง และย้ายไปสู่ที่อยู่คุณภาพที่ดียิ่งขึ้นและยิ่งขึ้นตราบเท่ากำลังซื้อและความต้องการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับตนเอง ในขณะที่เดียวกันที่อยู่อาศัยเดิมก็มีคนมาอยู่ทดแทนต่อกันไปเป็นขั้นๆของการกรองเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ทำให้ที่อยู่อาศัยที่ต่างคุณภาพและผ่านการอยู่อาศัยมาแล้ว ก็จะสนองต่อการเลื่อนขั้นหรือการถ่วงกรองเป็นขั้นๆด้วย

<sup>13</sup> สัมภาษณ์ มลลิกา มณีพระกุล, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟอรัสท์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด พฤศจิกายน 2542.

<sup>14</sup> มานพ พงศทัต, รศ., “แนวนโยบายที่อยู่อาศัยแห่งชาติ”, (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล หลักสูตรป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 8 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.2538-2539) หน้า 11.

อันที่จริง แนวความคิดนี้น่าจะเรียกว่า “ขั้นบันได” หรือ “Threshold Concept” มากกว่า “Filtering” ก็เพราะแนวความคิดการขึ้นขั้นบันได จะแสดงถึงความเลื่อนชั้นของคุณภาพที่อยู่อาศัยของคนระดับต่างๆ ไม่จำเป็นต้องผ่านขั้นกรองของผู้มีรายได้น้อยที่เข้ามาอยู่ในเมืองใหญ่หรือเมืองอุตสาหกรรมของประเทศตะวันตก แต่อย่างไรก็ตาม แนวความคิดไม่ว่าการกรองหรือขั้นบันได ก็จะแสดงออกอีกลักษณะหนึ่ง ของการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาและเป็นนวัตกรรมของความ ต้องการที่อยู่อาศัย และการเพิ่มคุณภาพชีวิตของมนุษย์แต่ละสังคม ซึ่งนอกจากจะเพิ่มคุณภาพแล้ว ก็ยังจะเพิ่มจำนวนที่อยู่อาศัยให้ตัวเอง เมื่อมีกำลังซื้อมากขึ้นได้ด้วย

ซึ่งในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา ผู้คนในช่วงชีวิตหนึ่ง อาจเปลี่ยนที่อยู่อาศัยร่วม 5 ครั้งในชีวิต ตั้งแต่อยู่กับพ่อแม่ ย้ายไปเรียนในต่างถิ่น ย้ายถิ่นเริ่มทำงาน ย้ายบ้านเมื่อเริ่มมีครอบครัว ย้ายอีกเมื่อครอบครัวมีลูกและมีรายได้อีกมากขึ้น และขายบ้านทั้งหมด ซื้อบ้านคอนกรีตเสริมเหล็ก ส่วนคนไทยเริ่มแตกแยกครอบครัวเมื่อ “แต่งงาน” มากขึ้นทุกที เป็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม ครอบครัวในทศวรรษใหม่นี้และทุกครั้งเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะเป็นการ “ขั้นบันไดคุณภาพ” ที่อยู่อาศัยโดยปริยาย

และจาก “กำลังซื้อ” ซึ่งมากขึ้นของสังคมบริโภค (Consumer Society) ก็จะทำให้ผู้มีรายได้สูง และรายได้ปานกลางเริ่มใช้จ่ายฟุ่มเฟือยและเสริม “คุณภาพชีวิตของตนเองมากขึ้น” นอกจากจะบริโภคด้านอื่นแล้ว ก็จะเริ่มมองที่อยู่อาศัย เป็นทั้งเสริมคุณภาพชีวิตและเพื่อการลงทุนมาก โดยการที่มีบ้านหลังที่สอง (Second Home) เพิ่มขึ้นในประเทศที่เศรษฐกิจดี ผู้มีรายได้สูงอาจมีบ้านคนละตั้งแต่ 2 หลังหรือ 3 หลัง เช่น บ้านในเมืองเพื่อทำงาน บ้านชานเมืองที่ทั้งอยู่และเพื่อทำงานในเมือง และบ้านริมน้ำ ชายทะเล บ้านพักผ่อนบนเขา หรือบ้านริมสนามกอล์ฟ เป็นต้น และท้ายสุด คือ บ้านเกษียณอายุ ซึ่งแนวความคิดนี้น่าจะส่งเสริมความคิดด้าน Multiple Housing ของสังคมที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม คงจะต้องให้ความสำคัญของคนใน “สังคมที่ด้อยโอกาสและยังไม่มีที่อยู่” และต้องการมีบ้านหลังแรก (First Time Home-Buyer) เสียก่อนด้วย

แนวความคิด “ขั้นบันได” ดังกล่าว ได้อธิบายวงจรการเกิดของบ้านมือสองได้เป็นอย่างดี ในแง่ของจุดเริ่มต้นจากที่เป็นบ้านใหม่ที่ผู้ซื้อซื้อไว้เป็นกรรมสิทธิ์หลังแรก ก่อนที่จะย้ายที่อยู่ บ้านหลังเก่าจะกลายเป็นบ้านมือสองรอขาย โอนกรรมสิทธิ์ให้คนกลุ่มใหม่ที่เข้ามาซื้อเพื่ออยู่อาศัยต่อไป

## แนวคิดเรื่องตลาดบ้านมือสอง<sup>15</sup>

รศ.มานพ พงศทัต มีแนวคิดว่าตลาดบ้านมือสองเป็นตลาดที่ทุกคนกำลังจับตามองอยู่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา คือบ้านมือสอง ปัจจุบันมีการสร้างบ้านใหม่ขายมากถึง 80-90% ของมวลตลาดทั้งหมด ในประเทศที่เจริญ เช่น อเมริกา บ้านมือสองจะสูงถึง 70% ของตลาดทั้งสิ้น นักพัฒนาที่ดินทั้งหลายจึงจับตามองว่าเมื่อไรสถานการณ์จะพลิกผันเช่นต่างประเทศ

ยิ่งในปัจจุบัน บ้านใหม่ขายได้ช้า ยิ่งต้องใช้กลยุทธ์ลดราคา เพื่อให้ราคาถูกลง แต่ในขณะที่เดียวกัน บ้านมือสอง ซึ่งมีทั้งบ้านเก่าจริงๆ สร้างเป็น 10 ปีมาแล้ว รวมทั้งบ้านมือสองที่นักลงทุนเพิ่งจะครอบครอง ทั้งบ้านใหม่ที่ขายไม่ออกมานานจนลดขั้นเป็นบ้านมือสองราคาโดยทั่วไปจะถูกกว่าบ้านมือหนึ่งอย่างน้อย 25% อีกทั้งอยู่ในเขตเมือง ชื้อแล้วอยู่ได้ทันทีที่มีการทำตลาดและนำออกสู่ตลาดมากขึ้น ทำให้ปริมาณบ้านเดี่ยว ทาวเฮ้าส์และคอนโด มือสองเป็นคู่แข่งที่เด่นชัดยิ่งขึ้นในขณะนี้

เดิมบ้านมือสอง โฆษณากันโดยต่างคนต่างขายในหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆ ปัจจุบันได้มีหลายบริษัทจัดรูปแบบ “การขายขึ้นเป็นระบบ” บางแห่งนำบริษัทต่างชาติที่มีประสบการณ์มาจัดระบบให้ เช่น บริษัท อีอาร์เอ ของในเครือกลุ่มบริษัทจุลติศ ดีเวลลอป ซึ่งทำงานได้ผลมานาน ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นปีละ 25-30% ในช่วง 2 ปีแรกที่ดำเนินกิจการ ซึ่งเดิมนักลงทุนมือหนึ่งถึงหนึ่งเท่าตัว ตลาดบ้านมือสองจึงถูกมองว่าเป็นทางออกของธุรกิจด้านนี้ ในภาวะที่ตลาดซบเซา ขณะนี้ได้มีบริษัทขนาดเล็ก เริ่มจัดระบบนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้รวบรวมสินค้าบ้านมือสองติดต่อซึ่งกันและกัน แบ่งรายได้จากคอมมิชชั่นเรียกกันว่า Multilisting ซึ่งหมายถึงขึ้นทะเบียนไว้หลายแห่งเพื่อช่วยกันขาย

ในด้านผู้ซื้อเดิมมีการวิพากษ์วิจารณ์ว่า คนไทยนั้นไม่ชอบบ้านเก่า เนื่องจากไม่รู้ประวัติของบ้านเก่า แต่ในปัจจุบัน คนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสนใจกับความเชื่อดังกล่าว แต่จะดูที่ราคาและที่ตั้งเป็นหลัก ซึ่งหากราคาถูกลงสามารถผ่อนได้ก็จะเลือกสินค้าที่ถูกที่สุดในที่ตั้งที่ตนเองพอใจที่สุด และส่วนใหญ่บ้านมือสองมักจะอยู่ภายในเมืองเมื่อเทียบกับบ้านใหม่ซึ่งกระจายออกไปอยู่ทำเลนอกเมืองมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้ซื้อบ้านจึง เริ่มเปรียบเทียบบ้านมือสองและบ้านใหม่มากขึ้น บ้านมือสองจึงเริ่มสำคัญขึ้น ผู้ประกอบการรายเล็กสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางธุรกิจของคนได้ โดยแทนที่จะสร้างบ้านใหม่แข่งกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เปลี่ยนมาเป็นนายหน้าขายบ้านมือสอง หรือรับจ้างจากรายใหญ่เป็น SUB-BROKER บ้านมือสองจึงเป็นอีกแนวทางเลือกหนึ่งในภาวะนี้

<sup>15</sup>มานพ พงศทัต, รศ, กลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่เล่ม 6:ตลาดบ้านมือสอง,บ้านที่ 2และบ้าน 2 มือ(ตอน 1),(กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), หน้า 52.

<sup>15</sup> สัมภาษณ์ โกสินทร์ โทเมน, กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด ตุลาคม 2542



### แนวคิดการตลาดอสังหาริมทรัพย์<sup>16</sup>

การจัดการด้านการตลาดสำหรับการซื้อขายที่อยู่อาศัยนั้น มีความแตกต่างจากตลาดสินค้าประเภทอื่น เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากสินค้าประเภทอื่นๆอย่างสิ้นเชิง ส่งผลให้ทัศนคติของผู้ซื้อที่มีต่อสินค้า ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อ และปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคล่องจนวิธีการซื้อขาย ล้วนแต่ผิดแผกไปจากธุรกิจอื่นๆ ดังนั้น การทำการตลาดเพื่อขายที่อยู่อาศัยจึงต้องมีลักษณะพิเศษไปจากธุรกิจอื่นๆ โดยมีเป้าหมายในการทำการตลาดเหมือนกันคือผู้ประกอบการต้องคิดและหาทางเจาะกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ เพื่อให้ที่อยู่อาศัยเหล่านี้ขายออกไปได้รวดเร็วที่สุดได้อย่างไรในการจัดการด้านการตลาดของที่อยู่อาศัยควรคำนึงถึง

- 1.สินค้า ในที่นี้หมายถึงบ้านและที่ดิน
- 2.ผู้บริโภค
- 3.การตลาด

#### 1.สินค้า

ที่อยู่อาศัยนั้นจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่ง การซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นบ้านพร้อมที่ดิน คุณลักษณะพิเศษของที่อยู่อาศัยที่ทำให้ต้องการการจัดการด้านการตลาดที่แตกต่างกันออกไปมีดังนี้

1.1บ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ดังนั้น การทำการตลาดต้องเป็นการจูงใจผู้ซื้อมาชมสินค้า ณ.ที่ตั้งเท่านั้น ผู้ขายต้องวางแผนการตลาดที่ดี เพื่อชักจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจเพียงพอที่จะยอมเข้ามาชมสินค้า ต่างจากสินค้าอื่นๆทั่วไปที่เคลื่อนย้ายได้ ทำให้ผู้ขายสามารถนำสินค้าเข้ามาให้ผู้ซื้อได้เลือกถึงที่ หรือสามารถนำสินค้าไปวางโชว์ในแหล่งศูนย์กลางที่มีการบริการหลายประเภทดึงดูดคนให้ไปชมสินค้าได้ เช่น ศูนย์การค้า ซึ่งสะดวกต่อผู้ซื้อและผู้ขาย<sup>17</sup>

1.2บ้านเป็นสินค้าที่มีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อบ้านเป็นของตนเองจึงไม่สามารถซื้อได้ง่ายๆ ส่วนใหญ่จะสามารถซื้อได้เพียงหลังเดียวในชีวิต ดังนั้น การตัดสินใจซื้อจึงใช้เวลานาน อาศัยความรอบคอบระมัดระวังสูง เนื่องจากการเลือกซื้อบ้านผิดพลาด การซื้อบ้านจึงต้องอาศัยหลายปัจจัยที่จะจูงใจผู้ซื้อได้ อาทิ อาศัยระยะเวลาที่ยาวนานกว่าปกติ การ

<sup>16</sup> สัมภาษณ์ โกลินทร์ โทเมน, กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด พฤศจิกายน 2542

<sup>17</sup> Bruce Harwood, Real Estate Principles, (Virginia:Reston Publishing Company, Inc.,1977),p.6.

วางแผนการตลาดที่เหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ตัวบ้านต้องมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา<sup>18</sup>

1.3 บ้านเป็นสิ่งที่จะมีคุณค่าหรือราคาเพิ่มขึ้นได้ในภายหลัง ถึงแม้จะมีการเสื่อมสภาพหลังผ่านการอยู่อาศัยไปแล้วระยะหนึ่งก็ตาม ต่างจากสินค้าประเภทอื่นที่เมื่อถูกซื้อไปแล้ว จะมีราคาลดลงตามสภาพที่เสื่อมลงหลังการใช้ เช่น รถยนต์ ,เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ดังนั้น การทำตลาดจึงมีปัจจัยที่แตกต่างจากสินค้าอื่นเข้ามาเป็นตัวกำหนด เช่น บ้านหรืออสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ในทำเลที่ดี ราคาที่ดินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะมีโอกาสที่จะขายออกได้เร็วกว่าบ้านที่อยู่ในทำเลที่ด้อยกว่า เนื่องจากผู้ซื้อเชื่อว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต เป็นต้น<sup>19</sup>

## 2. พฤติกรรมผู้บริโภค

คุณสมบัติโดยธรรมชาติของที่อยู่อาศัยที่กล่าวไปแล้วในข้อ 1 ทำให้การพิจารณาเลือก ทศนคติและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค แตกต่างจากสินค้าประเภทอื่นโดยสิ้นเชิงเช่นกัน ดังนี้

2.1 ผู้บริโภคมี ทศนคติต่อที่อยู่อาศัยว่าเป็นสิ่งที่มีราคาสูงสุดในชีวิตที่จะซื้อและเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต ดังนั้น การพิจารณาเลือกจึงใช้ความรอบคอบในการวางแผน ประกอบกับมีเหตุผลที่เหมาะสมเป็นหลัก

2.2 ความต้องการของผู้บริโภคถูกกำหนดโดยปัจจัยทางเศรษฐกิจมากกว่าสินค้าประเภทอื่น อันเนื่องมาจากราคาที่อยู่อาศัยสูงมาก การเคลื่อนย้ายของชุมชนที่อยู่อาศัยในอนาคต เนื่องจากทำเลที่ตั้งของ ที่อยู่อาศัยที่มีความพร้อมต่อการอยู่อาศัยให้คุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้อยู่อาศัยย่อมทำการตลาดได้ง่ายกว่า ตลอดจนการคาดการณ์รายได้ในอนาคตถึง 10 ปี เนื่องจากระยะเวลาที่ใช้ผ่อนชำระที่อยู่อาศัยนั้นเป็นเวลา 10-15 ปีโดยเฉลี่ย<sup>20</sup>

2.3 ความน่าเชื่อถือของตัวแทนขายมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีราคาสูงสุดในชีวิต หากผู้บริโภคถูกตัวแทนขายหลอกลวงเกี่ยวกับคุณภาพ ราคา จะมีผลมากต่อคุณภาพชีวิตของผู้ซื้อรายนั้น และที่ผ่านมา กรณีเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ซึ่งต่างจากสินค้าอื่นที่เพียงสร้างความผิดหวัง แต่จะไม่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ซื้อในระยะยาว

<sup>18</sup> อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542.

หน้า 41.

<sup>19</sup> สัมภาษณ์ มัลลิกา มณีพิระกุล, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟอর্বเบสท์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ตุลาคม 2542

<sup>20</sup> เรื่องเดียวกัน

มากนัก ดังนั้น ตัวแทนขายจึงเป็นปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญมากอีกส่วนหนึ่งในการทำการตลาดที่อยู่อาศัย<sup>21</sup>

### 3.การวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดสินค้าทุกชนิดมาจากรากฐานเดียวกัน คือประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สินค้า (product), ราคา (Price), สถานที่จำหน่าย(Place) และส่งเสริมการขาย(Promotion) ซึ่งเป็น กฎการตลาดขั้นพื้นฐานที่ใช้กับสินค้าทุกประเภท ไม่เว้นกระทั่งที่อยู่อาศัย<sup>22</sup>

อย่างไรก็ตาม สินค้าส่วนใหญ่ ซึ่งมีคุณสมบัติไม่ต่างกัน ซึ่งส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมกรรมากรบริโภค การตัดสินใจซื้อ ตลอดจนทัศนคติที่มีต่อสินค้าจะไม่ต่างกันนัก ส่วนใหญ่จึงเป็นการลดราคา แลกซื้อสินค้า แจกแถม แม้แต่การขายที่อยู่อาศัยก็มีการใช้วิธีการเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาโดยแท้จริงแล้ว จะพบว่าการตลาดสำหรับบ้านหรือที่อยู่อาศัยแตกต่างจากสินค้าประเภทอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การลดราคาบ้าน ซึ่งมีราคาอย่างต่ำเป็นหลักแสนขึ้นไป ลดแล้วก็ยังไม่สามารถจูงใจผู้ซื้อได้ การแจกแถมเฟอร์นิเจอร์ต่างๆก็อยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน ทำให้ไม่สามารถจูงใจผู้ซื้อได้เช่นกัน ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงต้องต่างกันไป

การวางแผนการตลาดบ้านหรือที่อยู่อาศัย อยู่ภายใต้ปัจจัยหลัก คือ การเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น โดยจะต้องพิจารณาเรื่องภาวะเศรษฐกิจเป็นหลัก ช่วงที่เศรษฐกิจดี การวางแผนการตลาด ไม่จำเป็นต้องเป็นเชิงรุก เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้ออยู่แล้ว แต่จะต้องเสนอสินค้าที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา ในขณะที่มีการส่งเสริมการขายที่ช่วยให้การผ่อนชำระมีความเป็นไปได้สูงขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับคุณลักษณะของสินค้ามากกว่า<sup>23</sup>

นอกจากนี้ ภาวะอื่นๆที่เกี่ยวข้องก็มีความสำคัญ ท่าเล ชนิดสิ่งก่อสร้าง สาธารณูปโภคที่จำเป็น การนำเงื่อนไขทางการเงินมาเกี่ยวข้อง การพัฒนาของรูปแบบที่อยู่อาศัย สภาพเมือง นโยบายรัฐ นโยบายสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ย

### แนวคิดการจัดการด้านการตลาดระหว่างบ้านใหม่และบ้านมือสอง<sup>24</sup>

นอกจากบ้านหรือที่อยู่อาศัยกับสินค้าประเภทอื่นจะแตกต่างกันแล้ว บ้านใหม่กับบ้านมือสองยังมีความแตกต่างกันในการจัดการด้านการตลาดด้วย

<sup>21</sup> สัมภาษณ์ ธีรพันธ์ นาทีกาญจนลาภ, นายกสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ กันยายน 2542

<sup>22</sup> สัมภาษณ์ โกสินทร์ โกเมน, กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ (ประเทศไทย) จำกัด กันยายน 2542

<sup>23</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>24</sup> เรื่องเดียวกัน

1. บ้านมือสองทำการตลาดยากกว่าบ้านใหม่ เนื่องจากบ้านใหม่เป็นการขายแบบทั้งโครงการ มีการวางแผนการตลาดมาแล้วก่อนที่จะเปิดขาย ในขณะที่บ้านมือสองจะเป็นเพียงบ้านหนึ่งหลัง สินค้ามีความหลากหลายอย่างมาก จะใช้แผนการตลาดเดียวกับบ้านนับร้อยหน่วยไม่ได้<sup>25</sup>

2. บ้านมือสองวางแผนการใช้สื่อได้ยากกว่า เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อหนึ่งครั้งนั้น ถือเป็นต้นทุนในการขายบ้านมือสองเพียงหลังเดียว ในขณะที่บ้านใหม่ซื้อสื่อหนึ่งครั้งนั้น ถือเป็นต้นทุนในการขายบ้านมือสองเพียงหลังเดียว ในขณะที่บ้านใหม่ซื้อสื่อหนึ่งครั้งสามารถเฉลี่ยเป็นต้นทุนของบ้านทั้งโครงการจำนวนมาก ทำให้การวางแผนซื้อสื่อเพื่อขายบ้านมือสองต้องมั่นใจว่าตรงเป้าหมายเวลาเหมาะสม จึงจะคุ้มค่า<sup>26</sup>

3. การขายบ้านมือสอง ต้องอาศัยพนักงานขายที่มีประสบการณ์ในการขายบ้านมือสองมานาน ในขณะที่บ้านใหม่ไม่ต้องเก่งมาก เนื่องจากบ้านมือสองทำการตลาดน้อยกว่า ออกสื่อน้อยกว่า อีกทั้งตัวสินค้ายังมีจุดที่ต้องแก้ไขด้วย พนักงานจึงต้องเข้าใจสินค้าดีและช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ส่วนบ้านใหม่มีเครื่องมือทางการตลาดพร้อมอยู่แล้ว เช่น บ้านตัวอย่าง, การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

4. การขายบ้านมือสองมีหน้าที่เหมือน ผู้ให้บริการ (service provider) ในขณะที่บ้านใหม่จะมีลักษณะเป็นผู้ผลิตสินค้า (producers) เนื่องจากบ้านมือสองเป็นสินค้าที่ไม่ได้ถูกผลิตขึ้นมาใหม่ ผู้ขายจะต้องไปหาเข้ามาอยู่ในสต็อก ก่อนที่จะนำมาปรับปรุงเพื่อจำหน่ายต่อไป

### กระบวนการตลาดอสังหาริมทรัพย์<sup>27</sup>

ในกระบวนการตลาดนั้น หลักสำคัญที่สุดคือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้มีการซื้อขายกันโดยเร็วที่สุดและเป็นที่พอใจซึ่งกันและกันทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวอีกนัยหนึ่งในฝ่ายผู้ขาย ทำอย่างไรจึงจะขายดีที่สุดและได้กำไรสูงสุด ในทางกลับกันสำหรับผู้ซื้อ ทำอย่างไรจึงจะได้ของดีที่สุดในราคาถูกที่สุด ดังนั้น ในกระบวนการตลาด บุคคลทั้งสองฝ่าย จึงต่างก็หาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของตน

ในปัจจุบันนี้ การซื้อขายทรัพย์สินมักจะกระทำกันโดย 4 วิธี คือ

1. การซื้อขายโดยตรง ระหว่างเจ้าของกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งเราพบเห็นกันอยู่เสมอในตลาดทั่วไป สำหรับในตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การซื้อขายกันระหว่างเจ้าของโครงการหมู่บ้านจัดสรร กับลูกค้าโดยตรง หรือเจ้าของบ้านหรือที่ดินรายย่อยได้ประกาศขายบ้านหรือที่ดินของตน

<sup>25</sup> สัมภาษณ์ เอกพัฒน์ วิเชียรแพทยาคม, กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีอาร์เอ รอยัล เรียดดี้ จำกัด พฤศจิกายน 2542

<sup>26</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>27</sup> ธนาคารอาคารสงเคราะห์, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542

โดยคิดป่าวว่า”โปรดติดต่อโดยตรง ไม่รับผ่านนายหน้า” เป็นต้น การซื้อขายโดยตรงระหว่างเจ้าของกับผู้ซื้อ ยังคงเป็นที่นิยมกันมากในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทย

2.การซื้อขายผ่านพ่อค้า (dealers) ได้แก่การซื้อขายสินค้าที่กระทำผ่านพ่อค้าที่ไม่ใช่ผู้ผลิตโดยตรง พ่อค้านั้นอาจจะอยู่ในรูปบริษัท ห้างหุ้นส่วน หรืออาจเป็นการดำเนินการในนามของบุคคลแต่ผู้เดียว การซื้อขายลักษณะนี้ พ่อค้าจะเป็นเจ้าของสินค้า ซึ่งมีความเสี่ยงในผลกำไรและขาดทุนเองตามภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การขายผ่านพ่อค้ามักเป็นที่นิยมในสินค้าอุปโภคบริโภคหรือการขายปลีกโดยทั่วไป แต่ในวงการอสังหาริมทรัพย์ การซื้อขายลักษณะนี้ไม่เป็นที่นิยมกัน จะมีบ้างก็แต่พ่อค้าที่ดินที่เป็นนักเก็งกำไร (Land Speculator) ที่กว้านซื้อที่ดินราคาถูกแถบชานเมืองที่คาดว่าจะถนนจะตัดผ่านหรือต่อไปจะเป็นย่านความเจริญ และจะปล่อยขายเมื่อได้ราคาดี

3.การซื้อขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ได้แก่ การซื้อขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตหรือเจ้าของทรัพย์สิน กับผู้ซื้อสินค้า โดยตัวแทนจำหน่ายจะรับค่าคอมมิชชั่นเป็นผลตอบแทน ซึ่งตัวแทนเหล่านี้ มักจะมีอำนาจในการวางแผนการตลาด การกำหนดเงื่อนไขการขายและการต่อรองราคาได้เอง รวมทั้งการส่งมอบสินค้าและการรับชำระเงินจากลูกค้าด้วย

ในตลาดซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ความนิยมในการขายผ่านตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ได้เริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะการขายบ้านจัดสรร ที่เจ้าของโครงการได้มอบอำนาจในการขายแก่ตัวแทนที่เป็นบริษัทที่ชำนาญด้านการตลาดและการขายโดยตรงเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้เพราะเห็นว่าตนเองถนัดในเรื่องการลงทุนและการผลิตเท่านั้น ส่วนการขายหากจะดำเนินการเองก็อาจจะล้มเหลว หรือไม่มีประสิทธิภาพ ผู้ผู้ที่ถนัดด้านนี้โดยตรงไม่ได้

4.การซื้อขายผ่านนายหน้า (Brokers) ได้แก่ การซื้อขายโดยอาศัยนายหน้าเป็นคนกลางซึ่งซื้อหรือจัดการให้ผู้ขายได้เข้าทำสัญญากัน ทั้งนี้โดยผู้ขายหรือผู้ซื้อให้ค่าคอมมิชชั่นแก่นายหน้าเป็นการตอบแทนเมื่อมีการทำสัญญาซื้อขายกันสำเร็จ

การซื้อขาย ผ่านนายหน้าได้มีการทำมานานแล้ว แม้บางคนอาจจะต้องการซื้อขายโดยตรงเพราะคิดว่าจะได้ราคาดีกว่า เนื่องจากไม่ต้องเสียค่านายหน้ามากกว่าการซื้อขายสินค้าอื่นใดและบทบาทของนายหน้า ก็กำลังทวีความนิยมมากขึ้นตามลำดับในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทย

## ช่องทางจำหน่ายบ้านมือสองในปัจจุบัน<sup>28</sup>

บ้านมือสองในปัจจุบันมีช่องทางการขายหลายรูปแบบ ดังนี้

1.เจ้าของขายเอง เจ้าของทรัพย์สินดำเนินการติดต่อหาผู้ซื้อเอง เช่น เจ้าของบ้านติดป้ายบอกขายหน้าบ้าน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาหรือค่านายหน้า เจ้าของบ้านบางรายอาจขายผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ นิตยสารเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน เป็นต้น

2.ขายผ่านคนกลาง เจ้าของทรัพย์สิน จะใช้วิธีการฝากขายผ่านผู้อื่น ได้แก่

2.1 การฝากเพื่อนบ้าน หรือบอกกล่าวญาติมิตร โดยหากขายได้ก็มักจะมีการจ่ายค่าสมนาคุณ หรือค่าตอบแทนให้ตามสมควร ทั้งนี้ โดยไม่มีการทำสัญญาขายหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรแต่ประการใด

2.2 การขายผ่านนายหน้าทั่วไป ได้แก่การขายโดยอาศัยผ่านคนกลางที่ทำงานเป็นนายหน้า โดยอาจเป็นนายหน้าสมัครเล่นหรือนายหน้าอาชีพอิสระ ทั้งนี้ หากขายได้จะมีการจ่ายค่าบำเหน็จนายหน้าให้

2.3 การขายผ่านบริษัทนายหน้า ได้แก่ การทำสัญญาฝากขายกับบริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Broker Company) หรือ บริษัทตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Agent) ซึ่ง บริษัทเหล่านี้อาจเป็นบริษัทที่ดำเนินการโดยอิสระเป็นเอกเทศ หรืออาจเป็นบริษัทที่ดำเนินการในระบบแฟรนไชส์ หรือ ระบบเครือข่ายที่มีบริษัทแม่เป็นศูนย์กลาง (Multi Listing Agency)

2.4 ขายโดยผ่านวิธีการประมูล ได้แก่ การประมูลขายทอดตลาดทรัพย์สินของหน่วยงานของรัฐ สถาบันการเงินและบริษัทประมูลเอกชน เช่น กรมบังคับคดี, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารนครหลวงไทย, บริษัทสหการประมูล เป็นต้น

\*ศูนย์วิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์และผู้เชี่ยวชาญในวงการตลาดบ้านมือสองได้ร่วมกันประมาณการขายบ้านมือสองทุกประเภท(บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์และห้องชุด)ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยแยกออกเป็นการขายผ่านช่องทางต่างๆ พบว่าจำนวนที่เสนอขายในตลาดทั้งสิ้น 334,000 หน่วย เป็นบ้านที่เจ้าของบ้านขายเองประมาณ 30% หรือ 100,000 หน่วย อีก 62% เป็นการขายผ่านคนกลางและนายหน้าอิสระทั่วไปซึ่งมีจำนวนประมาณ 204,000 หน่วยและ

<sup>28</sup> ธนาคารอาคารสงเคราะห์, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์, ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542

\*ปัจจุบัน ยังไม่มีการรวบรวมจำนวนบ้านมือสองเป็นสถิติที่แน่ชัด ข้อมูลที่อ้างอิงนี้เป็นเพียงข้อมูลตัวเลขประมาณการที่ได้จากการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ฝากขายผ่านบริษัทตัวแทนและนายหน้า แบบให้สิทธิตัวแทนขายเพียงรายเดียว(exclusive)ประมาณ 2% มีการเสนอขายโดยการประมูลประมาณ 8% ดูได้จากตารางที่ 1-2 ในภาคผนวก

### แนวคิดการขายบ้านมือสองโดยการประมูล<sup>29</sup>

การประมูลขายอสังหาริมทรัพย์นั้น เริ่มต้นจากการประมูลทรัพย์สินที่มีการฟ้องบังคับจำนองและศาลมีคำพิพากษาแล้ว และผู้จำนองไม่สามารถที่จะชำระหนี้ได้ จึงนำทรัพย์จำนองออกประมูลขาย เพื่อจะได้นำเงินที่ขายได้มาชำระหนี้ผู้รับจำนอง ที่เรียกกันว่า “Mortgage Foreclosure Sales” ต่อมาเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ซบเซา ทำให้มีหลายฝ่ายที่สนใจนำวิธีการประมูลมาใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดประเภทหนึ่ง โดยนำมาใช้กับทั้งบ้านใหม่และบ้านมือสอง

การประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยมีมานานกว่า 70 ปีแล้ว โดยเริ่มจากหน่วยงานรัฐ ได้แก่ กองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย สำนักปลัดกระทรวงยุติธรรม ได้นำมาใช้ในการขายอสังหาริมทรัพย์ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พศ. 2467 ซึ่งมีบทบัญญัติให้การบังคับจำนองหลักประกันเพื่อชำระหนี้ให้กับผู้รับจำนอง จะกระทำได้โดย วิธีการขายทอดตลาดเท่านั้น ต่อมาในปี 2517 กองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย จึงได้ยกฐานะเป็น กรมบังคับคดี และมีการขยายขอบเขตและอำนาจหน้าที่ในการบังคับคดีแพ่ง คดีล้มละลายและคดีวางทรัพย์ ไปยังสำนักงานบังคับคดีจังหวัดทั่วประเทศ จากเดิมที่มีเฉพาะการประมูลทรัพย์สินของสำนักงานบังคับคดีส่วนกลางและภูมิภาค 9 แห่ง

สำหรับการจัดประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันการเงินนั้น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ นับได้ว่าเป็นผู้ริเริ่มนำวิธีการประมูลมาใช้ในการขายทอดตลาดที่อยู่อาศัยเป็นหน่วยงานแรก โดยนับแต่ปี 2525 มาจนถึงปัจจุบัน ตุลาคม 2542 ธอส. ได้จัดประมูลไปแล้วจำนวน 33 ครั้ง ในส่วนของสถาบันการเงินอื่น ได้หันมาจัดประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ของตัวเองหรือฝากขายผ่านบริษัทประมูลเอกชนมากขึ้น ในช่วงวิกฤตการณ์สถาบันการเงินปี 2540- 2542 ซึ่งสถาบันการเงินมีหนี้เสียจำนวนมาก และมีทรัพย์ที่ถูกบังคับจำนองมากขึ้น เช่น ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารเอเซีย ธนาคารซีทีแบงก์ เป็นต้น ในภาคธุรกิจเอกชนบริษัท สิริดา อ็อกชั่น (Sirida Auction) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือสิริดา กรุ๊ป ได้เริ่มจัดการประมูลขายอสังหาริมทรัพย์เป็นครั้งแรกในปี 2541 ต่อมาในเดือน กรกฎาคม 2541 บริษัทสหการประมูล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการประมูลขายรถยนต์ มาตั้งแต่ปี 2534 ได้จัดตั้ง บริษัทยูเนียนอินเตอร์ประมูล (UIA) และจัดประมูล

<sup>29</sup> ธนาคารอาคารสงเคราะห์, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์, ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542

อสังหาริมทรัพย์ร่วมกับบริษัท เรียดดี เวิลด์ ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ทำการประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่ดินและที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะ

จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำและทรัพย์สินที่ได้จากการบังคับจำนองมีจำนวนมหาศาล สถาบันการเงินมีความจำเป็นต้องขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินออกไปโดยเร็ว ทำให้ความต้องการขายอสังหาริมทรัพย์มีเพิ่มขึ้นมาก ดังนั้น ธุรกิจการจัดการประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ จึงเริ่มขยายตัวมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากมีบริษัทประมูลอสังหาริมทรัพย์ไทยและต่างชาติเกิดขึ้นใหม่หลายราย จนปัจจุบันมีบริษัทรับจัดการประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ไม่ต่ำกว่า 8 บริษัท และมีแนวโน้มว่าจะมีบริษัทรับจัดการประมูลอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นอีกจำนวนมากในอนาคต<sup>30</sup>

### บริษัทประมูลหรือผู้ดำเนินการประมูล

บริษัทประมูลหรือผู้ดำเนินการประมูล ทำหน้าที่เป็นนายหน้าหรือคนกลางในการซื้อขาย โดยมีบทบาทเป็นที่ปรึกษาให้กับเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ ในการให้คำแนะนำและชี้ชวนให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์มาขายโดยการประมูล ในขณะที่เดียวกันก็จะทำการตลาด ทั้งโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย ให้ประชาชนหันมาสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์โดยวิธีการประมูล ซึ่งจะจัดให้มีขึ้นประจำ ณ.สถานที่ และวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ โดยบริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมเป็นบำเหน็จตอบแทน ในสหรัฐอเมริกา มีหลายรัฐ ที่มีการออกกฎหมายกำหนดให้ผู้ดำเนินการธุรกิจประมูลทรัพย์สินจะต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพด้วย เพื่อช่วยให้การประมูลเป็นไปอย่างซื่อสัตย์เป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่มีการจัดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่<sup>31</sup>

1.กรมบังคับคดี กรมบังคับคดี เป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงยุติธรรมมีหน้าที่เกี่ยวกับการบังคับคดีแพ่ง คดีล้มละลายและการวางทรัพย์ รวมทั้งนำทรัพย์สินที่ศาลมีคำพิพากษาสั่งให้ยึดออกขายทอดตลาด จากภาวะความตกต่ำทางเศรษฐกิจของประเทศในช่วงปี 2540-2541 ภาคธุรกิจต่างๆ ประสบปัญหาขาดทุนและต้องเลิกจ้างพนักงานเป็นจำนวนมาก ทำให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ที่กู้เงินจากสถาบันการเงินไม่สามารถชำระหนี้ได้ สถาบันการเงินจึงจำเป็นต้องฟ้องร้องดำเนินคดี เพื่อให้ศาล มีคำพิพากษาสั่งให้ยึดอสังหาริมทรัพย์จำนองเป็นหลักประกันการชำระหนี้เพื่อนำไปขายทอดตลาดมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้จำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่กรมบังคับคดีต้องนำออกขายทอดตลาดมีปริมาณ

<sup>30</sup> อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542

<sup>31</sup> เรื่องเดียวกัน



เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยในปี 2541 กรมบังคับคดีมีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่นำออกประกาศขายทอดตลาดถึง 39,880 รายการ และคาดว่าในปี 2542 จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าปีก่อน

2. สถาบันการเงิน ตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2505 และพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจเงินทุนธุรกิจหลักทรัพย์และธุรกิจเครดิต ฟองซิเอร์ พ.ศ. 2522 กำหนดให้สถาบันการเงินที่ได้อสังหาริมทรัพย์มาจากการชำระหนี้ การประกันการให้กู้ยืมเงิน การซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่รับจำนองไว้ จากการขายทอดตลาดโดยคำสั่งศาลหรือเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ต้องจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวภายในเวลาที่กำหนดหากเป็นธนาคารพาณิชย์ ต้องจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวภายใน 5 ปี นับแต่วันที่อสังหาริมทรัพย์นั้นตกมาเป็นของตน ส่วนบริษัทเงินทุนและบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ต้องจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว ภายในเวลา 3 ปี

จากข้อกำหนดของกฎหมายดังกล่าว เป็นสาเหตุทำให้สถาบันการเงินที่มีอสังหาริมทรัพย์อยู่ในครอบครองซึ่งได้มาจากการเข้าสู่ราคาเพื่อซื้อทรัพย์จำนองจากกรมบังคับคดี การเอาทรัพย์จำนองหลุด และการโอนทรัพย์สินชำระหนี้ของผู้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ฯลฯ ออกขายโดยวิธีต่างๆ โดยธอส.เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกๆที่ดำเนินการ ในการนำอสังหาริมทรัพย์ออกขายโดยวิธีประมูลด้วยตนเอง ส่วนสถาบันการเงินอื่นๆ จะใช้บริษัทประมูลในเครือหรือบริษัทประมูลมืออาชีพเอกชนจัดการประมูลแทน เช่น ธนาคารนครหลวงไทยใช้บริษัทคราวน์ ดีเวลลอปเมนต์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ของธนาคารโดยเฉพาะ ส่วนธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเอเซีย ธนาคารซีทีแบงก์ ได้มอบหมายให้บริษัทสหการประมูล จัดการประมูลแทน

3. บริษัทประมูลเอกชน ส่วนใหญ่เพิ่งจัดตั้งขึ้นมาดำเนินการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยมีแรงจูงใจจากจำนวนอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันการเงินที่ได้มาจากการบังคับจำนองและการโอนทรัพย์สินเพื่อชำระหนี้ ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นและส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ อาทิ บริษัทตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ เช่น บริษัท เรียบลดี เวลดี จำกัด บริษัท ฟอว์เบสท์ เรียบลดี จำกัด บริษัท บีซีพี เฮาส์ซิง จำกัด บริษัท ฮาร์สัน เรียบลดี จำกัด นอกจากนี้ ยังมีบริษัทประเมินค่าทรัพย์สิน เช่น บริษัท สิริดา อ็อกชั่น จำกัด เป็นต้น จะมีเพียงบริษัทสหการประมูลเท่านั้น ที่เป็นบริษัทมืออาชีพด้านการประมูลขายรถยนต์ซึ่งจัดการประมูลอสังหาริมทรัพย์โดยรวมมือกับบริษัทเรียบลดี เวลดี และต่อมาได้จัดตั้งบริษัทในเครืออีก 2 บริษัท คือบริษัท เขาคือ ไฮแลนด์ รีสอร์ท และบริษัท สหเอเชียการประมูล จำกัด เพื่อดำเนินการจัดประมูลอสังหาริมทรัพย์เอง

ตารางที่ 2-1 รายชื่อองค์กรที่ประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ปี 2542

ชื่อองค์กร	ปีที่เริ่มจัดการประมูล
กรมบังคับคดี	2517
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	2525
ธนาคารนครหลวงไทย(บริษัท คราวน์ ดีเวล	2542

ลอปเมนท์)	
บริษัท สิริดา อ็อกชั่น จำกัด	2541
บริษัท ยูเนี่ยน อินเตอร์พรีมูล จำกัด(บริษัทใน เครือสหการประมูล)	2541
บริษัท เร็ลตี้ เวิลด์ จำกัด	2541
บริษัท ฟอ์เบสท์ พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด	2541
บริษัท เมล แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด	2542
บริษัท ฮารีสัน เร็ลตี้ จำกัด	2542
บริษัท บีซีพี เฮ้าส์ซิ่ง จำกัด	2542
บริษัท ประมูลสินทรัพย์ จำกัด	2542

ที่มา:ศูนย์วิชาการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

### สถานการณ์การประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน<sup>32</sup>

เมื่อภาวะเศรษฐกิจตกต่ำรุนแรงในปี 2540 เกิดปัญหาการเลิกจ้างแรงงานจำนวนมาก ทำให้ประชาชนขาดรายได้และมีปัญหาการค้างชำระหนี้สถาบันการเงินมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะที่ดินและที่อยู่อาศัยถูกบังคับคดีจำนวนมาก นอกจากนั้น ราคาที่ดินและที่อยู่อาศัยยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถาบันการเงินต่างๆต้องเข้าสู่ราคาเพื่อประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ที่ตนเองรับจ้างองไว้คืนมาจากกรมบังคับคดีเพิ่มมากขึ้น และบางแห่งยังเปิดโอกาสให้ลูกหนี้สามารถโอนทรัพย์สินจ้างองชำระหนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงขั้นตอนการบังคับคดีตามกฎหมาย ทำให้้อสังหาริมทรัพย์ในครอบครองของสถาบันการเงินในปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

สถาบันการเงินต่างพยายามหาช่องทางการขายอสังหาริมทรัพย์ในครอบครองเหล่านี้ ด้วยการขายฝากบริษัทตัวแทนและนายหน้ามืออาชีพหรือเปิด Web Site ประกาศขายอสังหาริมทรัพย์ของตนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวไม่สามารถปิดการขายได้รวดเร็ว สถาบันการเงินบางแห่งจึงต้องจัดการขายโดยวิธีการประมูล ตัวอย่างเช่น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารนครหลวงไทยและมีบางแห่งที่ใช้บริการบริษัทจัดการประมูลมืออาชีพ เช่น ธนาคารซีทีบีแบงก์ ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้

ความแตกต่างในด้านแนวความคิดระหว่างสถาบันการเงินที่จัดการประมูลเอง และสถาบันการเงินที่ฝากขายผ่านบริษัทจัดการประมูลมืออาชีพ ได้แก่ สถาบันการเงินที่จัดการประมูลด้วยตนเอง มักจะมีนโยบายไม่เคาะไม้ขาย หากราคาที่เสนอซื้อต่ำกว่าทุน เนื่องจากคาดหวังว่าราคา

<sup>32</sup> เรื่องเดียวกัน

อสังหาริมทรัพย์จะมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต ส่วนสถาบันการเงินที่ฝากขายกับบริษัทจัดการประมูลมืออาชีพนั้น ส่วนใหญ่มักจะเป็นสถาบันการเงินที่ต่างชาติเข้าถือหุ้น ซึ่งจะมึนโยบายให้มีการขายอสังหาริมทรัพย์ในกรอบครองออกไปเร็วที่สุด ถึงแม้ว่าราคาที่ประมูลจะต่ำกว่าต้นทุนก็ตาม

ในด้านผู้ซื้อนั้น แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศจะยังไม่ฟื้นตัวคืนมาก็ตาม แต่เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ที่มีเงินฝากจำนวนหนึ่งหันมาลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์แทนการฝากเงินมากขึ้น เพราะคาดหวังว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะฟื้นตัว และราคาจะปรับสูงขึ้นอีกครั้ง ซึ่งผู้ซื้อเหล่านี้จะมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการประมูล โดยคาดหวังว่าจะมีโอกาสได้สินค้าที่ดีในราคาถูกลงกว่าท้องตลาดมาก

ในปี 2541 กรมบังคับคดี มีการประกาศขายอสังหาริมทรัพย์จำนวน 39,880 รายการ รวมมูลค่า 77,384 ล้านบาท และในช่วงไตรมาสแรกของปี 2542 (มค.-มีค.) พบว่ามีอสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลจำนวน 9,736 รายการ รวม 19,218 ล้านบาท ในภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำและประชาชนขาดกำลังซื้อ แม้กรมบังคับคดีจะมีความยืดหยุ่นในการขายตามภาวะเศรษฐกิจ โดยขอมเคาะไม้ขายไว้ในกรณีที่ทรัพย์นั้นมีผู้เสนอซื้อต่ำกว่าราคาประเมินก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นมาก โดยในปี 2541 ขายทอดตลาดได้ 4,970 รายการ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ของจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลทั้งหมด และในปี 2542 (มค.-มีค.) สามารถขายทอดตลาดได้ 832 รายการ คิดเป็น 12.3% เป็นที่น่าสังเกตว่าในจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่ขายได้นี้มีจำนวนถึง 97% ที่สถาบันการเงินเป็นเจ้าของ เป็นผู้เข้าสู่ราคาซื้อไว้เอง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปิดบัญชีแก้ปัญหาหนี้เสีย (Non Performing Loan) และการติดตามหนี้ส่วนที่ขาดต่อไป

ในส่วนของการอาคารสงเคราะห์ได้นำอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีที่ดินและที่ดินพร้อมอาคารพักอาศัย ออกประมูลขายทั้งสิ้น 511 รายการ แต่สามารถขายได้เพียง 20 รายการ ซึ่งคิดเป็น 3.6% ของจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่นำออกประมูลขายทั้งหมด สำหรับในปี 2542 (มค.-สค.) รอส. ประมูลขาย 516 รายการ ขายได้ 12 รายการ

ขณะเดียวกัน ในส่วนของบริษัทประมูลเอกชน จากสถิติของบริษัทสหการประมูล ซึ่งเริ่มจัดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ตั้งแต่เดือน มกราคม 2542 จนถึงเดือนสิงหาคม พบว่ามีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่เข้าร่วมประมูลจำนวนทั้งสิ้น 883 รายการ ในจำนวนนี้ สามารถขายได้ 249 รายการ รวมมูลค่าทั้งสิ้น 368 ล้านบาท เฉลี่ยขายได้ 27 รายการต่อเดือน หรือ 28.2% ของรายการอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยประมาณ 49 ล้านบาทต่อเดือน

## แนวโน้มสถานการณ์ประมูลขายอสังหาริมทรัพย์<sup>33</sup>

ในอนาคตคาดว่า การประมูลอสังหาริมทรัพย์ จะเป็นช่องทางการจำหน่ายทรัพย์สินวิธีหนึ่ง ที่เจ้าของทรัพย์สินทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและสถาบันการเงินจะใช้มากขึ้นและตลาดจะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจาก

1. อาคารที่ไม่มีผู้อยู่อาศัยหรือบ้านว่าง ซึ่งมีจำนวนมหาศาล ทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยมีการแข่งขันสูง การขายผ่านตัวแทนและนายหน้าอาจขายได้ช้า ผู้ขายที่ร้อนเงินหรือมีความจำเป็นเร่งด่วนในการขายมีแนวโน้มจะหันมาใช้บริการขายโดยวิธีการประมูลมากขึ้น และจะยอมขายในราคาต่ำกว่าทุน

2. หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือ NPL ของสถาบันการเงินยังคงอยู่ในระดับสูงและมีการฟ้องร้องดำเนินคดีเพื่อบังคับจำนองอสังหาริมทรัพย์จำนวนนับแสนหน่วย ซึ่งส่วนหนึ่งจะถูกกรมบังคับคดีนำออกขายทอดตลาด และสถาบันการเงินผู้รับจำนอง จะเข้าสู่ราคาประมูล เพื่อไม่ให้ราคาที่สูงเกินไปจนต้องด่ากันไป ดังนั้น ทรัพย์สินเหล่านี้ จะเวียนกลับมาอยู่ในความครอบครองของสถาบันการเงิน ซึ่งหากถือครองไว้นานจะก่อปัญหาค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา จึงจำเป็นต้องนำออกขายด้วยวิธีการต่างๆรวมทั้งวิธีการประมูล

3. กฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่กำหนดระยะเวลาการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ไม่เกิน 5 ปี และของบริษัทเงินทุนและบริษัทเครดิต ฟองซิเอร์ได้ไม่เกิน 3 ปี จะเป็แรงจูงใจให้สถาบันการเงินนำอสังหาริมทรัพย์ออกขายมากขึ้น ซึ่งการฝากขายผ่านระบบตัวแทนและนายหน้าอาจใช้ระยะเวลาาน ทำให้ต้องหันมาขายฝากผ่านตลาดการประมูลมากขึ้น

4. แนวโน้ม อัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้มีเงินฝากมาซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมากขึ้น ซึ่งตลาดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ จะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้นักลงทุนมีโอกาสที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาถูก

5. มีบริษัท จัดการประมูลต่างชาติ เข้ามาเปิดให้บริการแข่งขันกับบริษัทจัดการประมูลของไทยเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าตลาดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ของไทยมีศักยภาพและมีโอกาสในการขยายตัวมาก โดยเฉพาะในช่วงที่ตลาดโดยรวมยังอยู่ในภาวะซบเซา

6. บริษัทพัฒนาที่ดินเอกชน ซึ่งมีสต็อกบ้านสร้างเสร็จเหลือขาย จะใช้วิธีการประมูลเป็นช่องทางการตลาดและการขายรูปแบบใหม่มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคหันมานิยมซื้อบ้านและที่ดิน โดยวิธีการประมูลมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา บริษัท ปัญจทรัพย์ จำกัด ได้ว่าจ้างบริษัทรับจัดประมูลมืออาชีพ ได้แก่ บริษัท เมล แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด และบริษัทฮาร์สัน เรียดส์ จำกัด จัดการประมูลขายบ้านพร้อมที่ดิน โดยไม่กำหนดราคาขั้นต่ำ ในโครงการปัญจทรัพย์ ไพรวาท โสม ซึ่งเป็น

<sup>33</sup> เรื่องเดียวกัน

โครงการสร้างเสร็จใหม่ จำนวน 51 ยูนิต ปรากฏว่าสามารถขายได้ทั้งสิ้นถึง 40 ยูนิต มูลค่าการขายรวม 75 ล้านบาท โดยที่อยู่อาศัยขายได้ในราคาเฉลี่ยประมาณ 60% ของราคาที่ตั้งไว้เดิม

ตารางที่ 2-2 ตัวอย่างราคาขายอสังหาริมทรัพย์เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน

ประเภท	ราคาตลาด(เฉลี่ย)	ราคาประมูลได้(เฉลี่ย)	อัตราเปลี่ยนแปลง(%)
บ้านเดี่ยว	3,342,857	2,200,000	-34.2
ทาวเฮ้าส์	2,130,690	1,274,138	-40.2
ห้องชุด	1,910,667	1,081,667	-42.8

ที่มา:บริษัท สหการประมูล

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ในอนาคตจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากจำนวนสินค้าที่จะฝากขายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น บริษัทรับจ้างจัดการประมูลในการขายโครงการที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จมากขึ้นก็ตาม จากภาวะการแข่งขันการขายที่สูงขึ้น จึงอาจทำให้ราคาที่ยขายได้ลดต่ำลง โดยเฉพาะ อสังหาริมทรัพย์ที่ฝากขายผ่านทางบริษัทจัดการประมูลเอกชนและโดยผู้ประกอบการเอกชน ซึ่งกำหนดราคาขายเริ่มต้นต่ำ จะจงใจให้มีผู้สนใจเข้าร่วมสู้ราคาในตลาดการประมูลมากขึ้น

นอกจากนั้น ในอนาคตจะมีผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทซื้อเพื่อลงทุนทำธุรกิจ โดยเฉพาะสินค้าประเภทที่อยู่อาศัย จะมีนักลงทุนที่ทำธุรกิจรับซื้อบ้านจากการประมูล นำไปตกแต่งซ่อมแซม แล้วนำไปขายใหม่เพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้น ซึ่งในต่างประเทศเรียกว่า” Real Estate Operator” และคาดว่าธุรกิจดังกล่าวจะเป็นช่องทางตลาดแนวใหม่ของผู้รับเหมาต่อเติมซ่อมแซมบ้านในไทยต่อไป

#### ปัญหาของการประมูลอสังหาริมทรัพย์<sup>34</sup>

1.การซื้อขายโดยวิธีการประมูล เป็นการซื้อขายที่มีเรื่องของความต้องการและอารมณ์ เข้ามาประกอบในการสู้ราคาด้วย ดังนั้น ผู้ขายจึงอาจได้ราคาที่สูงกว่าราคาที่จะขายได้ปกติก็ได้ แต่บางครั้งหากมีผู้สนใจเข้าสู้ราคาทรัพย์สินรายการใดน้อย ราคาที่ประมูลได้อาจจะต่ำกว่าราคาตลาดหรือต้นทุนของเจ้าของทรัพย์สิน แต่ในสภาพความเป็นจริง อสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ที่นำออกขายผ่านวิธีการประมูลจะอยู่ในครอบครองของกรมบังคับคดีและสถาบันการเงินซึ่งไม่สามารถขายต่ำกว่าราคาประเมินของกรมบังคับคดีหรือราคาทุนของสถาบันการเงินได้ จึงทำให้มีผู้เข้าสู่วราคน้อยรายและราคาเสนอซื้อจึงต่ำ การซื้อขายจึงไม่เกิดขึ้น ดังนั้น หากจะให้การประมูลได้รับความสนใจมากขึ้น

<sup>34</sup> เรื่องเดียวกัน

กรมบังคับคดีหรือสถาบันการเงิน จึงควรจะกำหนดราคาขั้นต่ำสุดที่จะขายได้ให้ต่ำกว่าราคาตลาดพอสมควร เพื่อจูงใจให้มีผู้เข้าร่วมประมูลมากขึ้น ซึ่งเมื่อมีการสู้ราคากัน ราคาขายได้จริงอาจสูงกว่าตลาดก็ได้

2. ในการประมูลขายทอดตลาดของกรมบังคับคดี ใช้ระยะเวลาตั้งแต่กระบวนการฟ้องศาลจนถึงกระบวนการขายทอดตลาด ประมาณ 2-3 ปี โดยในระหว่างนี้ ดอกเบี้ยจากหนี้ค้างยังคงเดินหน้าต่อไป จนกว่าลูกหนี้จะชำระหนี้จนหมดสิ้น ดังนั้น หากกระบวนการฟ้องคดีถึงกระบวนการขายทอดตลาดมีระยะเวลานานเท่าใด ก็จะยิ่งส่งผลเสียหายนับลูกหนี้ของสถาบันการเงิน ทำให้ภาระหนี้เพิ่มขึ้นจากดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือลูกหนี้สถาบันการเงิน และช่วยเร่งรัดกระบวนการขายทอดตลาดในอนาคต กรมบังคับคดีจึงควรหาทางพัฒนาการขายและเทคนิคด้านการตลาด เพื่อจูงใจให้มีผู้สนใจเข้าร่วมการประมูลมากขึ้น เช่น การจัดทำ Web Site ระบุรายละเอียดของทรัพย์สินที่จะนำออกประมูล หรือการโฆษณาผ่านสื่ออื่นๆ เป็นต้น

3. รายได้จากการขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ถูกบังคับคดีในปัจจุบัน มักไม่เพียงพอชำระหนี้ให้กับสถาบันการเงินเจ้าหนี้ สร้างความเสียหายให้กับสถาบันการเงินเป็นอย่างมาก ดังนั้น ในปัจจุบัน มีแนวโน้มว่าสถาบันการเงินที่มีปัญหาหารายได้จากการขายทอดตลาดไม่เพียงพอชำระหนี้ จะมีการสืบทรัพย์และยึดทรัพย์อื่นของลูกหนี้มายขายทอดตลาด รวมทั้งมีการฟ้องให้ลูกหนี้เป็นบุคคลล้มละลายมากขึ้น ซึ่งสร้างความเดือดร้อนให้กับลูกหนี้เป็นอย่างมาก ดังนั้น ทางที่ดีที่สุดที่จะช่วยลดความเสียหายของทั้งสองฝ่ายคือสถาบันการเงินจะต้องประชาสัมพันธ์ หรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้ำที่ค้างชำระหนี้ ให้มาทำการประนอมหนี้หรือปรับโครงสร้างหนี้ ก่อนที่จะมีการยึดทรัพย์บังคับจำนองขายทอดตลาด

4. ในปัจจุบัน ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการถือครองทรัพย์สินของสถาบันการเงินโดยธนาคารพาณิชย์ถือครองได้ไม่เกิน 5 ปี ส่วนบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์และบริษัทเครดิต ฟองซิเอร์สามารถถือครองได้ไม่เกิน 3 ปีนั้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาและประชาชนขาดกำลังซื้อ ทำให้โอกาสที่สถาบันการเงินจะขายอสังหาริมทรัพย์ได้มีน้อยลง ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย ควรมีการผ่อนผันหลักเกณฑ์ให้สถาบันการเงินต่างๆสามารถถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้นานขึ้น หรือให้สามารถทำการให้เช่าหรือเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์แทนการขายได้ เป็นต้น

5. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการประมูลขายอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ กรมบังคับคดี ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สถาบันการเงินและบริษัทประมูลเอกชน ควรร่วมมือกันจัดตั้งศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ขึ้น เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สนใจ โดยศูนย์ข้อมูลดังกล่าว จะรวบรวมข้อมูลที่อยู่อาศัยจากหน่วยงานต่างๆเข้าด้วยกัน มีการจำแนกประเภทที่อยู่อาศัย ราคา ทำเลที่ตั้ง เป็นต้น และทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาแนะนำ เช่น วิธีการ ขั้นตอนการประมูล เงื่อนไขการให้สินเชื่อ ฯลฯ ซึ่งจะนำไปให้ผู้ซื้อมีทางเลือกในการซื้อหาที่อยู่อาศัยโดยผ่านวิธีการประมูลมากขึ้น

6. การประมูลอสังหาริมทรัพย์ เป็นอาชีพใหม่ในสังคมไทย ดังนั้น หน่วยงานของรัฐและเอกชน ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านวิชาชีพการประมูลให้มีมาตรฐาน เพื่อยกระดับตลาดการประมูลอสังหาริมทรัพย์ให้มีความน่าเชื่อถือ เช่น การจัดการอบรมให้ความรู้ด้านการประมูลพร้อมทั้งกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบอาชีพนี้ และในอนาคต รัฐบาลควรออกกฎหมายให้ผู้ที่มิคุณสมบัติเท่านั้นที่จะได้รับใบอนุญาตในการจัดการประมูลได้

### แนวคิดการพัฒนาวิชาชีพตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย<sup>35</sup>

จากการรวบรวมแนวคิดของฝ่ายวิจัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญตลาดบ้านมือสอง สรุปว่าควรมีการออกพระราชบัญญัติการค้าอสังหาริมทรัพย์ ปัจจุบันการประกอบธุรกิจตัวแทนนายหน้าค้าอสังหาริมทรัพย์จะอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งมีอยู่เพียง 5 มาตรา ว่าด้วยนายหน้าทั่วไป ซึ่งกฎหมายจะกำหนดหน้าที่ของนายหน้าให้ทำได้เพียงชี้ช่องเท่านั้น และนายหน้าผู้นั้นก็จะมีสิทธิได้รับค่าบำเหน็จ (คอมมิชชั่น) แต่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ไม่ได้มีบทบัญญัติกำหนดคุณสมบัติของนายหน้าและหน้าที่ความรับผิดชอบที่นายหน้าพึงต้องมีต่อสาธารณชน ทำให้นายหน้าที่เข้ามาสู่ธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นเพียงนายหน้าสมัครเล่น ไม่ได้ยึดถือเป็นอาชีพถาวร

ด้วยเหตุนี้ ประชาชนจึงถูกฉ้อโกงและเป็นสาเหตุของการก่ออาชญากรรมขึ้น ผู้บริโภคทั้งผู้ซื้อและผู้ฝากขาย จึงขาดศรัทธาและความเชื่อถือในการใช้บริการตัวแทนนายหน้า ส่งผลให้ที่ผ่านมารธุรกิจบ้านมือสองไม่สามารถเติบโตเท่าที่ควร

ดังนั้น จึงควรมีการออก พรบ.นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้การประกอบอาชีพนี้มีหลักเกณฑ์และมาตรฐานที่ดีขึ้น เช่น การกำหนดให้ผู้ประกอบอาชีพตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม และมีการสอบเพื่อขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพนายหน้าจากกรมที่ดิน เช่นเดียวกับในสหรัฐอเมริกา ซึ่งทุกรัฐจะมีการออกกฎหมายให้ผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องได้รับใบอนุญาต โดยต้องผ่านการฝึกอบรมและผ่านการสอบความรู้เกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

<sup>35</sup> อาคารสงเคราะห์, ธนาคาร, วารสารวิชาการ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2542. หน้า 15.

### แนวคิดการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ผ่านนายหน้า<sup>36</sup>

พัลลภ กฤตยานวัช ให้แนวคิดว่าการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์มีความจำเป็นและความเหมาะสมที่จะต้องผ่านนายหน้า เนื่องจากนายหน้าเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่อยู่อาศัย สามารถให้คำปรึกษาและแนะนำเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ เพราะบ้านเป็นสิ่งที่มีความแพง หากตัดสินใจพลาดอาจทำให้ผู้ซื้อมีปัญหาการเงินหรือเกิดความไม่สะดวกอื่นๆ ได้ในภายหลัง ขายค่อยากหรือขายแล้วขาดทุน การตัดสินใจจึงต้องผ่านการไตร่ตรองอย่างรอบคอบและมีข้อมูลที่ดี นายหน้าจะช่วยให้

อีกทั้ง อสังหาริมทรัพย์ทุกประเภทจะมีลักษณะเฉพาะด้านกายภาพที่ไม่เหมือนกันเลย ส่งผลให้มูลค่าของทรัพย์สินแตกต่างกันไป และเป็นตัวกำหนดความประสงค์ของลูกค้าว่าพอใจจะทำการซื้อขายหรือไม่ ซึ่งลูกค้าทุกรายจะพยายามหาสินค้ามาเปรียบเทียบ หากเจ้าของบ้านซึ่งมีบ้านที่ต้องการขายอยู่เพียงหลังเดียว อาจจะไม่เข้าถึงลูกค้าที่มีความต้องการบ้านของตนได้โดยตรง ต่างจากนายหน้าที่มีสินค้าหลายรายการ หลายรูปแบบไว้นำเสนอลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกันไป ดังนั้น นายหน้าจึงมีโอกาสนำผู้ซื้อมาพบกับสินค้าที่ต้องการได้มากกว่าเจ้าของบ้านขายเอง

ขณะเดียวกัน ผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ไม่มีเงินสดเท่ากับมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ ต้องอาศัยสินเชื่อจากสถาบันการเงินสนับสนุน ซึ่งการขอสินเชื่อต้องมีหลักเกณฑ์ข้อกำหนดต่างๆ ในการปฏิบัติ ได้แก่ การขอกู้ การจำนอง การผ่อนชำระ ที่ผู้ซื้อทั่วไปมักไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ ดังนั้น นายหน้าจะมีบทบาทในการเป็นตัวแทนช่วยดำเนินกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ให้ได้

นอกจากนี้ การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์จะต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติต่างๆ ทางด้านกฎหมาย เช่น การจดทะเบียน สัญญาเช่าซื้อ การโอนเปลี่ยนมือกรรมสิทธิ์ ซึ่งจะมีเรื่องการเสียค่าธรรมเนียมและภาษีอากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนติดต่อกับพนักงานเจ้าหน้าที่ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต้องการความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรงทั้งสิ้น และนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ ในการซื้อขายมาอย่างเพียงพอเท่านั้น จึงจะสามารถช่วยเหลือและจัดการต่างๆ ที่สนองตอบความประสงค์ของทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้

<sup>36</sup> พัลลภ กฤตยานวัช, "บทบาทและภารกิจของนายหน้าอสังหาริมทรัพย์:ความเหมาะสมของระบบนายหน้าในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์,(กรุงเทพฯ:วารสารวิชาการธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประจำเดือน ตุลาคม-ธันวาคม, 2542).หน้า 41.