

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงาน
บังคับคดีในจังหวัดตาก

**Determinants of Purchasing Decisions for Foreclosed Properties from the
Legal Execution Department in Tak Province**

นางสาวณัฐนันท์ พิณธิสัย
Nutthanan Pintisuep

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประมวลซื้อทรัพย์สินจำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Chi-square Test (การทดสอบไคสแควร์)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตากในทุกด้าน และพบว่าเพศมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขายทอดตลาด อายุ มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาด ด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อ ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ามีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก มีนัยสำคัญสูงสุดที่ระดับ 0.01 ในทุกด้าน สะท้อนว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การขายทอดตลาด, สำนักงานบังคับคดี, ผู้ประมวลทรัพย์สิน

Abstract

The purposes of this study were to 1) study the personal factors influencing the decision to purchase auctioned property from the Legal Execution Office in Tak Province, 2) study the marketing mix factors influencing the decision to purchase auctioned property from the Legal Execution Office in Tak Province, and 3) study the decision to purchase auctioned property from the Legal Execution Office in Tak Province. Data was collected from 400 property bidders through online questionnaires. The data was analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing through the Chi-square Test. The majority of the sample group were male, aged 31–40 years old, held married status, possessed a bachelor's degree level of education, had an occupation as a company employee, and earned an income of 15,000 - 30,000 Baht.

The results of the research indicated that demographic factors, specifically marital status, education level, occupation, and income, showed a significant difference at the 0.01 level concerning the decision to purchase auctioned property from the Legal Execution Office in Tak Province across all aspects. Furthermore, sex was found to be significant at the 0.05 level concerning the purchase decision related to the channel of information known about the auctioned property. Age was significant at the 0.05 level concerning the purchase decision related to the problems found after the purchase. In the case of marketing mix factors, they were found to influence the decision to purchase auctioned property from the Legal Execution Office in Tak Province. These factors demonstrated the highest significance at the 0.01 level in all aspects. This reflects that marketing mix factors play a crucial and statistically significant role in the decision to purchase auctioned property.

Keywords: Marketing mix factors, auction, Legal Execution Office, property bidders.

บทนำ

กรมบังคับคดี กระทรวงยุติธรรม เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการบังคับคดีตามคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาล ในการบังคับคดีนั้น บางครั้งผู้มีหน้าที่บังคับคดีอาจจำเป็นต้องนำทรัพย์สินของกลุ่มความมาขายทอดตลาดเพื่อชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ โดยทรัพย์สินที่นำมาขายทอดตลาดนั้นอาจมีความหลากหลาย ตั้งแต่ที่ดิน บ้าน รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ไปจนถึงทรัพย์สินอื่นๆ อีกมากมาย (property-match.com, 2023)

การขายทอดตลาดทรัพย์สินโดยสำนักงานบังคับคดีเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการบังคับคดีทางแพ่ง ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการนำทรัพย์สินของลูกหนี้ตามคำพิพากษาออกจำหน่ายเพื่อนำเงินมาชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ การขายทอดตลาดทรัพย์สินนั้นครอบคลุมทั้งอสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้าน ที่ดิน อาคาร รวมถึงสังหาริมทรัพย์ เช่น รถยนต์ เครื่องจักร และทรัพย์สินอื่น ๆ ซึ่งมี

ทั้งมูลค่าสูงและต่ำ การที่ทรัพย์สินเหล่านี้สามารถจำหน่ายออกไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลดีต่อกระบวนการบังคับคดีโดยรวม เพราะไม่เพียงแต่ทำให้เจ้าหนี้ได้รับชำระหนี้เท่านั้น แต่ยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บทรัพย์สินของหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งยังช่วยให้ทรัพย์สินกลับเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดของสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและปรับปรุงกระบวนการขายทอดตลาดทรัพย์สินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำนักงานบังคับคดีสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การจัดการขั้นตอนการขาย รวมถึงการให้บริการประชาชนที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาด ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการลงทุนทรัพย์สินในราคาที่เหมาะสม และยังช่วยเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนในท้องถิ่นได้เข้าถึงกระบวนการยุติธรรมมากขึ้น และอาจนำไปสู่การสร้างแนวทางใหม่ ๆ ในการจัดการกับทรัพย์สินขายทอดตลาด เช่น การพัฒนาช่องทางออนไลน์ การสร้างเครือข่ายผู้สนใจเข้าร่วมประมูลและการให้ความรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยยกระดับการดำเนินงานของสำนักงานบังคับคดีให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตากแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตากแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ปัจจัยประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะที่จำแนกความแตกต่างในด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่นำมาใช้ร่วมกันและใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด ประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก (7P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ด้านบุคลากร(People) ด้านกระบวนการให้บริการ(Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และมีความต้องการแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคจะมีแนวทางการตัดสินใจซื้อที่เป็นลำดับขั้นตอนคล้ายคลึงกัน ไม่ได้เกิดขึ้นในทันที โดยในการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วยกระบวนการคิดลำดับขั้นตอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหา ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นลักษณะไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยจำกัดอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดตาก ซึ่งครอบคลุมสำนักงานบังคับคดีจังหวัดตากและสำนักงานบังคับคดีจังหวัดตาก สาขาแม่สอด

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือน กันยายน 2568 – พฤศจิกายน 2568 ระยะเวลา 3 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก
2. เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก
3. เพื่อให้ได้ทราบถึงกระบวนการการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก
4. เพื่อให้สำนักงานบังคับคดีสามารถนำผลการศึกษามาปรับปรุงระบบการขายทอดตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประมูลทรัพย์สินมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีการหมุนเวียนทรัพย์สินเร็วขึ้นและเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจในพื้นที่

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญจากนักวิชาการหลายท่าน เพื่อสร้างกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับบริบทของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก

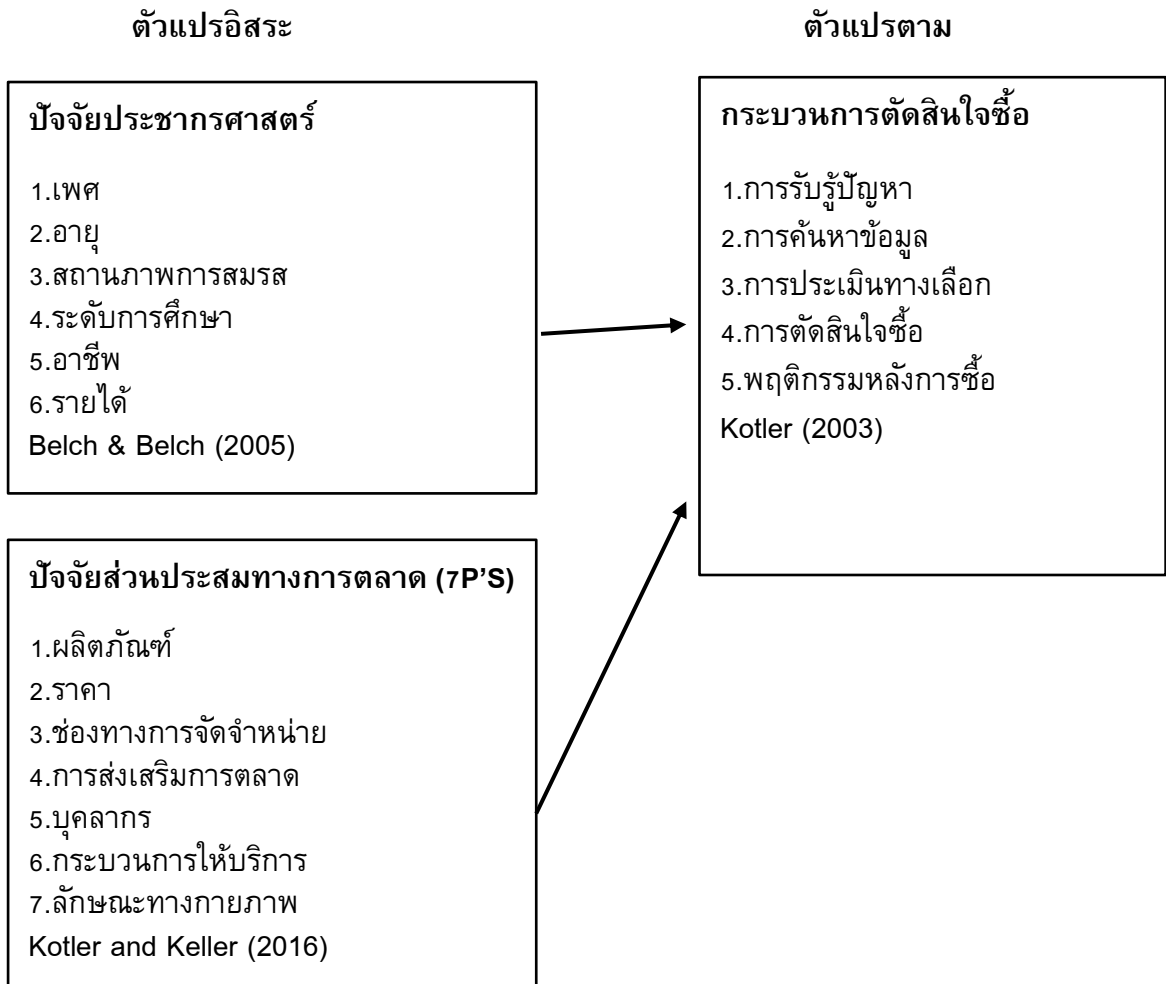
ปัจจัยประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะที่จำแนกความแตกต่างในด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดที่สำคัญที่ใช้ในการศึกษาคือแนวคิดของ Belch & Belch (2005) จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ โดยปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่นำมาใช้ร่วมกันและใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด ประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก โดยอ้างอิงทฤษฎีของ Kotler and Keller (2016) ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แต่ละปัจจัยล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันและมีความต้องการแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคจะมีแนวทางการตัดสินใจซื้อที่เป็นลำดับขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตนและคุ้มค่ามากที่สุด โดยอ้างอิงทฤษฎีของ Kotler (2003) โดยมีองค์ประกอบ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษา วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยได้มีกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นลักษณะไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ คอแครน (Cochran, 1977)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคำถามคัดกรอง เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดอยู่ในกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษา รวม 2 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ เพื่อทราบข้อมูลเพศ อายุ สภาพการสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวม 6 ข้อคำถาม เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal scale) ได้แก่ เพศ สภาพสมรสและอาชีพ ส่วนข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อทราบระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินของชายทอดตลาดจากระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ รวม 21 ข้อคำถาม โดยทุกข้อใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินของชายทอดตลาด เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม รวม 10 ข้อคำถาม เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal scale) และส่วนข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal scale)

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการวัด โดยการทำให้แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ได้คะแนน 1 คะแนน เพื่อใช้วัดในคุณลักษณะ/พฤติกรรม/เนื้อหาสาระที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้องครอบคลุมมีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- (1) วิเคราะห์ความมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพิจารณาตัวแปรทั้งหมดที่ต้องศึกษา
- (2) ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต้น และตัวแปรตาม
- (3) ให้คำจำกัดความของตัวแปรที่ต้องการวิจัย
- (4) เขียนข้อคำถามให้สอดคล้องกับคำจำกัดความ

ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ไปปรับปรุงแก้ไขและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบด้วยการทดลองใช้ (Tryout) สุ่มประชากรกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับทั้งหมด 40 ชุดนี้แล้วนำคำตอบที่ได้มาวัดประมาณค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธี Alpha-Coefficient ได้ค่า 0.945 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านกระบวนการทดสอบค่าความเชื่อมั่นแล้วมาดำเนินการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความชัดเจนและถูกต้องเพื่อนำไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยไม่ได้เก็บรวบรวมขึ้นเองโดยตรงแต่ได้มา จากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและจัดทำไว้แล้ว โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจาก เอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ วิชาการ รายงานการวิจัย งานวิทยานิพนธ์ สถิติ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมขึ้นเองโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form โดยการส่งแบบสอบถามในช่องทางออนไลน์ จำนวน 400 ชุด เมื่อได้แบบสอบถามแล้ว จึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลแล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยก็จะทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลทางสถิติสำเร็จรูปและทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลผู้ให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ เลือกใช้การทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Chi-square Test (การทดสอบไคสแควร์) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และมีรายได้ระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา(Price) ($\bar{x} = 4.79$) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ($\bar{x} = 4.78$) ด้านกระบวนการให้บริการ(Process) ($\bar{x} = 4.77$) ด้านบุคลากร(People) ($\bar{x} = 4.76$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ($\bar{x} = 4.75$) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x} = 4.74$) ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เริ่มสนใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาด เพื่อมองหาโอกาสลงทุนเพื่อเก็งกำไร จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 ช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากเว็บไซต์กรมบังคับคดี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 และช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาด ใช้ช่องทางหาข้อมูลจากเว็บไซต์กรมบังคับคดี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ใช้เวลา 1-2 สัปดาห์ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการพิจารณาซื้อคือทำเลที่ตั้ง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 วิธีประเมินความคุ้มค่าในการซื้อจากราคาประเมินของราชการเทียบกับราคาตลาด จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อคือสถานที่ตั้งของทรัพย์สินอยู่ในทำเลที่สะดวกเหมาะแก่การลงทุนหรืออยู่อาศัย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 ปัญหาที่พบหลังการซื้อทรัพย์สิน ไม่พบปัญหาใด ๆ จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 และในส่วนของการใช้ประโยชน์หลังซื้อทรัพย์สินเพื่ออยู่อาศัยเองจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตากแตกต่างกัน

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลที่เริ่มสนใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาด ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาด

1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาด

1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการพิจารณาซื้อ

1.6 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินซื้อขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านวิธีประเมินความคุ้มค่าในการซื้อ

สนใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ด้านวิธีประเมินความคุ้มค่าในการซื้อ ด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อทรัพย์สิน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับด้านอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลที่เริ่มสนใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการพิจารณาซื้อ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อทรัพย์สิน ด้านการใช้ประโยชน์หลังซื้อทรัพย์สิน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรกับด้านอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านการใช้ประโยชน์หลังซื้อทรัพย์สิน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลที่เริ่มสนใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ด้านวิธีประเมินความคุ้มค่าในการซื้อ ด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อทรัพย์สิน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการกับด้านอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลที่เริ่มสนใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินขยายทอดตลาด ด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษาข้อมูล ด้านวิธีประเมินความคุ้มค่าในการซื้อ ด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อทรัพย์สิน ด้านการใช้ประโยชน์หลังซื้อทรัพย์สิน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพกับด้านอื่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก สามารถนำมาอภิปรายประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อหลายขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลที่ได้รับมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Belch & Belch (2005) ว่าตัวแปรประชากรศาสตร์เป็นตัวกำหนดความต้องการสินค้า วิธีคิดและพฤติกรรมการตัดสินใจ ตลอดจนระดับการใช้สินค้าในตลาดเป้าหมาย อันนำไปสู่ความแตกต่างในพฤติกรรมผู้บริโภคตามความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ด้านอายุ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและความสนใจในการซื้อ สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภควัยทำงานที่มีเสถียรภาพทางรายได้มักมีแรงจูงใจด้านการลงทุน จึงมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดเพื่อสร้างผลตอบแทนหรือเพิ่มมูลค่าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ระบุว่าแต่ละช่วงอายุมีความต้องการสินค้าและบริการแตกต่างกันตามบริบทชีวิต ด้านระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่เชื่อมโยงกับความสามารถในการตีความข้อมูลและการประเมินความเสี่ยง ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีแนวโน้มใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์มากขึ้นในการตัดสินใจและเลือกสินค้าที่มีคุณภาพหรือมีรายละเอียดรองรับ ซึ่งตรงตามกรอบทฤษฎีที่ชี้ว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงมักแสวงหาคุณภาพและมีความไวต่อข้อมูลมากกว่า ด้านอาชีพส่งผลต่อรูปแบบความต้องการและกำลังซื้อ กลุ่มอาชีพที่มีรายได้มั่นคงหรือมีความรู้ด้านการลงทุน มักมีความพร้อมทั้งด้านการเงินและข้อมูลในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน สอดคล้องกับทฤษฎีของ Belch & Belch(2005) ที่ระบุว่าอาชีพมีผลต่อประเภทสินค้าและบริการที่บุคคลเลือกบริโภค ในส่วนของด้านรายได้ พบว่ามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในทุกขั้นตอน โดยผู้ที่มีรายได้สูงมักให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคุ้มค่า และภาพลักษณ์ของสินทรัพย์ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Belch & Belch(2005) ที่ระบุว่ารายได้และกำลังซื้อส่งผลโดยตรงต่อการเลือกสินค้า ผลการวิจัยยังพบว่า ด้านเพศ แม้จะไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการซื้อ แต่มีอิทธิพลต่อช่องทางที่ผู้บริโภครับรู้และค้นหาข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ Belch & Belch(2005) ที่กล่าวว่าเพศมีผลต่อทัศนคติการรับรู้และรูปแบบการบริโภคสื่อ ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างด้านบทบาททางสังคม การเลี้ยงดู หรือแบบแผนทางวัฒนธรรม ทำให้ผู้บริโภคแต่ละเพศเลือกใช้ช่องทางสืบค้นข้อมูลที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ด้านสถานภาพสมรส ยังมีบทบาทในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่ง Belch & Belch(2005) ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มโสด สมรส หรือหย่าร้างมีโครงสร้างและรูปแบบการใช้จ่ายที่แตกต่างกันด้วย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินขยายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อทุกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก โดยเฉพาะ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x} = 4.85$) และด้านราคา (Price) ($\bar{x} = 4.79$) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) ที่อธิบายว่า ความสำเร็จของสินค้าและบริการขึ้นอยู่กับ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านคุณลักษณะสินค้าและความคุ้มค่าราคา

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x} = 4.85$) ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงเพราะลักษณะของทรัพย์สิน เช่น ทำเล คุณภาพสภาพทรัพย์สิน และความคุ้มค่าการลงทุน เป็นปัจจัยหลักในการประเมินทางเลือก ซึ่งสะท้อนว่า ทรัพย์สินที่ขายทอดตลาดเป็นสิ่งที่ผลักดันการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาทพร เดชเดโช (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขยายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดสระแก้ว และงานวิจัยของนราธิป แนวชาติ ประพัฒน์สอน เปียกสอน กฤษณ์ ทักษุภา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ด้านราคา (Price) ($\bar{x} = 4.79$) ราคาขายทอดตลาดซึ่งต่ำกว่าราคาตลาดเป็นแรงจูงใจสำคัญ สอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่า ราคาเป็นตัวกำหนดคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้และเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ ปุจฉาการ (2565) ศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ทรัพย์สินรอกการขายของ

ธนาคารแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี และงานวิจัยของนราธิป แนวคาดี ประพัฒสอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุพา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 4.75$) ช่องทางดิจิทัล โดยเฉพาะเว็บไซต์กรมบังคับคดี มีอิทธิพลสูงสุด โดยทั้งช่องทางการรับรู้ข้อมูลและค้นหาข้อมูลมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับสูง แสดงถึงบทบาทของช่องทางออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลทรัพย์สินขายทอดตลาด สอดคล้องงานวิจัยของนราธิป แนวคาดี ประพัฒสอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุพา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ด้วยเช่นกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 4.78$) ถึงแม้ผลจะมีผลเพียงบางส่วน แต่ก็สะท้อนว่า การประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและข้อมูลบนเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐช่วยลดความไม่แน่นอนของการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาพร เดชเดโช (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดสระแก้ว พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ด้านบุคลากร (People) ($\bar{x} = 4.76$) มีอิทธิพลต่อหลายขั้นตอน เช่น เหตุผลในการเริ่มสนใจระยะเวลาศึกษาข้อมูล และการใช้ประโยชน์หลังซื้อ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของบุคลากรในกระบวนการอำนวยความสะดวก ความเป็นมืออาชีพ และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามหลักการบริการตามทฤษฎี Kotler & Keller(2016) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ ปุจฉาการ(2565) ที่ศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรีเช่นกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ($\bar{x} = 4.77$) พบผลอย่างมีนัยสำคัญในหลายขั้นตอน เช่น การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล และประเมินความคุ้มค่า สะท้อนความสำคัญของความโปร่งใส ความเป็นระบบ และขั้นตอนที่ลดความเสี่ยงแก่ผู้ซื้อ สอดคล้องงานวิจัยของนราธิป แนวคาดี ประพัฒสอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุพา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x} = 4.74$) ส่งผลต่อการรับรู้ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานบังคับคดี การจัดระบบเอกสารและสถานที่ที่ชัดเจน ช่วยเสริมความมั่นใจของผู้ซื้อ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller(2016) ที่ว่าความประทับใจทางกายภาพช่วยเพิ่มคุณค่าการบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ ปุจฉาการ(2565) ที่ศึกษาปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารแห่งหนึ่ง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนราธิป แนวคาดี ประพัฒสอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุพา และธัญพร เลี้ยงรักษา (2562) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน

จัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมด้วยเช่นกัน

3. การตัดสินใจซื้อทรัพย์สินชายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคดำเนินการตัดสินใจซื้อครบทั้ง 5 ขั้นตอนตามโมเดลของ Kotler (2003) อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนารธิป แนวคตี ประพัฒสอน เปียกสอน กฤษณ์ ทัพจุฬา และธัญพร เลียงรักษา (2562) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ให้ระดับความสำคัญกระบวนการตัดสินใจซื้อครบทั้ง 5 ขั้นตอนเช่นกัน

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหาโดยผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มจากแรงจูงใจด้านการลงทุนเพื่อเก็งกำไร และต้องการที่อยู่อาศัยราคาประหยัด ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎี Kotler (2003) ที่ว่าแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเป็นตัวกระตุ้นสำคัญในการเริ่มต้นการซื้อ

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์กรมบังคับคดีเป็นแหล่งข้อมูลหลัก แสดงว่าผู้ซื้อ มีพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ก่อนตัดสินใจ ซึ่งตรงกับทฤษฎีที่ว่าผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลมากขึ้นเมื่อการตัดสินใจมีความเสี่ยงสูง

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก ปัจจัยหลักคือ ทำเลที่ตั้งและราคาประเมินเทียบราคาตลาด ผู้ซื้อเลือกพิจารณาแบบมีเหตุผล ใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขและหลักฐานอ้างอิงตรงตามแนวคิด Kotler (2003) ว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบ “คุณค่าที่คาดหวัง”

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อจากแรงจูงใจสูงสุดคือทำเลและความคุ้มค่า โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง แต่ยังคงได้รับอิทธิพลจากครอบครัวบางส่วน สอดคล้องกับโมเดลที่ว่า ปัจจัยทางสังคมและส่วนบุคคลร่วมกันกำหนดการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาแสดงให้เห็นว่าอาจมีแนวโน้มความพึงพอใจสูง แสดงถึงการรับรู้คุณค่าสินค้าที่สอดคล้องกับความคาดหวัง ซึ่งเป็นผลลัพธ์ตามทฤษฎีของ Kotler (2003) ว่า ความสอดคล้องระหว่างคาดหวังผลลัพธ์ นำไปสู่ความพึงพอใจหลังการซื้อ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินชายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีในจังหวัดตาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. การค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์กรมบังคับคดีเป็นแหล่งข้อมูลหลัก แสดงว่าผู้ซื้อ มีพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ก่อนตัดสินใจ ซึ่งตรงกับทฤษฎีที่ว่าผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลมากขึ้นเมื่อการตัดสินใจมีความเสี่ยงสูง ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาและปรับปรุงช่องทางการให้ข้อมูลทางออนไลน์ ให้มีความทันสมัย ใช้งานง่ายสะดวกและแสดงข้อมูลทรัพย์สินอย่างครบถ้วน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ควรพัฒนาทักษะบุคลากรในการให้คำปรึกษาและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน โดยเสริมทักษะการบริการ ความรู้ด้านอสังหาริมทรัพย์และขั้นตอนกฎหมาย เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและลดความซับซ้อนของกระบวนการซื้อ

3. การปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ควรลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและพัฒนากระบวนการให้รวดเร็วและเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสับสนของผู้ซื้อ

4. การประชาสัมพันธ์เชิงให้ความรู้ ควรจัดทำคู่มือหรือสื่อให้ความรู้ เช่น คลิปวิดีโอ ขั้นตอนการประมูล หรือการอบรมออนไลน์ เพื่อช่วยผู้เริ่มต้นเข้าใจกระบวนการซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาด ลดความเข้าใจผิด และเพิ่มความมั่นใจ

5. ปรับปรุงด้านลักษณะทางกายภาพ ให้เกิดการรับรู้ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานบังคับคดี โดยการจัดระบบเอกสารและสถานที่ที่ชัดเจน ช่วยเสริมความมั่นใจของผู้ซื้อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจและประสบการณ์ของผู้ซื้ออย่างรอบด้าน

2. ควรศึกษาความพึงพอใจหลังการซื้อในเชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำของผู้ซื้อทรัพย์สิน เพื่อพัฒนาระบบการขายทอดตลาดให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาปัญหาที่พบในการซื้อทรัพย์สินในด้านอื่น ๆ ที่ผู้ซื้อเผชิญระหว่างกระบวนการประมูลและหลังการได้ทรัพย์สิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพัฒนาการบริการและลดอุปสรรคในการซื้อในอนาคต

4. ควรขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ซื้อในบริบทที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ปุจฉาการ. (2565). ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินหรือการขายของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุพร เดชเดโช. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดสระแก้ว. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นราธิป แนวชาติ, ประพัฒน์สอน เปี้ยกสอน, กฤษณ์ ทักษุภา, และ ธีรพร เลี้ยงรักษา. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม.
- Belch, G.E., & Michael, A.B. (2005). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. Boston: McGraw-Hill.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Property match. (2565). ทรัพย์สินขายทอดตลาด กรมบังคับคดี. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/wjZeX>