

การขายบ้านมือสองผ่านนายหน้าโดยการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และการทำ  
สัญญาแบบนายหน้าเปิด: กรณีศึกษา บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด



นายอริยุต ทัดตมนัส

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556


ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

OPEN LISTING AND EXCLUSIVE RIGHT TO SELL LISTING BROKER CONTRACTS FOR  
RESALE HOMES: A CASE STUDY OF MASTERHOME PROPERTY COMPANY LIMITED

The emblem of Chulalongkorn University, featuring a central figure holding a sword, surrounded by a sunburst of rays, all resting on a decorative base.

Mr. Athiyut Tattamanas

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Housing Development Program in Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การขายบ้านมือสองผ่านนายหน้าโดยการทำสัญญาแบบ  
นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และการทำสัญญาแบบนายหน้า  
เปิด: กรณีศึกษา บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด  
นายอริยุต ทัดตมนัส  
การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
รองศาสตราจารย์ ยุวดี ศิริ

โดย

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สุปรীชา หิรัญโร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ยุวดี ศิริ)

.....กรรมการ

(ดร. พร วิรุฬห์รักษ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต นิตยะ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.นนท์ สหายา)

อริยัต ทัตตมนัส : การขายบ้านมือสองผ่านนายหน้าโดยการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และการทำสัญญาแบบนายหน้าเปิด: กรณีศึกษา บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. (OPEN LISTING AND EXCLUSIVE RIGHT TO SELL LISTING BROKER CONTRACTS FOR RESALE HOMES: A CASE STUDY OF MASTERHOME PROPERTY COMPANY LIMITED) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ยุวดี ศิริ, 171 หน้า.

สัญญาที่บริษัทนายหน้ารับฝากขายบ้านจากผู้ขาย มีด้วยกัน 2 รูปแบบสัญญาคือ สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงรายละเอียดของสัญญาทั้ง 2 รูปแบบก่อนที่จะทำสัญญากับบริษัทนายหน้า การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารายละเอียดการทำสัญญาการขายบ้านมือสอง และศึกษาความเข้าใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อรูปแบบสัญญาและเหตุผลในการเลือกใช้บริการ โดยผลจากงานวิจัย อาจนำไปสู่การตระหนักถึงลักษณะของการให้บริการในสัญญาการขายบ้านมือสองทั้ง 2 ประเภท ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกทำสัญญาที่เหมาะสมกับความต้องการและอาจเป็นประโยชน์ในการช่วยลดค่าใช้จ่ายของค่าบริการนายหน้า และเวลาที่เสียไป

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวยินดีง่ายให้กับการบริการทำป้ายโฆษณา บริการพาผู้สนใจซื้อเข้าชมบ้าน และบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ ในส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิดยินดีง่ายให้กับการบริการทำป้ายโฆษณา บริการโฆษณาอินเทอร์เน็ตและบริการช่วยดูแลจัดหาแนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะของผู้ใช้สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว มีรายได้มากกว่า 100,000 บาท โดยมีเหตุผลการเลือกทำสัญญารูปแบบนี้เนื่องจากต้องการให้นายหน้าบริการให้ทุกขั้นตอนในการขาย เพราะกลุ่มดังกล่าวไม่มีเวลาให้กับการขายบ้าน และเชื่อว่าการทำงานแบบนี้จะให้นายหน้าทำงานให้ผู้ใช้บริการได้อย่างเต็มที่ ขณะที่ลักษณะของผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ มีรายได้ 20,000 - 40,001 บาท โดยกลุ่มผู้ใช้บริการเลือกสัญญานายหน้ารูปแบบนี้เนื่องจากต้องการขายบ้านเองด้วยเพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนค่านายหน้าในกรณีที่ผู้ใช้บริการสามารถขายบ้านได้เอง ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะมีเวลาให้กับการขายมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

ข้อเสนอแนะของการเลือกใช้บริการสัญญานายหน้า ผู้วิจัยได้ทำการเสนอแนะการบริการรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะแตกต่างกันโดยมีการให้บริการหลักประกอบด้วย การติดป้ายโฆษณา การทำนิติกรรม การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และมีการให้บริการเสริม ที่ผู้ใช้บริการสามารถเพิ่มเติมได้ประกอบด้วย การพาผู้สนใจซื้อเข้าชมบ้าน การจัดหาสินเชื่อ การตรวจสอบสภาพบ้าน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกบริการได้ตรงกับลักษณะอาชีพ รายได้ และความต้องการพื้นฐานอันจะเป็นการวิธีการบริการกับผู้ใช้บริการมากขึ้น เช่น บริการของกลุ่มผู้ที่ต้องการขายบ้านเร็วคือ การทำการตลาด การทำนิติกรรมการโอนถ่าย และการหาสินเชื่อ บริการของกลุ่มผู้ต้องการขายบ้านให้ได้คือบริการการตลาดและการทำนิติกรรม เป็นต้น โดยในส่วนของการคิดค่าบริการนั้นผู้วิจัยเห็นว่าควรอยู่กับพิจารณาของสมาคมนายหน้าและผู้เกี่ยวข้องต่อไป

ภาควิชา เคหการ

ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

ปีการศึกษา 2556

# # 5573355725 : MAJOR REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: EXCLUSIVE RIGHT TO SELL LISTING / OPEN LISTING

ATHIYUT TATTAMANAS: OPEN LISTING AND EXCLUSIVE RIGHT TO SELL LISTING  
 BROKER CONTRACTS FOR RESALE HOMES: A CASE STUDY OF MASTERHOME  
 PROPERTY COMPANY LIMITED. ADVISOR: ASSOC. PROF. YUWADEE SIRI, 171 pp.

In residential real estate, there are two commonly used forms of contract to sell a house with the aid of broker: the Exclusive Right to Sell listing and the Open listing. Some consumers are not familiar with the details of the two forms. The objective of this study was to investigate types of contract in the residential resale housing market, customers' understanding of contract details, and the reasons for using a real estate broker service. The results of the study may lead to a better understanding of the nature of contract services for resale houses which will allow consumers to choose the contract that suits their needs. Also, it may be helpful in reducing the cost of commissions to consumers.

The study found that consumers who accept contracts of the Exclusive Right to Sell listing are willing to pay the brokerage for billboard and internet advertising service, and to accompany potential buyers on home showings and to prepare legal documentation. Consumers who accept contract of the Open listing type are similarly willing to pay a brokerage for billboard and internet advertising services, and loans advice as well as legal documentation. Consumers who choose contract of Exclusive Right to Sell listings were mainly employees and private business owners with earnings over 100,000 baht per month. They tended to choose this type of contract as they seek full commission brokerage services for every stage in the sales process believing this will provide the best service. On the other hand, Also consumers who choose Open listing contracts were mainly officials with earnings from 20,001 – 40,000 baht per month who select open listings. because they want to sell the house themselves to minimize commission cost. This group also tends to have more time to devote to the sales process than those choosing Exclusive Right to Sell listing.

The researchers have suggested the provision of various types of service to help brokers meet the needs of different types of consumers. The main services recommended are billboard and internet advertising, legal services and additional services such as home showings for interested buyers, arranging mortgages, and home inspections. These services should be offered to suit the career, income level and basic needs of consumers. For customers requiring quick sales it is recommended brokers provide legal, marketing and mortgage credit services. Researchers recommend fees for such broker services should be based on the consideration of fee schedules of the Association of Realtors.

Department: Housing Student's Signature .....

Field of Study: Real Estate Development Advisor's Signature .....

Academic Year: 2013

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ขอขอบพระคุณความกรุณาและความช่วยเหลือจาก รศ. ยุวดี ศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษาแนวทางการศึกษาเรื่องนี้ รวมถึงข้อคิดเห็นในการวิจัยต่างๆ และการแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบคุณอาจารย์ท่านต่างๆ ที่ได้ช่วยประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตั้งแต่ที่ได้เข้ามาศึกษาหลักสูตร

นอกจากนี้ขอขอบคุณกลุ่มนายหน้า ตัวแทนบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ที่กรุณาให้ความรู้ด้านการซื้อขายบ้าน เสนอแนะเนื้อหาของการฝากขายบ้าน ช่วยตรวจสอบข้อมูลต่างๆ และช่วยประสานงานติดต่อสำหรับการสัมภาษณ์กับผู้ฝากขายบ้าน และผู้ฝากขายบ้านทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ รวมถึงช่วยเสนอแนะแนวทางให้การสัมภาษณ์กับผู้วิจัย

ขอขอบคุณครอบครัวและคนใกล้ชิด ที่ได้ให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ นานา ทั้งดูแลให้กำลังใจ ตลอดช่วงการเรียนหลักสูตรนี้ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	1
สารบัญตาราง.....	3
หน้า.....	3
สารบัญภาพ.....	5
หน้า.....	5
สารบัญแผนภูมิ.....	6
หน้า.....	6
บทที่ 1 บทนำ.....	7
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	7
1.2 วัตถุประสงค์.....	12
1.3 ขอบเขตงานวิจัย.....	13
1.4 วิธีการวิจัย.....	13
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	15
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	18
1.7 ข้อตกลงในงานวิจัยเบื้องต้น.....	18
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านความพึงพอใจ.....	20
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบ้านมือสอง.....	24
2.3 ทฤษฎีนายหน้า (The Broker).....	26
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบปากต่อปาก.....	33
2.5 ทฤษฎีการชักจูงและโน้มน้าว.....	38
2.6 สมาคมนายหน้าสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	40
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43

บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของขั้นตอนการให้บริการของนายหน้า .....	44
3.1 สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว.....	45
3.2 สัญญานายหน้าเปิด .....	59
บทที่ 4 การศึกษาผู้ใช้บริการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบ นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว .....	66
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	67
4.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา.....	71
4.3 การรับรู้การใช้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว...	73
4.4 ความต้องการการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า .....	75
4.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า .....	76
บทที่ 5 การศึกษาผู้ใช้บริการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบ นายหน้าเปิด.....	79
5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	80
5.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา.....	82
5.3 การรับรู้การใช้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด .....	84
5.4 ความต้องการการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า .....	85
5.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า .....	87
บทที่ 6 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	90
6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลของการใช้บริการนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวและนายหน้าเปิด ..	90
6.2 เหตุผลของการยินดีจ่ายค่าบริการขั้นตอนต่างๆ.....	98
6.3 สรุปผลความต้องการใช้บริการมากที่สุดของผู้ใช้บริการ สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวและ สัญญานายหน้าเปิด .....	100
6.4 สรุปรูปแบบสัญญานายหน้า ลักษณะข้อมูลทั่วไป เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และการบริการ สัญญานายหน้า .....	103
6.5 ข้อเสนอแนะการให้บริการผู้ฝากขาย.....	105
รายการอ้างอิง .....	113
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	171



## สารบัญตาราง

### หน้า

ตารางที่ 1.1	ตัวแปรและเครื่องมือในการวิจัย .....	17
ตารางที่ 2.1	แสดงความแตกต่างระหว่างการขายเองกับการฝากขายกับตัวแทนหน้า .....	32
ตารางที่ 3. 1	ความแตกต่างการให้บริการระหว่างสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญา รูปแบบนายหน้าเปิด.....	64
ตารางที่ 4.1	แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
ตารางที่ 4.2	แสดงรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง .....	68
ตารางที่ 4.3	แสดงสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่างที่ 1. 3 ตัวอย่าง.....	69
ตารางที่ 4.4	แสดงข้อมูลบ้านที่ต้องการขาย .....	70
ตารางที่ 4.5	แสดงระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้า และการตัดสินใจในการต่อสัญญาเมื่อหมด เวลาการทำสัญญา.....	71
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบเหตุผลการเลือกใช้บริการนายหน้า.....	73
ตารางที่ 4.7	แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา .....	74
ตารางที่ 4. 8	แสดงที่มารู้ของผู้ที่ทราบรายละเอียดของการทำสัญญา .....	74
ตารางที่ 4. 9	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายได้รับ .....	75
ตารางที่ 4.10	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายยินดีจ่ายเพื่อให้ได้บริการ .....	76
ตารางที่ 4.11	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 บริการ.....	77
ตารางที่ 5.1	แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	80
ตารางที่ 5.2	แสดงรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง .....	81
ตารางที่ 5.3	แสดงสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
ตารางที่ 5.4	แสดงข้อมูลบ้านที่ต้องการขาย .....	82
ตารางที่ 5.5	แสดงระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้า และการตัดสินใจในการต่อสัญญาเมื่อหมด เวลาการทำสัญญา.....	83
ตารางที่ 5.6	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบเหตุผลการเลือกใช้บริการนายหน้า.....	84
ตารางที่ 5.7	แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา .....	84
ตารางที่ 5.8	แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทจากข้อมูลต่างๆ.....	85
ตารางที่ 5.9	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายได้รับ.....	86
ตารางที่ 5.10	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายยินดีจ่ายเพื่อให้ได้บริการ .....	87
ตารางที่ 5.11	แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรก.....	88

ตารางที่ 6.1 ความสัมพันธ์ของอาชีพผู้ใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ .....	96
ตารางที่ 6.2 ความสัมพันธ์ของเหตุผลการเลือกใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ.....	97
ตารางที่ 6.3 ความสัมพันธ์ของอาชีพ รายได้ และการรับรู้เกี่ยวกับการทำสัญญา กับ การใช้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 อันดับ .....	102
ตารางที่ 6.4 แสดงรูปแบบการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการได้ โดยสรุปจากการยินดีจ่ายให้กับบริการของผู้ใช้บริการ 3 อันดับแรกในแต่ละปัจจัย.....	104
ตารางที่ 6.5 แสดงลำดับความสำคัญของการบริการ .....	106
ตารางที่ 6.6 แสดงบริการที่ผู้ใช้บริการแต่ละเหตุผลต้องการ.....	109
ตารางที่ 6.7 บริการที่ผู้ใช้บริการเลือกบริการแต่ละบริการ .....	111

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงวิธีการดำเนินการวิจัยของผู้วิจัย .....	15
ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบงานวิจัยของผู้วิจัย .....	16
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบความพึงพอใจในการบริการ .....	23
ภาพที่ 2.2 การบอกต่อ แบบปากต่อปาก .....	36
ภาพที่ 3.1 การถ่ายรูปบ้านของตัวแทนนายหน้า.....	49
ภาพที่ 3.2 การเลือกทำเลของบ้านที่ประกาศขาย กรณีเว็บไซต์ <a href="http://www.dealfish.com">www.dealfish.com</a> .....	50
ภาพที่ 3.3 ลักษณะการติดป้ายประกาศของตัวแทนนายหน้า.....	51
ภาพที่ 3.4 ป้ายประกาศขายบ้านของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด .....	52
ภาพที่ 3.5 ป้ายประกาศขายบ้านของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด .....	52
ภาพที่ 3.6 การติดป้ายประกาศขายบ้านที่หน้าบ้าน .....	53
ภาพที่ 3.7 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของบริษัท .....	54
ภาพที่ 3.8 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของในเว็บไซต์ประกาศขายบ้าน .....	55
ภาพที่ 3.9 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของในเว็บไซต์ประกาศขายบ้าน .....	55
ภาพที่ 3.10 ลักษณะการประกาศในเว็บไซต์ .....	56
ภาพที่ 3.11 ธนาครที่ตัวแทนนายหน้าสามารถติดต่อได้ในกรณี บริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด.....	58

## สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 1.1 อัตราส่วนการซื้อขายบ้านในปี 2555 .....	8
แผนภูมิที่ 1.2 จำนวนบ้านมือสองพร้อมขาย ในระหว่างปี 2542 – 2555.....	9
แผนภูมิที่ 6.1 อาชีพของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ .....	91
แผนภูมิที่ 6.2 รายได้ครัวเรือนของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ.....	91
แผนภูมิที่ 6.3 ระยะเวลาของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ .....	92
แผนภูมิที่ 6.4 การต่อสัญญาของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ .....	93
แผนภูมิที่ 6.5 การรับรู้ถึงรายละเอียดของสัญญา ของผู้ให้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ .....	94

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

บ้านมือสอง (RESALE HOME) เป็นที่เข้าใจของคนทั่วไป หมายถึงบ้านที่เจ้าของซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์ต้องการเปลี่ยนมือ โดยการซื้อขายบ้านมือสองนั้นเริ่มมีจำนวนมากขึ้นหลังจากช่วงปีพ.ศ. 2538-2540 ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวมีจำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อนที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การก่อสร้างบ้านใหม่เริ่มชะลอตัวลง ส่วนบ้านที่ถูกซื้อเข้ามาเพื่อหวังทำกำไรในอนาคตก็ถูกขายเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย<sup>2</sup> ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 – 2548 จึงมีการซื้อขายบ้านมือสองในตลาดจำนวนมาก โดยจากข้อมูลของธนาคารอาคารสงเคราะห์พบว่าในปีพ.ศ. 2542 มีจำนวนบ้านมือสองอยู่ประมาณ 420,000 หลัง และในปีพ.ศ. 2548 มีจำนวนประมาณ 450,000 หลัง ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่มีการซื้อขายบ้านมือสองเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการก่อสร้างโครงการที่อยู่อาศัยใหม่มีการชะลอตัวลง เพราะสภาพเศรษฐกิจไม่ดี และรัฐบาลได้ออกมาตรการต่างๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชน โดยมีนโยบายการลดค่าธรรมเนียมการโอน และการลดค่าจ่านอง การลดหย่อนภาษี ทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยภาพรวมมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง<sup>1</sup>

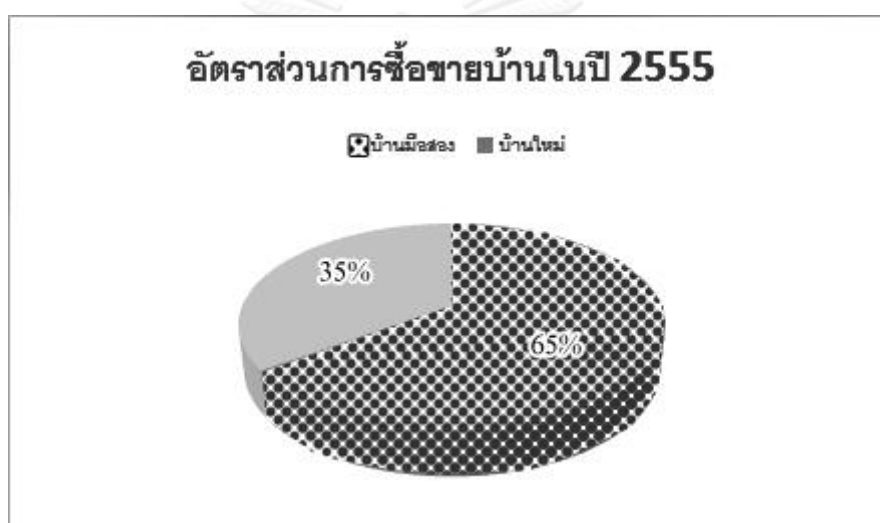
ในปีพ.ศ. 2549 – 2553 ตลาดบ้านมือสองเริ่มมีการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บ้านมือหนึ่ง ที่มีการลดราคาและโปรโมชั่นมากมาย ทำให้ราคาของที่อยู่อาศัยมือหนึ่ง กับที่อยู่อาศัยมือสองมีราคาที่ไม่แตกต่างกันมาก โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2551 เป็นช่วงเวลาที่เห็นได้อย่างชัดเจนเนื่องจากการเกิดโครงการอาคารชุด ติดท่าเลรถไฟฟ้าที่มีจำนวนมาก ในปีพ.ศ. 2553 ที่ตลาดบ้านมือสองชะลอตัวลงกว่า 10% ซึ่งจากข้อมูลของธนาคารอาคารสงเคราะห์พบว่าจำนวนบ้านมือสองอยู่ประมาณ 300,000 – 350,000 หลัง โดยในช่วงเวลาดังกล่าวมีบริษัทตัวแทนนายหน้า หรือ โบรกเกอร์ มีจำนวนลดลงจากตลาดอสังหาริมทรัพย์จำนวนมาก เหลือเพียงบริษัทตัวแทนนายหน้าขนาดใหญ่และ ขนาดกลางเพียงไม่กี่ราย

ในปีพ.ศ. 2554 -2555 ตลาดที่อยู่อาศัยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ ทำให้การซื้อขายโครงการบ้านสร้างใหม่ในพื้นที่ที่ถูกอุทกภัยชะลอตัวลงอย่างมาก ด้วยเหตุการณ์ดังกล่าวได้สร้างความเสียหายให้กับอาคารที่อยู่อาศัยรวม 1,654,044 หลัง ส่งผลให้มีบ้านที่อยู่ในพื้นที่อุทกภัยมากขึ้น โดยจากการคาดประมาณของธนาคารอาคารสงเคราะห์คาดว่าจะมีบ้านมือสองเพิ่มขึ้นในตลาดจำนวน 10-15% หรือประมาณ 200,000 หลัง ทำให้มีปริมาณบ้านมือสองในตลาดรวม 500,000 หลัง ในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปีพ.ศ. 2555 สถานการณ์บ้านมือสองยังอยู่ในสภาพที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ซื้อยังคงมีความลังเล และทำให้ชะลอการตัดสินใจซื้อเนื่องจากกลัวที่จะเกิดเหตุการณ์อุทกภัยขึ้นอีกครั้ง อีกปัจจัยหนึ่งที่จะมีผลต่อตลาดบ้านมือสองก็คือ มาตรการ

<sup>1</sup> ธนาคารอาคารสงเคราะห์, "บ้านมือสองในประเทศไทย," ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2553).

ช่วยเหลือเรื่องอสังหาริมทรัพย์ที่ยังไม่ครอบคลุมบ้านมือสอง ทั้งเรื่องมาตรการบ้านหลังแรก มาตรการดอกเบี้ย 0% 3 ปี ที่ไม่ได้มีส่วนกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

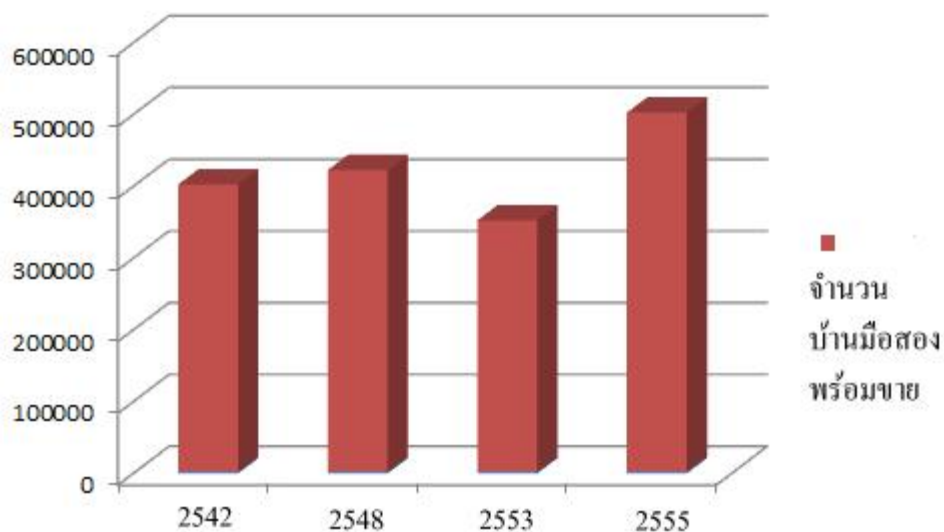
ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีพ.ศ. 2555 สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ได้เผยว่ายอดการซื้อขายบ้านมือสองเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากจากช่วงปลายไตรมาสที่ 2 และมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นจนถึงปีพ.ศ. 2556 โดยหากพิจารณาการโอนกรรมสิทธิ์ในช่วงปีพ.ศ. 2555 พบว่ายอดโอนบ้านแนวราบมีสัดส่วน 57% อาคารสูง 43% โดยเป็นบ้านมือสอง 40% อาคารชุดมือสอง 25% ซึ่งถือว่าเป็นแนวโน้มที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการซื้อขายบ้านมือสองที่ยังมีอยู่มากในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล<sup>2</sup>



แผนภูมิที่ 1.1 อัตราส่วนการซื้อขายบ้านในปี 2555

จากที่กล่าวถึงสถานการณ์บ้านมือสองในช่วงปี 2542 – 2555 ให้สามารถสรุปแนวโน้มของบ้านมือสองได้ว่ามีจำนวนบ้านมือสองพร้อมขายเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีการชะลอตัวลงจากปี 2548 – 2553 แต่ด้วยผลจากการเกิดเหตุการณ์อุทกภัยทำให้มีบ้านมือสองเพิ่มสูงอย่างมากในปี 2555 ซึ่งจากมุมมองของสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ และบริษัทตัวแทนนายหน้าต่างเห็นจากการประกาศผังเมืองใหม่ของกรุงเทพมหานครทำให้การเกิดที่อยู่อาศัยใหม่ในบริเวณตัวเมืองเป็นในรูปแบบของแนวสูง ซึ่งในปัจจุบันของสังคมไทยยังมีกลุ่มคนที่มีค่านิยมแบบเก่าที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่กว้าง และอยู่ในทำเลเมือง บ้านมือสองนั้นจึงเป็นอีกทางเลือกของกลุ่มดังกล่าว

<sup>2</sup> สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์, "สถานการณ์บ้านมือสอง," สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ (2555).



แผนภูมิที่ 1.2 จำนวนบ้านมือสองพร้อมขาย ในระหว่างปี 2542 – 2555

สำหรับผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสองส่วนใหญ่นั้นจะมีปัจจัยหลายประการโดยสามารถสรุปปัจจัยหลักได้ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทศคนคติต่อบ้านมือสองดีขึ้นมากเมื่อเทียบกับแต่ก่อน ลูกค้ายอมรับบ้านมือสองมากขึ้น เพราะบ้านมือสองได้เปรียบในเรื่องของทำเล ราคาการคมนาคม การประหยัดค่าพลังงานในการเดินทาง รวมถึงผลทางอ้อมในการลดปัญหาทางสังคม

2) การขายบ้านมือสองผ่านบริษัทนายหน้าในปัจจุบัน ทางบริษัทนายหน้าได้พัฒนาจากรูปแบบขายสภาพเดิมที่ลูกค้าต้องปรับปรุงตกแต่งเอง มาเป็นการปรับปรุงตกแต่งให้เป็นบ้านสภาพพร้อมเข้าอยู่ทันที หรือบริษัทนายหน้าบางแห่งมีสถาปนิกคอยออกแบบบ้านใหม่หากผู้ซื้อต้องการรื้อบ้านเก่าทิ้งและสร้างใหม่ หรือ Renovate ใหม่

3) บ้านมือสองมีราคาที่ถูกลงกว่าบ้านใหม่

4) การขยายตัวทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ทำให้มีอำนาจซื้อ

5) ตลาดบ้านมือสองในปัจจุบันมีจำนวนบ้านในตลาดมากขึ้น ทำให้ผู้ซื้อมีตัวเลือกมากขึ้น อีกทั้งยังมีช่องทางในการซื้อขายหลายช่องทาง

สำหรับผู้ที่ต้องการขายบ้านมีช่องทางการขายบ้านหลายช่องทางขึ้นอยู่กับความตั้งใจของผู้ขาย โดยช่องทางการขายบ้านสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1) เจ้าของซื้อขายเองโดยตรง

การขายโดยตรง เป็นวิธีที่ธรรมดาและยังเป็นวิธีง่ายที่สุดในการเจรจาซื้อขาย เพราะผู้ขายสามารถต่อรองราคากับผู้ซื้อโดยตรง การซื้อขายประเภทนี้ช่วยเสริมความมั่นใจให้กับผู้ซื้อได้ว่าสามารถเข้าพักรักษาตัวได้โดยไม่ต้องผ่านอำนาจศาล ในการต้องขับไล่เจ้าของเดิมเพื่อเข้าอยู่ เพียงแต่วิธีนี้ผู้ขายจะต้องดำเนินการเองทั้งหมดตั้งแต่ขั้นตอนการประกาศขาย จนถึงการทำนิติกรรมและสัญญา ซึ่งโดยส่วนมากจะมีปัญหาเรื่องนิติกรรมและสัญญา หากผู้ซื้อและผู้ขายโดยหากไม่ได้ตรวจสอบเอกสารสัญญาอย่างรอบคอบจะมีผลเป็นปัญหาใหญ่ภายหลัง วิธีการนี้ผู้ขายอาจจะต้องมีความรู้เรื่องสัญญา หรือขอความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญจะสามารถช่วย

### 2) การซื้อขายผ่านสถาบันการเงิน

การขายผ่านสถาบันการเงิน เช่น สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐ และบริษัทประมวลเอกชน เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่มีความนิยมมากขึ้นจากผู้ซื้อ เนื่องจากมีบ้านให้เลือกจำนวนมากและราคาต่ำกว่าราคาตลาด สำหรับสถาบันการเงินนั้น การขอสินเชื่อยิ่งง่ายและมีอัตราดอกเบี้ยอาจต่ำกว่าการซื้อบ้านจากแหล่งอื่น เนื่องจากธนาคารเจ้าของทรัพย์สินเป็นคนออกสินเชื่อให้เอง และบางแห่งจะยกเว้นค่าธรรมเนียมหรืออำนวยความสะดวกอื่นๆ แต่ถึงกระนั้นสภาพของบ้านที่ได้จากการซื้อด้วยวิธีการนี้อาจจะมีสภาพทรุดโทรมกว่าการซื้อบ้านจากนายหน้า หรือเจ้าของโดยตรง

### 3) การซื้อขายผ่านคนกลาง

การซื้อผ่านนายหน้า นอกจากมีบ้านให้เลือกจำนวนมาก แบ่งแยกตามพื้นที่ ราคา ไปได้ตรงใจผู้ซื้อ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลา และมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง บ้านมือสองที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทเหล่านี้จะได้รับการคัดสรรและกรองมาแล้ว อีกทั้งตัวแทนจะเป็นคนดำเนินการเรื่องเกือบทุกอย่างให้ ตั้งแต่พาไปดูบ้านที่เลือกไว้ เจจราคา จัดการสัญญา เงินกู้ธนาคาร โดยสำหรับค่าบริการนายหน้าหากเป็นนายหน้าท้องถิ่นจะมีค่าบริการไม่เกิน 3% ของ ราคาขาย และค่าบริการของนายหน้าในสังกัดบริษัทนายหน้าจะมีค่าบริการ 3-4% ของราคาขายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตกลงราคากันระหว่างผู้ฝากขายกับนายหน้า โดยวิธีนี้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ขายที่ต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินการซื้อขาย

จากที่กล่าวมาในหากที่อยู่อาศัยไม่ได้ติดคดี หรือ ถูกยึด ทางเจ้าของที่อยู่อาศัยการเลือกขายบ้านของตนผ่านวิธีการขายเองโดยตรง หรือ ขายผ่านคนกลาง โดยการซื้อขายผ่านคนกลางนั้นจะมีผ่านบุคคลหลายประเภท ได้แก่ ฝากขายผ่านคนรู้จักหรือญาติ ฝากขายผ่านนายหน้าทั่วไป ฝากขายผ่านบริษัทนายหน้า เป็นต้น โดยการฝากขายผ่านบริษัทนายหน้านั้นเป็นการฝากขายที่น่าเชื่อถือที่สุด โดยบริษัทนายหน้าในปัจจุบันสามารถสรุปรูปแบบการทำสัญญาการขายได้ 2 ประเภทดังนี้

1) นายหน้ามีสิทธิซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right to Sell Listing) สัญญารูปแบบนี้ผู้ขายจะได้รับการบริการจากนายหน้าอย่างเต็มที่ เป็นวิธีที่การฝากขายที่มีความรวดเร็วและมี



ประสิทธิภาพที่สุด สำหรับการให้บริการโดยบริษัทนายหน้าส่วนใหญ่ที่ใช้สัญญาในรูปแบบนี้จะมีขั้นตอนการให้บริการส่วนใหญ่ดังนี้

- บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน
  - ตรวจสอบสภาพทรัพย์สินทุกครั้งก่อนนำมาทำการตลาด เพื่อหาจุดเด่นและจุดบกพร่อง ถ้าทรัพย์สินชิ้นใดมีปัญหาทางด้านโครงสร้างห้ามรับเข้ามาทำการตลาด
  - ตรวจสอบกรรมสิทธิ์ การอายัด การเวนคืน ของทรัพย์สิน
- บริการสินเชื่อ
  - บริการจัดเตรียมเอกสารสำหรับการขอสินเชื่อ พาผู้ซื้อยื่นขอสินเชื่อ
  - พาฝ่ายประเมินฯ ของทางสถาบันการเงินที่ขอสินเชื่อ เข้าทำการประเมิน
- บริการตลาด
  - สํารวจ ราคาตลาด คู่แข่งหรือสินค้าทดแทนกันได้เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดขาย
  - ติดป้ายประกาศประกาศขาย ถ่ายภาพนำมาลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
  - พาผู้สนใจเยี่ยมชมทรัพย์สิน พร้อมให้ข้อมูลในเรื่องสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก เส้นทางคมนาคม และอื่นๆ
  - นำข้อเสนอต่างๆ จากผู้สนใจซื้อ ราคา เงื่อนไข เสนอต่อผู้ขาย พร้อมทั้งช่วยเจรจา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปที่เป็นที่พึงพอใจและเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย
- บริการนิติกรรมตลาด
  - ตรวจสอบค่าใช้จ่าย อาทิ ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าอากร ค่าภาษีต่างๆ เพื่อแจ้งทั้งผู้ซื้อ และผู้ขายทราบ
  - ตรวจสอบยอดค่างชำระในกรณีที่ทรัพย์สินที่ตกลงซื้อขายได้นั้นติดจำนอง ก่อนวาง เงิน มัดจำ ถ้าจำเป็นต้องประนอมหนี้ก็จะดำเนินการให้และแจ้งให้ผู้จะรับทราบ
  - ดูแลการทำนิติกรรมให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของทั้งสองฝ่าย
  - ตรวจสอบค่างชำระต่างๆ เช่น ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ก่อนการโอน กรรมสิทธิ์
  - บริการด้านการโอนกรรมสิทธิ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ณ สำนักงานที่ดิน

- บริการด้านการโอนสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย

2) นายหน้าเปิด (No Listing) รูปแบบการทำสัญญาขาย โดยผู้ขายสามารถมอบหมายการขายให้กับนายหน้าหลายราย โดยในปัจจุบันทางบริษัทจะทำการตกลงกับผู้ให้บริการว่าหากนายหน้าเจ้าใดสามารถขายบ้านได้ จะได้รับค่าบำเหน็จ โดยในกรณีของการทำสัญญาแบบนี้จะมีความเสี่ยงต่อนายหน้า เพราะมีโอกาสที่ไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายบ้าน ซึ่งในการทำสัญญานี้ ผู้วิจัยพบว่าจะมีรูปแบบการให้บริการแบบคล้ายกับการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว หรือแตกต่างกันตามรูปแบบการทำงานของนายหน้าในแต่ละบริษัท

จากที่กล่าวมา ลักษณะการให้บริการของสัญญาทั้ง 2 ประเภทมีขั้นตอนที่ใกล้เคียงกัน เพียงแต่จะมีความแตกต่าง โดยรูปแบบสัญญานายหน้ามีสิทธิ์ซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวนั้นจะมีค่าบำเหน็จนายหน้าประมาณ 3-4% แต่ด้วยการทำสัญญาลักษณะนี้ นายหน้าจะสามารถทำงานขายโดยมั่นใจว่าจะสามารถได้รับผลตอบแทนของตนแน่นอน ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ส่วนสัญญานายหน้าเปิดนั้นจะมีค่าบำเหน็จนายหน้าประมาณ ต่ำกว่า 3 - 4 % เนื่องจากมีโอกาสที่นายหน้าท้องถิ่นจะสามารถขายบ้านให้กับผู้ให้บริการได้ก่อนนายหน้าสังกัดบริษัท หรือลูกค้าจะติดต่อกับผู้ซื้อได้เอง ทำให้มีโอกาสที่นายหน้าจะไม่ได้รับค่าตอบแทน ซึ่งถึงแม้ว่าสัญญารูปแบบนี้จะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ฝากขายสามารถฝากขายได้หลายช่องทาง แต่ก็มีโอกาสที่นายหน้าจะไม่มีเชื่อมั่นในการทำงาน โดยในตรงจุดนี้เองที่ในปัจจุบันผู้ขายบ้านส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจถึงรายละเอียดของทั้งการทำสัญญาทั้ง 2 ประเภทดี

ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจประเด็นในเรื่องของรายละเอียดการทำสัญญาการขายบ้านมือสองทั้ง 2 ประเภท ขั้นตอนการให้บริการ ค่าใช้จ่ายการให้บริการการทำสัญญาทั้ง 2 ประเภทของบริษัทนายหน้า ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร ประกอบกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทนายหน้าบ้านมือสองที่ได้ทำสัญญาในการซื้อขายนั้น ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกคุ้มค่าที่จะใช้บริการนายหน้าหรือไม่ โดยผลจากงานวิจัย อาจนำไปสู่การตระหนักถึงลักษณะของการให้บริการในสัญญาการขายบ้านมือสองทั้ง 2 ประเภท ทำให้ผู้ให้บริการฝากขายบ้านมือสอง สามารถเลือกทำสัญญาที่เหมาะสมกับความต้องการของตน และอาจเป็นประโยชน์ในการช่วยลดค่าใช้จ่ายของค่าบริการนายหน้า และลดต้นทุนทางด้านเวลา

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาขั้นตอนการให้บริการ ค่าใช้จ่าย ของบริษัทนายหน้าบ้านมือสองของรูปแบบการทำสัญญาการขายทั้ง 2 ประเภท อันได้แก่ สัญญาประเภทนายหน้าเปิด และสัญญาประเภทนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

2. ศึกษาความเข้าใจของผู้ใช้บริการฝากขายที่มีต่อบริษัทผู้ให้บริการรวมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับบริษัทนายหน้าบ้าน

### 1.3 ขอบเขตงานวิจัย

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้เลือกบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเนื่องจากเป็นบริษัทนายหน้าที่มีการทำสัญญาแบบนายหน้าเปิด และการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยจะศึกษาจากกลุ่มประชากรดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ตัวแทนนายหน้า ผู้บริหาร ของบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เพื่อสอบถามขั้นตอนการให้บริการ

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มผู้ใช้บริการ ที่ฝากขายบ้านของบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยทำสัญญารูปแบบปิด

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มผู้ใช้บริการ ที่ฝากขายบ้านของบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยทำสัญญารูปแบบเปิด

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาลักษณะการให้บริการของนายหน้าตัวแทนบริษัทผู้ให้บริการสัญญาแบบนายเปิด และสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ ค่าใช้จ่าย
2. ลักษณะการใช้บริการของผู้ฝากขายบ้าน ได้แก่ ขั้นตอนที่ผู้ฝากขายได้รับบริการ และความรู้สึกพึงพอใจกับบริการที่ตนได้รับจากการทำสัญญา

### 1.4 วิธีการวิจัย

#### 1. การสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษานวนคิด ทฤษฎี สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งบทความ วารสาร เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาซื้อขายบ้านมือสอง และขั้นตอนการให้บริการจากบริษัทนายหน้า

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะจง และการสังเกต กลุ่มตัวอย่าง 2 ประเภท ในการเก็บข้อมูล ได้แก่

- กลุ่มนายหน้าตัวแทนของบริษัท และผู้บริหารของบริษัท โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก
- กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการทำสัญญากับบริษัท โดยแบ่งประเภทดังนี้

1) กลุ่มที่ทำสัญญาประเภทนายหน้าปิด 15 คน

2) กลุ่มที่ทำสัญญาประเภทนายหน้าเปิด 15 คน

โดยใช้ข้อมูลกลุ่มลูกค้าจากบริษัทตัวแทนนายหน้า ได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ฝากขายบ้านกับบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ในช่วงเวลาที่เข้าพบกับนายหน้าของบริษัทเพื่อตรวจรับบ้าน หรือ ช่วงการปิดการขาย และทางบริษัทได้ให้ความร่วมมือโดยการให้ข้อมูลโทรศัพท์ในการติดต่อกับกลุ่มผู้ใช้บริการ

## 2. นำเสนองานวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 รวบรวมและศึกษาการให้บริการของบริษัททั้ง 2 สัญญา เพื่อให้เป็นแนวทางในการอธิบายความแตกต่างของรูปแบบการให้บริการของทั้ง 2 สัญญา

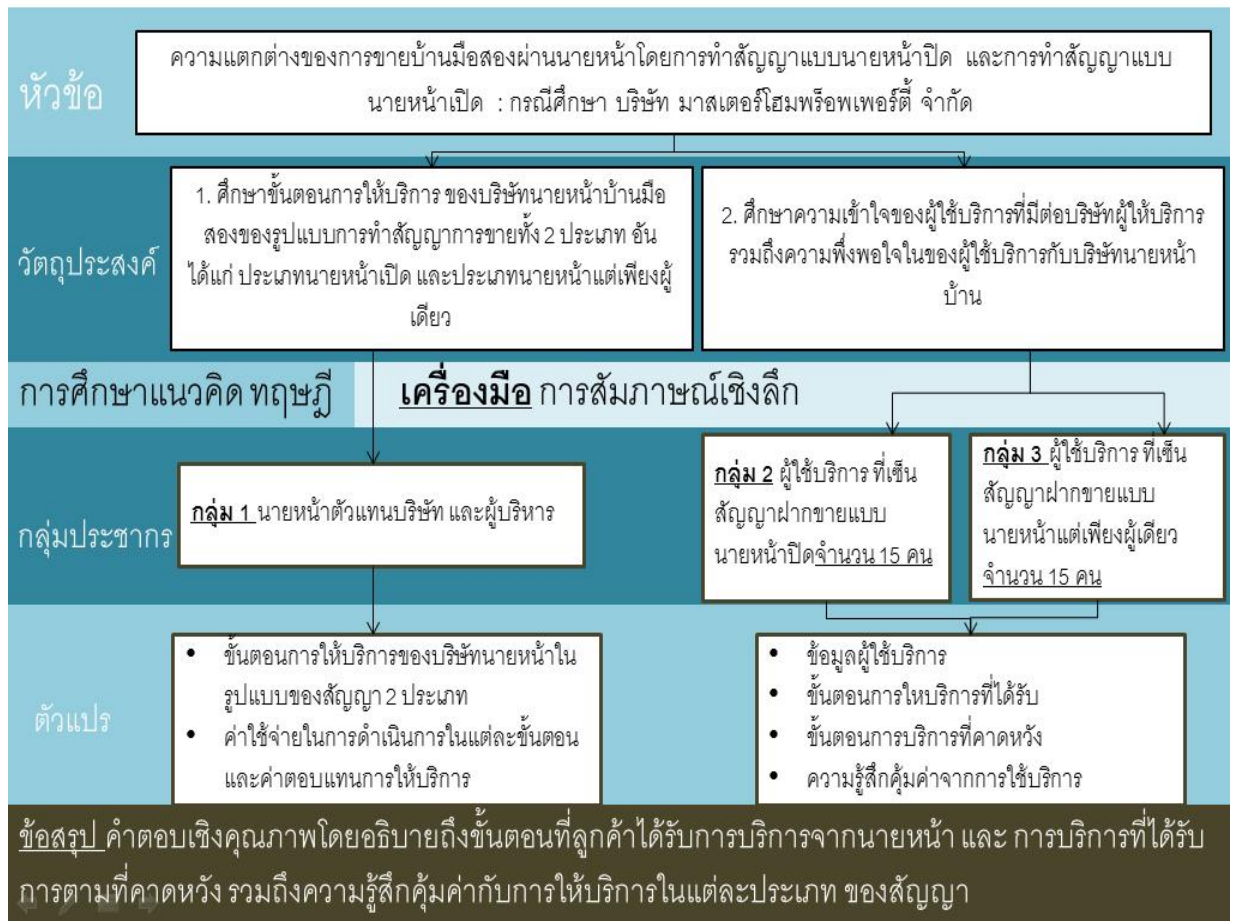
2.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ทำการขายบ้านมือสองผ่านบริษัทผู้ให้บริการทั้ง 2 สัญญา

## 3. สรุปและเสนอแนะ

การนำเสนองานวิจัยเป็นรูปแบบของข้อสรุปเป็นเชิงคุณภาพโดยอธิบายถึงขั้นตอนที่ลูกค้าได้รับการบริการ และ การบริการที่ได้รับการตามที่คาดหวัง รวมถึงความรู้สึกคุ้มค่ากับการให้บริการในแต่ละประเภท ของสัญญา

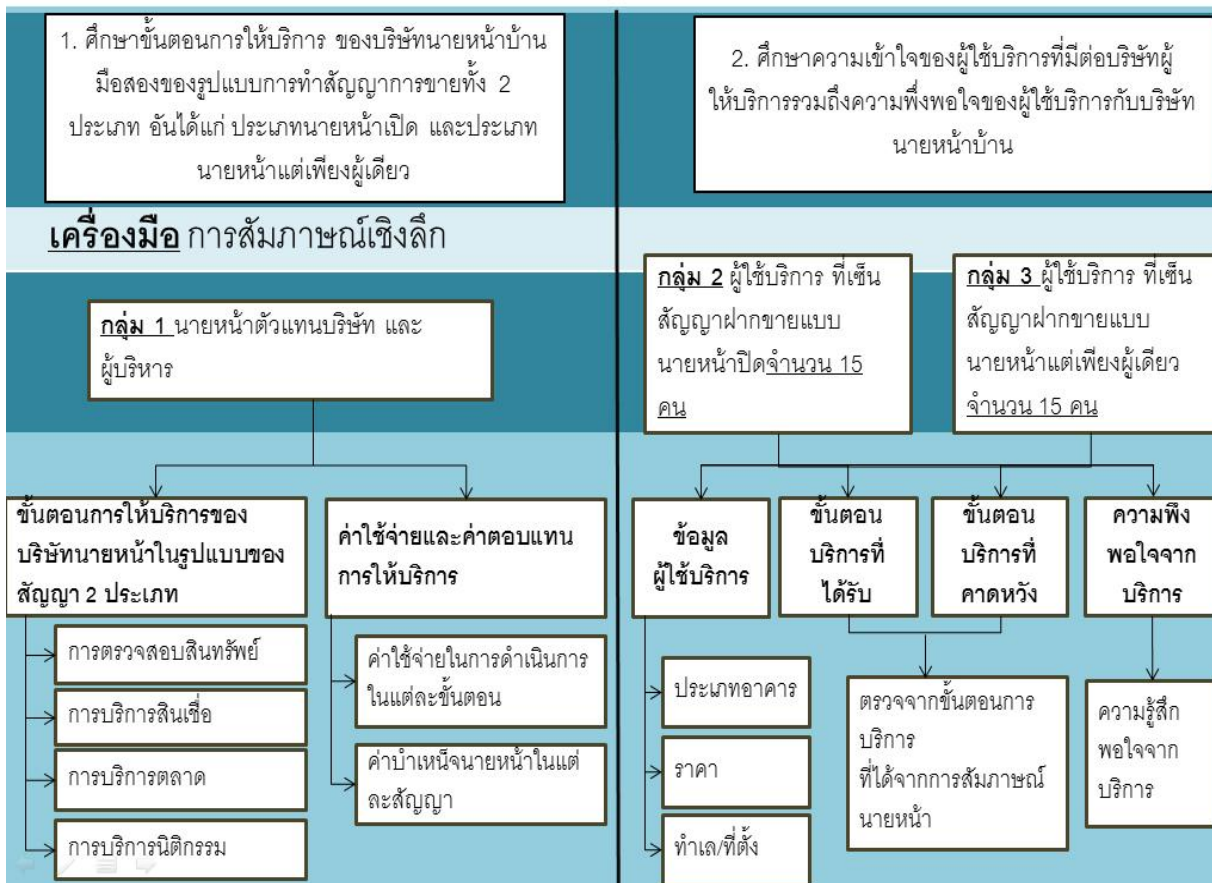
## 1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

## วิธีการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงวิธีการดำเนินการวิจัยของผู้วิจัย

## กรอบงานวิจัย



ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบงานวิจัยของผู้วิจัย



## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**บ้านมือสอง** คือ บ้านที่มีการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของมากกว่า 1 ครั้ง

**บริษัทนายหน้า** คือ บริษัทตัวแทนนายหน้าซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

**ผู้ใช้บริการ** คือ ผู้ขายบ้านหรือกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของให้บุคคลอื่นโดยใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการการช่วยขายบ้าน หรือกรรมสิทธิ์

**คำบำเหน็จของนายหน้า** คือ ค่าตอบแทนของนายหน้า เมื่อสามารถทำการซื้อขายบ้านได้ตามสัญญา

**สัญญานายหน้าแบบนายหน้าเปิด** คือวิธีการมอบหมายขายแบบนายหน้าเปิด ผู้ขายมอบให้นายหน้าทุกคนสามารถทำการขาย โดยการไม่มีการจำกัดจำนวนนายหน้า

**สัญญานายหน้าแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว** คือ สัญญาที่นายหน้าแต่เพียงผู้เดียวหรือมีเอกสิทธิ์ในการขาย

## 1.7 ข้อตกลงในงานวิจัยเบื้องต้น

โดยการเลือกบริษัท กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ ในการเลือกศึกษา ดังนี้

- มุ่งรับฝากขายบ้านมือสองในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- มีประเภทสินทรัพย์ที่ซื้อขายหลายประเภท
- มีรูปแบบการขายทั้งสองสัญญาทั้งนี้เป็นรูปแบบสัญญาประเภทนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และ สัญญาแบบนายหน้าเปิด
- เป็นบริษัทที่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง
- ตัวแทนนายหน้าผ่านการสอบนายหน้า หรือ เป็นบริษัทที่สมาชิกของสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ไทย

เมื่อพิจารณาจากเงื่อนไขที่กล่าวมาจากการสืบค้นทำให้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างผ่านบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ซื้อขายบ้านมือสองที่มีการทำสัญญาการขายแบบ นายหน้าเปิด และ ประเภทนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ทั้งนี้บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เป็นบริษัทที่มีมาตรฐานในการซื้อขาย และยังมี การซื้อขายบ้านมือสองในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามเงื่อนไขที่ได้กล่าวมา

แต่เนื่องจากบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ไม่ได้อยู่ในอยู่สังกัดของสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้เกณฑ์ในการคิดค่าบริการอาจจะไม่เป็นไปตาม



ข้อตกลงของทางสมาคม แต่ผู้วิจัยไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องราคา แต่สนใจการบริการมากกว่า การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นเพียงกรณีศึกษา

### 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการให้บริการ พฤติกรรม/ลักษณะ ของผู้ใช้บริการ อันนำไปสู่การนำเสนอรูปแบบการให้บริการของนายหน้าที่สอดคล้องความต้องการของผู้ใช้บริการ นำไปสู่การลดต้นทุนของผู้ให้บริการ



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา การขายบ้านมือสองผ่านนายหน้าโดยการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และการทำสัญญาแบบนายหน้าเปิด : กรณีศึกษา บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบ้านมือสอง
- 2.3 ทฤษฎีนายหน้า (The Broker)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบปากต่อปาก
- 2.5 ทฤษฎีการชักจูงและโน้มน้าว
- 2.6 สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นทัศนคติของมนุษย์ในรูปแบบของนามธรรมไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องเป็นรูปร่างได้ ในการที่จะสามารถทราบถึงความพึงพอใจของบุคคล จำเป็นต้องสังเกตจากการแสดงออกที่ค่อนข้างซับซ้อนของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะวัดระดับความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดความพึงพอใจได้โดยทางอ้อมจากการวัดความเห็นของบุคคลเหล่านั้น โดยความคิดที่ได้จะแสดงถึงความรู้สึกที่แท้จริงซึ่งจะนำมาวัดความพึงพอใจได้

#### ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ<sup>3</sup>

ดิเรก ถูกษ์หรัย กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข

<sup>3</sup> พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, "ความหมายของพึงพอใจ," <http://rirs3.royin.go.th/word1/word-1-a0.asp>.

ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย<sup>4</sup>

ออสแคมป์ มีความหมายอยู่ 3 นัยโดยให้ความสำคัญถึงความพึงพอใจต่องาน ดังนี้

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลคาดหวังไว้ โดยความหมายในข้อนี้จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theories)
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความสำเร็จที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ความหมายในข้อนี้จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need theories)
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานไปเป็นตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าและความคาดหวังของบุคคล ความหมายในข้อนี้จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value theories)<sup>5</sup>

วีรุษ พรรณเทวี กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่มีเกณฑ์ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับบุคคลจะมีความคาดหวังกับสิ่งนั้นๆอย่างไร ถ้ามีความคาดหวัง หรือความตั้งใจมากและสามารถตอบสนองได้ตามต้องการ ซึ่งหากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ความหวังจะเกิดความไม่พึงพอใจ<sup>6</sup>

กาญจนา กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น<sup>7</sup>

จากการตรวจบทความข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ โดยแต่ละบุคคลจะมีเกณฑ์ของความพึงพอใจแตกต่างกันไป เนื่องจากความพึงพอใจเป็นรูปแบบเชิงนามธรรมไม่สามารถระบุตายตัว

<sup>4</sup> ดิเรก ฤกษ์ห่วย, "การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวความคิดความจำเป็นพื้นฐาน," in การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวความคิดความจำเป็นพื้นฐาน(กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527).

<sup>5</sup> อมรรัตน์ เชาวลิต, "ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับมหาดบัณฑิตต่อระบบการจัดบริการสารสนเทศของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกริก" ( มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541).

<sup>6</sup> วีรุษ พรรณเทวี, "ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน" (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541).

<sup>7</sup> กาญจนา อรุณสอนศรี, "ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่" (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546).

ได้ โดยก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น เมื่อได้รับผลตามที่คาดหวัง และในทางตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

### การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถวัดความพึงพอใจได้หลายวิธีการดังนี้<sup>8</sup>

1. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยการถามกับบุคคลโดยตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะสามารถนำมาสู่ข้อมูลที่เป็นจริง
2. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะการกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ เพื่อนำไปสู่การวัดความพึงพอใจด้านต่างๆ
3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของเป้าหมาย โดยจะสังเกตจากลักษณะการพูด ท่าทาง กริยา และการตอบสนองของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการนี้จำเป็นจะต้องมีระเบียบแบบแผน

### ลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

การดำเนินงานบริการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ที่มุ่งเน้นที่กลุ่มลูกค้า และความพยายามที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับให้มากที่สุด โดยความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการให้บริการ

1. **ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ** ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1.1 ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในความพึงพอใจลักษณะเกิดมาจากการที่บุคคลมีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยรอบ การตอบสนองความคาดหวังของบุคคลจะเกิดขึ้นตามสิ่งที่พบเจอในชีวิตประจำวัน ทำให้ประสบการณ์ และการเรียนรู้ของแต่ละคนแตกต่างกันไป ซึ่งจะมีผลต่อการคาดหวังในการบริการต่างกัน

1.2 ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่เคยได้รับจากสถานการณ์การบริการก่อนหน้านี้ กับการบริการที่กำลังจะได้รับ โดยกลุ่มลูกค้าจะมีเกณฑ์การวัดความพึงพอใจอยู่ในใจโดยอ้างอิงจากบริการที่เคยได้รับก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ในกรณีความพึงพอใจที่ประเมินจากความแตกต่างบางครั้ง ไม่จำเป็นต้องมาจากประสบการณ์โดยตรงของบุคคลนั้น อาจจะมาจากการบอกเล่าจากผู้อื่น

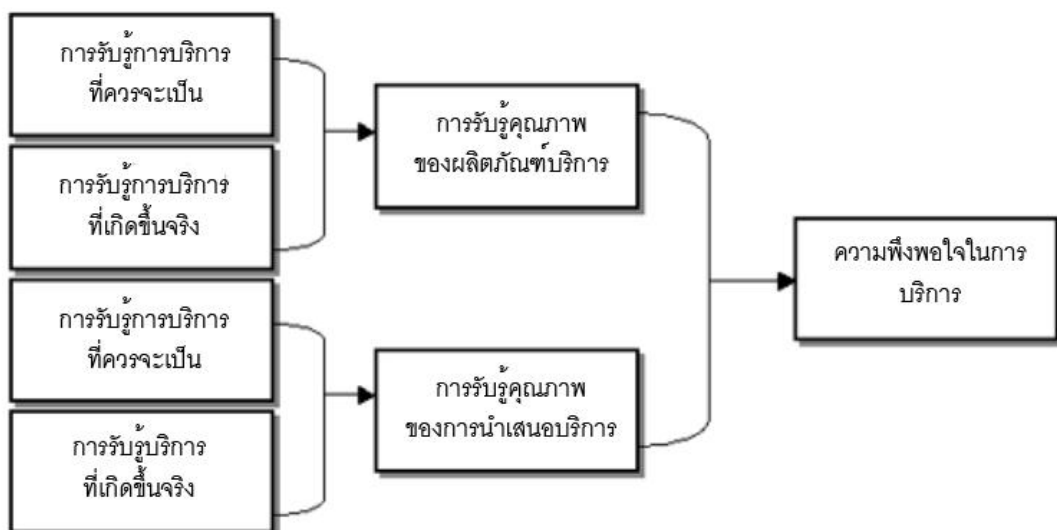
<sup>8</sup> ภณิดา ชัยปัญญา, "ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย" (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541).

1.3 ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลตามแต่ละสถานการณ์ ในช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจมีความพอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะเป็นไปตามเกณฑ์ที่คาดหวังไว้ แต่ในช่วงเวลาต่อมาเมื่อไม่ได้รับตามที่คาดหวังไว้ บุคคลก็จะสามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้ทันที

2. องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากกระบวนการบริการที่ผู้บริการให้อย่างเหมาะสม นำไปสู่การรับรู้และประเมินคุณค่าของการบริการที่ได้รับ โดยการรับรู้ที่ได้รับบริการจะมีองค์ประกอบ 2 ประการ ดังนี้

2.1 องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ มีลักษณะตามสัญญาของการบริการตามแต่ละประเภท ตามที่ควรจะเป็น มากน้อยเพียงใด เช่น ลูกค้าย่าจะได้รับอาหารที่สั่งไว้เมื่อเข้าร้านอาหาร แยกที่เข้าที่พักในโรงแรมจะได้ห้องพักที่จองไว้ ผู้ฝากขายบ้านกับนายหน้าจะสามารถขายบ้านได้ เป็นต้น

2.2 องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการรับรู้ว่าการนำเสนอกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึง การบริการ การแสดงบทบาทหน้าที่อย่างเหมาะสม และปฏิกริยาการตอบสนองของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ เช่น นายหน้ามีความเอาใจใส่ต่อการขายบ้านและช่วยเจรจาระหว่างผู้ฝากขายกับผู้ซื้อ พนักงานเสิร์ฟให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพ เป็นต้น โดยสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้าผู้มาใช้บริการ องค์ประกอบความพึงพอใจในการบริการสามารถแสดงได้ดังภาพ



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบความพึงพอใจในการบริการ

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบ้านมือสอง

### ประเภทบ้านมือสอง

บ้านมือสอง (Resale home/ Second hand home) ที่กล่าวถึงต่อไปนี้ หมายถึงการซื้อขายที่อยู่อาศัยทุกประเภท (บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด, ทาวน์เฮาส์, ห้องชุด, อาคารพาณิชย์) โดยไม่จำกัดอายุการใช้งานที่ผ่านมาของตัวอาคารว่าจะเก่า หรือใหม่เพียงใด โดยอาคารเหล่านั้นต้องมีการทำนิติกรรมเปลี่ยนเจ้าของมากกว่า 1 ครั้ง บ้านมือสองสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. บ้านมือสองที่มีการเช่าอยู่อาศัย (Occupied Housing Units) หมายถึงบ้านที่ผ่านการเช่าอาศัยมาก่อน โดยมีเวลาผ่านไปไม่ว่าจะนานเพียงใด ตั้งแต่อย่างน้อยกว่า 1 ปี จนถึงมากกว่า 20 ปี ดังนั้น บ้านมือสองประเภทนี้จะมีสภาพเหมือนบ้านใหม่ จนถึงสภาพทรุดโทรมที่ต้องมีการซ่อมแซมก่อนเข้าอยู่ บ้านในประเภทนี้แบ่งได้ 2 ประเภท ตามลักษณะการใช้งานของเจ้าของบ้าน ดังนี้

1.1 บ้านที่เจ้าของอยู่อาศัยเอง แต่มีเหตุที่ต้องขายด้วยสาเหตุต่างๆ

1.2 บ้านที่เจ้าของให้ผู้อื่นเช่าอยู่

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

2.1 บ้านที่ยังสร้างไม่เสร็จ ได้แก่ บ้านที่มีการจองซื้อแล้ว อยู่ระหว่างผ่อนดาวน์กับเจ้าของ โครงการ ในระหว่างช่วงก่อสร้างที่ผู้ยังไม่ได้รับโอน แต่เจ้าของต้องการขาย เนื่องจากราคาของโครงการเพิ่มขึ้น เจ้าของจึงต้องการขายเพื่อหวังเก็งกำไร หรือขายด้วยความจำเป็นอื่นๆ

2.2 อาคารไร้ผู้อาศัย หรือบ้านว่าง บ้านประเภทนี้มักเป็นบ้านที่ผู้ซื้อได้รับการโอนจากเจ้าของโครงการแล้ว แต่ไม่เช่าอยู่อาศัย ปล่อยว่างไว้ และมีประสงค์ต้องการขายแก่ผู้อื่นลักษณะของบ้านมือสองนั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำการเข้าใจก่อนที่จะทำการศึกษาวิจัยเพราะลักษณะบ้านที่ต่างกันนั้นอาจส่งผลต่อเหตุผลในการฝากขายบ้านกับตัวแทนนายหน้า หรืออาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการทำสัญญานายหน้าทั้งสองรูปแบบ

### กระบวนการเข้าถึงการซื้อขายบ้านมือสอง

ในปัจจุบันมีช่องทางการซื้อขายบ้านมือสองหลายช่องทาง โดยในแต่ละช่องทางมีลักษณะการซื้อขายที่แตกต่างกัน มีกระบวนการซื้อขาย และค่าใช้จ่ายที่ต่างกันไป ดังนี้

1) เจ้าของซื้อขายเองโดยตรง

การขายโดยตรง เป็นวิธีที่ธรรมดาและยังเป็นวิธีง่ายที่สุดในการเจรจาซื้อขาย อดิมา อุณวิไล (2545) พบว่า ผู้ซื้อต้องการซื้อบ้านมือสองด้วยวิธี เพราะผู้ขายสามารถต่อรองราคากับผู้ซื้อโดยตรง การซื้อขายประเภทนี้ช่วยเสริมความมั่นใจให้กับผู้ซื้อได้ว่าสามารถเข้าพักอาศัยได้โดยไม่ต้องผ่านอำนาจศาล ในการต้องขับไล่เจ้าของเดิมเพื่อเข้าอยู่ เพียงแต่วิธีนี้ผู้ขายจะต้องดำเนินการเองทั้งหมด

ตั้งแต่ขั้นตอนการประกาศขาย จนถึงการทำนิติกรรมและสัญญา ซึ่งโดยส่วนมากจะมีปัญหาเรื่องนิติกรรมและสัญญา หากผู้ซื้อและผู้ขายโดยหากไม่ได้ตรวจสอบเอกสารสัญญาอย่างรอบคอบจะมีผลเป็นปัญหาใหญ่ภายหลัง วิธีการนี้ผู้ขายอาจจะต้องมีความรู้เรื่องสัญญา หรือขอความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญจะสามารถช่วย

## 2) การซื้อขายผ่านธนาคาร

การขายผ่านสถาบันการเงิน เช่น สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐ เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมมากขึ้นจากผู้ซื้อ เนื่องจากมีบ้านให้เลือกจำนวนมากและราคาต่ำกว่าราคาตลาด สำหรับ สถาบันการเงินนั้น โดย สมลักษณ์ ศาสตร์ประสิทธิ์ พบว่าผู้ซื้อบ้านมือสองผ่านสถาบันการเงิน เพราะ การขอสินเชื่ออย่างง่ายและมีอัตราดอกเบี้ยอาจต่ำกว่าการซื้อบ้านจากแหล่งอื่น เนื่องจากธนาคาร เจ้าของทรัพย์สินเป็นคนออกสินเชื่อให้เอง และบางแห่งจะยกเว้นค่าธรรมเนียมหรืออำนวยความสะดวกอื่น ๆ แต่ถึงกระนั้นสภาพของบ้านที่ได้จากการซื้อด้วยวิธีการนี้อาจจะมีสภาพทรุดโทรมกว่าการ ซื้อบ้านจากนายหน้า หรือเจ้าของโดยตรง<sup>9</sup>

## 3) การซื้อขายผ่านการประมูล

การซื้อขายผ่านการประมูล เป็นการซื้อขายโดยหน่วยงานกรมบังคับคดี บ้านที่ถูกนำมาขาย จะเป็นบ้านที่ถูกยึดมาด้วยกระบวนการทางกฎหมายและนำมาขายโดยการประมูล โดยจะมีบ้านให้ เลือกจำนวนมาก และมีราคาถูกแต่สภาพของบ้านจะมีสภาพทรุดโทรม

## 4) การซื้อขายผ่านคนกลาง

การซื้อผ่านนายหน้า นอกจากมีบ้านให้เลือกจำนวนมาก แบ่งแยกตามพื้นที่ ราคา ไปได้ตรงใจ ผู้ซื้อ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลา และมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง บ้านมือสองที่อยู่ภายใต้การดูแลของ บริษัทเหล่านี้จะได้รับการคัดสรรและกรองมาแล้ว อีกทั้งตัวแทนจะเป็นคนดำเนินเรื่องเกือบทุกอย่าง ให้ ตั้งแต่พาไปดูบ้านที่เลือกไว้ เจรจราคา จัดการสัญญา เงินกู้ธนาคาร โดยสำหรับค่าบริการ นายหน้าหากเป็นนายหน้าท้องถิ่นจะมีค่าบริการไม่เกิน 3% ของ ราคาขาย และค่าบริการของ นายหน้าในสังกัดบริษัทนายหน้าจะมีค่าบริการ 3-4% ของราคาขาย

การศึกษากระบวนการเข้าถึงการซื้อขายบ้านมือสองนั้นทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงช่องทางการซื้อ ขายบ้านต่างๆ ก่อนที่จะทำการศึกษาการฝากขายบ้านผ่านคนกลางหรือตัวแทนนายหน้า ทั้งนี้ยังทำให้ เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการฝากขายที่ต่างกันของแต่ละช่องทาง

<sup>9</sup> สมลักษณ์ ศาสตร์ประสิทธิ์, "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินรอการขาย : กรณีศึกษาที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินรอการขาย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์" (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541).

## 2.3 ทฤษฎีนายหน้า (The Broker)

เอ็ดมันด์ เอฟ. พิเชค, โทมัส เฮนเตอร์สัน และรอส จอห์นสัน กล่าวไว้ว่า นายหน้าอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นผู้ให้บริการแก่สองบุคคล ได้แก่ เจ้าของกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ที่ฝากขาย และผู้ที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์นั้นๆ การขายนั้นขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกฝ่าย ได้แก่ เจ้าของบ้านที่ใช้บริการฝากขายบ้านกับนายหน้า ผู้ซื้อ โดยนายหน้านั้นจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงานนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การตีค่าอสังหาริมทรัพย์ การโอนกรรมสิทธิ์ สภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับคุณภาพในการก่อสร้างและการหาแหล่งสินเชื่อที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ จะต้องมีความสามารถในการจัดการและความสามารถในการขาย เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ตามที่ผู้ซื้อและเจ้าของบ้านที่ฝากขาย

นายหน้าสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท โดยพิจารณาจากประเภทของอสังหาริมทรัพย์ และประเภทของการบริการ อาทิ นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย จะเชี่ยวชาญเฉพาะที่อยู่อาศัยรูปแบบต่างๆ เป็นต้น นายหน้าบางประเภทเชี่ยวชาญในกิจกรรมอื่นที่ไม่ใช่การขาย เช่น การหาผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ หาสินเชื่อที่อยู่อาศัย หรือแลกเปลี่ยนอสังหาริมทรัพย์ ค่าบริการหรือค่าคอมมิชชั่น (Commission Fee) เป็นรายได้ที่นายหน้าได้รับจากการบริการจากผู้ฝากขาย ซึ่งค่าบริการนี้ส่วนใหญ่จะติดตามมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ที่ขาย ซึ่งจะมีการระบุในสัญญาถึงความรับผิดชอบทั้งผู้ซื้อและผู้ฝากขายในกรณีที่มีการขายเกิดขึ้น ในกรณีที่นายหน้าให้บริการหาผู้เช่า โดยมากจะได้รับค่าคอมมิชชั่นคิดตามร้อยละของค่าเช่าแต่ละเดือนตามที่ตกลงหรือให้เท่ากับค่าเช่าหนึ่งเดือน

### ชนิดของการมอบหมายการขายในประเทศไทย

การมอบหมายการขายหรือสัญญานายหน้า แบ่งออกได้เป็นหลายชนิด ได้แก่

1.) **นายหน้าปากเปล่า (No Listing)** การมอบหมายให้โดยวาทะจากกันทั่วไป ในสังคมนายหน้าของประเทศไทย วิธีนี้เป็นวิธีที่ปฏิบัติกันมาช้านาน โดยการพูดฝากขายปากเปล่า ซึ่งนายหน้าจะเป็นใครก็ได้ที่รู้จักกับผู้ฝากขายและไม่มีประสบการณ์ขายมาก่อนก็ได้ เช่น เพื่อน ญาติ เป็นต้น โดยนายหน้ารูปแบบนี้ จะเพียงแค่ทำการบอกต่อเพื่อหาผู้สนใจ ไม่มีการบริการใดเป็นมาตรฐาน ซึ่งนายหน้ารูปแบบนี้ได้ทำให้เกิดการเข้าใจผิดและสร้างปัญหาให้แก่สังคมอย่างมาก ผู้ขายไม่มีข้อมูลมัดใจใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งไม่มีหลักฐานในการมอบหมายให้นายหน้ารายได้ในการประกาศขาย ส่งผลไปสู่ขอพิพาทและคดีความอยู่เนืองนิจ เป็นวิธีโบราณที่ควรได้รับการเปลี่ยนแปลง

2.) **นายหน้าสุทธิ (Net Listing)** การมอบหมายในลักษณะของการขายแบบนายหน้าสุทธิก็เป็นวิธีสร้างปัญหา ซึ่งผู้ขายตกลงขายและรับเงินในราคาที่ประกาศขาย นายหน้าจะต้องไปบวกค่าบำเหน็จเองตามต้องการ โดยวิธีการนี้สร้างปัญหาให้กับผู้ซื้อและผู้ขาย โดยนายหน้าจะเป็นคนที่ได้รับผลประโยชน์ที่สุด



3) **นายหน้าเปิด (Non – Exclusive หรือ Open Listing)** วิธีการมอบหมายขายแบบนายหน้าเปิด ผู้ขายมอบให้นายหน้าทุกคนสามารถทำการขาย โดยการไม่มีการจำกัดจำนวนนายหน้า ในอดีตวิธีการนี้ ทำให้เกิดขึ้นพิพาทในด้านการแบ่งค่าบำเน็จ หรือนายหน้าคนใดได้ค่าบำเน็จเมื่อขายได้ อีกทั้งไม่ส่งเสริมการกระตุ้นให้นายหน้าเกิดความกระตือรือร้นในการขาย

4) **นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว แต่เจ้าของคงสิทธิไว้ขายเอง (Exclusive Agency Listing)** สัญญาที่ผู้ขายจะมอบหมายให้นายหน้ารายใดรายหนึ่งได้รับเอกสิทธิ์ในการขาย ผู้ขายยังมีสิทธิที่จะซื้อขายด้วยตนเอง ซึ่งวิธีนี้เป็นความเสี่ยงของนายหน้าที่จะต้องลงทุนลงแรงไปในการตลาดและส่งเสริมการขาย หากผู้ซื้อทราบข่าวแอบไปติดต่อผู้ขายโดยตรง นายหน้าผู้นั้นก็จะเสียผลประโยชน์

5) **นายหน้าแต่เพียงผู้เดียวหรือมีเอกสิทธิ์ (Exclusive Right To Sell Listing)** สัญญานายหน้าชนิดนี้เป็นสัญญาที่ดีที่สุดทั้งนายหน้า ผู้ซื้อและผู้ขาย ด้วยสาเหตุหลายประการดังนี้

- 1) นายหน้าเกิดความกระตือรือร้นในการทำหน้าที่และลงทุนลงแรงในการขาย Listing
- 2) จะไม่เกิดกรณีการผิดใจเรื่องราคา และเงื่อนไขต่างๆ
- 3) ผู้ขายมีความตั้งใจจริงในการขาย
- 4) ผู้ซื้อเชื่อมั่นในความตั้งใจจริงของผู้ขาย
- 5) ผู้ซื้อเชื่อมั่นว่าจะไม่ถูกนายหน้าหลอกและบิดเบือนความจริง
- 6) ราคาซื้อขายจะเป็นราคาที่มาจากเจ้าของบ้านโดยตรง
- 7) นายหน้าจะได้รับค่าตอบแทนจากการขายในราคาขายจริง
- 8) นายหน้าสามารถบริหารการขายตรงต่อผู้บริโภคด้วยความเชื่อมั่น
- 9) นายหน้าสามารถทำการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการตลาดด้านต่างๆ
- 10) เป็นวิธีที่การขายดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็วเพราะนายหน้าสามารถเชื่อมั่นว่าเมื่อทำงานแล้วจะได้รับผลตอบแทนจริง
- 11) เป็นประโยชน์ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และนายหน้า

ชนิดของการมอบหมายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น โดยเฉพาะการฝากขายแบบนายหน้าเปิด และการฝากขายแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว คือลักษณะการฝากขายที่ผู้วิจัยต้องการที่ศึกษา ในบทความข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงลักษณะของการฝากขาย รวมถึงข้อดี ของการฝากขายทั้งสองลักษณะ ก่อนที่จะทำการสัมภาษณ์ตัวแทนนายหน้าของบริษัทเพื่อให้เข้าใจถึงรายละเอียดเชิงลึกของการทำสัญญาทั้งสองประเภทต่อไป

## การให้ลูกค้าฝากขาย (Taking a Listing)

การให้ลูกค้าฝากขาย มีหลายสิ่งที่คุณจำเป็นต้องใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ฝากขาย โดยใช้ความเป็นมืออาชีพ กลยุทธ์ และประสบการณ์ต่างๆ โดยสิ่งที่คุณน่าจะควรจะต้องมีดังต่อไปนี้

### 1. การตรวจสอบสภาพของ Listing (Inspection)

- เข้าใจสินค้าที่ขาย
- รู้จุดเด่นและจุดด้อย
- รู้สภาพแวดล้อม
- เปรียบเทียบคุณภาพและราคา
- ข้อมูลสภาพบ้านที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะซื้อบ้าน

2. รวบรวมรายละเอียดของ Listing (Listing Check List) การรวบรวมรายละเอียดต่างๆเป็นสิ่งสำคัญ นายหน้าจำเป็นต้องมีความละเอียดและเข้าใจถึงรายละเอียดต่างๆของสินทรัพย์ที่จะทำการขาย โดยข้อมูลยิ่งมีมากเท่าไรยิ่งเป็นประโยชน์ต่อการซื้อขาย ทำให้สามารถทำการขายได้เร็วขึ้น ช่วยประหยัดเวลาในการติดต่อ เพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์ของตัวเอง โดยข้อมูลสำคัญที่นายหน้าควรทราบมีดังนี้

- บ้านเลขที่
- ขนาดบ้านและที่ดิน
- สำเนาโฉนดทั้งหน้าและหลัง
- รายละเอียดเจ้าของ
- ที่อยู่และโทรศัพท์สำหรับติดต่อ
- ราคาเงื่อนไข
- รายละเอียดภายในของบ้านและที่ดิน
- ขนาดความกว้างของถนน
- สภาพของการเข้าออก
- ระบบสาธารณูปโภค
- ทรัพย์สินที่ขายพร้อมที่ดินและบ้าน

- การจำนองและภาระผูกพัน
- ค่าภาษีโรงเรือน
- ราคาประเมินกรรมที่ดิน
- สัญญาการเช่าและเช่าที่ดิน

### การฝากขายบ้านกับนายหน้า

ในการขายบ้านมือสอง เจ้าของบ้านสามารถที่จะเลือกได้ว่าจะเป็นผู้ขายเอง จำเป็นจะต้องมีเวลาและความรู้เรื่องการซื้อขายบ้านในระดับหนึ่ง เพราะการจะประกาศขายบ้านนั้น ต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการวางแผนเพื่อให้ผู้ซื้อทราบถึงการประกาศขาย รวมถึงหลักในการตั้งราคาที่เหมาะสมเหตุผล อีกทั้งเจ้าของจะต้องติดต่อกับผู้ต้องการซื้อเองรวมถึงพาผู้สนใจเยี่ยมชมบ้าน เปิดบ้านให้ลูกค้าดู และในบางกรณีอาจจะต้องช่วยผู้ซื้อหาสินเชื่อที่จะกู้มาเพื่อซื้อบ้านผ่านการติดต่อสถาบันทางการเงิน เพื่อที่จะเข้าสู่การโอนกรรมสิทธิ์บ้าน<sup>10</sup>

ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าหากเจ้าของจะทำการขายเองจะต้องมีเวลาให้กับการขายพอสมควร แต่หากไม่มีเวลาและไม่อยากยุ่งยากในการติดต่อหรือทำการตลาดเอง จะใช้บริการขายกับนายหน้า หรือตัวแทนนายหน้าของบริษัทให้ช่วยดำเนินการแทนก็ได้ เพราะปัจจุบันมีบริษัทตัวแทนนายหน้าหรือโบรกเกอร์หลายบริษัท อีกทั้งยังมีการใช้บริการ เจ็อนไซสัญญาที่มีมาตรฐานคล้ายๆกัน โดยบริษัทตัวแทนนายหน้าส่วนใหญ่จะให้การฝากขายบ้านอยู่ในสิทธิของโบรกเกอร์แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งทางผู้ฝากขายบ้านจำเป็นต้องทราบถึงบริการของโบรกเกอร์แต่คนว่ามีบริการอะไรบ้างและเลือกโบรกเกอร์ที่มีบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ฝากขาย

ในส่วนค่าบริการหรือค่าคอมมิชชั่นที่ผู้ฝากขายบ้านจะต้องจ่ายให้กับโบรกเกอร์ เมื่อโบรกเกอร์สามารถขายบ้านได้ โดยราคาค่าบริการของโบรกเกอร์อยู่ที่ 3% ของราคาบ้านที่ขาย สำหรับการตัดสินใจเลือกโบรกเกอร์นั้นผู้ฝากขายควรพิจารณาจาก 3 ปัจจัยเป็นหลัก

- ปัจจัยแรก คือ การให้บริการที่ได้รับจากโบรกเกอร์ที่ทำสัญญา
- ปัจจัยที่สอง คือ ช่องทางในการทำการตลาดที่เจ้าของบ้านจะได้รับนั่นเอง เพราะถ้าทางโบรกเกอร์ไม่มีคอนเนคชั่นหรือไม่สามารถติดต่อสินเชื่อให้กับผู้ซื้อบ้านได้ ก็อาจมีผลทำให้เสียโอกาสในการขายบ้านได้
- ปัจจัยที่สาม คือ ความน่าเชื่อถือของตัวโบรกเกอร์ ผู้ฝากขายจำเป็นต้องพิจารณาว่าโบรกเกอร์จะสามารถขายบ้านให้ตนได้หรือไม่ หากไม่มีความมั่นใจตัวโบรกเกอร์ก็ควรเลือกคนที่มีความเป็นไปได้มากกว่าแทน

<sup>10</sup> บริษัท โฮมบายเออร์เก็ท จำกัด, "นิตยสารบ้านพร้อมอยู่," นิตยสารบ้านพร้อมอยู่ (2556).

ในส่วนขั้นตอนของการดำเนินนิติกรรมต่างๆ ก็มีความสำคัญมาก โบรกเกอร์จะต้องให้บริการกับผู้ฝากขาย ไม่ว่าจะเป็นการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ การตรวจสอบการเสียภาษีและค่าใช้จ่าย ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้ควรนำมาพิจารณาเพื่อประเมินการเลือกในการใช้บริการฝากขายบ้านกับโบรกเกอร์เช่นกัน เรียกได้ว่าเป็นการหาตัวช่วยที่จะมาทำงานแทนหรือช่วยหาข้อยุติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการตั้งราคาขาย การติดต่อลูกค้า การต่อรองราคา ตลอดจนการจัดทำนิติกรรมต่าง ๆ โดยที่เจ้าของบ้านไม่ต้องยุ่งยากดำเนินการนั่นเอง

บทความข้างต้นนี้ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงขั้นตอนของการบริการที่ได้รับจากนายหน้าหรือโบรกเกอร์เพื่อที่ผู้วิจัยจะสามารถนำมาอธิบายการให้บริการของรูปแบบสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด โดยขั้นตอนการให้บริการจะถูกอธิบายประกอบกับการสัมภาษณ์ประสบการณ์การขายของตัวแทนนายหน้าของบริษัท

ชาลอต โทณวนิก ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่อาวุโส ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้กล่าวว่า มหกรรมบ้านมือสองแห่งชาติ ไม่ได้เป็นงานสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสองเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นงานที่ผู้ที่ต้องการฝากขายบ้านมาฝากขายเช่นกัน เพราะสามารถพบกับบริษัทตัวแทนนายหน้าหลายบริษัทซึ่งสามารถเจรจาฝากขายบ้านในงานได้เลย หรือจะติดต่อภายหลังงานได้เช่นกัน

การฝากขายบ้านผ่านตัวแทนนายหน้าของบริษัทหรือโบรกเกอร์นั้น จะมีหลักเกณฑ์ที่ควรทราบคือ บริษัทโดยมากจะขอการทำสัญญาในรูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยระยะเวลาสัญญาอยู่ในช่วง 3 เดือน ถึง 6 เดือน ทั้งนี้เพื่อการตัดปัญหา เพราะในการทำการตลาดบริษัทจำเป็นต้องลงทุน เช่น การทำป้ายโฆษณา การสมัครไอทีฟรีเมียมเพื่อใช้ในการประกาศขาย ในเว็บไซต์ประกาศขายบ้านต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการอบรมโบรกเกอร์ของบริษัท ซึ่งถ้าหากมีคนเกิดสนใจซื้อบ้านและติดต่อซื้อบ้านจากเจ้าของโดยตรง และเจ้าของอ้างว่าการขายครั้งนี้ตนเป็นคนขายเอง จะทำให้เกิดปัญหาการจ่ายค่าคอมมิชชั่น ซึ่งตรงจุดนี้ทางเจ้าของบ้าน และโบรกเกอร์ควรที่จะตกลงรายละเอียดกันให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยทางโบรกเกอร์อาจจะต้องอธิบายที่มาของค่าใช้จ่ายต่างๆที่ทางโบรกเกอร์จะนำมาคิดเป็นค่าบริการ และต้องชี้แจงถึงการจ่ายค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าภาษี ค่าโอน เป็นต้น จะไม่นับรวมอยู่ในการจ่ายคอมมิชชั่น

ทั้งนี้การตกลงกันให้เกิดความเข้าใจนั้นเพื่อป้องกันในเรื่องต่างๆของทั้งสองฝ่าย คือ ผู้ฝากขายจะเข้าใจที่มาที่ไปของค่าใช้จ่ายที่ตนต้องเสียไป และจะไม่เกิดเหตุการณ์เสี่ยงค่าคอมมิชชั่นซึ่งมักเป็นปัญหาตั้งแต่สมัยอดีต โดยในปัจจุบันจะมีการพัฒนาของนายหน้ามากขึ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือมาตรฐานการบริการที่ตรงกัน

โดยในปัจจุบันการซื้อขายบ้านมือสองเริ่มมีมากขึ้น เพราะการจะขายที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวในพื้นที่ทำเลเขตเมืองนั้นจะมีราคาสูง ผู้ซื้อจึงให้ความสนใจกับการซื้อบ้านสอง โดยในงานมหกรรมบ้านมือสองจะมีสินค้าจำนวนมากให้ผู้ซื้อเลือกอย่างแน่นอน

จากบทความที่คุณชาลอต โทณวนิก กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงที่มาของสัญญาในรูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวว่าเป็นสัญญาเพื่อรักษาประโยชน์ของนายหน้า และในบทความยัง

กล่าวถึงการที่นายหน้าควรอธิบายเรื่องของสัญญาและทำความเข้าใจผู้ฝากขาย โดยในส่วนนี้จะเป็นที่มาของการตั้งคำถามในแบบสัมภาษณ์ถึงการรับรู้รายละเอียดของสัญญาของผู้ฝากบ้าน

### วิธีการใช้นายหน้าอย่างหยิ่งรู้และเท่าทัน

นายวิศิษฐ์ คุณาทรกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เรย์ลตี้ เวิลด์ จำกัด กล่าวว่า นายหน้าหมายถึงคนกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เพื่อให้เจรจาตกลงทำสัญญากัน ทั้งนี้ในวงการนายหน้าหรือโบรกเกอร์นั้น อยู่จำเป็นต้องมีการรองรับอาชีพให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ฝากขายและผู้ที่จะมาซื้อบ้าน สำหรับการจัดตั้งสมาคมตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ขึ้นมาคอยดูแลนั้น ทำให้มาตรฐานของนายหน้าถูกยกระดับขึ้น เพราะเนื่องจากสมัยก่อนยังไม่มีกฎหมายที่จะควบคุม รอรับอาชีพนี้โดยตรง ทำให้ผู้ฝากขายและผู้ซื้อเกิดความระแวงกับอาชีพนายหน้า

ธุรกิจนายหน้าเป็นธุรกิจที่ผลประโยชน์เป็นเม็ดเงินและ ชักนำให้ผู้ประกอบวิชาชีพนี้ลืมนจรรยาบรรณในอาชีพได้ง่าย ๆ เสมอ ซึ่งจะผลกระทบต่อโบรกเกอร์หรือนายหน้าที่ประกอบวิชาชีพอย่างสุจริตไปด้วย ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้ที่ประกอบการเป็นตัวแทนนายหน้าในรูปแบบบริษัทอยู่จำนวนมากกว่าหลายร้อยราย และมีนายหน้าที่เป็นนายหน้าอิสระไม่สังกัดบริษัท แต่ติดต่อกับสมาคมตัวแทนนายหน้า ถึงกระนั้นจำนวนนายหน้าอิสระที่ไม่สังกัดบริษัทและติดต่อกับสมาคมตัวแทนนายหน้ายังมีอีกจำนวนมาก และยากแก่การควบคุม จึงมีโอกาสให้เกิดมิจฉาชีพที่แฝงตัวมากับธุรกิจนี้ ซึ่งเมื่อสบโอกาสมิจฉาชีพอาจจะอ้างเหตุผลต่าง ๆ นานา เพื่อเป็นคำดำเนินการมากกว่าที่ควร ดังนั้นผู้ซื้อและผู้ฝากขายบ้านต้องตรวจสอบและระมัดระวัง โดยเฉพาะกับนายหน้าอิสระที่ไม่มีสังกัดและยากแก่การตรวจสอบ ส่วนนายหน้าที่อยู่ในบริษัทสามารถตรวจสอบได้ดังนี้

1. มีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท
2. มีสถานที่ในการจัดตั้งบริษัทที่เป็นหลักแหล่งแน่นอน
3. มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นเวลานาน
4. มีชื่อเสียงในตลาดธุรกิจ

หลังจากตรวจสอบการจดทะเบียนของบริษัทว่ามีการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง ทางผู้ฝากขายควรเลือกเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของบริษัทโดยดูในเรื่องของประวัติการขาย เป้าหมายของบริษัท ยอดขาย กลุ่มลูกค้าและสุดท้ายค่าใช้จ่ายในการดำเนินการฝากขายของบริษัท ซึ่งเมื่อตัดสินใจเลือกบริษัทแล้วควรอ่านข้อตกลงของสัญญาให้เข้าใจและดูให้ดีว่าจะไม่มีการเรียกร้อยค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากในสัญญา เพื่อให้เกิดความผิดพลาดเกิดขึ้นภายหลัง

สำหรับผู้ที่ต้องการฝากขายบ้านโดยทั่วไป หรือผู้ที่ต้องการซื้อจากจะที่ต้องการติดต่อซื้อขายกันเองโดยตรง โดยไม่ผ่านตัวแทนนายหน้าหรือโบรกเกอร์ เพื่อต้องการลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่านายหน้า แต่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ยากเพราะหากไม่มีการประชาสัมพันธ์และการตลาดของนายหน้า โอกาสที่ผู้ขายกับผู้ซื้อจะติดต่อกันนั้นเป็นเรื่องยาก เพราะหากใช้บริการนายหน้าจะมีการโฆษณาการ

ขายผ่านสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์จำนวนมาก และผู้ขายจะไม่ต้องเสียเวลากับการรับโทรศัพท์ของผู้สนใจที่ติดต่อเข้ามาสอบถามข้อมูลทรัพย์สิน และการพาผู้สนใจเข้าชมทรัพย์สินที่ต้องการขาย โดยความแตกต่างระหว่างการขายเองกับใช้บริการตัวแทนนายหน้าสามารถอธิบายเป็นตารางได้ดังนี้

#### ข้อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการขายเองกับการฝากขายกับตัวแทนนายหน้า

ลำดับ	การขายเอง	การฝากขายกับตัวแทนนายหน้า
1	ไม่รู้วิธีการและไม่มี ความชำนาญในการ ทำตลาด	มีความชำนาญการ ตลาด
2	ไม่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือฐานข้อมูล ลูกค้า	มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่ในฐานข้อมูลแล้วและ สามารถติดต่อประสานงานกัน ระหว่างตัวแทน นายหน้าอื่นเพื่อการซื้อขายทรัพย์สินให้ได้เร็วและ ราคาดี
3	เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการพาลูกค้า ชมทรัพย์สิน และเวลาที่ ต้องคอย ติดตามลูกค้า	มีตัวแทนนายหน้าที่มีความชำนาญในการดูแล ลูกค้า และคอยติดตามผู้ที่สนใจซื้อ
4	เสียค่าใช้จ่ายสูงในการติดต่อสื่อโฆษณา เพราะเปรียบเสมือนการซื้อปลั๊ก	เสียค่าใช้จ่ายเพียงครั้งเดียว และได้รับการโฆษณา ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการซื้อได้ใน ราคาถูก
5	อาจไม่มีฉันทิพติดต่อเข้ามา	มีเจ้าหน้าที่ ทีมงานที่มีประสบการณ์ในการติดต่อกับลูกค้า และคอยตรวจสอบลูกค้าให้เจ้าของบ้าน
6	มีการโฆษณาการขายอยู่ในวงจำกัด	การประชาสัมพันธ์เพื่อขายทรัพย์สินอยู่ในวงกว้าง
7	ส่วนใหญ่ไม่ทราบขั้นตอนและเอกสาร เกี่ยวกับการโอนกรรมสิทธิ์ และภาษี อากรต่าง ๆ	มีความรอบรู้เกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ในการติดต่อ หน่วยงานราชการและอื่น ๆ สามารถให้ คำปรึกษาและแก้ปัญหาแทนผู้ฝากขายได้
8	ขาดประสบการณ์ในการประเมินราคา ทรัพย์สิน และการตั้งราคาขาย	มีประสบการณ์ในการประเมินราคา และรู้วิธีการ ตั้งราคาสำหรับถูกการผู้ซื้อต่อรองราคา

ตารางที่ 2.1 แสดงความแตกต่างระหว่างการขายเองกับการฝากขายกับตัวแทนนายหน้า

การฝากขายบ้านผ่านตัวแทนนายหน้าในบางบริษัทมีค่าใช้จ่าย 2,000-3,000บาท แตกต่างกันไปตามแต่ละโบรกเกอร์ หรือในบางบริษัทจะไม่คิดบริการในส่วนนี้แยกออกมา โดยจะคิดอยู่ในค่าคอมมิชชั่น 3-5%ของราคาทรัพย์สิน ถึงกระนั้นผู้ฝากขายบางคนอาจจะต้องการเพียงแค่การบริการ

ช่วยโฆษณาการขาย โดยลืมนึกไปว่าตนยังต้องเป็นคนติดต่อและต้องพาลูกค้าชมบ้าน ซึ่งอาจจะต้องเสียเวลาไปกับส่วนนี้ไป

สำหรับนายหน้าเองนั้นก็ต้องตรวจสอบสินทรัพย์ผู้ที่จะฝากขายก่อนเช่นกัน โดยจะตรวจสอบดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบเอกสาร หลักฐานของทรัพย์สินนั้นอย่างละเอียด โดยอาจจะขอฉบับจริงมาตรวจสอบ (ถ้ามี) เช่น โฉนดนั้นมีพื้นที่ตรงตามที่ประกาศขายหรือไม่ ตัดภาระจำนองอยู่หรือไม่ หากตัดภาระจำนองจะสามารถไถ่ถอนได้เลยหรือไม่
2. ตรวจสอบว่าผู้ประกาศขายนั้นเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ทรัพย์สินหรือเป็นตัวแทนที่ได้รับแต่งตั้งจากเจ้าของทรัพย์สินหรือไม่
3. ตรวจสอบแนวเวนคืนอย่างละเอียด ว่าทรัพย์สินที่จะรับฝากขายนั้นอยู่ในแนวเวนคืนหรือไม่
4. ตรวจสอบค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดว่าเท่าไร ต้องมีเพิ่มเติมอีกหรือไม่ และฝ่ายใดจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมโอนกรรมสิทธิ์ และค่าภาษีอากรต่าง ๆ
5. ตรวจสอบภูมิหลังของทรัพย์สินที่ต้องการซื้อ และสภาพแวดล้อมโดยรวม
6. ตัวทรัพย์สินนั้นมีการต่อเติมหรือไม่ แข็งแรงมั่นคงเพียงใด และต่อเติมถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่
7. ตรวจสอบตัวบ้านว่าต้องปรับปรุงซ่อมแซมในส่วนใดบ้าง ต้องมีค่าใช้จ่ายเท่าไร

จากบทความดังกล่าวนี้ผู้ขายสามารถเข้าถึงข้อดีจากการฝากขายบ้านผ่านนายหน้า ซึ่งข้อดีเหล่านี้จะนำไปสู่แนวทางในการการออกแบบแบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถามผู้ฝากขายบ้านถึงความต้องการเหตุผลในการใช้บริการฝากขายนายหน้า รวมถึงทราบถึงรายละเอียดการตรวจสอบสินทรัพย์ของนายหน้าเพื่อนำไปประกอบกับการสัมภาษณ์ตัวแทนนายหน้าของบริษัทว่ามีการตรวจสอบทรัพย์สินดังกล่าวตามบทความ หรือมีวิธีการตรวจสอบใดเพิ่มเติม

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบปากต่อปาก

สิ่งที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจการใช้บริการโบรกเกอร์นั้นนอกจากการที่ผู้ขายต้องการที่จะขายบ้านให้เร็วแล้ว สิ่งที่มีอิทธิพลที่จะทำให้ผู้ขายได้ทำการตัดสินใจในการเลือกการทำสัญญากับโบรกเกอร์นั้นคือ การได้รับคำบอกต่อจากคนรู้จัก หรือผู้ที่เคยใช้บริการนายหน้าว่าถ้าใช้บริการนี้กับโบรกเกอร์คนนี้แล้วจะสามารถขายบ้านได้เร็ว การบอกต่อของผู้ใช้บริการจึงเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะมีผู้ใช้บริการนายหน้า โดยการบอกต่อกันถือเป็นการตลาดรูปแบบหนึ่ง ที่เรียกว่า การตลาดแบบปากต่อปาก

สำหรับนักการตลาดจะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักของผู้คนจำนวนมากได้โดยไม่ต้องมีการทำโฆษณา หรือมีการจัดสรรงบในการทำสื่อด้านโฆษณาให้น้อยที่สุดได้นั้น ถือเป็นเป้าหมายสูงสุดของการตลาดของนักการตลาดซึ่งในอดีตนั้นนับว่าแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย แต่ในปัจจุบันกลับมีปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้น เช่น Hotmail กลายเป็นอีเมลล์ที่ได้รับการใช้งานอย่างแพร่หลายโดยที่ไม่มีงบในการโฆษณาใดๆ ทั้งนี้เพราะ Hotmail เป็นอีเมลล์ที่ผู้หัดใช้อินเตอร์เน็ตถูกแนะนำให้สมัครใช้การเป็นอันดับแรก หรือ ภาพยนตร์เรื่อง ปัญญาเรณู ในประเทศไทยที่เป็นหนังนอกสายตา แต่กลับได้รับเสียงตอบรับจากผู้ชมจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะมีการบอกต่อของผู้ที่ได้รับชมทางอินเตอร์เน็ตจนกลายเป็นกระแส ซึ่งนี่คือผลของการตลาดแบบปากต่อปาก หรือ “Word of mouth communication”

Howard Theresa กล่าวว่า การตลาดแบบปากต่อปาก หรือ viral marketing คือ เทคนิคทางการตลาดแบบปากต่อปากในรูปแบบเก่าก่อนที่จะเข้ายุคสมัยของ Social network ซึ่งจะเป็นที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงตราสินค้า หรือทราบถึงยอดขายของสินค้านั้นๆ ผ่านการพูดแบบปากต่อปาก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ผู้ซื้อคุ้นกับแบรนด์ของสินค้า รูปภาพที่แปลกตา ข้อความที่ชวนให้สนใจ เป็นต้น<sup>11</sup>

เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล และคณะ กล่าวว่า การตลาดแบบปากต่อปาก หรือ การตลาดแบบบอกต่อ เป็นวิธีการของการทำตลาดที่ทรงพลังมากในยุคสมัยปัจจุบัน เพราะถ้าทำให้กลุ่มผู้บริโภคยอมรับในสินค้าได้ กลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นจะพูดถึงสินค้าหรือบริการที่ได้รับด้วยความชื่นชม ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยโฆษณาให้กับสินค้าและบริการให้ฟรีๆ และยังเป็นการโฆษณาโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งสำหรับผู้ที่กำลังตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการนั้น ข้อมูลที่ได้รับจากคนรู้จักมักจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าการได้รับจากสื่ออื่นๆ เพราะจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า<sup>12</sup>

### มากกว่า 90%ของผู้บริโภค ซื้อสินค้าเพราะการบอก “ปากต่อปาก”

Owen และ Brooks ผู้วิจัยเรื่องการตลาดแบบปากต่อของ KellerFay group ได้กล่าวว่า 92% ของผู้บริโภคเลือกที่จะเชื่อ “การแนะนำจากคนรู้จัก” มีเพียง 37% ที่เชื่อโฆษณาที่มาจากการเสริชตามอินเตอร์เน็ต และมีเพียง 24% ที่เชื่อโฆษณาจากป้ายโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต<sup>4</sup> ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่าการได้รับข้อมูลจากคนที่รู้จักนั้นมีอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยในอีกงานวิจัยนั้น 90% ของผู้บริโภคจะเชื่อข้อมูลที่ได้รับจากคนรู้จัก และมีเพียง 70% ที่จะเชื่อข้อมูลที่ได้รับจากคนที่ไม่รู้จัก

ทั้งนี้เพราะทุกวันนี้ผู้บริโภคไม่ไวใจในโฆษณาอีกต่อไปแล้ว ในการตลาดแบบปากต่อปาก หรือ Word of mouth นั้นเป็นรูปแบบการโฆษณาที่ดีและมีความน่าเชื่อถือสูงสำหรับผู้บริโภคในเวลา นี้ ดังนั้นนักการตลาดในปัจจุบันจึงมุ่งหวังทำการตลาดในรูปแบบนี้

การทำการตลาดแบบ “ปากต่อปาก” (WOMM หรือ Word of Mouth Marketing) เป็นรูปแบบในการทำการตลาดที่มีการใช้งานกันมาอย่างยาวนาน โดยนักการตลาดส่วนใหญ่มักจะนำกล

<sup>11</sup> Howard Theresa, "Viral Advertising Spreads through Marketing Plans," USAToday (2005).

<sup>12</sup> เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล, "พิศดารเท่านั้น แบนด์ถึงอยู่รอด," มาร์เก็ตเทียร์3 (2545).



ยุทธ์ปากต่อปากมาใช้งานเมื่อต้องการสร้าง กระแสให้กับสินค้าและบริการของตัวเองเพื่อให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นรูปแบบในการทำการตลาดที่ได้ผลในวงกว้าง แถมสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วแถมยังใช้เงินลงทุนต่ำ

สำหรับในวงการอสังหาริมทรัพย์แล้วการตลาดรูปแบบนี้ถือว่าส่งผลอย่างมาก เพราะธุรกิจนี้มีมูลค่าสูง การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจำเป็นต้องใช้การตัดสินใจอย่างมาก<sup>5</sup> การตลาดแบบปากต่อปากนั้น ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มหาชนสามารถสร้างแบรนด์ที่เข้มแข็งได้ โดยได้รับการโหวตจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยว่า เป็นแบรนด์ที่มีมูลค่าของตราผลิตภัณฑ์สูง “ชุมชนน่าอยู่” ของ LPN ที่ทำให้ผู้อยู่ประทับใจและทำการบอกต่อให้กับญาติหรือคนรู้จักต่อไป

อิทธิพลของการบอกต่อแบบปากต่อปากในด้านบวกนั้น ยังสามารถแพร่กระจายไปได้ไวและรวดเร็วกว่าข่าวในด้านลบถึง 6 เท่าตัว ซึ่งอิทธิพลของการบอกปากต่อปากนี้เองมีผลต่อความเชื่อถือของผู้บริโภค โดยยิ่งถ้าเป็นคนรู้จัก หรือคนที่สนิทมาทำการบอกต่อจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อถึง 90% ดังนั้นแล้ว สำหรับธุรกิจการให้บริการโบรกเกอร์บ้านมือสองที่ส่วนใหญ่แล้วจะไม่ได้มีต้นทุนในการทำสื่อโฆษณาแล้ว การตลาดรูปแบบนี้ถือเป็นการตลาดที่ส่งผลดีอย่างมาก โดยผู้วิจัยได้คาดการณ์ว่าในการเลือกทำสัญญาการฝากขายบ้านของผู้ฝากขายนั้น การที่ได้รับข้อมูลจากคนรู้จักจะมีผลในการเลือกใช้บริการสัญญาในแต่ละรูปแบบ



ภาพที่ 2.2 การบอกต่อ แบบปากต่อปาก

### "ช่องทางสนทนา" กับการตลาดปากต่อปาก

การทำงานเกี่ยวข้องกับสื่อสารการตลาด มักเกิดคำถามว่าทำอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์ถูกกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย ทำอย่างไรให้เกิด Viral Effect มีการบอกต่อให้คนอื่นไปซื้อมาใช้มากๆ การทำการตลาดเพื่อสร้างการบอกต่อหรือ Word-of-Mouth Marketing (WOM) จึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารการตลาด ที่นักสื่อสารการตลาดใฝ่ฝัน อยากทำมันให้สำเร็จ

การสร้างเรื่องราวหรือกระตุ้นผู้บริโภคให้พูดถึงสินค้าเรานั้นว่ายากแล้ว ยังต้องการให้เขาบอกต่อยิ่งถือว่าเป็นเรื่องยากยิ่งกว่า บ่อยครั้งตราผลิตภัณฑ์มันก็จะล้มเหลวในการสร้างการบอกต่อให้เกิดขึ้น วิธีการง่ายที่สุดของนักสื่อสารการตลาด คือ สร้างการรับรู้ในตัวสินค้าหรือแบรนด์ (Brand Awareness) ให้เกิดขึ้น ทำได้โดยการทำโฆษณา พูดซ้ำคำเดิมในเนื้อหาสาระที่ต้องการให้คนจดจำ ถ้าแบรนด์ไหนมีงบประมาณมากสามารถเผยแพร่โฆษณาหลายครั้ง ส่วนแบรนด์ที่มีงบประมาณน้อยและอยากให้ผู้บริโภคจำได้ ต้องคิดสิ่งที่ชวนจดจำ หรือสร้างเอกลักษณ์ในโฆษณา ซึ่งต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่

โดยสำหรับการซื้อขายบ้านมีอนั้น ได้เกิดการบอกต่อกันในเรื่องของการโอนกรรมสิทธิ์ที่ยุ่ยยาก และเสียเวลา การทำกรรมสิทธิ์หากไม่มีความรู้พออาจจะเกิดปัญหาตามมา จนทำให้เกิดความเชื่อที่บอกต่อกันว่าควรมีผู้เชี่ยวชาญดูแลในเรื่องของการโอนกรรมสิทธิ์ หรือ คนมีนายหน้าในการดูแลเอกสาร ซึ่งความเชื่อนี้ นับเป็นความเชื่อหนึ่งของคนไทย

ในปัจจุบันมีช่องทางการบอกต่อๆมากกว่าการพูดกันโดยตรง นั่นก็คือ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ที่ปัจจุบันมีความคิดเห็นและความรู้ต่างๆมากมาย ถูกเขียนลงในสิ่งทางอินเทอร์เน็ต นำไปสู่การบอกต่อในยุคสมัยใหม่ ที่ไม่ใช่เพียงแต่จากปากโดยตรง สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อพิมพ์ต่างๆ เรื่องราวของการซื้อขายบ้านมีสองเองก็ถูกเผยแพร่ในสื่ออินเทอร์เน็ตในหลายๆเว็บไซต์ที่ความคิดเห็นต่างๆของผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อขายบ้าน รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายบ้าน ขั้นตอนวิธีการต่างๆที่ผู้ซื้อและผู้ขายต้องรู้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองจะนำไปสู่การตัดสินใจการทำสัญญาเกี่ยวกับนายหน้าตัวแทนบริษัทสำหรับผู้ที่ต้องการการชื้อบ้าน และการตัดสินใจซื้อของผู้ที่ต้องการชื้อบ้านมีสอง

### การตลาดแบบการบอกต่อ(Viral Marketing)

การตลาดแบบปากต่อปากนั้นมีมาแต่สมัยก่อน โดยมีการพัฒนารูปแบบการตลาดแบบปากต่อปากในแต่ละยุคสมัย โดยในปัจจุบันต้องยอมรับว่า สื่อออนไลน์ หรือที่เรียกกันอย่างแพร่หลายว่า Social Network เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของสังคมไทยมากพอสมควร ซึ่งการตลาดแบบ Viral เป็นการตลาดในรูปแบบหนึ่งของปากต่อปาก โดยอาศัยการบอกต่อโดยใช้สื่อที่เรียกว่า Social Network ในการเป็นสื่อกลาง จะกล่าวได้ว่าการตลาดแบบ Viral นั่นคือ การที่ผู้ส่งสารได้ไปประสบพบเจอสิ่งใดแล้วมีความต้องการบอกต่อหรือแชร์ให้กับคนอื่นทราบ

ดร.วิเลิศ ภูริวัชร อาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และประธานที่ปรึกษาด้านการสื่อสารการตลาด บริษัท สป้าฮาคุโฮโด จำกัด ได้กล่าวว่า Viral Marketing เป็นการตลาดในรูปแบบปากต่อปากที่นับว่า เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดปากต่อปากที่ทรงพลังมากที่สุดในยุคปัจจุบัน ที่มาของคำว่า Viral คือ การแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นอีเมลล์ บล็อก Social Media รูปแบบต่างๆ หรือมีสื่อผ่านทางช่องทางของการแชตบีบีหรือการส่งต่อคลิป เสมือนเป็นไวรัสที่แพร่กระจายออกไป

สถิติจาก Facebook overview statistics ได้บอกจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook ในไทยของปี 2013 ว่ามีจำนวนประมาณ 18 ล้านคน และมีการโพสต์โดยเฉลี่ยต่อวันถึง 31 ล้านครั้ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว หรือ การโพสต์ข้อความต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Twitter หรือYouTube กลั้กลายเป็นจุดเริ่มต้นการสร้างสรรคการตลาดรูปแบบปากต่อนี้ได้มากมายมหาศาล เพราะราคาถูก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย จึงเป็นเหตุผลให้บริษัทธุรกิจต่างๆได้ให้ความสำคัญกับการตลาดรูปแบบนี้

### ข้อดีของ Viral Marketing

- 1) กระจายตัวได้อย่างรวดเร็ว ในสภาพสังคมไทยนั้นมีการใช้ Social Network

เป็นสื่อกลางที่เข้าถึงคนยุคใหม่ได้ง่าย และสามารถแพร่กระจายได้ง่ายด้วย ซึ่งเมื่อมีคนหนึ่งคนใดทำการแพร่ข้อมูลลงในสื่อ Social Network อย่าง Facebook เท่ากับเพื่อนของคนอื่นๆ นั้นอีกหลายคนจะสามารถรับสื่อดังกล่าว และสามารถแพร่กระจายข่าวไปให้เพื่อนของพวกเขาเหล่านั้นได้อีก ซึ่งข้อมูลหรือข่าวสารจะสามารถแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในเวลาไม่นาน

2) มีน้ำหนักในเรื่องของความน่าเชื่อถือมากกว่าโฆษณาในรูปแบบอื่นๆ สืบเนื่องจากที่เคยกล่าวไว้ในบทความแนวคิดแบบการตลาดแบบปากต่อปาก ที่ผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นมากกว่าข้อมูลจากสื่ออื่นๆ เช่น หากผู้บริโภคได้รับคำบอกเล่าจากคนรู้จักว่าบริการหรือสินค้าที่คนๆ นั้นเคยใช้ดีอย่างไร ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการหรือสินค้านั้นๆ เพราะมีความน่าเชื่อถือกว่านั่นเอง

3) ต้นทุนต่ำ โดยถ้าแฝงความคิดสร้างสรรค์ และ ทักษะในการคิดและสื่อสารที่มากพอ ผู้รับสารก็พร้อมที่จะเป็นผู้ทำหน้าที่กระจายข่าวสารต่อไป

### ข้อเสียของ Viral Marketing

1) กระจายตัวได้อย่างรวดเร็ว เอาอาจจะจะมีผลเสียตามการ โดยยิ่งกระจายได้เร็วก็อาจจะมีคนบางคนที่ได้รับสื่อโดยที่ยังไม่ได้กรอง ซึ่งอาจจะเกิดการเข้าใจผิดต่างๆ นานาได้

2) มักเป็นกระแสหรืออยู่ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น ข้อเสียอย่างหนึ่งก็คือ มักเป็นการเล่าขานในช่วงระยะเวลาไม่นาน มาเร็ว ก็มักจะไปเร็วเสมอ

สำหรับ Viral Marketing นั้น สำหรับการซื้อขายบ้านมือสอง คือ การที่ผู้ที่เคยซื้อขายบ้านมือสอง หรือมีความรู้ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับบ้านมือสอง การซื้อขาย และข้อดีข้อเสียของการใช้บริการนายหน้า ผ่านทางเว็บไซต์ และบล็อกส่วนตัวเพื่อแชร์ความคิดเห็นให้กับผู้ที่สนใจเรื่องบ้านมือสอง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขาย และการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการนายหน้าตัวแทนบริษัทต่างๆ

### 2.5 ทฤษฎีการชักจูงและโน้มน้าว

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Human Motivation) หรือทฤษฎีลำดับความต้องการ เป็นทฤษฎีการจูงใจที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วกัน มาสโลว์ได้สรุปลักษณะการจูงใจว่าการจูงใจจะเป็นไปตามลำดับของความต้องการอย่างมีระเบียบ ซึ่งมีลำดับทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

- ความต้องการทางพื้นฐานทางร่างกาย
- ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย
- ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ
- ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง
- ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

โดยความต้องการที่อยู่อาศัยนั้นถือเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทำให้เกิดความ ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย และเกิดการพัฒนารูทกิจอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นตามยุคสมัย จนความต้องการที่อยู่ อาศัยในทำเลใจกลางเมืองมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการไม่สามารถจัดหาที่ดินใจกลางเมืองตอบสนองความ ต้องการผู้ซื้อได้ จึงได้เกิดธุรกิจนายหน้าบ้านมือสอง

การโน้มน้าวใจ คือ การพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อต่างๆ รวมถึงการกระทำของ บุคคลอื่น ด้วยวิธีต่างๆ ทั้งทางคำพูด หรือทางสื่อใดๆที่จะทำให้ส่งผลกระทบต่อใจผู้นั้น จนเกิดการ ยอมรับและเปลี่ยนตามทีผู้โน้มน้าวใจต้องการ ซึ่งในการทำสัญญาซื้อขายบ้านนั้นนายหน้าตัวแทน บริษัทจำเป็นต้องมีทักษะการพูดเพื่อชักจูงและโน้มน้าวใจให้ผู้ฝากขายบ้านคล้อยตามทำสัญญากับตน หรือผู้สนใจซื้อบ้านตัดสินใจซื้อบ้านที่นายหน้าขาย โดยวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการโน้มน้าวใจมี 4 ประการ ดังนี้

#### 1) เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความเชื่อถือ หรือศรัทธา

วัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นการโน้มน้าวเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ถูกโน้มน้าวที่มี ต่อผู้โน้มน้าว ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และคล้อยตามในสิ่งที่ผู้โน้มน้าวต่อไป ซึ่งสำหรับการพูดลักษณะนี้ เป็นการชักนำการทำประกันชีวิต การโฆษณาคุณภาพสินค้า รวมถึงการโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อมั่น ของตัวนายหน้า

#### 2) เพื่อกระตุ้นหรือจูงใจให้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

เป็นการพูดหรือเขียนให้ผู้ถูกโน้มน้าวรู้สึกถึงความสำคัญของสิ่งที่ต้องการเสนอ เช่น การพูดถึงความสำคัญของป่าไม้ประโยชน์ที่ป่าไม้ให้กับมนุษย์ รวมถึงโทษหากมนุษย์ทำลายป่า การพูด ถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไทย ซึ่งสำหรับนายหน้านั้นจะกล่าวถึงความสำคัญของการทำสัญญาจน ทำให้ผู้ถูกโน้มน้าวคล้อยตาม

#### 3) เพื่อปลุกใจให้เกิดสำนึกและปฏิบัติอย่างใจอย่างหนึ่ง

เป็นการพูด หรือเขียนสื่อให้ผู้ถูกโน้มน้าวรู้สึกถูกกระตุ้นและคล้อยตาม ลักษณะการ โน้มน้าวแบบนี้มักจะเป็นการกล่าวถึงอุดมการณ์ต่างๆ เช่น การปลุกใจรักชาติ การปลุกใจใช้สินค้าไทย การปลุกใจให้รวมพลังสามัคคี เป็นต้น

#### 4) เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีความเห็นคล้อยตามและนำไปปฏิบัติ

เป็นการพูดหรือเขียนสื่อให้ผู้ถูกโน้มน้าวรู้สึกว่าจะทำตามที่ถูกชักนำ เช่น การโน้มน้าวให้เขียนบันทึกรายจ่ายประจำวันตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตามแนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง การโน้มน้าวใจให้รู้จักใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอดส์ การเชิญชวนให้ เลิกเหล้า หรือสูบบุหรี่ ทั้งนี้เหมือนกับการที่นายหน้าได้ให้ความรู้เกี่ยวกับสัญญาการฝากขายบ้านกับผู้ ที่สนใจใช้บริการนายหน้า นำไปสู่การตัดสินใจทำสัญญาฝากขายบ้าน

การโน้มน้าวใจของนายหน้าตัวแทนบริษัทนั้น จะส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการสัญญาว่าผู้ใช้บริการจะเลือกการบริการระหว่างสัญญานายหน้าเปิด และสัญญานายหน้าแต่ เพียงผู้เดียว ซึ่งในกรณีผู้ใช้บริการไม่มีความรู้ทางด้านการขายบ้านมาก่อน จะตัดสินใจจากข้อมูลที่ได้รับจากนายหน้า

## 2.6 สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มของ นายหน้าเพื่อกำหนดมาตรฐานและทิศทางการให้บริการต่างๆของนายหน้า โดยในประเทศไทยนั้น บริษัทนายหน้าส่วนใหญ่จะอยู่สังกัดของสมาคมนายหน้าฯ แต่บริษัทมาสเตอร์โฮม พรอพเพอร์ตี้ จำกัดที่เป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ เป็นบริษัทนายหน้าที่ไม่ได้สังกัดอยู่ในสมาคม แต่ได้ ประพฤติตามจรรยาบรรณนายหน้า โดยจรรยาบรรณนายหน้า มีรายละเอียดดังนี้

หมวดที่ 1 บททั่วไป

ข้อ 1. บันทึกข้อตกลงร่วมสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ไทย ว่าด้วย “จรรยาบรรณของ นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ พ.ศ.2544”

ข้อ 2. บันทึกข้อตกลงร่วมนี้ให้ใช้ตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป

ข้อ 3. นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง สมาชิกประเภทต่าง ๆ ของสมาคมนายหน้า อสังหาริมทรัพย์ไทย

ข้อ 4. หากมีข้อความที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ซึ่งปรากฏใน ข้อบังคับอื่นใดหรือขัดแย้งให้ใช้ฉบับนี้เป็นเกณฑ์

ข้อ 5. นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ผู้ใดกระทำการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณข้อหนึ่ง ข้อใดดังจะกล่าวต่อไปนี้ ให้ถือว่าประพฤติผิดจรรยาบรรณ

หมวดที่ 2 จรรยาบรรณต่อเจ้าของทรัพย์สิน

ข้อ 6. นายหน้าอสังหาริมทรัพย์จะต้องกระทำการติดต่อประสานงาน และนำเสนอข้อมูลต่อ เจ้าของทรัพย์สินที่ตนรับเป็นนายหน้าโดยกริยา วาจาที่สุภาพและโดยสุจริต โดยมุ่งให้เจ้าของ ทรัพย์สิน ได้รับประโยชน์ที่ดี และยุติธรรม

ข้อ 7. การรับค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าบำเหน็จ จากเจ้าของทรัพย์สินให้เป็นไปตาม ข้อตกลง เงื่อนไขหรือตามสัญญาที่ทำระหว่างคู่สัญญา แต่ทั้งนี้ จะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนตัวบท กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และ/หรือ ศีลธรรมอันดีรวมถึงประเพณีปฏิบัติทางธุรกิจด้วย

ข้อ 8. นายหน้าจะต้องไม่จูงใจให้เจ้าของทรัพย์สินลดราคาขาย เช่า หรืออื่นใดต่ำกว่าที่ กำหนดไว้แต่เดิม โดยใช้อุบาย กลฉ้อฉล เพื่อที่ตนจะได้รับเงิน ค่าบริหารค่าธรรมเนียม ค่าบำเหน็จ เพิ่มสูงขึ้น

ข้อ 9. มิให้กระทำการจงใจให้เจ้าของทรัพย์สินกระทำผิดสัญญา ซึ่งได้กระทำไว้แล้วต่อผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้อื่นใด ซึ่งเป็นการไม่สุจริต

ข้อ 10. ละเว้นการซื้อทรัพย์สินในนามของตนเอง ญาติ หรือนิติบุคคล ซึ่งตนมีผลประโยชน์ร่วมอยู่ด้วย เว้นแต่ได้แจ้งให้เจ้าของทรัพย์สินทราบ โดยชัดแจ้งเป็นหนังสือก่อน

ข้อ 11. ห้ามประมาณหรือตีราคาสูง หรือต่ำกว่ามาตรฐานที่ควรจะเป็น เพื่อประโยชน์ในการตั้งราคาซื้อขาย เพื่อประโยชน์ของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

ข้อ 12. หากมีการเรียกเก็บค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายล่วงหน้าใด ๆ นายหน้าจะต้องทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ได้ตกลงกับเจ้าของทรัพย์สินให้ครบถ้วน

ข้อ 13. ห้ามมิให้เรียกเก็บค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติมภายหลังจากเจ้าของทรัพย์สิน เช่น ค่าประเมิน ค่าเปิดแฟ้ม ค่าธรรมเนียมเสนอขาย ค่าธรรมเนียม ขอสินเชื่อ หรืออื่น ๆ นอกเหนือจากค่าบำเหน็จที่พึงจะได้รับ เว้นแต่นายหน้านั้นจะมีใบอนุญาตดำเนินการประเมินได้

ข้อ 14. ห้ามมิให้โฆษณา หรือชักชวนเจ้าของทรัพย์สินให้เข้าทำสัญญารับฝากขายด้วยวิธีการที่ไม่สมควรต่าง ๆ เช่น ตัดค่านายหน้า อาสาขายในราคาสูง เกินจริง รับประกันระยะเวลาขาย หรือประกาศโฆษณาอวดอ้างด้วยข้อความที่เกินความจริง

หมวดที่ 3 จรรยาบรรณต่อตนเอง และต่อนายหน้าอื่น

ข้อ 15. ละเว้นการประกอบวิชาชีพที่ไม่ยุติธรรม เอารอดเอาเปรียบนายหน้าอื่น

ข้อ 16. ส่งเสริมความสามัคคี ระหว่างผู้ร่วมวิชาชีพ หลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือผิดจรรยาบรรณวิชาชีพ

ข้อ 17. ปฏิบัติต่อบุคคลอื่น โดยกิริยา วาจาสุภาพเรียบร้อย ให้เกียรติ กระทำโดยเที่ยงธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ

ข้อ 18. ละเว้นการลวงล้ำ สอดแทรก การบริหารธุรกิจภายในองค์กรนายหน้าอื่นในทางเสื่อมเสีย เสียหาย เว้นแต่เป็นการร่วมมือในการประกอบวิชาชีพ ทางธุรกิจ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในทางที่ชอบด้วยกฎหมายและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

ข้อ 19. ละเว้นการกล่าว หรือให้ข้อมูลอื่นใดในทางเสียหาย เสื่อมเสีย หรือเป็นเหตุให้ผู้อื่นถูกตั้งข้อรังเกียจโดยไม่สุจริตหรือเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายแก่บุคคลอื่น องค์กรอื่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพด้วยกัน

ข้อ 20. การเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ หรือข้อความที่ตนไม่เห็นด้วยให้กระทำโดยสุภาพ และให้เกียรติผู้อื่นเป็นนิจ

หมวดที่ 4 จรรยาบรรณต่อผู้อื่น ผู้รับบริการ ประชาชน

ข้อ 21. ไม่ฉ้อฉลหรือปิดบังข้อเท็จจริงที่เป็นสาระสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ถูกต้องในการเข้าทำสัญญาหรือการทำข้อตกลงความร่วมมือของทุกฝ่าย

ข้อ 22. การใช้คำแนะนำ นำเสนอ คำปรึกษาแก่ผู้ซื้อ ผู้รับบริหารควรกระทำด้วย กริยา วาจา สุภาพ ให้เกียรติ และให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน เที่ยงธรรม

ข้อ 23. ร่วมมือกันส่งเสริมวิชาชีพด้านอสังหาริมทรัพย์ และสนับสนุนการออกกฎหมาย ส่งเสริม และกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพ หรือคุ้มครองผู้ประกอบการ วิชาชีพ ผู้บริโภคและ สาธารณชน

ข้อ 24. หลีกเลี่ยงการกระทำที่จะนำความเสื่อมเสีย เสียหายแก่ชื่อเสียงเกียรติคุณของการ ประกอบวิชาชีพ และสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ไทย

ข้อ 25. บำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อมวลสมาชิก และสังคมโดยส่วนรวมในการถ่ายทอด ความรู้ ประสบการณ์และพัฒนาการทางวิชาชีพที่ดีที่ถูกต้อง เพื่อสืบสานธุรกิจให้เจริญสืบไป

ข้อ 26. ไม่โฆษณาด้วยประการใดๆ ซึ่งข้อมูลไม่เป็นตามจริงหรือโอ้อวด ซึ่งทำให้ผู้อื่น หรือ สาธารณชนเข้าใจผิด อาทิเช่น ราคา ตำแหน่ง เขต พื้นที่ ความสามารถพิเศษ บุคลากร เครือข่าย ฯลฯ

ข้อ 27. ห้ามมิให้เข้าทำสัญญารับฝากขาย ทั้งที่รู้ว่าเจ้าของทรัพย์สินได้ทำสัญญาชนิดที่มีสิทธิ ดำเนินการแต่ผู้เดียว (EXCLUSIVE RIGHT TO SELL OR EXCLUSIVITY) กับ นายหน้ารายอื่นอยู่ แล้ว

ข้อ 28. การร่วมกันขายระหว่างนายหน้า 2 ราย (CO-BROKE) ห้ามมิให้นายหน้าติดต่อกับ บุคคลที่มีใช้เป็นลูกค้าของตนเอง โดยจะต้องติดต่อเจรจา ฝ่ายนายหน้าผู้ดูแลรับผิดชอบลูกค้ารายนั้น เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากนายหน้าอีกฝ่ายหนึ่งเสียก่อน

ข้อ 29. ค่าบำเหน็จที่ได้จากการร่วมกันขายระหว่างนายหน้า 2 ราย (CO-BROKE) ให้แบ่ง ครึ่งเท่า ๆ กัน เว้นแต่ตกลงเป็นอื่นล่วงหน้า

ข้อ 30. รายได้ทุกชนิดที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน นายหน้าพนักงาน (AGENT) มีหน้าที่แจ้ง และนำส่งให้แก่สำนักงานนายหน้าทั้งหมดโดยทันที เว้นแต่จะตกลงเป็นอื่นล่วงหน้า



## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายบ้านมือสอง มีดังนี้

1. ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย: กรณีศึกษา บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนท์ จำกัด<sup>13</sup>

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบัน ปัญหา และ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย พบว่า สามารถแบ่งผู้ซื้อออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ผู้ที่เคยซื้อบ้านมาก่อน พบว่ากลุ่มนี้ต้องการการบริการ เนื่องจากมีประสบการณ์มาบ้างแล้ว ซึ่งเข้าใจปัญหาในการติดต่อกระทำนิติกรรมต่างๆ ซึ่งเมื่อหากดูประกอบกับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์งานวิจัยฉบับนี้ได้สอดคล้องกันว่า ผู้ที่มีประสบการณ์การขายบ้านมาก่อนจะเลือกใช้บริการจากนายหน้าเช่นกัน

2) ผู้ที่ไม่เคยซื้อบ้านมาก่อน พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เพิ่งแยกตัวจากครอบครัวเดิมไม่มีประสบการณ์ซื้อ บ้านมาก่อน คนกลุ่มนี้จึงต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

2. ปัญหาการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า: กรณีศึกษา บริษัทตรีมโฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ( 2547)<sup>14</sup>

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาปัญหาและความพึงพอใจในการอยู่อาศัยที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า เพื่อเป็นข้อเสนอแนะแก่ประชาชนทั่วไป ในการซื้อบ้านมือสอง และเสนอแนะบริษัทตัวแทนนายหน้าในการปรับปรุง เพิ่มเติมบริการในการซื้อขายบ้านมือสอง ซึ่งพบว่าในปัจจุบันพบว่าส่วนใหญ่อยู่อาศัยเองซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ ปัญหาของการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า คือ ปัญหาเกี่ยวกับตัวบ้าน ได้แก่ ปัญหา ความชำรุดทรุดโทรมของบ้าน ปัญหาความชำรุดทรุดโทรมของสาธารณูปโภค ปัญหาเรื่องพื้นที่ใช้สอย ปัญหาค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ และปัญหาการบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง

ส่วนความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทตัวแทนนายหน้า พบว่า ผู้ที่ซื้อบ้านจะมีความพึงพอใจในทำเลและประเภทบ้านที่บริษัทจัดหาให้ได้ตรงตามระดับราคาที่ต้องการและพนักงานมีอัธยาศัยดี ส่วนเรื่องค่าบริการ/ค่านายหน้า ความรวดเร็วในการหาบ้าน ความหลากหลายของประเภทบ้านและทำเลที่มีให้เลือกนั้น ทางผู้ซื้อยังมีความพอใจไม่มากนัก

<sup>13</sup> นนท์ สหายา, "ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย: กรณีศึกษา บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนท์ จำกัด" (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

<sup>14</sup> กฤติโชติ ทรัพย์มหัคคี, "ปัญหาการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า: กรณีศึกษา บริษัทตรีมโฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด" (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547).

### บทที่ 3

#### ข้อมูลทั่วไปของขั้นตอนการให้บริการของนายหน้า

##### การให้บริการของบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ซื้อขายบ้านมือสองที่เปิดโอกาสให้ผู้ฝากงานได้เลือกการฝากขายบ้านผ่านการทำสัญญาการซื้อขายแบบ นายหน้าเปิด และ ประเภท นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ทั้งนี้จากการดำเนินการใช้บริการแก่ลูกค้าทั้งผู้ฝากขายบ้าน และผู้ที่สนใจซื้อบ้านมากกว่า 10 ปี ทำให้บริษัทมีความเข้าใจและทราบถึงปัญหาที่ลูกค้าประสบอย่างดี จึงมีการพัฒนาและร่วมมือสำนักงานใหญ่ จัดทำเป็นโปรแกรมและบริการต่างๆ ที่จะช่วยแบ่งเบาและแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าผู้เป็นผู้ฝากขายและผู้ซื้อบ้าน เช่น แพลนรักบ้าน, โปรแกรมการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินต่างๆ, แผนบริการผู้ซื้อผู้ขาย ฯลฯ ซึ่งโปรแกรมดังกล่าว เหล่านี้มีส่วนช่วยในการสนับสนุนให้กับอสังหาริมทรัพย์ที่ฝากขายไว้กับบริษัทสามารถ

- ขายได้เร็ว
- ในราคาที่เหมาะสม
- ไม่เกิดปัญหาตามมา

รายการอสังหาริมทรัพย์ทุกรายการ ที่บริษัทดำเนินการจากทางผู้ฝากขายจะถูกนำเข้าสู่ระบบการบริการรับฝากซื้อ - ขายอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยมีขั้นตอนการทำงานพอสรุปได้ดังนี้

- ให้คำแนะนำ ปรึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการขายในบริเวณใกล้เคียง เพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม
- จัดให้มีการตรวจสอบอสังหาริมทรัพย์ ติดป้ายประกาศขาย และถ่ายรูปทรัพย์สิน
- นำรายละเอียดและข้อมูลต่างๆ พร้อมทั้งรูปถ่ายบ้านของทรัพย์สิน ส่งเข้าศูนย์ข้อมูลการรับฝากซื้อ - ขายอสังหาริมทรัพย์
- ศูนย์ข้อมูลรับฝากขายบ้านของบริษัท
- Social media
- ป้าย
- จัดส่ง Direct mail และแจกโปรซัวร์ไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- รวบรวมผู้สนใจจะซื้อ รายงานผลความคืบหน้าทุกระยะ คัดเลือกผู้ซื้อที่เหมาะสมพาชบ้านรวมถึงเป็นตัวกลางต่อรองราคาจนเป็นที่พอใจของทั้งผู้ซื้อ และ ผู้ฝากขายบ้าน

- ให้บริการครบวงจรเมื่อมีการซื้อการขยาย เช่น การติดต่อสถาบันทางการเงิน  
 ประสานงานเรื่องการโอนกรรมสิทธิ์ และขั้นตอนต่างๆ จนเสร็จสิ้นการซื้อการขยาย

อีกทั้งทางบริษัทยังมีนโยบายให้พนักงานของบริษัทปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์ และ ยึด  
 หลักจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ คือ

- ให้ความยุติธรรมแก่ผู้บริโภค
- รักษามาตรฐานอันดีในการบริการ
- มีคุณธรรมในการดำเนินงาน
- ศึกษาและพัฒนาความรู้อยู่เสมอ
- ให้ความร่วมมือกับเพื่อนสมาชิก บริษัทนายหน้าและสมาคมนายหน้าแห่งประเทศไทย
- ร่วมมือบุคคลที่ไม่รักษาจรรยาบรรณในวิชาชีพ

ทั้งนี้การให้บริการของบริษัทสามารถได้รับผ่านการทำสัญญากับตัวแทนนายหน้าของบริษัท  
 ได้ 2 รูปแบบ โดยมีรายละเอียดการให้บริการและค่าใช้จ่ายดังนี้

3.1 สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

3.2 สัญญานายหน้าเปิด

### 3.1 สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

การทำสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว สำหรับบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัดนั้นจะ  
 เรียกการทำสัญญาแบบนี้ว่า สัญญาแต่งตั้งตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้เพราะเนื่องจากคำว่า  
 สัญญานายหน้านั้น ทำให้ผู้ที่สัญญาเกิดความรู้สึกในแง่ลบกับการทำสัญญา โดยสัญญาดังกล่าวนี้  
 จะเป็นการมอบสิทธิแต่งตั้งตัวแทนของบริษัทเป็นตัวแทนเจ้าของบ้าน ในการขายบ้านแต่เพียงผู้เดียว  
 โดยในสัญญาสามารถสรุปรายละเอียดข้อตกลงทั้งสองฝ่ายได้ดังนี้

#### 3.1.1 รายละเอียดข้อตกลงสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์

การทำสัญญาฉบับนี้จะต้องทำขึ้น 3 ฉบับ โดยมีความถูกต้องของข้อมูลและมีความตรงกัน  
 ทั้งหมด รวมถึงจำเป็นต้องลงชื่อต่อหน้าพยาน โดยผู้ฝากขายจะเก็บสัญญา 1 ฉบับ และนายหน้า 2  
 ฉบับ รายละเอียดมีดังนี้

1) ผู้ขายต้องกรอกรายละเอียดของสินทรัพย์ที่จะขาย ได้แก่ ที่ตั้งของสินทรัพย์ โฉนด  
 เลขที่ เลขที่ดิน และระบุราคาของสินทรัพย์ที่จะทำการขาย โดยในวันที่ทำสัญญาผู้ขายจะต้องส่งมอบ  
 เอกสารต่อไปนี้ให้กับตัวแทนนายหน้าของบริษัทคือ

- สำเนาโฉนด/เอกสารสิทธิ์
- สำเนาบัตรประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- หนังสือสัญญาซื้อขายที่ดิน (ท.ด.13)

2) ผู้ฝากขายจะแต่งตั้งให้ตัวแทนเป็นผู้ติดต่อและจัดหาผู้ซื้อ และมีการต่อรองราคาทรัพย์สินได้ หากผู้ฝากขายตกลงขายตามราคาที่ต้องการนั้น ผู้ฝากขายจะตกลงให้ค่าบำเหน็จกับตัวแทนนายหน้า ในอัตราร้อยละ 3 ของราคาสินทรัพย์ที่ขาย โดยราคาดังกล่าวยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินทรัพย์ที่มีราคาต่ำกว่า 1,000,000 บาท ผู้ฝากขายจะตกลงให้ค่าบำเหน็จแก่ตัวแทน ในอัตรา 30,000 บาท และต้องชำระให้เสร็จสิ้นภายในวันจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ทรัพย์สินนั้น

3) ในกรณีผู้ฝากขายจะตกลงให้เช่าสินทรัพย์ ผู้ฝากขายจะตกลงชำระค่าบำเหน็จให้กับตัวแทนในราคาเท่ากับค่าเช่า 1 เดือน /สัญญาเช่า 1 ปี 1.5 เดือน/สัญญาเช่า 2 ปี และ 2 เดือน/สัญญาเช่า 3 ปี

4) ผู้ฝากขายจะต้องกำหนดระยะเวลาในการทำสัญญาที่จะมอบหมายให้ตัวแทนทำการจัดหาผู้ซื้อ

5) นับจากวันที่ทำสัญญาจะมีเพียงแต่ตัวแทนแต่เพียงผู้เดียวที่จะทำการหาผู้ซื้อทรัพย์สินกรณีที่ยังไม่หมดระยะเวลาสัญญาผู้ฝากขายจะไม่สามารถบอกเลิกสัญญาได้ และหากมีบุคคลหรือกลุ่มนิติบุคคลอื่น ๆ ทำการขายสินทรัพย์ ผู้ฝากขายจะต้องชำระค่าบำเหน็จให้กับตัวแทนตามข้อที่ 2

6) ในกรณีผู้ฝากขายได้ทำสัญญาซื้อขายกับผู้ซื้อแล้วแต่ไม่สามารถโอนในช่วงเวลาที่กำหนดของระยะเวลาสัญญาได้ ผู้ฝากขายจะตกลงว่าตัวแทนนายหน้าได้สามารถดำเนินการหน้าที่ตามสัญญาแล้ว และจะทำชำระค่าบำเหน็จให้กับตัวแทน

7) ผู้ฝากขายยินยอมให้ตัวแทนสามารถรับเงินประกันหรือเงินมัดจำจากผู้จะซื้อ หากต่อมาผู้เสนอซื้อไม่ปฏิบัติตามสัญญาในคำเสนอซื้อ ผู้ขายจะมีสิทธิ์ที่จะริบค่าประกัน หรือค่ามัดจำ โดยจะแบ่งเงินที่รับได้ให้กับตัวแทนครึ่งหนึ่ง แต่จะไม่ค่าบำเหน็จที่กำหนดในข้อ 2

8) ในกรณีที่ผู้ฝากขายทำการแลกสินทรัพย์กับผู้จะซื้อ ผู้ฝากขายจะต้องชำระค่าบำเหน็จตามสัญญา

9) เมื่อสัญญาสิ้นสุดลงและยังไม่สามารถขายได้ ผู้ฝากขายจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ แต่หากภายหลังผู้ฝากขายได้ทำการซื้อขาย กับผู้ที่จะซื้อที่ทางตัวแทนได้แนะนำ ผู้ฝากขายตกลงที่จะชำระค่าบำเหน็จตามสัญญา

10) หากก่อนวันทำสัญญามีผู้สนใจซื้อสินทรัพย์กับผู้ฝากขาย ผู้ฝากขายสามารถระบุชื่อบุคคลดังกล่าวลงในสัญญา โดยหากในช่วงการทำสัญญา ผู้ฝากขายได้ทำการซื้อขายบ้านกับบุคคลดังกล่าว ผู้ฝากขายจะไม่ต้องชำระค่าบำเหน็จใดๆแก่ตัวแทน

11) หากผู้ฝากขายไม่ชำระค่าบำเหน็จตามเวลาที่กำหนดในสัญญา ผู้ฝากขายจะต้องชำระค่าบำเหน็จเพิ่มอีก 1 เท่าของค่าบำเหน็จที่ตัวแทนจะได้รับ และจะติดตามหนี้ค่าใช้จ่าย โดยคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปี

12) การส่งหนังสือ คำบอกกล่าว จดหมาย หรือเอกสารใดๆของตัวแทนหากเป็นการลงทางไปรษณีย์ หรือมีทะเบียนตอบรับ ณ ภูมิลำเนาผู้ฝากขายถือว่าผู้ฝากขายได้รับเอกสารโดยชอบแล้ว

จากรายละเอียดสัญญาที่กล่าวมาเป็นรายละเอียดสัญญาที่ระบุในเอกสารการทำสัญญา แต่งตั้งตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์ หรือ สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ฝากขายสามารถระบุข้อตกลงเพิ่มเติมลงในสัญญาได้อีกด้วย

### 3.1.2 การให้บริการของตัวแทนนายหน้า จากการทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขายอสังหาริมทรัพย์

การให้บริการของตัวแทนนายหน้าที่ผู้ฝากขายจะได้รับจะเป็นการบริการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหาผู้ที่สนใจซื้อ และช่วยจัดการอำนวยความสะดวกทุกขั้นตอนจนถึงการโอนกรรมสิทธิ์บ้าน โดยในรูปแบบสัญญาประเภทนี้นายหน้าสามารถลงทุนในการทำการตลาดได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นรูปแบบสัญญาที่จะได้รับค่าบำเหน็จเมื่อสามารถขายบ้านได้แน่นอน โดยการให้บริการจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1.2.1 การบริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน

การบริการตรวจสอบคุณภาพของบ้านเป็นสิ่งแรกที่นายหน้าให้บริการหลังจากการทำสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้าโดยนายหน้าจะรวบรวมเอกสารและข้อมูลของสินทรัพย์ที่ฝากขายเพื่อใช้พิจารณาและตรวจสอบสินทรัพย์ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการขาย โดยขั้นตอนการบริการตรวจสอบคุณภาพบ้านมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) ตรวจสอบสภาพทรัพย์สิน

การตรวจสอบสภาพทางกายภาพของทรัพย์สินที่จะขายก่อนทำการตลาด ขั้นตอนดังกล่าว ในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องได้รับข้อมูลบ้านที่ใช้ในการประเมินราคาของบ้านกับกรมที่ดิน โดยข้อมูลที่นายหน้าจำเป็นต้องได้มีดังนี้

- บ้านเลขที่
- พื้นที่ของสินทรัพย์

- ประเภทของสินทรัพย์
- ราคาที่ทางผู้ฝากขายต้องการขาย

เมื่อได้ข้อมูลนายหน้าจะทำการพิจารณาราคาและช่วยผู้ฝากขายในการตั้งราคาบ้าน โดยการเสนอตั้งราคาของนายหน้าจะมาจากหลายปัจจัยดังนี้

- สภาพของบ้าน โดยจากการสัมภาษณ์นายหน้าของบริษัท มาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด สามารถระบุจุดสังเกตของตัวแทนนายหน้าได้ต่อไปนี้ ฝ้าของบ้านต้องมีสภาพสมบูรณ์ ไม่มีการชำรุด หรือรอยที่แสดงถึงการรั่วซึมของน้ำ พื้นบ้านถ้าเป็นแกรนิตจะดูเป็นมาตรฐาน หรือถ้าเป็นลามิเนตก็ได้ เพราะพื้นสองประเภทนี้จะไม่ค่อยมีปัญหาเวลาผู้สนใจซื้อบ้านเข้ามาชมบ้าน สภาพผนัง ประตูสามารถเปิดปิดได้ทุกบานไม่มีชำรุด หน้าต่างไม่มีชำรุดสามารถเปิดปิดได้ทุกบาน สภาพรั้วหน้าบ้าน เพราะถ้าสภาพภายนอกบ้านดีมีผลต่อความประทับใจของผู้ที่สนใจจะซื้อ

- ทำเลที่ตั้งของสินทรัพย์ ตัวแทนนายหน้าที่มีประสบการณ์จะสามารถประเมินราคาบ้านได้จากทำเลที่ตั้งของบ้าน โดยราคายังอยู่ในทำเลเมือง สามารถเดินทางสะดวก จะมีราคาสูง

- ราคาที่บ้านบริเวณโดยรอบตั้งไว้ เป็นราคาตลาดเพื่ออ้างอิงว่าบริเวณของบ้านที่ผู้ฝากขายมีการตั้งราคาเท่าใด

- การตั้งราคาสำหรับการต่อรองของผู้สนใจซื้อ นายหน้าที่มีประสบการณ์อาจจะเสนอให้เจ้าของบ้านเพิ่มราคาขายจากที่ตั้งใจไว้สำหรับการต่อรอง

เมื่อสามารถตั้งราคาได้แล้ว ตัวแทนนายหน้าจะทำการถ่ายรูปของบ้านเพื่อที่จะนำไปประกาศโฆษณาในเวปไซต์ต่างๆ รวมถึงประชาสัมพันธ์การขายบ้านให้กลุ่มเป้าหมายทราบ และราคาของสินทรัพย์จะไม่เท่ากับราคาที่กรมที่ดินช่วยประเมินราคาปัจจุบันของบ้านในช่วงที่ทำการคิดค่าโอนกรรมสิทธิ์ที่จะอธิบายในส่วนตัวไป



ภาพที่ 3.1 การถ่ายรูปบ้านของตัวแทนนายหน้า

## 2) ตรวจสอบกรรมสิทธิ์ การอายัด การเวนคืน ของทรัพย์สิน

เพื่อไม่ให้เกิดกรณีบ้านที่ฝากขายอยู่ในช่วงการอายัด เวนคืน จำนอง หรือมีนิติกรรม เพราะจะเกิดขึ้นในการซื้อขายภายหลัง ตัวแทนนายหน้าของบริษัทจะทำการขอสำเนาโฉนด ทะเบียนบ้าน และสำเนาบัตรประชาชน ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่อตรวจสอบว่าบ้านที่จะฝากขายจะไม่มีสภาพที่เสี่ยงต่อการทำนิติกรรม
- เพื่อตรวจสอบว่าเจ้าของบ้านและคนทำสัญญาฝากบ้านเป็นคนเดียวกันทั้งนี้ จำเป็นต้องคว่ามีหนังสือมอบหมายจากเจ้าของในกรณีที่เจ้าของได้ฝากผู้อื่นมาทำสัญญาการซื้อขาย

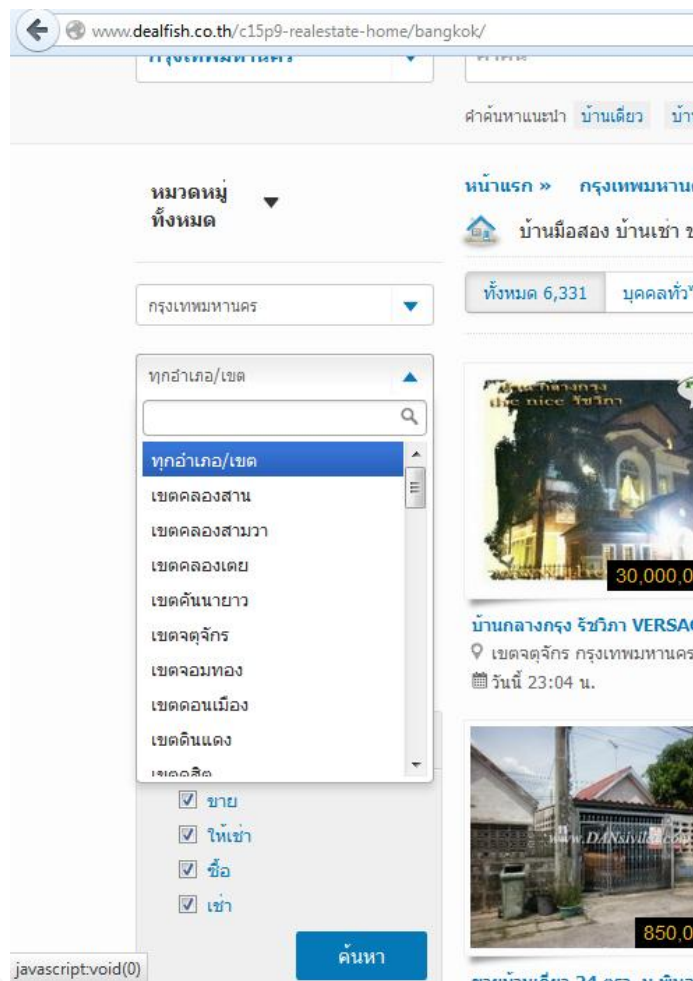
### 3.1.2.2 บริการการตลาด

บริการการตลาดเป็นขั้นตอนที่นายหน้าจะต้องใช้ประสบการณ์ในการขาย กับกลยุทธ์ต่างๆ โดยผลที่ได้คือการที่มีผู้สนใจซื้อบ้านติดต่อมาทางนายหน้า โดยนายหน้าของทางบริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด มีวิธีการบริการดังนี้

#### 1) สำนักรวราคาตลาด

นายหน้าของบริษัทจะทำการสำนักรวราคาของบ้านที่ขายในบริเวณใกล้เคียงกับบ้านที่มีผู้ฝากขาย โดยสังเกตจากป้ายประกาศขายบ้าน และการประกาศขายบ้านตามเว็บไซต์ โดย

ราคาดังกล่าวนายหน้าจะให้เจ้าของบ้านใช้พิจารณาเพื่อตัดสินใจราคาบ้าน ในกรณีที่เจ้าของบ้านยังไม่ได้กำหนดราคาของบ้าน ทั้งนี้การสำรวจราคาตลาดนั้นในกรณีไม่สามารถดูได้จากป้ายประกาศขาย เพราะ ป้ายประกาศขายบางป้ายจะไม่บอกราคาประกาศขาย ตัวแทนนายหน้าอาจจะต้องสำรวจราคาตลาดจากการประกาศขายบ้านในเวปไซต์ต่างๆแทน โดยเวปฝากขายบ้านส่วนใหญ่สามารถเลือกทำเลของบ้านได้ (ตามภาพที่ 3.2)



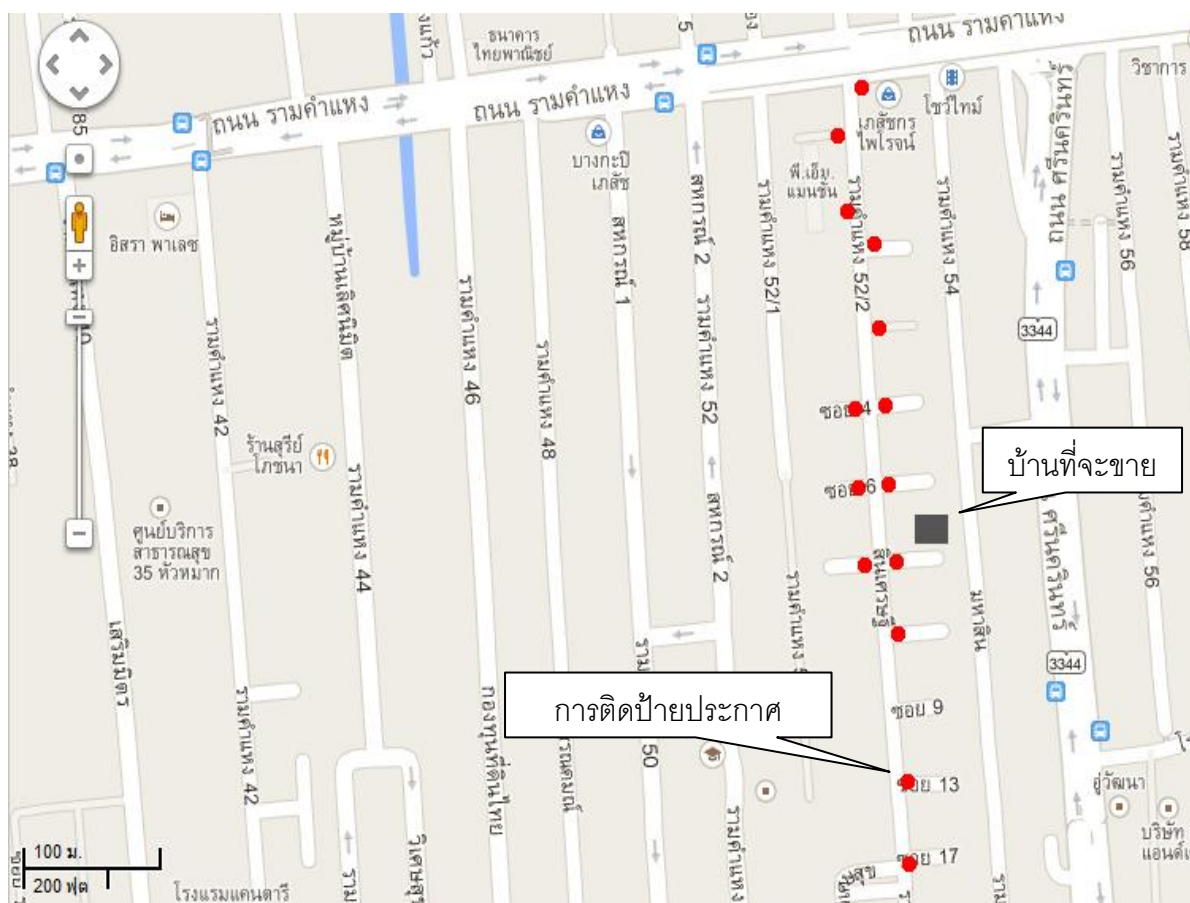
ภาพที่ 3.2 การเลือกทำเลของบ้านที่ประกาศขาย กรณีเวปไซต์ [www.dealfish.com](http://www.dealfish.com)

## 2) ติดป้ายประกาศประกาศขาย

การติดป้ายประกาศขายบ้าน เป็นการประชาสัมพันธ์การขายบ้านที่ได้ผลมากที่สุดวิธีหนึ่ง เพราะจะทำให้ผู้สนใจซื้อสามารถทราบถึงรายละเอียดของบ้านได้ ตัวแทนนายหน้าจะทำป้ายประกาศโดยจะนำไปติดตั้งบริเวณย่านบ้านที่ฝากขายเพื่อให้คนที่สนใจได้ติดต่อกับนายหน้า โดยปรกติแล้วนายหน้าจะใช้ป้ายประกาศประมาณ 20 ป้ายต่อการติดประกาศขาย 1 ครั้ง แต่การติดป้ายประกาศตามเสาไฟฟ้านั้นมีโอกาสที่ป้ายจะชำรุด หลุด หรือถูกถอดโดยเทคนิค ตัวแทนนายหน้าจะหมั่นทำการติดเพิ่มเติมเรื่อยๆ เพื่อไม่ให้ป้ายประกาศขาดหาย



วิธีการติดป้ายประกาศของตัวแทนนายหน้าสำหรับรูปแบบสัญญาจะทำการติดป้ายประกาศที่ตัวบ้านที่จะทำการบ้าน และติดตามเสาไฟฟ้าเพื่อให้ง่ายต่อการสังเกตเห็น โดยการติดป้ายจะที่บริเวณช่วงต้นซอย แล้วติดซอยละ 1 แผ่น เพื่อให้มีกระจายโดยรอบพื้นที่ และในบางกรณีจะติดถึงบริเวณถนนใหญ่เพื่อให้ผู้ที่สนใจซื้อได้เห็นป้ายประกาศ โดยการติดป้ายประกาศจะมีลักษณะดังรูปต่อไปนี้ (ภาพที่ 3.3)



ภาพที่ 3.3 ลักษณะการติดป้ายประกาศของตัวแทนนายหน้า

โดยการติดป้ายประกาศนั้นทางบริษัทจะต้องมีการลงทุน จากการสัมภาษณ์ตัวแทนนายหน้า สามารถประเมินค่าใช้จ่ายในการจัดทำป้ายประกาศ ต่อการประกาศขาย 1 ครั้งอยู่ที่ประมาณ 2,000 - 5,000 บาท แต่บริษัทไม่มีนโยบายเรียกเก็บค่าบริการการทำตลาด ค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะนับอยู่ในค่าบำเหน็จ 3% ที่ตัวแทนจะได้รับเมื่อสามารถขายบ้านสำเร็จ

การเขียนป้ายประกาศของตัวแทนนายหน้าจะบรรยายละเอียดในเรื่องของพื้นที่บ้าน ประเภทของบ้าน จำนวนห้อง ที่จอดรถ (ถ้ามี) และสิ่งอำนวยความสะดวกของตัวแทนนายหน้า และบริษัทเอาไว้สำหรับผู้ที่สนใจจะมาซื้อติดต่อ (ภาพที่ 3.5)



ภาพที่ 3.4 ป้ายประกาศขายบ้านของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด



ภาพที่ 3.5 ป้ายประกาศขายบ้านของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด



ภาพที่ 3.6 การติดป้ายประกาศขายบ้านที่หน้าบ้าน

### 3) การประกาศขายบ้านผ่านอินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบันเป็นยุคที่ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็วที่สุดสามารถเข้าถึงประกาศของสินทรัพย์ โดยระบุประเภทของสินทรัพย์ ระดับราคา ทำให้ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านสามารถค้นหาบ้านที่อยู่ในความต้องการของตนอย่างง่ายดาย ตัวแทนนายหน้าจึงต้องให้ความสำคัญรูปแบบการโฆษณาประเภทนี้ โดยตัวแทนนายหน้าของบริษัท จะทำการอัปเดตประกาศขายบ้านลงบนเว็บไซต์ของบริษัท และเว็บไซต์ประกาศขายบ้านต่างๆ เพื่อให้บ้านที่ต้องการขายถูกแสดงเป็นอันดับต้นๆ เมื่อมีผู้ต้องการซื้อได้ทำการสืบค้น จากสัมภาษณ์ตัวแทนนายหน้าของบริษัท พบว่า การประกาศขายบ้านผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางที่มีคนมาติดต่ออันดับแรกสำหรับนายหน้าบางคน

ในการประกาศโฆษณาขายบ้านทางอินเทอร์เน็ต ตัวแทนนายหน้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการการซื้อไอทีฟรีเมียมเพื่อให้สามารถประกาศขายได้หลายรายการ และในบางเว็บไซต์ไอทีฟรีเมียมจะทำให้การประกาศได้ขึ้นหน้าแรกเวลามีคนค้นหา โดยค่าใช้จ่ายในการสมัครไอทีฟรีเมียมประมาณ 5,000 – 12,000 บาท ต่อเว็บไซต์ สามารถใช้งานได้ 6 - 12 เดือน โดยเว็บไซต์ที่ตัวแทนนายหน้าจะประกาศมีดังนี้

- <http://www.masterhomeproperty.com> เว็บไซต์ของบริษัท

- <http://www.ddproperty.com> เว็บไซต์ประกาศขายอสังหาริมทรัพย์

โดยเฉพาะ

- <http://www.dealfish.co.th> เว็บไซต์ที่มีการประกาศขายของหลายประเภท โดยเป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน

- <http://www.prakard.com/> เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นการตั้งกระทู้
- <http://www.thaihometown.com/> เว็บไซต์ประกาศขายอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ มีทั้งโฆษณาขายบ้านมือหนึ่งและมือสอง
- <http://www.poolprop.com/> เว็บไซต์ประกาศขายอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ



ภาพที่ 3.7 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของบริษัท

The screenshot shows the DDproperty.com website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'ค้นหาประกาศ', 'โครงการคอนโด', 'โครงการบ้าน', 'ต่างประเทศ', 'สอนถาม Gurus', 'ค้นหาดีมานด์', 'ข่าว/บทความ', 'คู่มือซื้อขาย', and 'ลงประกาศ'. Below the navigation is a search bar with a search button. To the right of the search bar are filters for 'ประเภทสำหรับ' (Property Type), 'ประเภทของสิ่งหาทั้งหมด' (Search Type), 'ราคา' (Price), 'จังหวัด' (Province), 'อำเภอ/เขต' (District/City), and 'จำนวนห้องนอน' (Number of Bedrooms). A banner for 'พฤกษ์วิลล์' (Pruek Villa) is displayed at the bottom, along with a 'Join FREE Now!' button.

ภาพที่ 3.8 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของในเว็บไซต์ประกาศขายบ้าน

The screenshot shows the Prakard.com website interface. The header includes the site name 'Prakard.com', a date '28-29 SEP 2013', and a forum table. The table has columns for 'Forum', 'Topics', 'Posts', and 'Last Post'. The forum table lists various real estate topics and their corresponding statistics.

Forum	Topics	Posts	Last Post
<b>Condo / Condominium - คอนโด คอนโดมิเนียม</b>			
Bangna / Srinakarin / Lat Krabang Area (181 Viewing) คอนโดย่าน บางนา ศรีนครินทร์ ลาดกระบัง	30,229	200,720	Today at 0:45:13 in ขายคอนโด ลุมพินี ศรีนครินทร์ ซิวมาก 26 ตร.ม... by ลอเรนทอสลอสัน ✪
Teparak / Suvarabhumi / Samutprakarn Province (100 Viewing) คอนโดย่าน เทพรักษ์ สุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ	3,429	20,880	Today at 0:03:55 in คุ้ม! คอนโด 27 ตร.ม. วิวสวย วิวสวนสวย วิวสระว่ายน้ำ... by ediamond ✪
Bangsue / Bangkhen Area (149 Viewing) คอนโดย่าน บางซื่อ บางเขน (ฝั่งตะวันตกของวิภาวดีรังสิต)	14,694	156,928	Today at 0:41:23 in ขายสวนลุมพินี 29.5 ไร่ ขายสวนลุมพินี... by chut ✪
Sukapiban / Ramkhamhaeng / Bangkok Area (148 Viewing) คอนโดย่าน สุขุมวิท รามคำแหง บางกะปิ ร่มเกล้า	24,128	153,944	Today at 0:24:07 in ไม้เช่าซื้อคอนโดใหม่ ปลูกสวน 31 ตร.ม. วิว... by Poramee ✪
Viphavadi-Rangsit / Rangsit Area (127 Viewing) คอนโดย่าน วิภาวดีรังสิต รังสิต เมือง รังสิต	9,846	75,796	Yesterday at 23:14:43 in ขาย X-Card ลุมพินี วิวสวย วิวสวน... by hiphop ✪
Paholyothin Area (196 Viewing) คอนโดย่าน พหลโยธิน อารีย์ รัชโยธิน บางเขน สายไหม	45,194	309,788	Yesterday at 23:54:37 in คุ้มซื้อบ้านเช่า คอนโด 31 ตร.ม. วิวสวน... by gdf ✪
Ladprao / Raminthra Area (173 Viewing) คอนโดย่าน ลาดพร้าว รามอินทรา นวมินทร์	33,709	286,237	Yesterday at 23:27:23 in The Room Rachada For Rent 2 Bed 25000 Baht by divadib ✪
			Today at 0:42:17

ภาพที่ 3.9 การประกาศขายบ้านในเว็บไซต์ของในเว็บไซต์ประกาศขายบ้าน

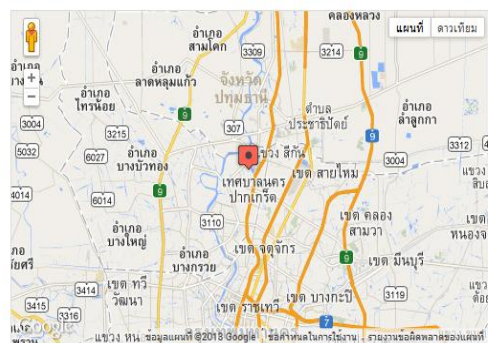
### ขายทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ม.เมืองทอง5 บางพุด ปากเกร็ด ขนาด42ตร.รา



ขาย ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮม ปากเกร็ด นนทบุรี

ปากเกร็ด นนทบุรี

ขายทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ม.เมืองทอง5 บางพุด ปากเกร็ด ขนาด42ตร.ราคา6.3ล้าน 0813611741  
ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ทาวน์เมืองทองธานี 5 อยู่ใจกลางเมือง ทำเลดีเหมาะแก่การอยู่อาศัย ใกล้  
สถานที่ราชการ ทางสรรพสินค้า ศูนย์รวมความบันเทิง พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก 4 ระบบ  
รักษาความปลอดภัย 24 ชม. Built in ทั้งหลัง จอดรถสะดวก การเดินทาง : แจ้งวัฒนะ ดอนเมือง  
รามอินทรา รัตนาธิรังสิต ปากเกร็ด นนทบุรี รายละเอียดการขาย : เครื่องปรับอากาศ 2 เครื่อง  
เครื่องทำน้ำอุ่น 1 เครื่อง เครื่องมีน้ำ 1 ชุด ชุดครัว ( รายการตกแต่งภายในทั้งหมด ) หมายเลข  
โทรศัพท์ 1 เลขหมาย สนใจติดต่อขอชมบ้านได้ และบริการทำธุรกรรมกับทางธนาคาร ติดต่อ  
081-3611741 ศรีญญ



### ภาพที่ 3.10 ลักษณะการประกาศในเว็บไซต์

สำหรับรายละเอียดที่ตัวแทนนายหน้าได้ทำประกาศในเว็บไซต์มี(ภาพที่ 3.10) ดังนี้

- ประเภทอาคาร
- สถานที่ตั้ง
- รูปภาพประกอบ
- การเดินทางและแผนที่
- ราคาขาย
- ข้อมูลพื้นที่และจำนวนห้องของบ้าน
- เบอร์โทรและอีเมลล์สำหรับติดต่อตัวแทนนายหน้า

### 4) พาผู้สนใจซื้อชมทรัพย์สิน

การพาผู้สนใจซื้อชมทรัพย์สินนั้นจะเกิดขึ้นหลายครั้งเพราะไม่ใช่ว่าจะมีเพียงผู้สนใจซื้อรายเดียวที่ต้องการซื้อบ้าน อีกทั้งการนัดหมายเปิดบ้านนั้นมักเกิดขึ้นช่วงวันเสาร์ และอาทิตย์ที่เป็นวันหยุดของการทำงาน ซึ่งผู้ฝากขายส่วนใหญ่จะไม่อยากเสียเวลาในช่วงวันหยุด และ

มอบหมายให้นายหน้า ดังนั้นส่วนมากผู้ฝากขายจะมีความต้องการให้ทางนายหน้าเป็นคนติดต่อกับผู้  
ต้องการซื้อให้และต้องการให้นายหน้าช่วยในการคัดกรองลูกค้า

โดยในขั้นตอนการบริการนี้สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ตัวแทนนายหน้าจะทำการนัดกับผู้สนใจซื้อบ้านอย่างน้อย 1 วัน ก่อนที่จะทำการติดต่อเจ้าของบ้านไม่ว่าจะเป็นในกรณีที่มีเจ้าของบ้านอยู่ในบ้าน หรือไม่ก็ตาม
- ตัวแทนนายหน้าให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อบ้านกับผู้สนใจที่จะซื้อ
- ตัวแทนนายหน้าจะช่วยเหลือในการเจรจาต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของทั้งผู้ฝากขาย และผู้ซื้อ
- ตัวแทนนายหน้าจะทำหน้าที่ช่วยคัดกรองผู้ที่สนใจซื้อ เช่น ถ้าหากราคาที่ผู้ซื้อเสนอต่ำกว่าที่กำหนดมาก สอบถามว่าซื้อเงินสดหรือกู้ รายได้ของผู้สนใจซื้อ สามารถพร้อมซื้อบ้านในช่วงเวลาใด และช่วยตรวจสอบผู้ที่สนใจซื้อว่าเป็นมีงานอาชีพหรือไม่

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่าการพาผู้สนใจซื้อเข้าชมบ้านนั้น สามารถช่วยประหยัดค่าเดินทาง(ในกรณีที่ผู้ฝากขายไม่ได้อาศัยภายในบ้านที่ประกาศขาย) และเวลาของผู้ฝากขายเอง

### 3.1.2.3 การบริการด้านสินเชื่อ

ในการซื้อขายบ้านมือสองนั้น การที่บริการสินเชื่อเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การซื้อขายบ้านสำเร็จลุล่วง เพราะหากในกรณีที่ตัวแทนนายหน้าไม่สามารถหาสินเชื่อให้ผู้ที่สนใจซื้อได้ จะทำให้ผู้ฝากขายเสียโอกาสในการขายบ้านได้ ตัวแทนนายหน้าจึงจำเป็นต้องมีคอนแทคกับสถาบันการเงินเพื่อทำให้สามารถหาสินเชื่อให้กับผู้ที่สนใจจะซื้อบ้านได้ โดยในสายตาของผู้ฝากขายบ้านการที่ตัวแทนนายหน้าหรือบริษัทมีคอนแทคกับสถาบันการเงินหลายแห่งทำให้ดูมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

บริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด มีคอนแทคกับสถาบันการเงินหลายแห่ง เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด ธนาคาร ยูโอบี เป็นต้น โดยที่ตัวแทนนายหน้าสามารถเสนอวงเงินกู้ได้ร้อยละ 103 ของราคาบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครดิตของลูกค้า และตัวแทนนายหน้าจะตรวจสอบว่าผู้สนใจซื้อมีกำลังทรัพย์พอที่จะซื้อบ้านหรือไม่

ในการให้บริการขั้นตอนนี้ตัวแทนนายหน้าจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ต้องการซื้อดังนี้

- บริการจัดเตรียมเอกสารสำหรับการขอสินเชื่อ เช่น สลิปเงินเดือน บัตรประชาชน สเตจเมนท์ ใบสมรส และใบเปลี่ยนชื่อ เป็นต้น

- พาฝ่ายประเมินฯ ของทางสถาบันการเงินที่ขอสินเชื่อ เข้าทำการประเมิน



ภาพที่ 3.11 ธนาคารที่ตัวแทนนายหน้าสามารถติดต่อได้ในกรณี บริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

#### 3.1.2.4 การบริการนิติกรรม

การบริการนิติกรรมของตัวแทนนายหน้า จากการสัมภาษณ์ของตัวแทนนายหน้าหลายคนได้กล่าวว่า เป็นการบริการที่ผู้ฝากขายต้องการมากที่สุดเพราะคนส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่องการทำนิติกรรมโดยบริการนิติกรรมของตัวแทนนายหน้าจะมีต่อไปนี้

- ตรวจสอบค่าใช้จ่าย อาทิ ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าอากร ค่าภาษีต่างๆ เพื่อแจ้งให้ทั้ง ผู้ซื้อและผู้ขายทราบ โดยค่าธรรมเนียมการโอน จะใช้ราคากลางที่คิดจากการประเมินของกรมที่ดิน โดยอยู่ที่ ร้อยละ 2 ของราคาสินทรัพย์จากการประเมินโดยกรมที่ดิน ภาษีจะคิดเป็นราคาร้อยละ 0.5 ส่วนธุรกิจเฉพาะอาคารแสดมภ์จะคิดเป็นราคา ร้อยละ 3.3

- ตรวจสอบยอดค้ำชำระในกรณีที่ทรัพย์สินที่ตกลงซื้อขายได้นั้นติดจำนอง ก่อนการวาง เงินมัดจำ ถ้าจำเป็นต้องประนอมหนี้ก็จะดำเนินการให้และแจ้งให้ผู้ซื้อได้รับทราบ



- ดูแลการทำนิติกรรมให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของทั้งสองฝ่าย โดยช่วยเตรียมเอกสารสำคัญที่ใช้ในการโอนกรรมสิทธิ์

- ตรวจสอบค่าค้างชำระต่างๆ เช่น ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ก่อนการโอนกรรมสิทธิ์

- บริการด้านการโอนกรรมสิทธิ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ณ สำนักงานที่ดิน

- บริการด้านการโอนสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย

ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินการต่างๆในช่วงบริการนิติกรรมนั้น ทางผู้ฝากขาย และทางผู้สนใจซื้อจะต้องเป็นผู้ชำระเอง ไม่เกี่ยวกับการชำระค่าบำเหน็จของนายหน้า คิดเป็นร้อยละ 3 ของราคาบ้านที่ขาย

### 3.2 สัญญานายหน้าเปิด

การทำสัญญานายหน้าเปิด สำหรับบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด นั้นจะเรียก รูปแบบสัญญานี้ว่า สัญญานายหน้า โดยจะเสนอสัญญานี้ ในกรณีที่ผู้ฝากขายสนใจที่จะขายด้วยตนเอง หรือต้องการที่ทำสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด โดยสัญญานายหน้าจะเปิดโอกาสให้ผู้ขายสามารถซื้อขายบ้านได้ และสามารถมอบอำนาจให้ตัวแทนนายหน้า หรือบุคคลอื่นช่วยขาย โดยผู้ที่พาผู้ซื้อให้กับผู้ฝากขายได้จะได้รับค่าบำเหน็จ เนื้อหาของสัญญาสามารถสรุปรายละเอียดข้อตกลงทั้งสองฝ่ายได้ดังนี้

#### 3.2.1 รายละเอียดข้อตกลงสัญญานายหน้า

ในการทำสัญญานายหน้าผู้ฝากขายจะต้องกรอกรายละเอียดของตน และสินทรัพย์ ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ปัจจุบัน ที่อยู่ของบ้านที่ต้องการขาย และระบุแต่งตั้งตัวแทนนายหน้าจากบริษัท มาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยในสัญญาได้ระบุเงื่อนไขข้อตกลงดังนี้

1) ให้ “นายหน้า” เป็นผู้จัดการหาผู้ซื้อ โดยเมื่อสามารถทำการซื้อขายบ้านสำเร็จ นายหน้าจะคิดอัตราร้อยละ 3 ของราคาทรัพย์สินที่ขายได้

2) ผู้ฝากขาย ตกลงที่จะชำระค่าบำเหน็จแก่นายหน้า เมื่อผู้ซื้อจากผลการซื้อหรือจัดการของนายหน้า

จากรายละเอียดสัญญาที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าไม่มีข้อห้ามไม่ให้ผู้ฝากขายทำสัญญากับนายหน้าผู้อื่นเพิ่มเติม และมีช่องทางที่ผู้ฝากขายจะเลี่ยงที่จะจ่ายค่าบำเหน็จแก่นายหน้า ส่งผลให้นายหน้าของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด บางราย เลือกที่จะปฏิเสธการทำสัญญารูปแบบเปิด หรือสัญญานายหน้า เพราะมีโอกาสที่จะไม่ได้รับค่าตอบแทนใดๆ

ตัวแทนนายหน้าที่ได้รับทำสัญญาในรูปแบบนี้สัมภาษณ์ว่า การทำสัญญาในรูปแบบนี้กับผู้ฝากขายนั้น ตัวแทนนายจะดูจากปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจทำสัญญาดังนี้

- บ้านที่ฝากขายต้องไม่มีผู้อาศัยอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ที่ผู้สนใจซื้อพบกับเจ้าของบ้าน และทำการโอนกันโดยไม่ผ่านนายหน้า

- ไม่ทำการตีประกาศขายที่หน้าบ้าน ด้วยเหตุผลเดียวกับปัจจัยก่อนหน้านี้

- ทำเลบ้านที่ขายเป็นทำเลที่สามารถขายได้

- ราคาที่เจ้าของบ้านตั้ง เป็นราคาที่ไม่สูงเกินไป

ถ้าหากเป็นไปตามปัจจัยที่กล่าวมาตัวแทนนายหน้าจะสามารถวางใจและยอมรับการทำสัญญาได้เพราะมีโอกาสที่ตนจะได้รับค่าบำเหน็จ

### 3.2.2 การให้บริการของตัวแทนนายหน้า จากการทำสัญญานายหน้า

ในการให้บริการของตัวแทนนายหน้าโดยสัญญานายหน้า หรือสัญญานายหน้าเปิด นายหน้าส่วนใหญ่จะไม่ทำการลงทุนอย่างเต็มที่ เพราะเนื่องจากมีโอกาสที่ตนจะไม่ได้รับเงินค่าบำเหน็จ และไม่เปิดโอกาสให้ผู้ฝากขายได้ติดต่อกับผู้ต้องการโดยตรง โดยการให้บริการจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.2.2.1 การบริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน

การบริการตรวจสอบคุณภาพของบ้านมีลักษณะการให้บริการคล้ายกับสัญญาในรูปแบบแต่งตั้งตัวแทนหรือ สัญญานายแต่เพียงผู้เดียว โดยรายละเอียดต่างๆมีดังนี้

##### 1) ตรวจสอบสภาพทรัพย์สิน

การตรวจสอบสภาพทั่วไปโดยรายละเอียดการบริการเหมือนกับการทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขาย โดยจะขอรับข้อมูลเพื่อใช้พิจารณาสภาพบ้านว่าสอดคล้องกับราคาที่ตั้งหรือไม่

##### 2) ตรวจสอบกรรมสิทธิ์ การอายัด การเวนคืน ของทรัพย์สิน

เพื่อตรวจสอบบ้านว่าอยู่ในช่วงในระหว่างการอายัด เวนคืน จำนอง หรือมีนิติกรรม เพราะจะเกิดขึ้นในการซื้อขายภายหลัง ตัวแทนนายหน้าของบริษัทจะทำการขอสำเนาโฉนด ทะเบียนบ้าน และสำเนาบัตรประชาชน

#### 3.2.2.2 บริการการตลาด

บริการการตลาดของสัญญานายหน้ามีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกับการทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขาย เพราะในส่วนบริการนี้จะมีการลงทุนค่าใช้จ่ายของนายหน้ามากที่สุด โดยนายหน้าจะให้บริการต่อไปนี้

### 1) สํารวจราคาตลาด

บริการส่วนนี้คล้ายกับการทำสัญญาแต่งตั้งนายหน้า คือ ตัวแทนนายหน้าจะทำการสำรวจราคาตลาดจากบ้านที่ประกาศขายบริเวณใกล้เคียง โดยสังเกตจากประกาศขายผ่านป้ายประกาศขาย และประกาศในเวปไซต์ รวมถึงใช้ประสบการณ์รวมประเมินราคา

### 2) ติดป้ายประกาศประกาศขาย

จากการสัมภาษณ์นายหน้าที่รับทำสัญญาประเภทนายหน้าเปิดกับผู้ฝากขาย ได้กล่าวว่า นายหน้าจะทำการติดป้ายประกาศจำนวนครั้งหนึ่งของการติดป้ายประกาศของสัญญาแต่งตั้งตัวแทนผู้ขาย โดยประมาณ 10 ป้าย และไม่มีการติดป้ายขนาดใหญ่ที่หน้าบ้านของผู้ฝากขาย เพื่อเลี่ยงการติดต่อกันโดยตรงของผู้ฝากขายและผู้ต้องการซื้อ

โดยสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายที่ลงทุนกับการติดป้ายประกาศเหลือเพียง 1,000 -2,000 บาทเท่านั้น ซึ่งอาจจะส่งผลให้การขายอาจจะช้ากว่าการทำสัญญารูปแบบแต่งตั้งตัวแทน

### 3) การประกาศขายบ้านผ่านอินเทอร์เน็ต

ในการประกาศขายผ่านอินเทอร์เน็ตของการทำสัญญานายหน้าเปิด นายหน้าจะทำการอัปโหลดเวปไซต์ต่างๆ แต่อาจจะลดจำนวนเวปไซต์ลง และประกาศในเวปที่ไม่ต้องใช้ไอดีฟรีเหมียม เพราะการสมัครไอดีฟรีเหมียมนั้นมีจำนวนรายการที่จะประกาศอยู่จำกัด จากการสัมภาษณ์พบว่าเวปไซต์ที่ยังคงประกาศอยู่ในกรณีทำสัญญานายหน้ารูปแบบนี้ มีดังนี้

- <http://www.masterhomeproperty.com> เวปไซต์ของบริษัทที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

- <http://www.ddproperty.com> เวปไซต์ประกาศขายอสังหาริมทรัพย์ที่มีความนิยมสูง มีโอกาสที่ผู้สนใจซื้อจะเข้ามาสืบค้น

- <http://www.dealfish.co.th> เวปไซต์ที่มีการตอบรับจากผู้ต้องการซื้อ มากอีก 1 เวปไซต์

### 4) พาผู้สนใจซื้อชมทรัพย์สิน

การเข้าชมบ้านนั้น ตัวแทนนายหน้าต้องแน่ใจว่าจะไม่พบกับผู้ฝากขายบ้าน โดยในขั้นตอนการบริการนี้สามารถอธิบายได้ดังนี้

- ตัวแทนนายหน้าจะทำการนัดกับผู้สนใจซื้อบ้านอย่างน้อย 1 วัน

- ตัวแทนนายหน้าให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อบ้านกับผู้สนใจที่จะซื้อ ตัวแทนนายหน้าจะไม่ให้ผู้ต้องการซื้อติดต่อกับผู้ฝากขายโดยตรง

- ตัวแทนนายหน้าจะช่วยเป็นสื่อการในการเจรจาต่อรองราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของทั้งผู้ฝากขาย และผู้ซื้อ

- ตัวแทนนายหน้าจะทำหน้าที่ช่วยคัดกรองผู้ที่สนใจซื้อ

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่าการบริการที่เหมือนกับสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขาย เพียงแต่จะไม่มี การพบกันของผู้ฝากขายและผู้ต้องการซื้อ

### 3.2.2.3 การบริการด้านสินเชื่อ

ในการให้บริการขั้นตอนนี้ตัวแทนนายหน้าจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ต้องการซื้อคล้ายกับสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขาย ดังนี้

- บริการจัดเตรียมเอกสารสำหรับการขอสินเชื่อ เช่น สลิปเงินเดือน บัตรประชาชน สเตจเมนท์ ใบสมรส และใบเปลี่ยนชื่อ เป็นต้น

- พาฝ่ายประเมินฯ ของทางสถาบันการเงินที่ขอสินเชื่อ เข้าทำการประเมิน

### 3.2.2.4 การบริการนิติกรรม

การบริการนิติกรรมมีบริการที่เหมือนกับสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขายเช่นกัน โดยมีรายละเอียดการใช้บริการดังนี้

- ตรวจสอบค่าใช้จ่าย อาทิ ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าอากร ค่าภาษีต่างๆ เพื่อแจ้งให้ทั้ง ผู้ซื้อและผู้ขายทราบ โดยค่าธรรมเนียมการโอน จะใช้ราคากลางที่คิดจากการประเมินของกรมที่ดิน โดยอยู่ที่ ร้อยละ 2 ของราคาสินทรัพย์จากการประเมินโดยกรมที่ดิน ภาษีจะคิดเป็นราคาร้อยละ 0.5 ส่วนธุรกิจเฉพาะอากรแสตมป์จะคิดเป็นราคา ร้อยละ 3.3

- ตรวจสอบยอดค่างชำระในกรณีที่ทรัพย์สินที่ตกลงซื้อขายได้นั้นติดจำนอง ก่อนการวาง เงินมัดจำ ถ้าจำเป็นต้องประนอมหนี้ก็จะดำเนินการให้และแจ้งให้ผู้จะซื้อได้รับทราบ

- ดูแลการทำนิติกรรมให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของทั้งสองฝ่าย โดยช่วยเตรียมเอกสารสำคัญที่ใช้ในการโอนกรรมสิทธิ์

- ตรวจสอบค่าค่างชำระต่างๆ เช่น ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ก่อนการโอนกรรมสิทธิ์

- บริการด้านการโอนกรรมสิทธิ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ณ สำนักงานที่ดิน

- บริการด้านการโอนสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย

ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินการต่างๆในช่วงบริการนิติกรรมนั้น ทางผู้ฝากขาย และทางผู้สนใจซื้อจะต้องเป็นผู้ชำระเอง ไม่เกี่ยวกับการชำระค่าบำเหน็จของนายหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 3 ของราคาบ้านที่ขาย

ความแตกต่างการให้บริการระหว่างสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ของบริษัทมาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จากการสัมภาษณ์นายหน้าได้โดยประมาณการค่าบริการ ผู้วิจัยสามารถจำแนกค่าบริการได้ดังตารางต่อไปนี้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สัญญาหน้าแต่เพียงผู้เดียว		สัญญาหน้าเปิด	
การให้บริการ	มูลค่าการบริการ (บาท)	การให้บริการ	มูลค่าการบริการ (บาท)
ตรวจสอบสภาพทรัพย์สิน	-	ตรวจสอบสภาพทรัพย์สิน	-
ตรวจสอบกรรมสิทธิ์ การ อายัด การเวนคืน ของ ทรัพย์สิน	-	ตรวจสอบกรรมสิทธิ์ การ อายัด การเวนคืน ของ ทรัพย์สิน	-
สำรวจราคาตลาด	-	สำรวจราคาตลาด	-
ติดป้ายประกาศประกาศขาย (จำนวนประมาณ 20 ป้าย และป้ายประกาศหน้าบ้าน)	5,000	ติดป้ายประกาศประกาศขาย (จำนวนประมาณ 10 ป้าย และไม่มีป้ายประกาศหน้า บ้าน)	2,500
การประกาศขายบ้านผ่าน อินเทอร์เน็ต(จำนวนหลายเว็บ ไซต์เท่าที่เป็นไปได้ และ อัปเดตบ่อยครั้ง)	12,000	การประกาศขายบ้านผ่าน อินเทอร์เน็ต(จำนวนหลาย เว็บไซต์พอสมควร อาจจะไม่ ใช้ไอทีฟรีเมียมทุกเว็บไซต์)	5,000
พาผู้สนใจเข้าชมทรัพย์สิน	ร้อยละ 1 ของ ราคาบ้าน	พาผู้สนใจเข้าชมทรัพย์สิน(ไม่ พบกับผู้ฝากขาย)	ร้อยละ 1 ของ ราคาบ้าน
การบริการด้านสินเชื่อ	2,500	การบริการด้านสินเชื่อ	2,500
การบริการนิติกรรม	ร้อยละ 1 ของ ราคาบ้าน	การบริการนิติกรรม	ร้อยละ 1 ของ ราคาบ้าน

\*การทำสัญญาทั้งสองรูปแบบจะมีค่าใช้จ่ายเพียงครั้งเดียวคือค่าบำเหน็จนายหน้า คิดเป็นร้อยละ 3 ของราคาบ้านที่ขายเท่านั้น

\*\*การคำนวณค่าใช้จ่ายคิดจากการประมาณการของตัวแทนนายหน้าที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ โดยยังไม่คำนวณถึงค่าเดินทางที่ใช้ในการ  
ดำเนินการขั้นตอนบริการต่างๆ

ตารางที่ 3. 1 ความแตกต่างการให้บริการระหว่างสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญา  
รูปแบบนายหน้าเปิด

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า การทำสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวนั้นจะได้รับบริการที่เต็มที่มากกว่าการทำสัญญานายหน้าเปิด โดยผู้ฝากขายต้องตัดสินใจระหว่างการได้รับบริการที่เต็มทีจากนายเพียงคนเดียว หรือ การใช้เลือกใช้บริการนายหน้าหลายคน หรือการที่ตนสามารถขายเองได้แต่ไม่ได้รับบริการเต็มที่และอาจจะขายได้ช้ากว่า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### บทที่ 4

### การศึกษาผู้ใช้บริการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

การศึกษาผู้ใช้บริการการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว เป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์การให้บริการของนายหน้า เพื่อนำมาสู่การทำแบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการฝากขายบ้าน โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับบริการของนายหน้า ในกรณีสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ฝากขาย ต่อการบริการที่ได้รับจากนายหน้า ในกรณีสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และศึกษาความพึงพอใจและความต้องการที่มีบริการ โดยจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการฝากขายบ้านผ่านนายหน้าบริษัท มาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัดในรูปแบบสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว จำนวน 15 คน ซึ่งผลจากการศึกษาที่ได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา
- 4.3 การรับรู้การให้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว
- 4.4 ความต้องการการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า
- 4.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า



#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### 4.1.1 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ทั้งหมด 15 คน ได้ประกอบอาชีพ ข้าราชการ 1 คน ธุรกิจส่วนตัว 8 คน พนักงานบริษัท 6 คน โดยที่ไม่มีผู้ที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับรัฐวิสาหกิจในกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยจากตารางที่ 4.1 ได้แสดงถึงประเภทของอาชีพในการตัดสินใจที่จะใช้บริการ

อาชีพ	คนที่															รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
รับราชการ											✓					1
พนักงานบริษัท				✓	✓	✓	✓			✓				✓		6
รัฐวิสาหกิจ																
ธุรกิจส่วนตัว	✓	✓	✓					✓	✓			✓	✓		✓	8
อื่นๆ																

ตารางที่ 4.1 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวมากที่สุดสืบเนื่องมาจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่มีธุรกิจส่วนตัวจะไม่มีเวลาและไม่ต้องการเสียเวลาในการซื้อขายบ้าน โดยส่วนใหญ่จะเชื่อถือตามที่นายหน้ากล่าวไว้ว่าสัญญาแบบนี้จะสามารถทำให้นายหน้ากล้าที่จะขายบ้านได้ และกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการนั้นมีน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้ทราบถึงขั้นตอนการให้บริการทั้งหมดเพียงแต่ต้องการขายออกโดยเร็วที่สุด

##### 4.1.2 รายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์พบว่า มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 40,001-60,000 บาท มีจำนวน 2 คน มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 60,001- 80,000 บาท มีจำนวน 4 คน มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 80,001-100,000 บาทมีจำนวน 3 คน และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาท มีจำนวน 4 คน โดยจากตารางที่ 4.2 สามารถกล่าวได้ว่ารายได้ของครัวเรือนนั้น

รายได้	คนที่															รวม	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
น้อยกว่า 20,000 บาท																	-
20,001- 40,000 บาท						✓		✓									2
40,001- 60,000 บาท	✓			✓	✓							✓					4
60,001- 80,000 บาท		✓	✓												✓		3
80,001- 100,000 บาท							✓					✓					2
มากกว่า 100,000 บาท									✓	✓			✓			✓	4

ตารางที่ 4.2 แสดงรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ที่ต้องการขายบ้านส่วนใหญ่จะมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป โดยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คนนั้น พบว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทจะไม่ใช่กลุ่มลูกค้าของนายหน้า ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครัวเรือน 40,001 – 60,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครัวเรือนมากกว่า 100,00 บาท เป็นกลุ่มที่เลือกใช้สัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวมากที่สุด

#### 4.1.3 สิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ จำนวน 10 คน ลักษณะสิทธิการเป็นเจ้าของเป็นปัจจัยหนึ่งที่แสดงว่าถึงว่า ตัวเจ้าของมีเวลาที่จะติดต่อใช้บริการเอง หรือ ไม่สะดวกด้วยตนเองจึงฝากญาติ คนรู้จักมาเพื่อใช้บริการ มีผู้เป็นตัวแทนเจ้าของ จำนวน 2 คน ดังตารางที่ 4.4

สิทธิการเป็นเจ้าของ	จำนวน
เป็นเจ้าของเอง	12
รับหนังสือมอบหมายมาทำสัญญาแทน	3
รวม	15

ตารางที่ 4.3 แสดงสิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.1.4 ข้อมูลของที่อยู่อาศัยที่ต้องการขาย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ทำสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวจำนวนทั้งสิ้น 15 คน พบว่า ข้อมูลของที่อยู่อาศัยที่ต้องการขาย มีรายละเอียดดัง ตารางที่ 4.4 ดังนี้

คนที่	ประเภทที่อยู่อาศัย	ราคา (บาท)	ทำเลที่ตั้ง	พื้นที่ใช้สอย (ตารางวา)
1	บ้านเดี่ยว	4,800,000	ราชพฤกษ์ แจ้งวัฒนะ	54.4
2	บ้านเดี่ยว	5,700,000	นวลจันทร์ บีงกุ่ม	60
3	ทาวน์เฮ้าส์	3,500,000	บางนา-ตราด	33
4	ทาวน์เฮ้าส์	2,100,000	ถนนรามอินทรา	20
5	บ้านเดี่ยว	2,300,000	ประเวศ	51
6	บ้านเดี่ยว	3,800,000	หมู่บ้านทุ่งเศรษฐี ประเวศ	43
7	ทาวน์โฮม	3,600,000	หมู่บ้านทาวน์อเวนิว บางกะปิ	20
8	ทาวน์เฮ้าส์	2,000,000	หมู่บ้านลาดดาวลัย บีงกุ่ม	39
9	ทาวน์เฮ้าส์	2,200,000	หมู่บ้านเต็มสิริอเวนิว ถ.เจริญพัฒนา	22.8
10	บ้านเดี่ยว	2,200,000	บางกรวย สราญรมย์	12
11	คอนโด	1,690,000	ปากเกร็ด นนทบุรี	36.4(ตร.ม.)
12	บ้านแถว	4,000,000	นราธิวาส สาทร	10.1
13	ทาวน์เฮ้าส์	2,300,000	หมู่บ้านนิรันดร์วิลล์ เขตประเวศ	16
14	ทาวน์เฮ้าส์	1,900,000	บีงกุ่ม กทม.	18
15	บ้านเดี่ยว	4,200,000	อมรพันธ์นคร สวนสยาม	87

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลบ้านที่ต้องการขาย

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ลักษณะบ้านที่ฝากขายของผู้ใช้บริการสัญญาหน้าแต่เพียงผู้เดียวส่วนใหญ่เป็นทาวน์เฮ้าส์ระดับราคา 2 ล้านบาท

## 4.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา

ในการทำสัญญารูปแบบสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีเหตุผลในการตัดสินใจการเลือกใช้บริการผ่านนายหน้า และ เหตุผลในการเลือกการบริการโดยสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ดังนี้

### 4.2.1 เหตุผลในการตัดสินใจการเลือกใช้บริการผ่านนายหน้า

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ทำสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ทั้งหมด 15 คน สามารถจำแนกเหตุผลที่เลือกใช้บริการผ่านนายหน้า ได้ดังนี้

#### เหตุผลที่ 1 ต้องการขายให้เร็วที่สุด

โดยจากการสัมภาษณ์ ผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ได้กล่าวว่า เพราะต้องการขายบ้านให้เร็วจึงใช้บริการกับนายหน้า ทั้งนี้เนื่องมาจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการนั้นมาจากการรับข้อมูลแบบปากต่อปาก เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่าเชื่อว่าถ้าใช้บริการนายหน้าน่าจะขายได้เร็วกว่า หรือ ทราบจากนายหน้าแนะนำว่าการใช้บริการนายหน้าถ้ายังขายไม่ได้ ก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ถ้าขายได้ก็น่าจะเร็วกว่าที่ตนจะทำการขายเอง

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของความต้องการขายได้เร็วที่สุดจากระยะเวลาการที่ผู้ใช้บริการเลือกทำสัญญากับนายหน้า โดยจากการสอบถามพบว่าผู้เลือกใช้สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวกับนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวส่วนใหญ่ได้เลือกระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้าตัวแทนบริษัท 6 เดือน และได้กล่าวว่า หากหมดระยะเวลาสัญญาและไม่สามารถขายได้ ผู้ใช้บริการจะไม่ทำการต่อสัญญากับนายหน้าตัวแทนบริษัท ดังนั้นตารางที่ 4.5

การทำสัญญา	คนที่														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว															
ระยะเวลา(เดือน)	6	6	3	12	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
การตัดสินใจต่อสัญญา			*		*		✓	✓							

\* คือกลุ่มคนที่ขอตัดสินใจจากผลงานการหาผู้สนใจซื้อบ้านจากนายหน้า

ตารางที่ 4.5 แสดงระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้า และการตัดสินใจในการต่อสัญญาเมื่อหมดระยะเวลาการทำสัญญา

## เหตุผลที่ 2 เชื่อว่าสัญญานี้จะทำให้นายหน้าทำงานได้อย่างเต็มที่

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการนี้ว่า ในตอนการอธิบายการให้บริการของนายหน้าก่อนที่จะทำสัญญาฝากขายบ้าน นายหน้าได้อธิบายว่าการทำสัญญากับนายหน้าจะช่วยให้นายหน้านั้นทำงานได้อย่างเต็มที่ เพราะจะได้ไม่ต้องกลัวว่าผู้เป็นเจ้าของบ้านจะแอบเจรจากับผู้สนใจซื้อหรือรับหลังนายหน้า ดังนั้นเมื่อทำสัญญากับนายหน้า นายหน้าจึงกล้าที่จะลงทุนที่จะทำการตลาดในการขายบ้านให้ได้อย่างเต็มที่ โดยการที่กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อว่าการทำสัญญาฝากขายบ้านรูปแบบนี้จะทำให้นายหน้าทำงานให้กับตนได้อย่างเต็มที่ เป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจและโน้มน้าวใจ โดยนายหน้าจะพูดให้ข้อมูลจนผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจ ความรู้ ทำให้เกิดความคล้อยตาม

## เหตุผลที่ 3 ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการนี้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีเวลาที่จะดูแลจัดการในเรื่องของการขายบ้าน อีกทั้งไม่มีความรู้ในเรื่องของการจัดการนิติกรรมต่างๆ จึงเลือกใช้บริการดังกล่าวและหวังว่าจะแต่งตั้งให้นายหน้าเป็นตัวแทนของตนในการจัดการเรื่องทั้งหมด

## เหตุผลที่ 4 ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายบ้าน และคิดว่าการทำสัญญานี้จะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ซื้อ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการนี้ว่า ผู้ใช้บริการไม่มีความรู้เรื่องรายละเอียดของการซื้อขายบ้าน โดยผู้วิจัยสามารถระบุได้จากการที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าไม่ทราบถึงรายละเอียดของการซื้อขาย(ดังตารางที่ 4.7 ) รวมถึงการทำสัญญาที่มีหลายรูปแบบและไม่ได้ศึกษาเพิ่มเติมก่อนทำสัญญา โดยกลุ่มผู้ใช้บริการมีความเชื่อว่าหากไม่มีความรู้ว่าจะถูกผู้ซื้อบ้านเอาเปรียบได้ ผู้ใช้บริการจึงตัดสินใจให้นายหน้า ทั้งนี้เหตุผลการตัดสินใจนั้นสามารถอ้างอิงถึงแนวคิดการตลาดแบบปากต่อปากได้ เพราะถึงแม้ว่าผู้ใช้บริการจะไม่ได้ข้อมูลในเรื่องของการใช้บริการนายหน้า แต่ได้รับข้อมูลจากผู้อื่นว่าหากไม่มีความรู้ในเรื่องของนิติกรรมอาจจะถูกเอาเปรียบได้จนเกิดเป็นความเชื่อ นำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของนายหน้า

## เหตุผลที่ 5 ไว้วางใจนายหน้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการนี้ว่า หลังจากที่ได้พบกับนายหน้าและทราบขั้นตอนการให้บริการของนายหน้าแล้วพบว่าเงื่อนไขของการให้บริการนั้นเป็นเงื่อนไขที่ตนยอมรับได้ นายหน้าได้เสนอการให้บริการต่างๆ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆหากยังไม่สามารถขายบ้านได้ อีกทั้งจากการพูดคุยพบว่านายหน้ามีบุคลิกที่ดี การใช้คำพูด และให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจึงเลือกใช้บริการ

### เหตุผลที่ 6 ต้องการให้ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้ารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ให้เหตุผลนี้มีเพียงผู้เดียวซึ่งได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกใช้บริการนี้ว่า ผู้ใช้บริการมีความรู้เรื่องการทำนิติกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการขายบ้าน และเข้าใจการบริการของนายหน้า ที่เลือกการทำสัญญาแบบนี้เพราะหวังที่จะให้นายหน้าช่วยลดค่าใช้จ่ายในการในการทำนิติกรรม เช่น ค่าโอนบ้าน เป็นต้น

โดยจากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ที่ให้เหตุผลว่าต้องการขายให้เร็วที่สุด เป็นจำนวน 11 คน เชื่อว่าสัญญานี้จะให้นายหน้าทำงานได้อย่างเต็มที่ 7 คน ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน 4 คน ว่างใจนายหน้า 3 คน ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายบ้าน และคิดว่าการทำสัญญานี้จะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ซื้อ 2 คน ต้องการให้ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ 1 คนตามลำดับ

เหตุผล	คนที่	จำนวน
ต้องการขายให้เร็วที่สุด -	1, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12,13,14,15	11
เชื่อว่าสัญญานี้จะให้นายหน้าทำงานได้อย่างเต็มที่ -	3, 4, 5, 6, 9, 10, 12, 15	7
ผู้ขายไม่มีเวลา ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน - (จัดการ	6, 7, 9,10,13,15	6
- ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายบ้าน และคิดว่าการทำสัญญานี้จะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ซื้อ	2,14	2
ว่างใจนายหน้า -	3, 5,14	3
- ต้องการให้ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ	11	1

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบเหตุผลการเลือกใช้บริการนายหน้า

### 4.3 การรับรู้การใช้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

#### 4.3.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับสัญญารูปแบบนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโดยสัญญาประเภทนายแต่เพียงผู้เดียว พบว่า ผู้ใช้บริการทราบถึงรายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา จำนวน 4 คน โดยจากตารางที่ 4.7

การรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญา	จำนวน
ทราบ	4
ไม่ทราบ	11
รวม	15

ตารางที่ 4.7 แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา

จากตารางที่ 4.8 พบว่ามีผู้ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดของการทำสัญญาก่อนที่จะเลือกทำสัญญาจำนวน 4 คน โดยรับรู้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

การรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญา	จำนวน
มีประสบการณ์ฝากขายบ้านมาก่อน	1
ทราบจากคนรู้จัก	-
สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต	-
ทราบจากการพูดคุยกับตัวแทนบริษัทที่ทำสัญญา	3
รวม	4

ตารางที่ 4. 8 แสดงที่มาการรับรู้ของผู้ที่ทราบรายละเอียดของการทำสัญญา

เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้เหตุผลที่สอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาของผู้ใช้บริการได้ดังนี้

**ทราบจากการพูดคุยกับตัวแทนบริษัทที่ทำสัญญา** หลังจากพูดคุยกับนายหน้า จึงได้แสดงความต้องการที่ตนเองอยากจะขายเองด้วยถึงสอบถามนายหน้าว่าตนเองสามารถขายเองโดยไม่จ้างนายหน้าคนอื่นได้หรือไม่ ซึ่งนายหน้าได้อธิบายว่าในสัญญารูปแบบนี้ ผู้ใช้บริการไม่สามารถขายเองหรือฝากขายได้ นายหน้ามีสิทธิขายได้แต่เพียงผู้เดียว แต่ถ้าทำสัญญานายหน้าเปิดนั้นนายหน้าเองก็จะไม่กล้าที่จะทำสัญญาด้วยเนื่องจากไม่สามารถลงมือทำการตลาดได้อย่างเต็มที่ ผู้ใช้บริการจึงตัดสินใจทำสัญญาฝากขายบ้านในรูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว

**มีประสบการณ์ฝากขายบ้านมาก่อน** ผู้ใช้บริการได้บอกว่าจากการที่เคยฝากขายบ้านกับนายหน้า โดยการทำสัญญานี้ นายหน้าจะสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ผลที่ออกมาคือบ้านหลังก่อนสามารถขายบ้านได้ในเวลาไม่นาน



#### 4.4 ความต้องการการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า

##### 4.4.1 การบริการที่ได้รับ

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้บริการได้รับการทำสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว จำนวนทั้งหมด 15 คนนั้น ได้รับการบริการทุกประเภทอย่างครบถ้วน ดังตารางที่ 4.9

การบริการ	จำนวนผู้ได้รับบริการ
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>	
- การประเมินราคาบ้าน	12
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	12
<b>บริการตลาด</b>	
- การทำป้ายโฆษณา	12
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	12
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	12
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	12
<b>บริการสินเชื่อ</b>	
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	12
<b>บริการนิติกรรม</b>	
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	12
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	12

ตารางที่ 4. 9 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายได้รับ

##### 4.4.2 การบริการที่ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการผู้วิจัยได้สอบถามว่า สมมติว่าบริการต่างๆเป็นบริการที่มีค่าใช้จ่ายแยกจากกันต่างหาก ผู้ใช้บริการจะยังคงรู้สึกยินดีที่จะจ่ายค่าบริการกับการบริการใดบ้าง ทั้งนี้คำถามดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อที่ต้องการทราบว่าบริการใดบ้างที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณค่ากับการเสียค่าใช้จ่าย โดยพบว่าการทำป้ายโฆษณา และ พาผู้สนใจเข้าชมบ้าน เป็นบริการที่ผู้ใช้บริการยินดีจ่ายค่าบริการมากที่สุด โดยมีจำนวน 15 คน ดังตารางที่ 4.10

การบริการ	จำนวนผู้ยินดีจ่ายเพื่อ ได้รับการบริการ
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน	
- การประเมินราคาบ้าน	6
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	3
บริการตลาด	
- การทำป้ายโฆษณา	15
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	9
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	14
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	11
บริการสินเชื่อ	
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	11
บริการนิติกรรม	
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	6
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	13

ตารางที่ 4.10 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายยินดีจ่ายเพื่อให้ได้บริการ

#### 4.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า

##### 4.5.1 การบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ใช้บริการฝากขายบ้านในสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยสอบถามการบริการที่ลูกค้าต้องการมากที่สุดจำนวน 3 อันดับแรก ได้ผลดังต่อไปนี้

การบริการ	จำนวนผู้ใช้บริการ ตามอันดับ (คน)			คะแนนรวม
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน				
- การประเมินราคาบ้าน		๑	๓	5
- การตรวจสอบสภาพบ้าน				-
บริการตลาด				
- การทำป้ายโฆษณา	๓	๒	๓	16
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	๒	๒		7
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	๔	๑	๓	21
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า		๓	๑	9
บริการสินเชื่อ				
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	๑	๔		13
บริการนิติกรรม				
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม			๑	1
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	๓	๑	๔	18

\*การคิดคะแนนเฉลี่ย โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน, อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน, อันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

#### ตารางที่ 4.11 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 บริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ โดยสอบถามถึงความต้องการบริการ 3 อันดับแรก ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะหาบริการที่ผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงต้องการมากที่สุด โดยเหตุผลในการเลือกการบริการต่างๆที่ผู้ใช้บริการที่กล่าวไว้จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

**การประเมินราคา** เนื่องจากอายุบ้านแล้วไม่รู้จะประเมินราคาเท่าไร? ตอนตั้งขายเองครั้งแรกไม่มีคนราคาที่นายหน้าได้ประเมินราคาให้ น่าจะได้ราคาที่ขายได้ และราคาที่ตนยอมรับ

**การทำป้ายโฆษณา** เชื่อว่าเป็นสื่อการโฆษณาการขายที่ส่งผลให้สามารถขายได้เร็วที่สุด และเป็นค่าบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบการทำงานของนายหน้า

**โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต** เพราะสื่อทางอินเทอร์เน็ตเข้าถึงง่ายในยุคปัจจุบัน เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ส่งเสริมการขายอย่างมาก และนายหน้ามีช่องทางการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าผู้ใช้บริการ

**พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน** เพราะผู้ใช้บริการไม่ต้องการที่จะเสียเวลากับการเปิดบ้านให้กับผู้สนใจซื้อ และต้องการให้นายหน้าที่มีประสบการณ์เป็นผู้ตกลงกับผู้สนใจซื้อ

**คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจาเกี่ยวกับลูกค้า** เพราะต้องการเสียเวลากับการขายน้อยที่สุด จึงได้เลือกใช้บริการสัญญาแบบนี้นักนายหน้า

**ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า** เพราะนายหน้าควรมีบริการที่ครอบคลุม และมีลักษณะ one stop service การที่นายหน้าหาสินเชื่อให้ผู้ซื้อได้ ทำให้ผู้ใช้บริการฝากขายบ้านเชื่อว่านายหน้ามีประสิทธิภาพ และเป็นค่าบริการที่เจ้าของบ้านไม่สามารถทำเองได้ อีกทั้งเคยได้ยินว่า บางกรณีที่นายหน้าสามารถหาลูกค้าได้แล้ว แต่ทำสินเชื่อไม่ได้ ผลส่งให้ไม่สามารถขายบ้านได้ จึงเชื่อว่าในส่วนนี้ถ้าบริษัทมีเครดิตดีจะทำให้ คนซื้อทำสินเชื่อได้ ก็เท่ากับว่าตนขายได้

**ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม** เพราะนายหน้าที่มีประสบการณ์สามารถเจรจากับทางกรมที่ดินเรื่องการโอนว่าช่วยลดราคาโอนได้โดยใช้วิธีการคำนวณราคาบ้านจากราคาประเมิน ตนจึงคิดว่าในช่วยนี้ น่าจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้

**การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ** เพราะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่องการทำนิติกรรมและประสบการณ์การโอนบ้านมาก่อนจึงคิดว่าเป็นขั้นตอนที่มีความยุ่งยากมาก ควรให้นายหน้าจัดการบริการส่วนนี้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาทีหลัง

#### 4.5.2 การบริการที่ผู้ใช้บริการเสนอให้เพิ่มเติม

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สอบถามถึงบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการเพิ่มเติมจากที่ผู้ใช้บริการได้รับ โดยผู้ใช้บริการได้กล่าวถึงบริการเสริม หรือโปรโมชั่นสำหรับการบริการดังนี้

การบริการที่ 1 โฆษณาทางช่องทางอื่น เช่น หนังสือประกาศขายบ้าน

การบริการที่ 2 ส่วนลดราคาค่านายหน้า

การบริการที่ 3 บริการแบบวัน สตอป เซอร์วิส เช่น นายหน้ามีคอนแทคกับบริษัทรับเหมาช่วยซ่อมแซมบ้านที่ขาย

การบริการที่ 4 การรับประกันการขายภายในระยะเวลาสัญญา

## บทที่ 5

### การศึกษาผู้ใช้บริการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด

การศึกษาผู้ใช้บริการการฝากขายบ้านมือสองผ่านตัวแทนนายหน้า กรณีผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด เป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์การให้บริการของนายหน้า เพื่อนำมาสู่การทำแบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการฝากขายบ้าน โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับบริการของนายหน้า ในกรณีสัญญาแบบนายหน้าเปิด ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ฝากขาย ต่อการบริการที่ได้รับจากนายหน้า ในกรณีสัญญาแบบนายหน้าเปิด และศึกษาความพึงพอใจและความต้องการที่มีบริการ โดยจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการฝากขายบ้านผ่านนายหน้าบริษัท มาสเตอร์โฮม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัดในรูปแบบสัญญาแบบนายหน้าเปิด จำนวน 11 คน ซึ่งผลจากการศึกษาที่ได้ดังต่อไปนี้

- 5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 5.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา
- 5.3 การรับรู้การให้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด
- 5.4 ความต้องการการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า
- 5.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า

## 5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

### 5.1.1 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ทั้งหมด 11 คน ได้ประกอบอาชีพ ข้าราชการ 3 คน รัฐวิสาหกิจ 1 คน ธุรกิจส่วนตัว 2 คน พนักงานบริษัท 5 คน โดยที่ไม่มีผู้ที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ รัฐวิสาหกิจในกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด โดยจากตารางที่ 5.1 ได้แสดงถึงประเภทของอาชีพในการตัดสินใจที่จะใช้บริการ

อาชีพ	คนที่											รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
รับราชการ	✓						✓			✓		3
พนักงานบริษัท		✓		✓	✓	✓			✓			5
รัฐวิสาหกิจ			✓									1
ธุรกิจส่วนตัว								✓			✓	2

ตารางที่ 5.1 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพประเภทพนักงานบริษัทเลือกใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิดมากที่สุด สืบเนื่องมาจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่ประกอบอาชีพประเภทพนักงานบริษัทจะทำการศึกษาจากแหล่งต่างๆก่อนที่จะตัดสินใจขายบ้าน เมื่อนายหน้าได้ทำการเสนอการทำสัญญาจึงยื่นข้อเสนอรูปแบบสัญญาเปิด โดยส่วนใหญ่ของผู้ให้สัมภาษณ์นั้นได้แสดงความเห็นว่า หากผู้ให้บริการสามารถขายเองได้ด้วยจะทำให้การขายง่ายขึ้น ซึ่งแสดงว่าผู้ให้บริการมีสามารถแบ่งเวลาส่วนตัวให้กับการขายบ้าน

### 4.1.2 รายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์พบว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 20,001-40,000 บาท มีจำนวน 5 คน มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 40,001-60,000 บาท มีจำนวน 4 คน มีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 60,001- 80,000 บาท มีจำนวน 1 คน และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาท มีจำนวน 1 คน โดยจากตารางที่ 5.2 สามารถกล่าวได้ว่ารายได้ของครัวเรือนนั้น

รายได้	คนที่											รวม	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
น้อยกว่า 20,000 บาท													-
20,001- 40,000 บาท		✓			✓		✓			✓	✓	5	
40,001- 60,000 บาท	✓		✓			✓			✓			4	
60,00 - 80,000 บาท				✓								1	
80,001 - 100,000 บาท												-	
มากกว่า 100,000 บาท								✓				1	

ตารางที่ 5.2 แสดงรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ที่ต้องการขายบ้านส่วนใหญ่จะมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 11 คนนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครัวเรือน 20,001 – 40,000 บาท เป็นกลุ่มที่เลือกใช้สัญญารูปแบบนายหน้าเปิดมากที่สุด

### 5.1.3 สิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ จำนวน 11 คน ลักษณะสิทธิการเป็นเจ้าของเป็นปัจจัยหนึ่งที่แสดงว่าถึงว่า ตัวเจ้าของมีเวลาที่จะติดต่อใช้บริการเอง ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่บ่งชี้ว่าผู้ที่ทำสัญญาการใช้บริการกับนายหน้ามีเวลาในการจัดการซื้อขาย ดังตารางที่ 5.4

สิทธิการเป็นเจ้าของ	จำนวน
เป็นเจ้าของเอง	11
รับหนังสือมอบหมายมาทำสัญญาแทน	-
รวม	11

ตารางที่ 5.3 แสดงสิทธิความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ ของกลุ่มตัวอย่าง

### 5.1.4 ข้อมูลของที่อยู่อาศัยที่ต้องการขาย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ทำสัญญารูปแบบนายหน้าเปิดจำนวนทั้งสิ้น 11 คน พบว่า ข้อมูลของที่อยู่อาศัยที่ต้องการขาย มีรายละเอียดดัง ตารางที่ 5.4 ดังนี้

คนที่	ประเภทที่อยู่อาศัย	ราคา (บาท)	ทำเลที่ตั้ง	พื้นที่ใช้สอย (ตารางวา)
1	บ้านเดี่ยว	3,000,000	บางกะปิ กรุงเทพมหานคร	80
2	ทาวน์เฮ้าส์	1,600,000	วัชรพล รามอินทรา	19
3	คอนโด	700,000	ลาดพร้าว102	32(ตร.ม.)
4	บ้านเดี่ยว	4,000,000	ลาดพร้าว110	48
5	คอนโด	700,000	ลาดพร้าว102	32(ตร.ม.)
6	ทาวน์เฮ้าส์	1,200,000	ถ.เสรีไทย บึงกุ่ม	21
7	บ้านเดี่ยว	3,800,000	ถนนสวนสยาม คันนายาว	80
8	บ้านเดี่ยว	4,700,000	ปัฐวิกรณ์ (นวมินทร์) กทม.	63
9	บ้านเดี่ยว	4,150,000	ถนนลาดพร้าว เดอะมอลล์บางกะปิ	65
10	บ้านเดี่ยว	2,700,000	บางกะปิ สุขุมวิท 1	48
11	ทาวน์เฮ้าส์	2,300,000	ลาดพร้าว 64 กรุงเทพฯ	54

ตารางที่ 5.4 แสดงข้อมูลบ้านที่ต้องการขาย

## 5.2 การตัดสินใจการเลือกทำสัญญา

ในการทำสัญญารูปแบบสัญญานายหน้าเปิด จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีเหตุผลในการตัดสินใจการเลือกใช้บริการผ่านนายหน้า และ เหตุผลในการเลือกการบริการโดยสัญญาแบบนายหน้าเปิด ดังนี้

### 5.2.1 เหตุผลในการตัดสินใจการเลือกใช้บริการผ่านนายหน้า

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ทำสัญญานายหน้าเปิด ทั้งหมด 11 คน สามารถจำแนกเหตุผลที่เลือกใช้บริการผ่านนายหน้า ได้ดังนี้

เหตุผลที่ 1 ต้องการขายบ้านด้วยตัวเองในขณะที่ช่วงสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้า

โดยจากการสัมภาษณ์ ผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้ารูปแบบนายหน้าเปิดกล่าวว่า เพราะต้องการที่จะขายบ้านด้วยตัวเองเพื่อในกรณีที่ผู้ใช้บริการสามารถหาผู้สนใจซื้อบ้านเองโดยไม่ใช้ผู้สนใจผ่านนายหน้าและสามารถขายเองได้ ผู้ที่ใช้บริการจะไม่ต้องเสียค่าตอบแทนใดๆให้กับนายหน้า



ตัวแทนบริษัท และบางกรณีผู้ที่ใช้บริการนายหน้าได้ทำสัญญานายหน้าเปิดกับนายหน้าคนอื่นก่อนแล้ว หรืออยากที่ใช้บริการกับนายหน้าคนอื่นเพิ่มเติมภายหลัง จึงเลือกใช้สัญญารูปแบบนายหน้าเปิดที่สามารถใช้บริการนายหน้าได้หลายคนในเวลาเดียวกัน แต่จ่ายค่าตอบแทนให้กับนายหน้าเพียงคนเดียวที่สามารถขายบ้านได้

### เหตุผลที่ 2 ต้องการให้ช่องทางการตลาดและบริการอื่นๆ ของนายหน้า

จากการสัมภาษณ์ ผู้ใช้บริการสัญญานายหน้ารูปแบบนายหน้าเปิด กล่าวว่าเคยประกาศขายด้วยตัวเองแล้ว ไม่มีผู้สนใจซื้อบ้านติดต่อมา ต่อมามีการติดต่อจากนายหน้าจึงตัดสินใจจะใช้บริการนายหน้าเพิ่มเติม โดยคาดหวังกับความสามารถทางการตลาดของนายหน้าตัวแทนบริษัทว่าจะสามารถหาผู้สนใจซื้อได้ ทั้งนี้ที่ตัดสินใจไม่ทำสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวตามที่แนะนำนั้น เพราะผู้ใช้บริการได้ทราบว่าสามารถทำสัญญารูปแบบนายหน้าเปิดได้ และมีความต้องการที่จะขายเองด้วย ซึ่งผู้บริการบอกว่าหากนายหน้าสามารถหาลูกค้าได้ผู้บริการก็ต้องการให้นายหน้าจัดการขั้นตอนต่างๆตามที่ระบุการบริการในสัญญาให้

### เหตุผลที่ 3 ต้องการขายบ้านให้ได้

จากเหตุผลข้อนี้มีความแตกต่างกับความต้องการขายให้เร็วของผู้ที่ทำสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ที่ใช้บริการนายหน้าสัญญานายหน้าเปิดนั้น กล่าวว่ามีความต้องการขายให้เร็วเช่นกัน เพียงแต่การขายโดยไม่จำกัดเวลาที่ไม่เป็นปัญหาสำหรับผู้ใช้บริการนายหน้าเปิด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของความต้องการขายได้จากการตัดสินใจการต่อระยะเวลาสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้า โดยจากการสอบถามพบว่าผู้เลือกใช้สัญญานายหน้าเปิดส่วนใหญ่ได้เลือกได้กล่าวว่า หากหมดระยะเวลาสัญญาแต่ยังไม่สามารถขายได้ ก็ยินดีที่จะต่อสัญญากับนายหน้า ดังนั้นตารางที่ 5.5

การทำสัญญา นายหน้าเปิด	คนที่										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ระยะเวลา(เดือน)	6	6	6	6	3	3	6	3	6	3	9
การตัดสินใจต่อสัญญา	✓	✓	✓		✓	*	✓	*	✓	*	

\* คือกลุ่มคนที่ขอตัดสินใจจากผลงานการหาผู้สนใจซื้อบ้านจากนายหน้า

ตารางที่ 5.5 แสดงระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้า และการตัดสินใจในการต่อสัญญาเมื่อหมดเวลาการทำสัญญา

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าว พบว่าผู้ที่ให้เหตุผลว่าต้องการขายบ้านด้วยตัวเองในช่วงสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้าเป็นจำนวน 11 คน ต้องการให้ช่องทางการตลาดของนายหน้า 7 คน ต้องการขายบ้านให้ได้ 7 คน ตามลำดับ ดังตารางที่ 5.6

เหตุผล	คนที่	จำนวน
-ต้องการขายบ้านด้วยตัวเองในช่วงสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้า	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,11	11
-ต้องการให้ช่องทางการตลาด และบริการอื่นๆของนายหน้า	1, 2, 5, 7, 8, 9,10	7
-ต้องการขายบ้านให้ได้	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9	7

ตารางที่ 5.6 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบเหตุผลการเลือกใช้บริการนายหน้า

### 5.3 การรับรู้การใช้บริการบ้านมือสอง ของกลุ่มผู้ใช้บริการสัญญาแบบนายหน้าเปิด

#### 5.3.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับสัญญารูปแบบนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโดยสัญญาประเภทนายแต่เพียงผู้เดียว พบว่า ผู้ใช้บริการทราบถึงรายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา จำนวน 11 คน โดยจากตารางที่ 5.7

การรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญา	จำนวน
ทราบ	11
ไม่ทราบ	-
รวม	11

ตารางที่ 5.7 แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทก่อนทำสัญญา

จากตารางที่ 5.8 พบว่ามีผู้ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดของการทำสัญญาก่อนที่จะเลือกทำสัญญาจำนวน 11 คน โดยรับรู้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

การรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญา	จำนวน
มีประสบการณ์ฝากขายบ้านมาก่อน	2
ทราบจากคนรู้จัก	-
สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต	6
ทราบจากการพูดคุยกับตัวแทนบริษัทที่ทำสัญญา	3
รวม	11

ตารางที่ 5.8 แสดงการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาทั้งสองประเภทจากข้อมูลต่างๆ

เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้เหตุผลที่สอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปการรับรู้รายละเอียดของการทำสัญญาของผู้ใช้บริการได้ดังนี้

**สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต** เนื่องจากก่อนที่จะทำการขายบ้านผู้ที่ใช้บริการได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการขายบ้านโดยการอ่านสื่อเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ทราบถึงราคาบ้านแต่ละหลังในบริเวณละแวกใกล้เคียง ความรู้ต่างๆที่มีผู้เขียนเผยแพร่เกี่ยวกับการขายบ้านมือสอง รวมถึงความรู้ต่างๆเกี่ยวกับนายหน้า โดยผู้บริการที่สืบค้นทางอินเทอร์เน็ตจะทราบถึงรายละเอียดของการทำสัญญา จากเว็บไซต์นายหน้าต่างๆ

**ทราบจากการพูดคุยกับตัวแทนบริษัทที่ทำสัญญา** จากการพูดคุยกับนายหน้าเกี่ยวกับรายละเอียดของสัญญา ซึ่งผู้บริการได้สอบถามถึงเรื่องของการขายบ้านเองของเรื่องทำสัญญา หลังจากที่นายหน้าได้อธิบายถึงความแตกต่างของสัญญาสองรูปแบบแล้ว ผู้ที่ทำสัญญาเลือกรูปแบบนายหน้าเปิดเพราะต้องการขายเอง หรือต้องการที่จะใช้บริการนายหน้าอื่น

**มีประสบการณ์ฝากขายบ้านมาก่อน** ผู้ใช้บริการได้กล่าวว่า เคยมีประสบการณ์ขายบ้านมาก่อนจึงมีความรู้เรื่องสัญญาต่างๆ หรืออีกกรณีคือ ทราบถึงสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด และมาทราบถึงรายละเอียดของสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวจากนายหน้าที่ทำสัญญาปัจจุบัน

#### 5.4 ความต้องการการบริการที่ผู้บริการได้รับจากตัวแทนนายหน้า

##### 5.4.1 การบริการที่ได้รับ

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้บริการได้รับการทำสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด จำนวนทั้งหมด 11 คนนั้น ได้รับการบริการทุกประเภทอย่างครบถ้วน ดังตารางที่ 5.9

การบริการ	จำนวนผู้รับบริการ
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน	
- การประเมินราคาบ้าน	11
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	11
บริการตลาด	
- การทำป้ายโฆษณา	11
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	11
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	11
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	11
บริการสินเชื่อ	
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	11
บริการนิติกรรม	
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	11
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	11

ตารางที่ 5.9 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายได้รับ

#### 5.4.2 การบริการที่ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการผู้วิจัยได้สอบถามว่า สมมติว่าบริการต่างๆเป็นบริการที่มีค่าใช้จ่ายแยกจากกันต่างหาก ผู้ใช้บริการจะยังคงรู้สึกยินดีที่จะจ่ายค่าบริการกับการบริการใดบ้าง ทั้งนี้คำถามดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อที่ต้องการทราบว่าบริการใดบ้างที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุ้มค่ากับการเสียค่าใช้จ่าย โดยพบว่าการทำป้ายโฆษณา และ โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เป็นบริการที่ผู้ใช้บริการยินดีจ่ายค่าบริการมากที่สุด โดยมีจำนวน 11 คน ดังตารางที่ 5.10

การบริการ	จำนวนผู้ยินดีจ่ายเพื่อ ได้รับการบริการ
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน	
- การประเมินราคาบ้าน	4
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	2
บริการตลาด	
- การทำป้ายโฆษณา	11
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	11
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	8
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	8
บริการสินเชื่อ	
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	10
บริการนิติกรรม	
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	6
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	9

ตารางที่ 5.10 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายยินดีจ่ายเพื่อให้ได้บริการ

## 5.5 การบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากตัวแทนนายหน้า

### 5.5.1 การบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ใช้บริการฝากขายบ้านในสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด โดยสอบถามการบริการที่ลูกค้าต้องการมากที่สุดจำนวน 3 อันดับแรก ได้ผลดังต่อไปนี้

การบริการ	จำนวนผู้ใช้บริการ ตามอันดับ (คน)			คะแนนรวม
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน				
- การประเมินราคาบ้าน			๒	2
- การตรวจสอบสภาพบ้าน			๑	1
บริการตลาด				
- การทำป้ายโฆษณา	๓๓๓	๒	๒	18
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	๓๓๓	๓๓๓		20
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		๒	๑	5
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า		๑	๑	3
บริการสินเชื่อ				
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	๑	๑	๒	7
บริการนิติกรรม				
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม		๑		2
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	๒		๒	8

\*การคิดคะแนนเฉลี่ย โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน, อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน, อันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

ตารางที่ 5.11 แสดงการบริการที่ผู้ใช้บริการฝากขายต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรก

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ โดยสอบถามถึงความต้องการบริการ 3 อันดับแรก ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะหาบริการที่ผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิดต้องการมากที่สุด โดยเหตุผลในการเลือกการบริการต่างๆที่ผู้ใช้บริการที่กล่าวไว้จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

**การประเมินราคา** เนื่องจากตัวบ้านมีอายุ และไม่ได้ปรับปรุง จึงมีสภาพเก่าไม่เหมือนกับบ้านที่ประกาศขายในละแวกใกล้เคียงจึงไม่แน่ใจว่าเรื่องตั้งราคา จึงต้องการให้นายหน้าช่วยประเมินราคาบ้านและ ตั้งราคาที่เหมาะสม

**การทำป้ายโฆษณา** เชื่อว่าเป็นสื่อการโฆษณาการขายที่ส่งผลโดยตรงกับผู้ที่อยู่อาศัย ณ บริเวณที่ขายบ้านและผู้ที่ผ่านมา และคิดว่าเป็นสื่อโฆษณาที่เห็นผลที่สุด

**โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต** เพราะสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่คนในยุคปัจจุบันเข้าถึงง่าย ผู้ใช้บริการคิดว่านายหน้าจะมีช่องทางการประกาศขายทางอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าตน และสื่ออินเทอร์เน็ตนี้จะช่วยทำให้หาลูกค้าได้ง่ายขึ้น

**พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน** ในกรณีที่ผู้ใช้บริการกับนายหน้าไม่ได้อาศัยอยู่ในบ้านที่ฝากขาย จึงไม่มีความต้องการที่จะเสียเวลาเพื่อเดินทางเปิดบ้าน โดยต้องการยกให้เป็นหน้าที่ของนายหน้าที่จะเปิดบ้านและเจรจากับผู้สนใจซื้อ

**คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า** เนื่องจากผู้ใช้บริการยังอาศัยอยู่ในบ้านที่ประกาศขาย จึงต้องการให้นายหน้าคัดกรองลูกค้าที่มีความสนใจจะซื้อบ้าน ก่อนที่จะพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน

**ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า** การจัดหาสินเชื่อให้กับผู้สนใจซื้อบ้านเป็นสิ่งที่นายหน้าต้องมีการประสานงานกับทางธนาคารต่างๆ เพื่อจัดหาสินเชื่อที่เหมาะสมกับผู้สนใจซื้อบ้าน เพื่อให้การซื้อขายเป็นไปด้วยดี

**ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม** เพราะการทำนิติกรรมย่อมมีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าโอนต่างๆ ผู้บริการกล่าวว่าเชื่อว่านายหน้าจะสามารถช่วยให้ตนประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้

**การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ** การโอนบ้านมีขั้นตอนที่ต้องใช้เวลานานเกือบทั้งวันหากไม่ใช่ผู้ที่มีความคุ้นเคยทางด้านนี้ และถ้ามีการเตรียมเอกสารไม่พร้อมอาจจะต้องเสียเวลาเพิ่มอีกวัน การที่นายหน้าให้บริการด้านนี้เพื่อให้เอกสารพร้อมและไม่เกิดข้อผิดพลาด

### 5.5.2 การบริการที่ผู้ใช้บริการเสนอให้เพิ่มเติม

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สอบถามถึงบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการเพิ่มเติมจากที่ผู้ใช้บริการได้รับ โดยผู้ใช้บริการได้กล่าวถึงบริการเสริม หรือโปรโมชั่นสำหรับการบริการดังนี้

การบริการที่ 1 กรณีผู้ใช้บริการหาผู้สนใจซื้อด้วยตนเอง แต่ให้นายหน้าบริการหาสินเชื่อให้ และจัดเตรียมขั้นตอนที่เหลือ จะลดค่าบริการนายหน้า

การบริการที่ 2 บริการที่ครบวงจร เช่น หากขายบ้านได้นายหน้าอาจจะมีบริการเสริมช่วยจัดหาบริษัทรับเหมาซ่อมบ้านให้กับผู้ซื้อ

การบริการที่ 3 ส่วนลดสำหรับผู้ที่เคยใช้บริการนายหน้าในบริษัท

## บทที่ 6

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการขายบ้านมือสองโดยการฝากขายผ่านนายหน้าตัวแทนบริษัท ซึ่งการฝากขายบ้านผ่านนายหน้าบริษัทนั้นมีการทำสัญญา 2 รูปแบบ คือการทำสัญญาในรูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญาในรูปแบบนายหน้าเปิด โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆของผู้ใช้บริการฝากขายบ้านกับนายหน้าตัวแทนบริษัทในการตัดสินใจเลือกสัญญาในแต่ละรูปแบบ และเข้าใจถึงเหตุผลที่ส่งผลต่อการยินดีในการจ่ายของบริการในแต่ละขั้นตอน เพื่อที่จะทราบถึงการบริการรูปแบบใดที่เหมาะสมกับลักษณะของผู้ฝากขายที่มีเหตุผลในการใช้บริการที่แตกต่าง ซึ่งข้อสรุปตามการศึกษาครั้งนี้ ได้สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ พร้อมข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลของการใช้บริการนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวและนายหน้าเปิด

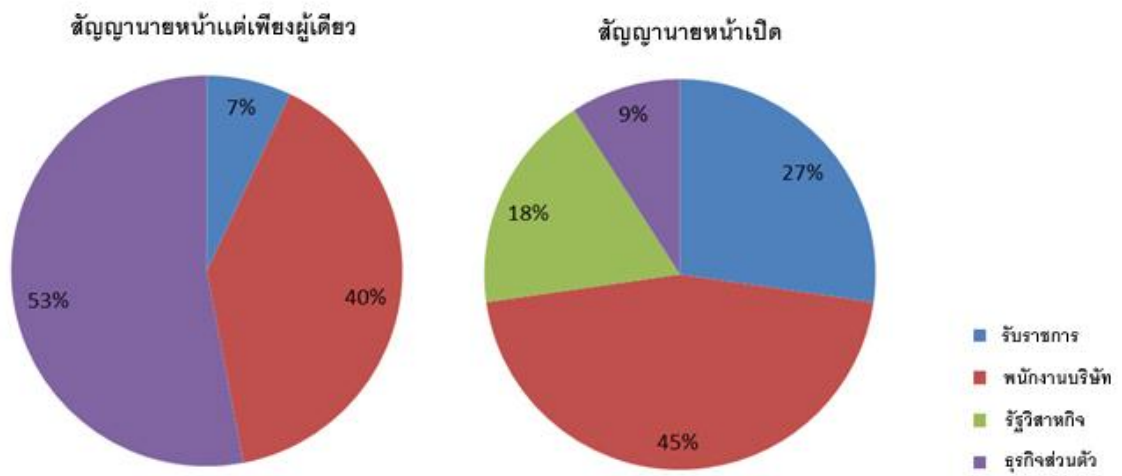
##### 6.1.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไป กับ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกบริการสัญญา

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการฝากขายบ้าน ได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสัญญาทั้ง 2 รูปแบบ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ใช้บริการ เพื่อหาผลสรุปว่ามีปัจจัยด้านใดที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกสัญญาฝากขายบ้าน โดยจากการศึกษาสามารถสรุปความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลผู้ให้บริการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

###### 6.1.1.1 อาชีพและรายได้ครัวเรือน

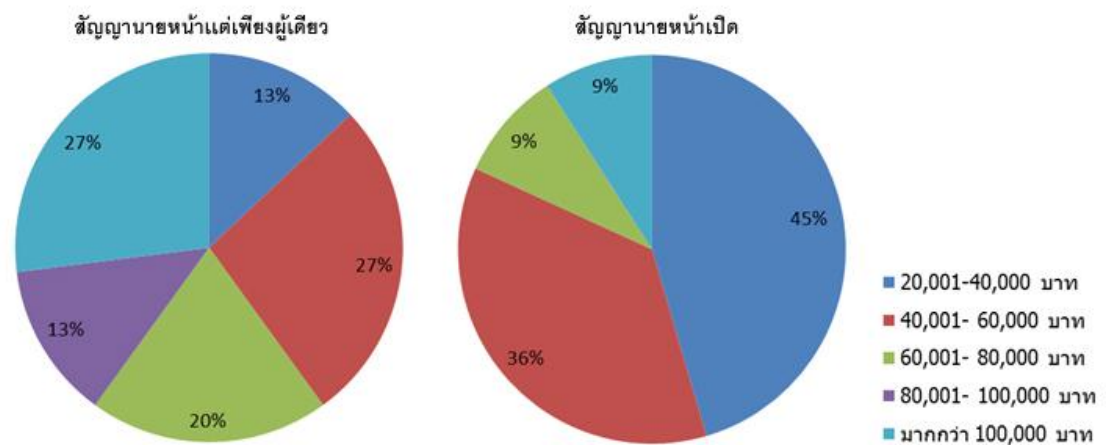
จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการของสัญญาทั้งสองรูปแบบพบว่าผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53 และผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิดประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45 แผนภูมิที่ 6.1





แผนภูมิที่ 6. 1 อาชีพของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ

จากการสัมภาษณ์รายได้ครัวเรือนของผู้ใช้บริการนายหน้า พบว่าผู้ใช้บริการนายหน้าบัญชีส่วนตัวมีรายได้ครัวเรือน 40,000 - 60,001 และ มากกว่า 100,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 27 และผู้ใช้บริการบัญชีบริษัทมีรายได้ครัวเรือน 20,001 - 40,000 บาทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45 ดังแผนภูมิที่ 6.2



แผนภูมิที่ 6.2 รายได้ครัวเรือนของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากผลการสัมภาษณ์ในแผนภูมิที่ 6.1 และ 6.2 ประกอบกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการพบว่ามีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

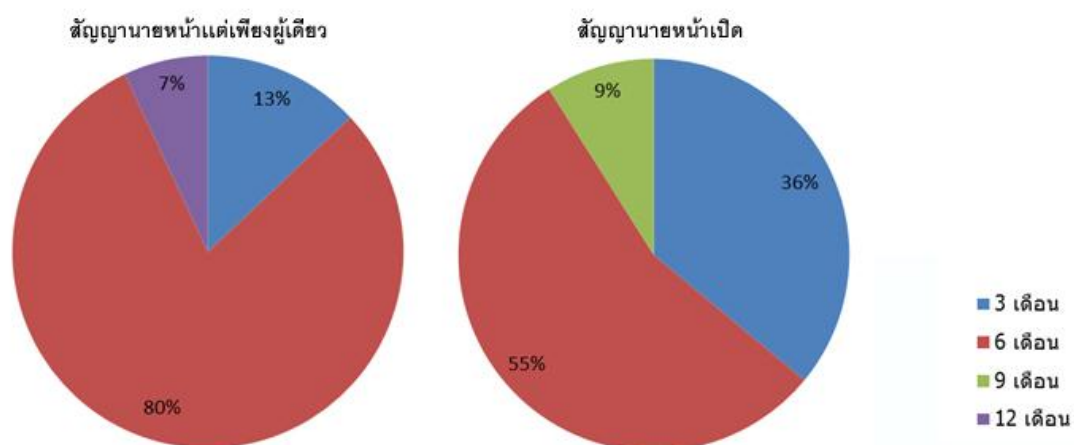
- ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน เหตุผลของผู้เลือกใช้บริการบัญชีส่วนตัว ทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าวไม่ต้องการให้ตัวเองเสียเวลากับการขาย โดยต้องการให้นายหน้าทำหน้าที่แบ่งเบาภาระในส่วนการขาย ซึ่งผู้ใช้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าว

มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ให้เหตุผลดังกล่าว และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 67 ของผู้ให้เหตุผลดังกล่าว

- ต้องการขายบ้านด้วยตัวเอง ในขณะที่ช่วงสัญญาฝากขายบ้านกับนายหน้า เหตุผลของผู้เลือกใช้บริการนายหน้าเปิด เพราะผู้ใช้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าวต้องการความเป็นได้ที่ จะขายบ้านโดยช่องทางอื่น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขายบ้าน ซึ่งผู้ใช้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าว มี อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ให้เหตุผลดังกล่าว และมีรายได้ครัวเรือน 20,001- 40,000 บาท กับ 40,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของผู้ให้เหตุผลดังกล่าว

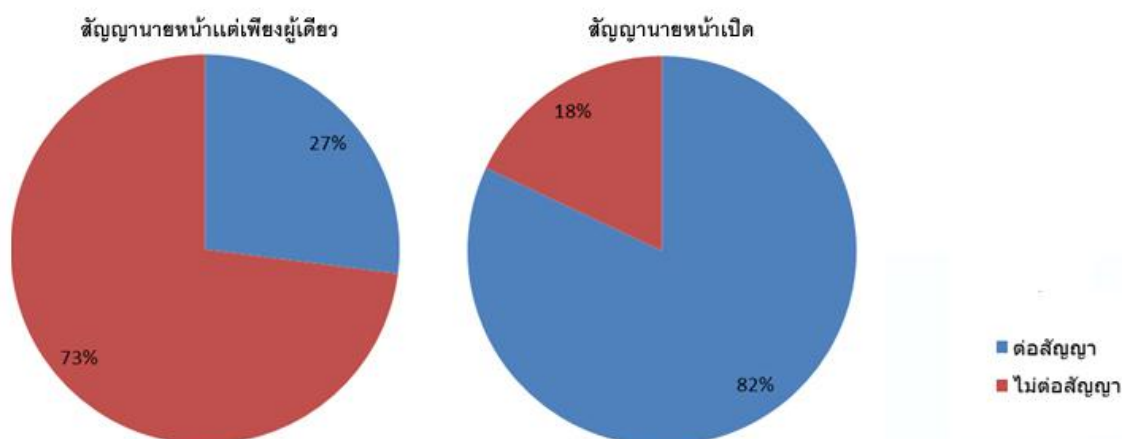
### 6.1.2 ระยะเวลาการทำสัญญา

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของสัญญาทั้งสองรูปแบบพบว่าผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าทั้งสองรูปแบบได้เลือกการทำสัญญาระยะเวลา 6 เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 ของสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และ ร้อยละ 55 ของสัญญานายหน้าเปิดดังแผนภูมิที่ 6.3



แผนภูมิที่ 6.3 ระยะเวลาของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ

โดยความแตกต่างของการทำสัญญาของผู้ใช้บริการทั้งสองรูปแบบคือ การตัดสินใจต่อสัญญา โดยผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวตัดสินใจจะต่อสัญญาเมื่อหมด ระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้าคิดเป็นร้อยละ 27 แต่ผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิดตัดสินใจ จะต่อสัญญาเมื่อหมดระยะเวลาการทำสัญญากับนายหน้าคิดเป็นร้อยละ 82 ดังแผนภูมิที่ 6.4 ซึ่ง ความแตกต่างข้างต้นมีความสอดคล้องกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ



แผนภูมิที่ 6.4 การต่อสัญญาของผู้ใช้บริการนายหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ

การเลือกระยะเวลาและการต่อสัญญานั้นมีความสอดคล้องกับทัศนคติของผู้ใช้บริการ โดยทั่วไปผู้ให้บริการมีความต้องการในการขายบ้านจึงใช้บริการนายหน้า โดยเหตุผลในการขายที่ต่างกันดังนี้

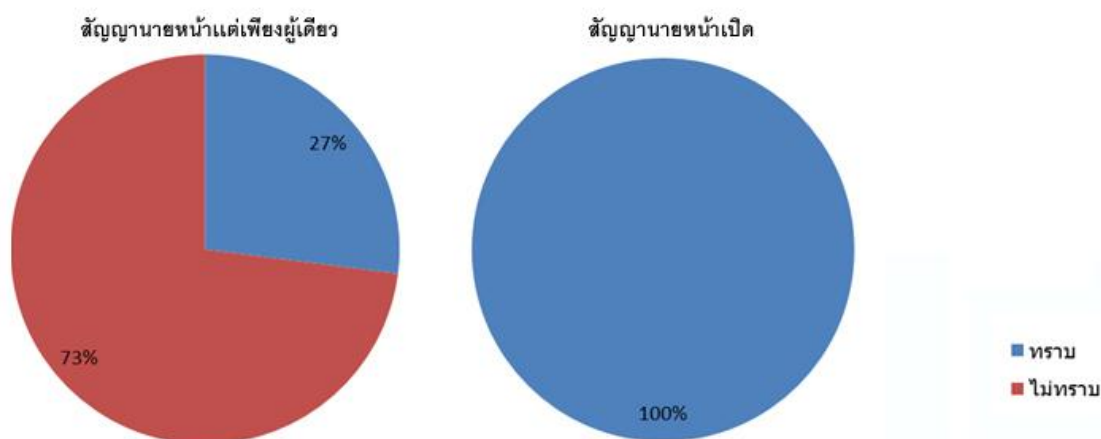
- **ต้องการขายบ้านให้เร็วที่สุด** เหตุผลของผู้เลือกใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ให้บริการต้องการการขายที่เร็วที่สุด และไม่ต้องการฝากบ้านกับนายหน้าเพียงคนเดียวเป็นเวลานาน เมื่อหมดสัญญาจึงไม่ต้องการต่อสัญญา ซึ่งผู้ให้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าวเป็นผู้ที่ต่อสัญญาคิดเป็นร้อยละ 18

- **ต้องการขายบ้านให้ได้** เหตุผลของผู้เลือกใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ให้บริการต้องการการขายบ้านให้ได้ โดยไม่คำนึงถึงเวลาในการขาย ทั้งนี้เพราะสัญญานายหน้าเปิดสามารถใช้บริการนายหน้าคนอื่นได้ อีกทั้งไม่เสียค่าใช้จ่ายจนกว่าจะทำการขายบ้านได้ ผู้ให้บริการจึงไม่ต้องการคำนึงเรื่องของการฝากขายบ้านจะอยู่เพียงนายหน้าคนเดียว ซึ่งผู้ให้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าวเป็นผู้ที่ต่อสัญญาคิดเป็นร้อยละ 82

### 6.1.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการฝากขายบ้าน

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการฝากขายบ้านของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจ ทั้งนี้เพราะการที่ผู้ให้บริการได้ศึกษารายละเอียดสัญญาก่อนที่จะทำสัญญากับนายหน้าจะสามารถสืบค้นข้อมูลได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต สอบถามผู้มีประสบการณ์ เป็นต้น ในการประกอบการตัดสินใจก่อนรับฟังข้อเสนอของนายหน้า ซึ่งหาไม่มีความรู้เกี่ยวกับการฝากขายบ้านกับนายหน้าอาจจะได้รับข้อมูลจากนายหน้าฝ่ายเดียว

โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการพบว่าผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวทราบถึงรายละเอียดของสัญญาทั้งสองรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 27 และผู้ที่ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิดทราบถึงรายละเอียดของสัญญาทั้งสองรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 100 แผนภูมิที่ 6.5

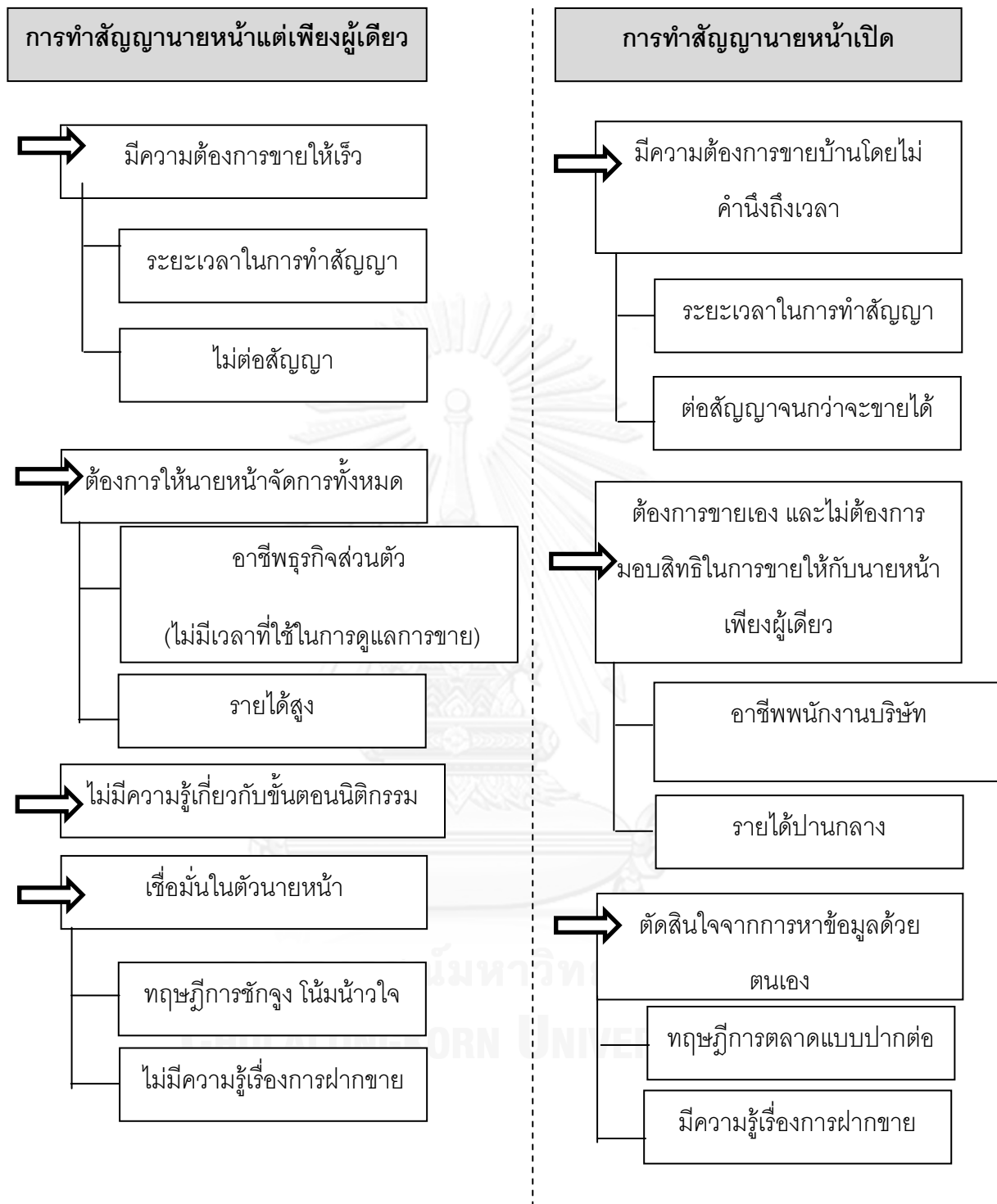


แผนภูมิที่ 6. 5 การรับรู้ถึงรายละเอียดของสัญญา ของผู้ใช้บริการหน้าสัญญาทั้งสองรูปแบบ

การรับรู้ของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบสัญญา โดยเหตุผลของผู้ใช้บริการมีดังนี้

- ไว้วางใจหน้า เหตุผลของผู้ใช้บริการรูปแบบสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ใช้บริการตัดสินใจจากคำพูด และความน่าเชื่อถือของหน้า ซึ่งผู้ใช้บริการที่ให้เหตุผลดังกล่าว เป็นผู้ที่ไม่ทราบถึงรูปแบบสัญญาก่อนทำสัญญาคิดเป็นร้อยละ 100 ของผู้ที่ให้เหตุผลดังกล่าว

จากความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ กับ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ สามารถสรุปความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกของผู้ใช้บริการทั้งสองรูปแบบได้ดังแผนภูมิต่อไป



แผนภูมิที่ 6.6 ความแตกต่างของลักษณะผู้ให้บริการต่อการเลือกของผู้ใช้บริการทั้งสองรูปแบบ

### 6.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอาชีพผู้ใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ

บริการ	อาชีพ			
	ราชการ (4 คน)	พนักงาน บริษัทเอกชน (11 คน)	ธุรกิจ ส่วนตัว (9 คน)	รัฐวิสาหกิจ (1 คน)
ประเมินราคาบ้าน	50%	27.27%	44.44%	100%
ตรวจสอบสภาพบ้าน	25%	9.09%	33.33%	-
การทำป้ายโฆษณา	100%	100%	100%	100%
โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	100%	81.82%	77.78%	100%
พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	75%	81.82%	100%	100%
คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	75%	63.64%	88.89%	100%
ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อกับลูกค้า	75%	90.91%	77.78%	100%
ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	75%	36.36%	66.67%	-
การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	75%	81.82%	100%	100%

ตารางที่ 6.1 ความสัมพันธ์ของอาชีพผู้ใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ

จากตารางที่ 6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการ กับบริการที่ผู้ใช้บริการยินดีในการจ่าย พบว่าทุกอาชีพยินดีจ่ายให้กับการทำป้ายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ในส่วนบริการอื่นการยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการมีความแตกต่างกันตามอาชีพดังนี้

อาชีพราชการยินดีที่จะจ่ายให้กับโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 100 แสดงถึงความให้ความสำคัญกับการตลาดด้านการโฆษณาที่สุด อาชีพพนักงานบริษัทยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 90.9 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทให้ความสำคัญกับบริการที่ตนเองไม่สามารถจัดการเองได้ เพราะการจัดหาสินเชื่อนั้นจะมีความสะดวกกว่าหากใช้บริการของนายหน้าที่มีคอนเนกชันกับธนาคารต่างๆ และผู้ใช้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน และการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 100

### 6.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุผลการเลือกใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ

บริการ	สัญญาหน้าแต่เพียงผู้เดียว				สัญญาหน้าเปิด		
	ต้องการขายให้เร็วที่สุด	เชื่อว่าสัญญานี้จะทำให้หน้าทำงานได้อย่างเต็มที่	ต้องการให้หน้าจัดการทุกขั้นตอน	ไว้วางใจหน้า	ต้องการขายบ้านด้วยตัวเอง	ต้องการให้ช่องทางการตลาดและบริการอื่นๆของหน้า	ต้องการขายบ้านให้ได้
ประเมินราคาบ้าน	36.4%	42.9%	50.0%	-	30.0%	42.9%	42.9%
ตรวจสอบสภาพบ้าน	18.2%	-	-	-	30.0%	42.9%	14.3%
การทำป้ายโฆษณา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	63.6%	42.9%	50.0%	66.7%	90.0%	85.7%	100.0%
พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	90.9%	100.0%	100.0%	66.7%	80.0%	71.4%	85.7%
คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจาเกี่ยวกับลูกค้า	63.6%	100.0%	66.7%	100.0%	60.0%	42.9%	57.1%
ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	90.9%	71.4%	100.0%	33.3%	90.0%	85.7%	85.7%
ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	45.5%	28.6%	16.7%	33.3%	50.0%	57.1%	42.9%
การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	81.8%	100.0%	83.3%	100.0%	80.0%	85.7%	71.4%

ตารางที่ 6.2 ความสัมพันธ์ของเหตุผลการเลือกใช้บริการ กับ การยินดีในการจ่ายในแต่ละขั้นตอนการบริการ

จากตารางที่ 6.2 พบว่าทุกเหตุผลของการเลือกใช้บริการยินดีจ่ายให้กับบริการการทำป้ายโฆษณา โดยคิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ผู้ใช้บริการหน้าเปิดมีบริการที่ยินดีจ่ายคิดเป็นร้อยละ 100 หลายบริการ ซึ่งมีความแตกต่างตามเหตุผลของผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่ได้ต้องการใช้บริการทุกบริการของหน้า โดยผู้ให้เหตุผลต้องการขายบ้านเร็วที่สุด ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า รองลงมาคิดเป็นร้อยละ

90.9 ผู้ให้เหตุผลเชื่อว่าสัญญานี้จะทำให้นายหน้าทำงานได้อย่างเต็มที่ ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน บริการคัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า และการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ให้เหตุผลต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน และบริการช่วยเหลือจัดหานำเสนอสินเชื่อให้กับลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ให้เหตุผลไว้วางใจนายหน้ายินดีที่จะจ่ายให้กับบริการคัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า และบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆคิดเป็นร้อยละ 100

สำหรับผู้ใช้บริการสัญญานายหน้าเปิด ไม่มีการยินดีจ่ายบริการที่คิดเป็นร้อยละ 100 หลายบริการเหมือนกับสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว โดยการยินดีจ่ายจะมีความแตกต่างกันตามเหตุผลของผู้ใช้บริการดังนี้ ผู้ให้เหตุผลต้องการขายบ้านด้วยตัวเองด้วย ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และช่วยจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้ารองลงมาคิดเป็นร้อยละ 90 ผู้ให้เหตุผลว่าต้องการให้ช่องทางการตลาด และบริการอื่นๆของนายหน้ายินดีที่จะจ่ายให้กับบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต บริการช่วยจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า และการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 85.7 และผู้ให้เหตุผลว่าต้องการขายบ้านให้ได้ยินดีที่จะจ่ายให้กับบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 100 บริการช่วยจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า และพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้านรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 85.7

## 6.2 เหตุผลของการยินดีจ่ายต่อบริการขั้นตอนต่างๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนายหน้า โดยผู้วิจัยได้ทำการสมมติในกรณีที่การบริการในแต่ละขั้นตอนมีค่าใช้จ่าย ผู้ใช้บริการจะยินดีจ่ายให้กับบริการใด โดยเหตุผลในการยินดีจ่ายจะมีความแตกต่างกันตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยสามารถสรุปเหตุผลในการยินดีจ่ายของผู้ใช้บริการในแต่ละบริการดังนี้

### 1. ประเมินราคา และ ตรวจสอบสภาพบ้าน

- นายหน้าที่มีประสบการณ์สามารถตั้งราคาขายที่มีความสมเหตุสมผล ราคาที่นายหน้าตั้ง เป็นราคาสำหรับรองรับการต่อรองจากผู้สนใจซื้อให้ผู้บริการฝากขายได้ราคาที่ต้องการ
- บ้านที่ฝากขายอายุหลายปี ยากที่ผู้บริการสามารถประเมินราคาเองได้
- สภาพบ้าน มี/ไม่มี การปรับปรุงบ้าน ผู้บริการไม่สามารถตั้งราคาได้ เนื่องจากสภาพบ้านไม่เหมือนกับบ้านที่ประกาศขายบริเวณใกล้เคียง

### 2. ตัดป้ายโฆษณา

- การโฆษณาที่ผู้บริการเชื่อว่ามีผลต่อการขายมากที่สุด



- การโฆษณาขายที่ผู้ใช้บริการสามารถเห็นถึงการทำงานของนายหน้า โดยการตรวจสอบการตีตป้ายประกาศของนายหน้า ว่ามีการตีตเพิ่มเติมในกรณีที่ป้ายประกาศสูญหาย หรือชำรุด
- บริการที่มีค่าใช้จ่าย หากผู้ใช้บริการทำป้ายประกาศโฆษณาเอง

### 3. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

- นายหน้ามีช่องทางการประกาศการขายทางอินเทอร์เน็ตที่กว้างขวาง
- การตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อในปัจจุบัน
- ต้องการการตลาดที่ดีเพื่อช่วยลดระยะเวลาในการขายบ้าน

### 4. พาผู้สนใจเข้าชมบ้าน

- ผู้ใช้บริการไม่ต้องการเสียเวลาในการพาลูกค้าสนใจซื้อเข้าชมบ้าน
- การบริการนี้แสดงถึงศักยภาพการทำงานของนายหน้า
- ต้องการให้นายหน้าให้ข้อมูลและติดต่อกับผู้สนใจซื้อจนกว่าผู้สนใจซื้อจะตัดสินใจซื้อบ้าน

### 5. การบริการจัดหาสินเชื่อ

- บริษัทของนายหน้ามีการติดต่อกับทางธนาคารทำให้ง่ายต่อการทำสินเชื่อ
- เพิ่มความมั่นใจว่าผู้สนใจซื้อสามารถมีกำลังทรัพย์ในการซื้อบ้าน

### 6. การบริการนิติกรรม

- ผู้ใช้บริการไม่มีความรู้ทางนิติกรรมการโอนถ่ายบ้าน หรือ ประสบการณ์การโอนบ้าน
- ต้องการความถูกต้องและ ลดเวลาในการทำนิติกรรมการโอนถ่าย
- ต้องการให้นายหน้ารักษาผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ

เหตุผลที่กล่าวมาแสดงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีความแตกต่างกันตามแต่วัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการนายหน้า ซึ่งให้ความสำคัญกับการบริการที่แตกต่างกันไป โดยการยินดีจ่ายมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆของผู้ใช้บริการเช่น อาชีพ รายได้ และการเข้าใจถึงการฝากขายบ้าน และการทำงานนิติกรรม

### 6.3 สรุปผลความต้องการใช้บริการมากที่สุดของผู้ใช้บริการ สัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียวและสัญญานายหน้าเปิด

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริกรายหน้า โดยให้ผู้บริกรจัดอันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับ โดยจากตารางที่ 6.3 บริการที่ผู้บริกรต้องการมากที่สุด 3 อันดับ ของสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และ สัญญานายหน้าเปิดมีความต้องการบริการที่คล้ายกัน แต่มีอันดับแตกต่างกัน โดยผู้บริกรายหน้าแต่เพียงผู้เดียว เลือกบริการ พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้านมากที่สุด และการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ การทำป้ายโฆษณา ตามลำดับ ส่วนผู้บริกรายหน้าเปิดเลือกบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และการทำป้ายโฆษณา กับการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ ตามลำดับ (ตารางที่ 6.3)

บริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับของกลุ่มอาชีพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อาชีพข้าราชการ เลือกบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็น 8 คะแนน บริการการทำป้ายโฆษณา บริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน บริการช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า คิดเป็น 6 คะแนน และคัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า คิดเป็น 2 คะแนน

2. อาชีพพนักงาน เลือกบริการการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆมากที่สุด คิดเป็น 19 คะแนน บริการช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า คิดเป็น 16 คะแนน และพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน คิดเป็น 11 คะแนน

3. อาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือเจ้าของกิจการ เลือกบริการการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆมากที่สุด คิดเป็น 19 คะแนน บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 18 คะแนน และการทำป้ายโฆษณา คิดเป็น 16 คะแนน

บริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับของกลุ่มรายได้ครัวเรือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้มีรายได้ 20,001 - 40,000 บาท เลือกบริการทำป้ายโฆษณามากที่สุด คิดเป็น 13 คะแนน บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต บริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน คิดเป็น 5 คะแนน และบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆคิดเป็น 4 คะแนน

2. กลุ่มผู้มีรายได้ 40,001 - 60,000 บาท เลือกบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็น 12 คะแนน บริการทำป้ายโฆษณาคิดเป็น 9 คะแนน และบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้านคิดเป็น 4 คะแนน

3. กลุ่มผู้มีรายได้ 60,001 - 80,000 บาท เลือกบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้านมากที่สุด คิดเป็น 9 คะแนน บริการทำป้ายโฆษณา บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต บริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็น 9 คะแนน และบริการช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้าคิดเป็น 4 คะแนน

4. กลุ่มผู้มีรายได้ 80,001 - 100,000 บาท เลือกบริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้านมากที่สุด คิดเป็น 5 คะแนน บริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็น 4 คะแนน และบริการช่วยเหลือจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้าคิดเป็น 2 คะแนน

5. กลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 100,000 บาท เลือกบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ มากที่สุดคิดเป็น 10 คะแนน บริการทำป้ายโฆษณา คิดเป็น 7 คะแนน และบริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 4 คะแนน

บริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับของกลุ่มการรับรู้ข้อมูลการฝากขาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ทราบรายละเอียดการทำสัญญาฝากขายบ้านก่อนทำสัญญา เลือกบริการทำป้ายโฆษณาคิดเป็น 25 คะแนน บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 24 คะแนน และบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็น 12 คะแนน

2. กลุ่มผู้ไม่ทราบรายละเอียดการทำสัญญาฝากขายบ้านก่อนทำสัญญา เลือกบริการทำบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ คิดเป็น 17 คะแนน บริการพาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน คิดเป็น 15 คะแนน และบริการทำป้ายโฆษณาคิดเป็น 9 คะแนน

บริการ	รูปแบบสัญญา		อาชีพ				รายได้					การรับรู้เกี่ยวกับการทำสัญญา	
	นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว	นายหน้าเปิด	ราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	รัฐวิสาหกิจ	20,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 - 80,000 บาท	80,001 - 100,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท	ทราบ	ไม่ทราบ
ประเมินราคาบ้าน	5	2	1	3	2	-	3	-	-	-	3	4	2
ตรวจสอบสภาพบ้าน	-	1	-	1		-	-	-	1	-	-	1	-
การทำป้ายโฆษณา	16	18	6	9	16	3	13	9	8	-	7	25	9
โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	7	20	8	5	18	2	5	12	8	1	4	24	8
พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	21	5	6	11	5	1	3	6	9	5	2	10	15
คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	9	3	2	6	2	-	3	4	3	-	-	5	5
ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	13	7	6	16	2	-	5	2	4	2	2	7	8
ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	1	2	1	-	2	-	-	-	1	-	2	2	1
การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	18	8	-	19	19	-	4	3	8	4	10	12	17

\*การคิดคะแนนเฉลี่ย โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน, อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน, อันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

ตารางที่ 6.3 ความสัมพันธ์ของอาชีพ รายได้ และการรับรู้เกี่ยวกับการทำสัญญา กับ การใช้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 อันดับ

จากตารางที่ 6.3 พบว่าผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการที่ต้องการมากที่สุดคล้ายกัน โดยมีบริการการทำป้ายโฆษณา บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต บริการพาผู้สนใจเข้าชมบ้าน และบริการจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ ทั้งนี้มีความแตกต่างกันตามลำดับ หรือเลือกบริการอื่นๆตามปัจจัยที่ต่างกัน

#### 6.4 สรุปรูปแบบสัญญาณายหน้า ลักษณะข้อมูลทั่วไป เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และการบริการสัญญาณายหน้า

ในการศึกษาสามารถสรุปรูปแบบการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการได้ โดยสรุปจากการยินดีจ่ายให้กับบริการของผู้ใช้บริการ 3 อันดับแรกในแต่ละปัจจัย โดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 6.4

จากตารางที่ 6.4 พบว่ากลุ่มราชการมียินดีจ่ายให้กับบริการส่วนใหญ่เพียงไม่กี่บริการ โดยบริการดังกล่าวอยู่ในขอบเขตการบริการของนายหน้าท้องถิ่นที่มีค่านายหน้าประมาณร้อยละ 1-3 ในขณะที่กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท และเจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว อยู่ในขอบเขตการให้บริการนายหน้าของบริษัท

สำหรับเหตุผลการใช้บริการสัญญาณายหน้าแต่ละเหตุผลพบว่า การต้องการขายให้เร็วที่สุดกับ ใ้วางใจนายหน้า มีการยินดีจ่ายส่วนใหญ่ให้กับบริการที่อยู่ในขอบเขตของนายหน้าท้องถิ่น แต่เหตุผลต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอนและเชื่อว่าสัญญาณี้จะทำให้นายหน้าทำงานได้อย่างเต็มที่ อยู่ในขอบเขตการให้บริการของนายหน้าตัวแทนบริษัท ทั้งนี้เหตุผลต้องการขายบ้านด้วยตัวเองด้วย ต้องการให้ช่องทางการตลาดและบริการอื่นๆของนายหน้า และต้องการขายบ้านให้ได้ อยู่ในขอบเขตของการให้บริการนายหน้าตัวแทนบริษัทเช่นกัน

ดังนั้นสำหรับการยินดีจ่ายให้กับบริการที่อยู่ในขอบเขตการให้บริการของนายหน้าท้องถิ่นนั้นสามารถที่จะทำสัญญาณายหน้าเปิดเพื่อรับบริการจากนายหน้าท้องถิ่นและนายหน้าตัวแทนบริษัทเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายโดยมีโอกาสรายค่าที่น้อยลง

รูปแบบสัญญา	รูปแบบ นายหน้า	การบริการ	ลักษณะ ผู้ใช้บริการ	เหตุผลของสัญญานายหน้าแต่เพียงผู้เดียว	เหตุผลของสัญญานายหน้าเปิด
สัญญา นายหน้า เปิด	นายหน้า ท้องถิ่น  (ร้อยละ 1-2)	การทำป้ายโฆษณา	↓	↓	↓
		พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน			
	นายหน้า ท้องถิ่น  (ร้อยละ 1-3)	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า			-
		การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ			กลุ่มอาชีพ ราชการ
	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	↓	↓	↓	↓
สัญญา นายหน้า เปิดและ สัญญา นายหน้าแต่ เพียงผู้เดียว	นายหน้า ตัวแทน บริษัท  (ร้อยละ 3)	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	กลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัท	↓	↓
		ประเมินราคาบ้าน	↓		
		ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	กลุ่มอาชีพ เจ้าของกิจการ	เชื่อว่าสัญญานี้จะทำให้นายหน้าทำงานได้ อย่างเต็มที่	↓
		ตรวจสอบสภาพบ้าน	-	-	

ตารางที่ 6.4 แสดงรูปแบบการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการได้ โดยสรุปจากการยินดีจ่ายให้กับบริการของผู้ใช้บริการ 3 อันดับแรกในแต่ละปัจจัย

## 6.5 ข้อเสนอแนะการใช้บริการผู้ฝากขาย

จากผลสรุปการศึกษาข้างต้นนำมาสู่การเสนอแนวทางการใช้บริการของผู้ฝากขาย และการให้บริการของนายหน้า เนื่องจากในปัจจุบันนายหน้าที่เป็นตัวแทนบริษัทมีการบริการที่ครอบคลุมทุก การบริการโดยคิดค่าบำเหน็จนายหน้าร้อยละ 3 ของราคาบ้านที่ขาย ซึ่งมีผู้ใช้บริการบางส่วนมีความ ต้องการใช้บริการของนายหน้าไม่ครบทุกบริการ ทำให้เกิดความรู้สึกไม่คุ้มค่ากับการจ่ายค่าบริการแบบ ครบทุกบริการของนายหน้า นำมาสู่ประโยชน์ของงานวิจัยที่ต้องการนำเสนอรูปแบบการให้บริการของ นายหน้าที่สอดคล้องความต้องการของผู้ใช้บริการนำเสนอรูปแบบการให้บริการเฉพาะส่วนเพื่อตอบ รับการให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการการลดต้นทุนของ ผู้ใช้บริการ และนายหน้าสามารถมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบรับการให้บริการหลายรูปแบบทำให้ ผู้ใช้บริการสนใจเลือกใช้บริการนายหน้ามากขึ้น

โดยผู้วิจัยทำการนำอันดับของการยินดีจ่ายของบริการ บริการที่ต้องการตามจำนวน ผู้ใช้บริการ บริการที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยทำการแบ่งลำดับความสำคัญของบริการ 3 กลุ่ม คือมาก ปานกลาง น้อย เพื่อนำมาเสนอลักษณะการใช้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

ความสำคัญ	ลำดับ	บริการที่ยินดีจ่าย	บริการที่ต้องการ	
			ตามจำนวนผู้ใช้บริการ	ตามลำดับความต้องการ
มาก	1	การทำป้ายโฆษณา	การทำป้ายโฆษณา	การทำป้ายโฆษณา
	2	การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
	3	พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ
ปานกลาง	1	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน
	2	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า
	3	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า
น้อย	1	ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	ประเมินราคาบ้าน	ประเมินราคาบ้าน
	2	ประเมินราคาบ้าน	ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม
	3	ตรวจสอบสภาพบ้าน	ตรวจสอบสภาพบ้าน	ตรวจสอบสภาพบ้าน

ตารางที่ 6.5 แสดงลำดับความสำคัญของการบริการ

จากตารางสามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างบริการที่ผู้ใช้บริการยินดีจ่าย กับบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการ โดยจัดเรียงลำดับของบริการได้ดังนี้

1. การทำป้ายโฆษณา

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับมาก	ลำดับ 1
บริการที่ต้องการ	ระดับมาก	ลำดับ 1
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับมาก	ลำดับ 1

2. การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ



บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับมาก	ลำดับ 2
บริการที่ต้องการ	ระดับมาก	ลำดับ 2
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับมาก	ลำดับ 3

### 3. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับปานกลาง	ลำดับ 2
บริการที่ต้องการ	ระดับมาก	ลำดับ 3
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับมาก	ลำดับ 2

### 4. พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับมาก	ลำดับ 3
บริการที่ต้องการ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 1
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 1

### 5. ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับปานกลาง	ลำดับ 1
บริการที่ต้องการ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 2
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 2

### 6. คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับปานกลาง	ลำดับ 3
บริการที่ต้องการ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 3
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับปานกลาง	ลำดับ 3

### 7. ประเมินราคาบ้าน

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับน้อย	ลำดับ 2
บริการที่ต้องการ	ระดับน้อย	ลำดับ 1
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับน้อย	ลำดับ 1

## 8. ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับน้อย ลำดับ 1
บริการที่ต้องการ	ระดับน้อย ลำดับ 2
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับน้อย ลำดับ 2

## 9. ตรวจสอบสภาพบ้าน

บริการที่ยินดีจ่าย	ระดับน้อย ลำดับ 3
บริการที่ต้องการ	ระดับน้อย ลำดับ 3
บริการที่ต้องการตามลำดับความสำคัญ	ระดับน้อย ลำดับ 3

จากลำดับที่ได้สรุปข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ในปัจจุบันผู้ใช้บริการนายหน้าให้ความสำคัญกับบริการการตลาด คือ บริการการทำป้ายโฆษณา และ โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ผู้ใช้บริการนายหน้าต้องการบริการทางนิติกรรมจากนายหน้า ทั้งนี้ผู้วิจัยนำลำดับของบริการที่กล่าวมาข้างต้น มาสรุปเป็นรูปแบบการบริการโดยลำดับเป็น บริการหลัก บริการรอง บริการเสริม นำมาเทียบกับบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด 3 อันดับในลักษณะต่างๆ ที่มาจากเหตุผลของการทำสัญญานายหน้าโดยสามารถจำแนกได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการขายในเร็วที่สุด กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน กลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการขายบ้านด้วยตนเองด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการให้ช่องทางการตลาด หรือบริการอื่นๆของนายหน้า และกลุ่มผู้ใช้บริการที่ต้องการขายบ้านให้ได้โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาขาย ดังนี้

ความสำคัญ	ลำดับ	บริการที่ยืดหยุ่น	ลักษณะของผู้ใช้บริการ				
			ต้องการขายให้เร็วที่สุด	ต้องการให้นายหน้าจัดการ	ต้องการขายบ้านด้วยตัวเองด้วย	ต้องการใช้บริการบางส่วนของนายหน้า	ต้องการขายบ้านให้ได้โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาขาย
บริการหลัก	1	การทำป้ายโฆษณา	11	4	18	13	15
	2	การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	17	9	11	4	7
	3	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	9	4	17	10	8
บริการรอง	1	พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	13	8	3	2	1
	2	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อกับลูกค้า	8	4	4	6	7
	3	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	4	2	3	2	2
บริการเสริม	1	ประเมินราคาบ้าน	4	3	1	2	2
	2	ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม			2	2	
	3	ตรวจสอบสภาพบ้าน			1		

\*การคิดคะแนนเฉลี่ย โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน, อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน, อันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

ตารางที่ 6.6 แสดงบริการที่ผู้ใช้บริการแต่ละเหตุผลต้องการ

จากตารางที่ 6.6 แสดงถึงบริการที่ผู้ใช้บริการที่ต้องการขายบ้านให้เร็วที่สุดคือ การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน และ การทำป้ายโฆษณา ตามลำดับ เนื่องจากผู้ที่ต้องการขายบ้านให้เร็วเป็นผู้ใช้บริการนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่มี ความรู้เรื่องเกี่ยวกับบริการของนายหน้า และเรื่องการซื้อขายบ้าน

สำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกขั้นตอน เลือกบริการการจัดเตรียมเอกสาร ในการทำนิติกรรมต่างๆ พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน การทำป้ายโฆษณา โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และ ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้าเป็น 3 อันดับแรก โดยผู้ใช้บริการลักษณะนี้ต้องการ เสียเวลาที่จะมีส่วนร่วมในการขาย จึงมีการเลือกบริการที่ครอบคลุม

ผู้ใช้บริการที่ต้องการขายบ้านด้วยตัวเองด้วย เลือกบริการ การทำป้ายโฆษณา โฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ ตามลำดับ ทั้งนี้บริการทั้งสามบริการเป็น บริการหลักที่ผู้ใช้บริการรูปแบบนายหน้าเปิดต้องการ

ผู้ใช้บริการที่ต้องการใช้บริการบางส่วนของนายหน้า เลือกบริการการทำป้ายโฆษณา โฆษณา ทางอินเทอร์เน็ต ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะบริการที่กล่าวมาล้วนเป็นบริการที่ นายหน้าสามารถทำงานได้ดีกว่าผู้ใช้บริการ

ผู้ใช้บริการที่ต้องการขายบ้านให้ได้โดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาขายเลือกบริการการทำป้าย โฆษณา โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ และช่วยดูแลจัดหา/ แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการมีความต้องการขายได้ จึงเน้นการตลาดที่เรียกลูกค้า และต้องการการบริการสินเชื่อที่ช่วยให้การขายบ้านดำเนินไปด้วยดี

จากที่ตารางที่ 6.6 สามารถจำแนกบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเมื่อนำมา สรุปลงกับผลการสัมภาษณ์นายหน้า โดยผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นรูปแบบการบริการเพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการลักษณะต่างๆ ดังตารางที่ 6.7

ความสำคัญ	ลำดับ	บริการที่ยินดีจ่าย	ลักษณะของผู้ใช้บริการ				
			ต้องการ ขายให้เร็ว ที่สุด	ต้องการให้ นายหน้าจัดการ	ต้องการขาย บ้านด้วย ตัวเองด้วย	ต้องการใช้ บริการบางส่วน ของนายหน้า	ต้องการขายบ้านให้ ได้โดยไม่คำนึงถึง ระยะเวลาขาย
บริการหลัก	1	การทำป้ายโฆษณา					
	2	การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ					
	3	โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต					
บริการรอง	1	พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน					
	2	ช่วยดูแลจัดหา/แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า					
	3	คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า					
บริการเสริม	1	ประเมินราคาบ้าน					
	2	ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม					
	3	ตรวจสอบสภาพบ้าน					

ตารางที่ 6.7 บริการที่ผู้ให้บริการเลือกบริการแต่ละบริการ

จากตารางที่ 6.7 พบว่าผู้ใช้บริการทุกประเภทที่เสนอแนะจะมีการเลือกบริการขั้นต่ำแตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งบริการที่ผู้วิจัยเสนอแนะจะเป็นบริการที่ตอบสนองความต้องการ โดยอาจนำไปสู่การช่วยลดต้นทุนในการฝากขายบ้านของผู้ใช้บริการ สำหรับในกรณีของการคำนวณราคาค่าบริการนั้น ว่าด้วยค่าบริการของนายหน้าจะขึ้นตามที่ทางสมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งปัจจุบันคิดค่าบริการประมาณร้อยละ 3 ของราคาบ้าน โดยบริการที่ผู้วิจัยเสนอแนะจะมีการให้บริการที่น้อยกว่าบริการทั่วไปของนายหน้าในปัจจุบัน โดยการคิดค่าบริการนายหน้าจากบริการที่ผู้วิจัยเสนอแนะ ขึ้นอยู่กับทางสมาคมนายหน้าแห่งประเทศไทย และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องพิจารณาต่อไป



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## รายการอ้างอิง

- Howard Theresa. "Viral Advertising Spreads through Marketing Plans." *USAToday* (2005).  
เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. "พีดาร์เท่านั้น แปรนดถึงอยู่รอด." *มาร์เก็ตเทียร์3* (2545).
- กฤติโชติ ทรัพย์มหศักดิ์. "ปัญหาการซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนนายหน้า: กรณีศึกษา บริษัทตรีม โสมพร้อมเพอร์ตี จำกัด." *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2547.
- กาญจนา อรุณสอนศรี. "ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่." *มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2546.
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. "การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวความคิดความจำเป็นพื้นฐาน." In การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวความคิดความจำเป็นพื้นฐาน, 66. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. "บ้านมือสองในประเทศไทย." *ธนาคารอาคารสงเคราะห์* (2553).
- นนท์ สหยา. "ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองผ่านบริษัทตัวแทนขาย: กรณีศึกษา บริษัท โรยัล แอสเซ็ทส์ คอนเซิร์ทเมนต์ จำกัด." *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2545.
- บริษัท โสมบายเออร์ไกด์ จำกัด. "นิตยสารบ้านพร้อมอยู่." *นิตยสารบ้านพร้อมอยู่* (2556).
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. "ความหมายของพึงพอใจ."  
<http://rirs3.royin.go.th/word1/word-1-a0.asp>.
- พรรณเทวี, วิรุฬ. "ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน." *มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2541.
- ภณิดา ชัยปัญญา. "ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย." *มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2541.
- สมลักษณ์ ศาสตร์ประสิทธิ์. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินรอการขาย : กรณีศึกษาที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นทรัพย์สินรอการขาย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์." *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2541.
- สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์. "สถานการณ์บ้านมือสอง." *สมาคมนายหน้าอสังหาริมทรัพย์* (2555).
- อมรรัตน์ เชาวลิต. "ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตต่อระบบการจัดบริการสารสนเทศของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกริก." *มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2541.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**





ภาคผนวก ก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

### แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ “การขายบ้านมือสองผ่านนายหน้าโดยการทำสัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และการทำสัญญาแบบนายหน้าเปิด : กรณีศึกษา บริษัท มาสเตอร์โฮมพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด”

จัดทำโดย นายอชิยุต ทัดตมนัส นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเคหการสาขาวิชาพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รหัสประจำตัวนิสิต 5573355725 โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของท่านจะนำมาใช้ศึกษาเพื่อสรุปผลการศึกษา ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกปิดเป็นความลับ จึงใคร่ขอความกรุณาและขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ไว้ ณ ที่นี้

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำสัญญา (ข้อมูลที่สามารถสอบถามจากนายหน้า)

ชื่อ : .....เบอร์ติดต่อกลับ : .....

อาชีพ : .....รายได้ครัวเรือน : .....บาท/เดือน ภูมิลำเนา : .....

ผู้ทำสัญญามีสถานะใดกับตัวสินทรัพย์?  เป็นเจ้าของเอง  รับหนังสือมอบหมายจากเจ้าของ เป็น.....

#### ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยที่ต้องการขาย (ข้อมูลที่สามารถสอบถามจากนายหน้า)

รูปแบบบ้าน : ..... ราคา : .....บาท

ทำเลที่ตั้ง : .....พื้นที่ใช้สอย : .....อายุบ้าน : .....

#### การใช้บริการสัญญาฝากขายบ้าน (ข้อมูลที่สามารถสอบถามจากนายหน้า)

สัญญาแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว  สัญญาแบบนายหน้าเปิด ระยะเวลาการทำสัญญา.....

#### การเลือกใช้บริการสัญญา

ท่านมีความรู้เรื่อง การซื้อขายบ้านมากนักน้อยเพียงใด

.....

ก่อนทำสัญญากับนายหน้า ผู้ใช้บริการทราบถึงรายละเอียดของการทำสัญญาแบบนายหน้าเปิด และ รูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียวมาก่อนหรือไม่?

ทราบ จากทาง.....  ไม่ทราบ

(ถ้าทราบมาก่อน) มีความเข้าใจเกี่ยวกับสัญญาการฝากขาย 2 รูปแบบอย่างไร?

.....

(ถ้าไม่ทราบมาก่อน) นายหน้าได้อธิบายถึงสัญญาทั้ง 2 รูปแบบก่อนทำสัญญาหรือไม่?

.....

ทำไมถึงเลือกใช้สัญญาแบบนี้ หากสัญญาหมดจะต่อสัญญาหรือไม่

.....

**การบริการ**

การบริการ	การบริการที่ได้รับ (ถาพนายหน้าได้)	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>		
- การประเมินราคาบ้าน		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน		
<b>บริการตลาด</b>		
- การทำป้ายโฆษณา		
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า		
<b>บริการสินเชื่อ</b>		
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า		
<b>บริการนิติกรรม</b>		
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ		

การบริการอะไรที่ผู้ฝากขายต้องการมากที่สุดจากการทำสัญญาครั้งนี้ จดัอันดับ 3 บริการแรก

.....

การบริการอะไรที่อยากให้มีเพิ่มเติมในการให้บริการการฝากขายบ้านผ่านนายหน้า

.....



ภาคผนวก ข

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 1**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว รายได้ครัวเรือน: มากกว่า 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ราคา: 4,800,000 บาท

ทำเล: ราชพฤกษ์ แจ้งวัฒนะ พื้นที่ใช้สอย: 54.4 ตร.ว. อายุบ้าน: ไม่เกิน 3 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากตัวแทนนายหน้าของบริษัท ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการขายบ้านโดยเร็ว และไม่ต้องการเสียเวลากับขั้นตอนการขายบ้านในกระบวนการใดๆ จึงใช้บริการสัญญานี้ที่มอบให้นายหน้าจัดการการซื้อขายให้ทั้งหมด

- หากครบกำหนดสัญญาแล้วขายไม่ได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓	✓	
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	3
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณาเพราะ การติดป้ายโฆษณาเป็นการบริการตนสามารถเห็นผลได้ และตนเชื่อว่าการประกาศขาย จะทำให้สามารถขายบ้านโดยเร็ว
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตในหลายๆเว็บไซต์ ผ่านช่องทางของนายหน้าจะทำให้มี ผู้สนใจติดต่อขอซื้อบ้านมากขึ้น
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ไม่ต้องการเสียเวลาในการต้องพาผู้สนใจเข้าชมบ้าน ด้วยตนเอง

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
อยากได้กรโฆษณาในช่องทางอื่น เช่น วารสารบ้าน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 2**

**ข้อมูลทั่วไป**

อาชีพ: ค้าขาย รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 60,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: บึงกุ่ม

**ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย**

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ราคา: 5,700,000 บาท

ทำเล: นวลจันทร์ บึงกุ่ม พื้นที่ใช้สอย 60 ตร.ว. อายุบ้าน: - ปี

**การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง**

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

**การใช้บริการสัญญาขายบ้าน**

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการขายโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ซื้อ และได้ราคาที่ต้องการ ในส่วนของ  
สัญญาแบบนี้เพราะต้องการให้นายหน้าช่วยจัดการทั้งหมด เพราะในเมื่อจ้างนายหน้าแล้ว ตนเองไม่อยาก  
เสียเวลาในขั้นตอนการซื้อขายบ้านทั้งหมด

- หากครบกำหนดสัญญาแล้วไม่สามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับ บริการ	3 อันดับบริการที่ ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓	✓	
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	2
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	3
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓		
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ไม่ความรู้เรื่องนิติกรรม และไม่มีประสบการณ์การโอนมาก่อน
- ทำป้ายโฆษณา เพราะ เป็นสิ่งที่นายหน้าต้องทำให้ และเห็นผลงานของนายหน้าที่สุด
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะ ไม่อยากได้ราคาต่ำกว่าตนต้องการ

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 3

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ:ธุรกิจส่วนตัว รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 60,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: นนทบุรี

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ราคา: 3,500,000 บาท

ทำเล: บางนา-ตราด พื้นที่ใช้สอย 33 ตร.ว. อายุบ้าน: 5 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญารหาบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญาแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** :เพราะไว้วางใจนายหน้า และเชื่อว่านายหน้าจะช่วยให้ขายได้ตามระยะเวลาสัญญา  
และสามารถช่วยจัดการในส่วนที่ขั้นตอนที่ผู้ทำสัญญาไม่รู้ได้

- หากครบกำหนดสัญญา แล้วไม่มีลูกค้าติดต่อขอซื้อ จะไม่ทำสัญญาต่อ

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	2
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓		
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ นายหน้าสามารถมีช่องทางโฆษณามากกว่าต้น และทำให้ขายเร็วขึ้น
- ทำป้ายโฆษณา เพราะ ช่วยให้ขายได้เร็วขึ้น
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆเพราะ ผู้ฝากขายไม่เคยมีประสบการณ์โอนกรรมสิทธิ์มาก่อน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ต้องการลดราคาค่านายหน้า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 4**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ รายได้ครัวเรือน: มากกว่า 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ ราคา: 2,100,000 บาท

ทำเล: ทรามอินทรา พื้นที่ใช้สอย 20 ตร.ว. อายุบ้าน: ประมาณ 7 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 12 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการขายโดยที่จะจัดการให้ได้ในระยะเวลาที่ทำสัญญา และเชื่อว่าสัญญา  
รูปแบบนี้นายหน้าจะทำงานให้เต็มที่

- ไม่มีปัญหาทางการเงิน - ต้องการให้นายหน้าจัดการให้ทุกขั้นตอนที่นายหน้าสามารถให้บริการได้
- หากครบกำหนดสัญญาแล้วไม่สามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	1
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	2
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรม ต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ การที่นายหน้าเป็นคนที่น่าจะทำให้ลูกค้าสนใจซื้อบ้านมากขึ้น
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อกับลูกค้า เพราะ ถ้าลูกค้าทำสินเชื่อได้ตนก็ขายบ้านได้
- การเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ตนไม่เคยมีประสบการณ์เรื่องการโอนมาก่อน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 5**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานบริษัท รายได้ครัวเรือน: มากกว่า 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: iverse กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 2,300,000 บาท

ทำเล: iverse พื้นที่ใช้สอย 51 ตร.ว. อายุบ้าน: 20 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะนายหน้ามีงานที่นาเชื่อถือ และเชื่อว่าสัญญาแบบนี้สามารถขายได้  
ตามระยะเวลาสัญญา หรือถ้าในระยะเวลา 3 เดือนยังไม่สามารถขายได้แต่ถ้ามีลูกค้าติดต่อมาเรื่อยๆ จะขยายเวลา  
สัญญา

- ต้องการให้นายหน้าจัดการทุกบริการที่นายหน้า เพราะตนเองและครอบครัวต้องทำงานไม่มีเวลาจัดการดูแล

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	3
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	1
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	2
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓		
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ทำให้มีโอกาสขายบ้านได้
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะ ไม่ต้องการเสียเวลาในส่วนนี้
- การทำป้ายโฆษณา น่าจะช่วยทำให้คนสนใจเข้ามาชมบ้าน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ไม่มี



**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 6**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ

รายได้ครัวเรือน: 40,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: ตัวแทนเจ้าของ

ภูมิลำเนา: ประเวศ กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว 2 ชั้น

ราคา: 3,800,000 บาท

ทำเล: หมู่บ้านทุ่งเศรษฐี ประเวศ

พื้นที่ใช้สอย 43 ตร.ว.

อายุบ้าน: 10 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ ทราบจากที่นายหน้าบอกก่อนทำสัญญา

ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะตนและครอบครัวไม่มีเวลาที่ขายบ้าน จึงมอบหมายให้นายหน้าเป็นผู้ดูแล และเชื่อตามที่นายหน้าบอกว่าหากให้นายหน้าเป็นคนดูแลการขายเพียงผู้เดียวจะทำให้ขายได้ดีกว่า

- ต้องการขายบ้าน เพราะ เงินส่วนที่ได้จากการขายบ้าน เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับบ้านใหม่

- หากครบกำหนดสัญญาแล้วไม่สามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	1
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจาเกี่ยวกับลูกค้า	✓	✓	2
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- พาดูสนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ตนไม่มีเวลาเปิดบ้านให้ผู้สนใจทุกครั้ง ต้องการมอบหมายให้นายหน้าจัดการเรื่องนั้นมากที่สุด
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะ ไม่ต้องการเสียเวลาของตนกับการขายน้อยที่สุด จึงได้จ้างนายหน้า ดังนั้นขั้นตอนนี้นั้นคิดว่าจะช่วยทำให้
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ คิดว่าต้องมียุ่งยากพอสมควรในการทำารโอน บริการนี้มีส่วนที่ตัดสินใจจ้างนายหน้า

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)

ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 7**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ รายได้ครัวเรือน: 80,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: บางกะปิ กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์โฮม 3ชั้น ราคา: 3,600,000 บาท

ทำเล: หมู่บ้านทาวน์โฮมเวนิว บางกะปิ พื้นที่ใช้สอย 20 ตร.ว. อายุบ้าน: 3 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการขายให้เร็ว และต้องการให้นายหน้าอำนวยความสะดวกทั้งหมด

- ไม่มีปัญหาทางการเงิน ที่ต้องการขายบ้าน เพราะย้ายไปอยู่อีกบ้าน และไม่ต้องดูแลบ้านหลังนี้ต่อ

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	1
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓		
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	2
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- พาดูสนใจซื้อบ้านเช่าชมบ้าน เพราะ เป็นการแสดงของผลงานของนายหน้า ว่าสามารถหาลูกค้าได้
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะ นายหน้าควรมีบริการที่ครอบคลุม และมีลักษณะ one stop service การที่นายหน้าหาสินเชื่อให้ผู้ซื้อได้ ทำให้ตนเชื่อว่านายหน้ามีประสิทธิภาพ และเป็นการบริการที่เจ้าของบ้านไม่สามารถทำได้
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ต้องการให้นายหน้าอำนวยความสะดวกเอกสารและขั้นตอนต่างๆ เพราะตนไม่มีประสบการณ์ขายบ้านมาก่อน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ต้องการลดราคาค่านายหน้า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 CHULALONGKORN UNIVERSITY



เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะ ต้องการให้ติดป้ายประกาศจำนวนมาก นายหน้าเองก็เสนอว่าจะติดให้หลายป้ายและคอยเติมเรื่อยๆ
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ไม่มีความรู้เรื่องการโอน และไม่ยอมถูกโกง
- การประเมินราคาบ้าน เพราะ ดูจากอายุบ้านตัวเองแล้วไม่รู้จักตั้งราคาเท่าไรดี ตอนตัวเองครั้งแรกไม่มีคนสนใจ ถ้านายได้ประเมินราคาให้นำจะได้ราคาที่ขายได้ และราคาที่ตนยอมรับ

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ ๑**

**ข้อมูลทั่วไป**

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว รายได้ครัวเรือน: 100,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เจ้าของ ภูมิลำเนา: บางกะปิ

**ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย**

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ ราคา: 2,200,00 บาท

ทำเล: หมู่บ้านเต็มสิริโอเวนวิ ถ.เจริญพัฒนา พื้นที่ใช้สอย 22.8 ตร.ว. อายุบ้าน: ปี

**การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง**

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ เคยมีประสบการณ์ขายบ้านมาก่อน ไม่ทราบ

**การใช้บริการสัญญาขายบ้าน**

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญา:** เพราะต้องการขายออกให้เร็ว และเชื่อการทำสัญญาแบบนี้ตามที่นายหน้าบอกว่าจะทำให้นายหน้าวางใจและขายได้อย่างเต็มที่ จึงต้องการให้นายช่วยรับภาระในการขายบ้านเท่าที่นายหน้าบริการให้ได้

- ขายเพราะต้องการซื้อบ้านใหม่ที่เป็นบ้านเดี่ยว เนื่องจากตอนแรกซื้อเพราะจะอยู่อาศัยเอง แต่รู้สึกว่ามันเล็กไป - ไม่มีเวลาจัดการในขั้นตอนต่างๆเอง จึงต้องการให้นายหน้าช่วยดูแลให้ทั้งหมด

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	3
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓		

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะ ต้องการการตลาดที่ทำให้ขายได้รวมเร็ว และเป็นบริการที่นายหน้าทำได้ดีกว่าตนเอง
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ นายหน้ารู้จักช่องทางในการประกาศมากกว่าตน
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ช่วยลดเวลา เจ้าของไม่ยากเป็นผู้ไปเปิดบ้านเอง ต้องการให้นายหน้าเป็นคนจัดการทั้งหมด

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)  
ถ้าฝากขายบ่อยๆน่าจะมีส่วนลด



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 10 (มีชัย)

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานบริษัท รายได้ครัวเรือน: 100,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ราคา: 2,200,000 บาท

ทำเล: บางกรวย สราญรมย์ พื้นที่ใช้สอย 36.4 ตร.ว. อายุบ้าน: 12 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากนายหน้า ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะจากที่พูดคุยกับนายหน้า เชื่อว่าสัญญาแบบนี้นายหน้าจะทำงานได้ดี และเมื่อใช้บริการนายหน้าจนถึงต้องการให้นายหน้าขายให้เร็วที่สุดในระยะเวลาที่ทำสัญญาและจัดการทั้งหมดอย่างดี

- หากไม่สามารถขายได้ในเวลาที่กำหนดในสัญญา และมีลูกค้าติดต่อน้อยจะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	2
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	3
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓		
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ คิดว่าตนไม่มีเวลา และไม่ต้องเสียเวลากับเรื่องเอกสาร ถ้า นายหน้าจัดการจะชัวร์กว่ามาก
- การประเมินราคาบ้าน เพราะ บ้านมีอายุเก่าแล้ว ไม่รู้ว่าต้องตั้งราคาประมาณไหนถึงจะเหมาะสม โดยสามารถ ขายได้ในราคาที่ตนยอมรับ
- การทำป้ายโฆษณา เพราะ เป็นการตลาดที่นายหน้าสมควรทำให้ที่สุด ที่ใช้บริการนายหน้าเพราะคิดว่าป้าย โฆษณาจะช่วยให้ขายได้เร็ว

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)  
บริการแบบวันสตอปเซอร์วิส



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 11

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ข้าราชการ รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: นนทบุรี

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: คอนโดเดอะคิท ราคา: 1,690,000 บาท

ทำเล: ปากเกร็ด นนทบุรี พื้นที่ใช้สอย 36.4 ตร.ม. อายุบ้าน: 2 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญารับหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการขายให้เร็วที่สุด และอยากให้นายหน้าดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายการโอน

- ต้องการให้นายหน้าจัดการในทุกขั้นตอน เพื่อเป็นการลดเวลาของตัวเอง

- หากครบกำหนดสัญญาแล้วไม่สามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	3
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	<input checked="" type="checkbox"/>		

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ไม่ต้องการเสียเวลาเดินทางมาเปิดบ้านบ่อยๆ การให้นายหน้าที่เป็นมืออาชีพด้านนี้เจรจาและให้ข้อมูลกับลูกค้าก็น่าจะเพียงพอแล้ว
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะ เคยได้ยินจากเพื่อนว่า นายหน้าหาลูกค้าได้แล้ว แต่ทำสินเชื่อไม่ได้เลยอดขายบ้าน เลยคิดว่าในส่วนนี้ถ้าบริษัทมีเครดิตดีจะทำให้ คนซื้อทำสินเชื่อได้ ก็เท่ากับว่าตนขายได้
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม เพราะ คิดว่านายหน้าที่มีประสบการณ์สามารถเจรจากับทางกรมที่ดิน เรื่องการโอนว่าช่วยลดราคาโอนได้โดยใช้วิธีการคำนวณราคาบ้านจากราคาประเมิน ตนจึงคิดว่าในช่วยนี้น่าจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
 อยากได้เหมือนการรับประกันการขายภายในระยะเวลาสัญญา



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 12**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 80,000 บาท  
 สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: สาทร กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านแถว ราคา: 4,000,000 บาท  
 ทำเล: นราธิวาส สาทร พื้นที่ใช้สอย 10.1 ตร.ว. อายุบ้าน: 23 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
 ทราบ  ไม่ทราบ

การให้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : ต้องการขายเร็ว เคยขายเองแต่ขายไม่ออก เพื่อนแนะนำนายหน้ามาจึงเลือกใช้นายหน้า

บริการสัญญาตามที่นายหน้าแนะนำ

- ต้องการขายเพื่อย้ายไปอยู่อีกหลังในทำเลเดียวกัน
- หากหมดสัญญาแล้วนายหน้าสามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	3
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	2
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓		
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ต้องการนายหน้าจัดการรักษาผลประโยชน์ที่ตนได้ เพราะกลัวถูกโกงราคาค่าโอน
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะต้องการได้ราคาตามที่ตนต้องการ ไม่ต้องการเจรจากับลูกค้าที่ต่อราคาที่ตนตั้งไว้
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ตนไม่มีเวลาเปิดบ้านให้ดู เมื่อจ้างโบรกเกอร์แล้วโบรกเกอร์ควรทำหน้าที่ติดต่อลูกค้าทั้งหมด ถ้าลูกค้ามันใจจะซื้อแล้วค่อยว่ากัน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ) ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 13

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย) รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 150,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: พระโขนง กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ราคา: 2,300,000 บาท

ทำเล: ม.นิรันดร์ เขตประเวศ พื้นที่ใช้สอย 16 ตร.ว.

อายุบ้าน : 1 ปี(ปรับปรุงใหม่)

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้ :** ต้องการขายเร็ว เพื่อนำเงินที่ขายบ้านจ่ายกับบ้านใหม่ที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน

- ให้นายหน้าดำเนินการทั้งหมด

- หากหมดสัญญาแล้วนายหน้าสามารถขายได้ จะไม่ต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	3
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ตนเองไม่อยากเสียเวลาหากมีการเตรียมเอกสารผิดพลาดจากทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้ต้องการซื้อในวันโอน หรือช่วงที่ติดต่อสถานที่ราชการต่างๆ
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ ต้องการสื่อโฆษณาป้ายแบบด้วย แต่คิดว่า สื่ออินเทอร์เน็ตน่าจะเข้าถึงคนได้ง่ายกว่า
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ ผู้ใช้บริการพักอาศัยอยู่คนละพื้นที่กับบ้านที่ต้องการขาย ไม่สะดวกมาเปิดบ้านให้ผู้สนใจซื้อเข้าชมได้ด้วยตนเอง

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ) ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 14

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานบริษัท

รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 60,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นตัวแทนเจ้าของ ภูมิลำเนา: บึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น

ราคา: 1,900,000 บาท

ทำเล: บึงกุ่ม กทม.

พื้นที่ใช้สอย 18 ตร.ว.

อายุบ้าน: 11 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะต้องการที่จะขายบ้านโดยเร็วเพื่อที่จะซื้อบ้านใหม่ นายหน้ามีความน่าเชื่อถือ  
และแนะนำสัญญาแบบนี้

- หากหมดสัญญาแล้วนายหน้าสามารถขายได้ จะไม่ทำสัญญาต่อ เพราะคิดว่า 6 เดือนน่าจะนานพอที่จะขายบ้านได้  
แล้ว

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	3
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	<input checked="" type="checkbox"/>		
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรม ต่างๆ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ เป็นการโฆษณาให้ผู้สนใจซื้อทั่วไป ผู้ใช้บริการคิดว่าการโฆษณาของผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนายหน้า จะสามารถเรียกลูกค้าได้
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะผู้ให้บริการยังอาศัยอยู่ในบ้าน หากมีผู้สนใจเข้าชมบ้านจึงอยากให้โบรกเกอร์คัดกรองลูกค้า
- การทำป้ายโฆษณา เพราะ เป็นการโฆษณาให้ผู้สนใจซื้อบริเวณใกล้เคียงบ้าน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ) ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ลำดับที่ 15

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย) รายได้ครัวเรือน: มากกว่า 100,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: คันทนายาว กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 4,200,000 บาท

ทำเล: อมรพันธ์นคร สวนสยาม พื้นที่ใช้สอย 87 ตร.ว. อายุบ้าน: 26 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายหน้าแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด  
ทราบ  ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าแต่เพียงผู้เดียว ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : ต้องการนายหน้าอำนวยความสะดวกและจัดการขั้นตอนการซื้อขายทั้งหมด และ  
ต้องขายให้ได้ในระยะเวลาที่ทำสัญญา

- หากหมดสัญญาแล้วนายหน้าไม่สามารถขายได้ และถ้านายหน้าหาผู้สนใจไม่ได้ หรือน้อย จะไม่ทำสัญญาต่อ
- ปัจจุบันยังมีผู้อาศัยอยู่ในบ้าน

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	3
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓		
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน	✓	✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	2
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ผู้ใช้บริการไม่มีความรู้เรื่องเอกสาร และขั้นตอนใดๆ
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะ การแนะนำสินเชื่อที่ดี ทำให้เพิ่มโอกาสการซื้อบ้านของผู้สนใจมากขึ้น
- การประเมินราคาบ้าน เพราะ เนื่องจากบ้านมีอายุ และมีสภาพเก่า จึงไม่แน่ใจว่าควรตั้งราคาเท่าไร ถึงเหมาะสม หลังจากทีลองสืบราคาบ้านที่ขายบริเวณใกล้เคียงนั้นมีการปรับปรุงเกือบทั้งหมด แต่ผู้ใช้บริการไม่ต้องการปรับปรุงบ้านจึงต้องการให้นายหน้าช่วยคิดราคาที่เหมาะสมกับการขาย

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)

ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 1**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ราชการ รายได้ครัวเรือน: 60,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: บางกะปิ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 3,000,000 บาท

ทำเล: บางกะปิ พื้นที่ใช้สอย: 80 ตร.ว. อายุบ้าน: 10 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จาก เคยมีประสบการณ์ขายบ้านมาก่อน ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

เหตุผลที่เลือกสัญญารูปแบบนี้ : เพราะต้องการขายให้ได้ จึงให้นายหน้าหลายรายช่วยหาลูกค้าให้

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน			
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	3
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน			
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	2
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า			
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในการเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ การประกาศขายบ้านทางเว็บไซต์นายหน้าจะดูแลได้ดีกว่า และสามารถประกาศได้หลายเว็บกว่าที่ตนประกาศ
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะไม่ต้องเสียเวลากับการคุยกับลูกค้าทุกคน อยากให้นายหน้าเจรจาและต้องการคุยกับลูกค้าที่ยอมรับราคาที่ตนตั้งไว้
- การทำป้ายโฆษณา เพราะช่วยให้หาลูกค้าได้เร็วขึ้น การทำป้ายประกาศถ้าทำเองก็ต้องเสียค่าใช้จ่าย

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โพรโมชัน ฯลฯ)

ถ้าเคยใช้บริการฝากขายมาก่อน ถ้าฝากขายอีก ได้รับส่วนลด



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 2**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: เจ้าหน้าที่ธนาคาร รายได้ครัวเรือน: 40,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: วัชรพล

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ ราคา: 1,600,000 บาท

ทำเล: วัชรพล พื้นที่ใช้สอย: 19 ตร.ว. อายุบ้าน: 10 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการศึกษาด้วยตนเอง ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะนายหน้ามีฐานลูกค้า ที่การตลาดที่ดีกว่าตนเองทำคนเดียว ถ้ามีนายหน้ามาช่วยกันขายน่าจะทำการขายได้เร็วกว่าตัวเองขายคนเดียว

- นายหน้ามีบริการที่ดี หากหมดระยะเวลาสัญญาจะต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	3
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน			
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓		
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	2
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓		

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะเป็นการบริการของนายหน้าที่ ตนไม่สามารถทำตัวเอง และเป็นบริการที่คิดว่าตัวเองสมควรได้รับเป็นอย่างแรก
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะถ้าหากมีคนต้องการซื้อบริการสินเชื่อเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้การซื้อขายเกิดขึ้น
- การประเมินราคาบ้าน เพราะราคาที่นายหน้าตั้งให้สมเหตุสมผล และมีความเป็นเป็นได้ว่าสามารถขายได้จริง

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)

ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 3**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: เจ้าหน้าที่ปตท. รายได้ครัวเรือน: ประมาณ 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: ลาดพร้าว

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: คอนโด ราคา: 700,000 บาท

ทำเล: ลาดพร้าว102

พื้นที่ใช้สอย: 32 ตร.ม.

อายุบ้าน: 16 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญารับหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการศึกษด้วยตนเอง

ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด

ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** :เลือกนายหน้าเพราะต้องการลดความยุ่งยากตัวเองไม่มีเวลาในการทำเองทั้งหมด แต่ไม่ชอบสัญญาที่ผูกมัด

- หากนายหน้าสามารถหาลูกค้าเข้ามาได้เรื่อยๆ แต่ยังไม่สามารถขายได้จะต่อสัญญา

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	3
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะ การทำการตลาดเป็นหัวใจสำคัญที่จะเรียกผู้ซื้อ โดยที่การทำป้ายเป็นสิ่งทางนายหน้าจะสามารถทำได้ดีกว่า
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ นายหน้ามีช่องทางการกระจายประกาศขายที่มากกว่าตน
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะตนไม่มีเวลาเปิดบ้านให้ผู้สนใจ ต้องการฝากให้เป็นหน้าที่ของนายหน้า

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



#### กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 4

##### ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานบริษัท รายได้ครัวเรือน: 70,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: ลาดพร้าว

##### ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 4,000,000 บาท

ทำเล: ลาดพร้าว 110

พื้นที่ใช้สอย: 48 ตร.ว.

อายุบ้าน: 10 ปี

##### การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการศึกษด้วยตนเอง

ไม่ทราบ

##### การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด

ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** :เลือกนายหน้าเพราะหากจ้างนายหน้าจะสามารถขายได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น นายจะช่วยให้การขายเป็นไปได้ด้วยดีกว่าการที่ตนขายคนเดียว

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓	✓	3
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	2
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ช่วยลดเวลาการทำเอกสาร หากมีการเตรียมการที่ดีเชื่อว่า นายหน้าจะสามารถลดค่าใช้จ่ายได้
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะเป็นการบริการที่นายหน้าจะแสดงให้เห็นว่านายหน้ากำลังทำงานอยู่
- การตรวจสอบสภาพบ้าน เพราะช่วยดูสภาพบ้านว่าเหมาะสมกับราคา

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)

ต้องการบริการที่ครบวงจร อย่างหากขายบ้านได้ นายหน้าแสดงตนว่ามีบริการช่วยจัดหาบริษัทรับเหมาซ่อมบ้าน ให้กับผู้ซื้อ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 5**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ รายได้ครัวเรือน: 30,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: นนทบุรี

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: คอนโด ราคา: 700,000 บาท

ทำเล: ลาดพร้าว102

พื้นที่ใช้สอย: 32 ตร.ม.

อายุบ้าน: 16 ปี (ซื้อเมื่อ 10 ปีก่อน)

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการสอบถามนายหน้า

ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด

ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะ สามารถขายเองได้ด้วย และการที่นายหน้ามาช่วยขายจะทำให้ขายได้เร็วขึ้น

-หากหมดระยะเวลาสัญญา แต่ยังไม่ขายได้ จะต่อสัญญา หากไม่มีการคิดค่าบริการเพิ่มเติม

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะ เป็นการตลาดของนายหน้าที่ น่าจะยังได้ผลที่สุดในการโฆษณาการขาย
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ จะได้นายหน้ามาช่วยในการอัปเดตนายที่ประกาศขาย เพราะหากไม่ได้เข้ามาดู บ่อยๆหน้าประกาศจะตกเร็ว
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ ตนไม่แน่ใจเรื่องขั้นตอน บริการนี้เป็นบริการที่ช่วยทำให้ตน และผู้ซื้อบ้านมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาเรื่องการโอน

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)

ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 6

#### ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ รายได้ครัวเรือน: 45,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: บึงกุ่ม กรุงเทพฯ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ ราคา: 1,200,000 บาท

ทำเล: ถ.เสรีไทย บึงกุ่ม พื้นที่ใช้สอย: 21 ตร.ว. อายุบ้าน: 26 ปี

#### การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต ไม่ทราบ

#### การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญารูปแบบนี้** : เพราะ ต้องการขายบ้านเอง แต่ยังคงต้องการการประกาศขายทางสื่อต่างๆ ของนายหน้า

- เมื่อหมดระยะเวลาสัญญาแล้วจะต่อสัญญาเรื่อยๆ จนกว่าจะขายได้ แต่หากไม่มีการติดต่อของลูกค้าเลยจะไม่ต่อสัญญา

- ได้ตกลงกับนายหน้าว่าหากเจ้าของบ้านหาผู้ซื้อได้เองจะทำการขายเอง เพราะมีความรู้เรื่องการโอน และไม่ต้องจ่ายค่าบริการนายหน้า

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	1
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	3
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓		

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การทำป้ายโฆษณา เพราะ เป็นสื่อการประกาศขายที่ตนต้องการมากกว่ารูปแบบอินเทอร์เน็ต โดยในความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการบอกว่า คนทั่วไปในพื้นที่สามารถเห็นได้ง่ายกว่า
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ เป็นอีกสื่อโฆษณาที่น่าจะเข้าถึงได้ง่าย แต่ในความเห็นของผู้ใช้บริการคิดว่ามีผลต่อการขายน้อยกว่าการติดป้าย
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะ การสินเชื่อผ่านนายหน้าจะทำให้สามารถทำสินเชื่อได้ง่ายกว่าทำเอง เพราะนายหน้าที่เป็นตัวแทนบริษัทจะมีคอนเนคชันกับธนาคารต่างๆ

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 7**

**ข้อมูลทั่วไป**

อาชีพ: ข้าราชการ (ตำรวจ) รายได้ครัวเรือน: 30,000 บาท  
 สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: รามอินทรา กรุงเทพฯ

**ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย**

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 3,800,000 บาท  
 ทำเล: ถนนสวนสยาม คันทายาว พื้นที่ใช้สอย: 80 ตร.ว. อายุบ้าน: 29 ปี

**การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง**

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากมีประสบการณ์การซื้อขายบ้านมาก่อน ไม่ทราบ

**การใช้บริการสัญญาขายบ้าน**

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะ ต้องการขายเองด้วย และก่อนทำสัญญากับนายหน้าของบริษัทได้ทำสัญญานายหน้าเปิดกับนายหน้าคนอื่นก่อนแล้วด้วย

- หากหมดระยะเวลาสัญญาแล้วยังไม่สามารถขายได้ก็จะต่อสัญญาไปเรื่อยๆจนกว่าจะขายได้
- เงินที่ขายบ้านแล้วจะใช้ในการซื้อบ้านใหม่

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
<b>บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน</b>			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	3
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
<b>บริการตลาด</b>			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	2
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	
<b>บริการสินเชื่อ</b>			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	1
<b>บริการนิติกรรม</b>			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อกับลูกค้า เพราะ ตอนซื้อบ้านหลังนี้ได้บริการจากนายหน้า ทำให้คิดว่าบริการในส่วนนี้สำคัญ
- การทำป้ายโฆษณา เพราะ ตอนที่ซื้อบ้านหลังนี้ ผู้ใช้บริการดูจากป้ายโฆษณา จึงคิดว่าการประกาศทางสื่อนี้เห็นผลที่สุด
- การประเมินราคาบ้าน เพราะ บ้านหลังนี้หลังซื้อมาได้ทำการปรับปรุงใหม่ ทำให้ไม่แน่ใจว่าควรตั้งราคาเท่าไร เพราะไม่สามารถเทียบกับราคาบางบริเวณใกล้เคียงที่มีสภาพแยกว่าได้ จึงต้องการให้นายหน้าช่วยตั้งราคาที่เหมาะสมให้

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ) ไม่มี





**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 8**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: เจ้าของกิจการ (ค้าขาย) รายได้ครัวเรือน: 120,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: นวมินทร์ กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 4,700,000 บาท

ทำเล: ปุณณิการ์ (นวมินทร์) กทม. พื้นที่ใช้สอย: 63 ตร.ว. อายุบ้าน: 23 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการสืบค้นอินเทอร์เน็ต ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญาประเภท: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาประเภทนี้** : เพราะ ไม่อยากมอบสิทธิในการขายบ้านให้นายหน้าเพียงคนเดียว ต้องการขายเอง

และหากในเวลาช่วงสามเดือนแรกนายหน้าไม่สามารถหาลูกค้าได้ อยากจะทำสัญญากับนายหน้ารายอื่นเพิ่มเติม

- ยินดีที่จะเป็นคนเปิดบ้านให้เวลามีลูกค้าต้องการเข้าชม

- หากไม่สามารถขายได้ในเวลาทำสัญญา แต่ถ้านายหน้าจากบริษัทสามารถหาลูกค้าได้เรื่อยๆ ก็จะทำสัญญาต่อ

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน			
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓		
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	2
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	3

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ ในยุคปัจจุบันสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตน่าจะได้ผลการป้าโฆษณา และ นายหน้าซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญย่อมมีช่องทางการประกาศขายที่หลากหลาย
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม เพราะ การทำนิติกรรมย่อมมีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าโอนต่างๆ ผู้บริการกล่าวว่า เชื่อว่านายหน้าจะสามารถช่วยให้ตนประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ นายหน้าจะได้ช่วยดูแลเอกสารให้ทั้งผู้ใช้บริการ และผู้ต้องการซื้อบ้าน จะได้ไม่เกิดข้อผิดพลาด

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ) หากหาลูกค้าน่าได้ แต่ให้นายหน้าบริการหาสินเชื่อให้ และจัดเตรียมขั้นตอนที่เหลือจะลดค่าบริการนายหน้า



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 9**

**ข้อมูลทั่วไป**

อาชีพ: พนักงานออฟฟิศ รายได้ครัวเรือน: 50,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: บึงกุ่ม กรุงเทพฯ

**ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย**

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว ราคา: 4,150,000 บาท

ทำเล: ถนนลาดพร้าว เดอะมอลล์บางกะปิ พื้นที่ใช้สอย: 65 ตร.ว. อายุบ้าน: 18 ปี

**การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง**

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการสอบถามนายหน้าและศึกษาทางอินเทอร์เน็ต ไม่ทราบ

**การใช้บริการสัญญาขายบ้าน**

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 6 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะ ต้องการเผื่อในกรณีที่สามารถขายเองได้ เนื่องจากตกลงกับนายหน้าว่าหากเป็นลูกค้าที่ตนหาเองจะไม่ต้องจ่ายค่าบริการนายหน้า

- หากหมดเวลาสัญญาแล้วยังไม่สามารถขายได้ ถ้ามีลูกค้าของนายหน้าติดต่อมาว่าต้องการซื้อบ้าง ก็จะทำสัญญาต่อ

- ในกรณีนายหน้าหาลูกค้าได้ ต้องการให้นายหน้าบริการทุกขั้นตอนทั้งหมดโดยไม่ต้องผ่านตน

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	3
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	2
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓		
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓		
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	1

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ เพราะ การโอนบ้านต้องใช้เวลาทำทั้งวัน หากเตรียมเอกสารไม่พร้อมอาจจะต้องเสียเวลาเพิ่มอีกวัน การที่นายหน้าให้บริการด้านนี้เพื่อให้เอกสารพร้อมและไม่เกิดข้อผิดพลาด
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ บริการให้ความเห็นว่า โฆษณาทางเน็ตในยุคปัจจุบัน น่าจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้ง่าย
- การทำป้ายโฆษณา เพราะ ป้ายโฆษณาเป็นบริการที่นายหน้าควรให้บริการ สามารถเรียกผู้สนใจซื้อได้ และเป็น การบริการที่เห็นว่านายหน้าได้ทำการลงทุนที่คุ้มกับค่าบริการ

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชัน ฯลฯ)  
ไม่มี



**กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 10**

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ข้าราชการ (ครู) รายได้ครัวเรือน: 35,000 บาท

สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: ลาดพร้าว กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: บ้านเดี่ยว 1 ชั้น ราคา: 2,700,000 บาท

ทำเล: บางกะปิ (ข้างแฟลตคลองจั่น) พื้นที่ใช้สอย: 48 ตร.ว.

อายุบ้าน: 15 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการสอบถามนายหน้า

ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญารูปแบบ: นายหน้าเปิด

ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 3 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาแบบนี้** : เพราะ ต้องการลองใช้บริการนายหน้าก่อนจึงใช้สัญญาแบบนี้ ในระหว่างนี้

ผู้ใช้บริการจะทำการขายเองไปด้วย ประกอบกับถ้าหากครบกำหนดสัญญาแล้ว นายหน้าสามารถลูกค้าได้เรื่อยๆ จะทำสัญญาต่อ

- ไม่มีปัญหาเรื่องการเงิน แต่ที่ทำการขายบ้าน เพราะเป็นบ้านที่รับได้แต่ผู้ใช้บริการไม่ได้เข้าอยู่

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓	✓	
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓	✓	
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	2
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจา กับลูกค้า	✓	✓	
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	3
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรม ต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ คิดว่าหากขายบ้านในกรุงเทพ โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตน่าจะได้ผลกว่าการประกาศด้วยป้ายโฆษณา
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน เพราะ เนื่องจากตนไม่ได้อาศัยอยู่ที่บ้าน จึงไม่สะดวกหากต้องเปิดบ้านทุกครั้งด้วยตัวเอง เมื่อมีลูกค้าสนใจเข้าชม
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า เพราะ การจัดหาสินเชื่อกับธนาคาร ถ้าหากได้นายหน้าช่วยดูแลเอกสารให้กับผู้ซื้อจะได้สบายใจ และทำให้การดำเนินการขายได้ดี

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)  
ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มตัวอย่าง กรณีผู้ใช้บริการสัญญารูปแบบนายหน้าเปิด ลำดับที่ 11

ข้อมูลทั่วไป

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย) รายได้ครัวเรือน: 40,000 บาท  
 สิทธิการครอบครองบ้าน: เป็นเจ้าของ ภูมิลำเนา: ลาดพร้าว กรุงเทพฯ

ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

รูปแบบบ้าน: ทาวน์เฮ้าส์ ราคา: 2,300,000 บาท  
 ทำเล: ลาดพร้าว 64 กรุงเทพฯ พื้นที่ใช้สอย: 54 ตร.ว. อายุบ้าน: 12 ปี

การรับรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบ้านมือสอง

ก่อนทำสัญญาทราบหรือไม่ว่า สัญญานายหน้ามี 2 รูปแบบ คือนายแต่เพียงผู้เดียว และสัญญานายหน้าเปิด

✓ ทราบ จากการศึกษารายละเอียดและสอบถามนายหน้า ไม่ทราบ

การใช้บริการสัญญาขายบ้าน

สัญญาประเภท: นายหน้าเปิด ระยะเวลาที่ทำสัญญา: 9 เดือน

**เหตุผลที่เลือกสัญญาประเภทนี้** : เพราะ เนื่องจากผู้ใช้บริการได้ฝากคนรู้จักขายด้วย และตนเองก็ต้องการขายเอง  
 นายหน้าจึงเสนอสัญญาประเภทนี้

- ผู้ใช้บริการจะทำสัญญาต่อ หากหมดเวลาสัญญา ที่กำหนดไว้ในสัญญาตอนแรก
- ก่อนหน้านี้ตัวบ้านปล่อยเช่า แต่ภายหลังไม่ต้องการดูแลต่อประกาศขาย หลังจากหมดสัญญากับผู้เช่าล่าสุด

การบริการ	การบริการที่ได้รับ	ยินดีจ่ายเพื่อรับบริการ	3 อันดับบริการที่ต้องการมากที่สุด
บริการตรวจสอบคุณภาพบ้าน			
- การประเมินราคาบ้าน	✓		
- การตรวจสอบสภาพบ้าน	✓		
บริการตลาด			
- การทำป้ายโฆษณา	✓	✓	2
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	1
- พาผู้สนใจซื้อบ้านเข้าชมบ้าน		✓	
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า	✓	✓	3
บริการสินเชื่อ			
- ช่วยดูแลจัดหา แนะนำสินเชื่อให้กับลูกค้า	✓	✓	
บริการนิติกรรม			
- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำนิติกรรม	✓	✓	
- การจัดเตรียมเอกสารในการทำนิติกรรมต่างๆ	✓	✓	

เหตุผลในเลือกบริการที่ต้องการ 3 อันดับแรก

- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะ เป็นสื่อที่คนเข้าถึงง่ายในปัจจุบัน และนายหน้ามีช่องทางการประกาศได้กว้างขวาง
- การทำป้ายโฆษณา เพราะ สื่อการโฆษณาการขายที่เอาไว้อโฆษณาสำหรับคนในพื้นที่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย
- คัดกรองลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อบ้าน/การเจรจากับลูกค้า เพราะ ต้องการลูกค้าที่ไม่ต้องมีการต่อรองใดๆเพิ่มเติม หรือคนมีคุณสมบัติเหมือนว่ามีปัญหาในการซื้อขาย

บริการที่ต้องการหรือสิ่งที่ยอยากให้เพิ่มเติมมาในการให้บริการของนายหน้า (เพิ่มเติมบริการ โปรโมชั่น ฯลฯ)

ไม่มี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นายอริยุต ทัดตมนัส

เกิด 16 สิงหาคม 2531

ภูมิลำเนา บึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

## การศึกษา

ระดับประถมศึกษา

โรงเรียนชินวรศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนบดินทรเดชา(สิงห์ สิงหเสนี) 2

ระดับอุดมศึกษา

ปริญญาตรี

สาขาผังเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจุบันศึกษาต่อ ปริญญาโท

สาขาพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

เข้าศึกษาปี 2555

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY