

ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมวลข้อมูลสื่อสังหาริมทรัพย์
จากการขายทอดตลาด ของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

สารนิพนธ์
ของ
นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
กันยายน 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์
จากการขายทอดตลาด ของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

20 ต.ค. 2548

บทคัดย่อ
ของ
นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
กันยายน 2547

สุรัชย์ กำแหงเดชพล. (2547). *ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วม
ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์.*
สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา.

การวิจัยครั้งนี้ความมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารของผู้เข้าร่วม
ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าร่วมประมูล
ซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ จำนวน 400 คน
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ
ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบของแมนวิทนี
ครุสคัล-วัลลิส การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่าง
ง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 30 - 39 ปี สถานภาพสมรส ระดับ
การศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 21,000-30,000 บาท และมีจำนวน
สมาชิกในครอบครัว 4-6 คน โดย

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดโดยรวมมีทัศนคติที่ดีมาก
ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีปานกลาง
ต่อด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด และด้านสภาพแวดล้อมของ
อสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ส่วนด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วม
ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่
ขายทอดตลาด และต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ราคา 1,200,001 – 1,700,000 บาท

โดยผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการ
ขายทอดตลาดผ่านป้ายผ้าโฆษณา มากที่สุด

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติ
กรรม ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่ง, ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ให้คะแนน 26-50
คะแนน ส่วนด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ ให้คะแนน 0-25 คะแนน

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนการ

ตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ และด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน

2. อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ และด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับเพศ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับเพศ และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. เพศ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. อายุ, ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับเพศ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับเพศ, อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับ

อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับเพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่า

1. ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ตึกแต่งบ้าน, ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ตึกแต่งบ้าน และบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ด้าน

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง ด้านราคาที่ดีกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ พบว่า

1. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมี พฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้า ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการยกเว้น หรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อและด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ และตกแต่งบ้าน, ด้านเกณฑ์ การให้คะแนนเกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษและด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ATTITUDES AND INFORMATION PERCEPTION AFFECTING THE BEHAVIOR OF
BIDDERS' IN BUYING AT AUCTION REAL ESTATE SITUATED IN BANGKOK
METROPOLITAN AREA ORGANIZED BY SIAM COMMERCIAL BANK PLC. IN
COLLABORATION WITH THE LEGAL EXECUTION DEPARTMENT BANGKOONNON**

**AN ABSTRACT
BY
MR. SURACHAI KUMHEANGDACHPOL**

**Presented in Partial Fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University
September 2004**

Surachai Kumheangdachpol. (2004). *Attitudes and information perception affecting the behavior of bidders' in buying at auction real estate situated in Bangkok Metropolitan area organized by Siam Commercial Bank Plc. in collaboration with the Legal execution department Bangkoknonn.* Master Project, M.B.A. (Management). Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assoc. Prof. Supada Sirikudta.

The purpose of this study was to investigate the effects of bidders' attitude and their information access to property auctions on their decision making to join the events. The samples were 400 participants attending the auctions organized in Bangkok by Siam Commercial Bank Plc. and Bangkoknonn Legal Execution Department. The data was gathered by means of a questionnaire and analyzed using percentage, mean, standard deviation, Mann-Whitney U test and Kruskal-Wallis H test, the Chi Square, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. The findings were as follows:

1. The majority of the samples were male, aged 30-39, married, and college educated. Most were private company employees with a monthly income between 21,000 and 30,000 baht. Most had 4-6 members in the family.

Their overall attitude towards the properties in the auctions was very high. As for each aspect, it was found that:

They had moderate attitude towards the characteristics and the environmental features of the properties. However, their good attitude was seen towards the price, the preferable amount of which was between 1,200,001 and 1,700,000 baht

Banners were cited as the most used source for their access to the information about the auctions.

The bidders gave a score range of 26-50 to both criteria for their decision-making behavior to participate in the auctions - house/decoration loan service and special interest rates offered while the criterion - the exemption or reduction of loan fees - was given a score range of 0-25.

Both criteria for their decision-making behavior to buy a property - the quality of the properties and below-the-market prices - were also given a score range of 26-50.

2. The bidders with different age, marital status, education, occupation, monthly income, and the number of family members were seen as having different buying behavior regarding types of properties and their purpose to buy them. The significant

level was at 0.01. The same applied to those with different sex but at the significant level of 0.05.

3. The bidders with different education, occupation, monthly income, and the number of family members showed different buying behavior regarding their preferable price. The significant level was at 0.01. The same applied to those with different sex and marital status but at the significant level of 0.05.

4. The bidders with different sex, education, occupation, and the number of family members showed different decision-making behavior in attending the auctions. This was seen in the scores given to the criterion regarding house/decoration loan service. The significant level was at 0.01. The same applied to those with different age but at the significant level of 0.05.

5. Those with different age, education, and occupation revealed different buying behavior seen in the scores given to the criterion regarding the quality of the properties. The significant level was at 0.01. Likewise, those with different sex, monthly income, and the number of family members showed the same difference in buying behavior but at the significant level of 0.05.

6. Those with different education, monthly income, and the number of family members had different behavior in attending the auctions seen in the scores given to the criterion regarding special interest rates offered, and so had those with different sex, age, and occupation. The significant level was at 0.01 for the first group and 0.05 for the latter.

7. Those with different sex, age, marital status, and education had different behavior in attending the auctions seen in the scores given to the criterion regarding the exemption or reduction of loan fees. The significant level was 0.01. The same applied to those with different occupation, monthly income, and the number of family members but at the significant level of 0.05.

8. Those with different education and occupation showed different buying behavior seen in the scores given to the criterion regarding below-the-market prices. The significant level was at 0.01. The same applied to those with different sex, age, monthly salary, and the number of family members but at the significant level of 0.05.

As for the relationship between the bidders' attitude towards the auctions and their buying behavior, the study showed that:

1. The characteristics of the properties

The bidders' attitude towards the characteristics of the properties had a low relationship with their buying behavior regarding their preferable price of the property, the house/decoration loan service, the exemption or reduction of loan fees, the quality of the properties, and the below-the-market prices.

2. The environmental features of the properties

Their attitude towards environmental features of the properties had a rather low relationship with their buying behavior regarding their preferable price of the property, the exemption or reduction of loan fees and the quality of the properties; a low relationship regarding special interest rates offered; but a high one regarding below-the-market prices.

3. The price of the properties in the auctions

Their attitude towards the price of the properties had a rather low relationship with their buying behavior regarding their preferable price of the property, home/decoration loan service, and special interest rates offered ; a low relationship with below-the-market prices; but a rather high relationship with the quality of the properties.

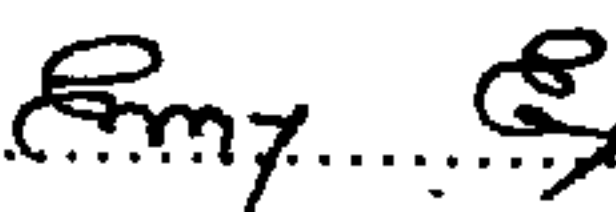
When considering the bidders' access to the information about the auctions, the study showed that:

1. Different access to the information yielded different buying behavior in the following aspects. At the significant level of 0.01 were types of the properties they wanted to buy, their preferable price of the property, their purpose in buying, their criterion regarding the exemption or reduction of loan fees, and their buying criteria regarding below-the-market prices. At the significant level of 0.05 were the criteria regarding house/decoration loan service and special interest rates offered, as well as their buying criterion regarding the quality of the properties.

สารนิพนธ์ฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
โครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

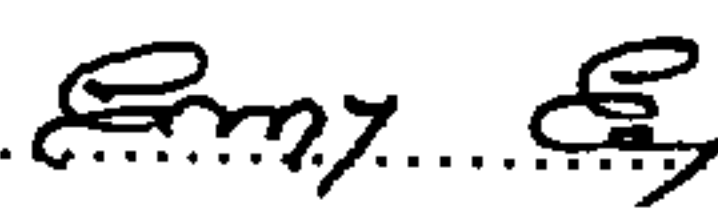
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

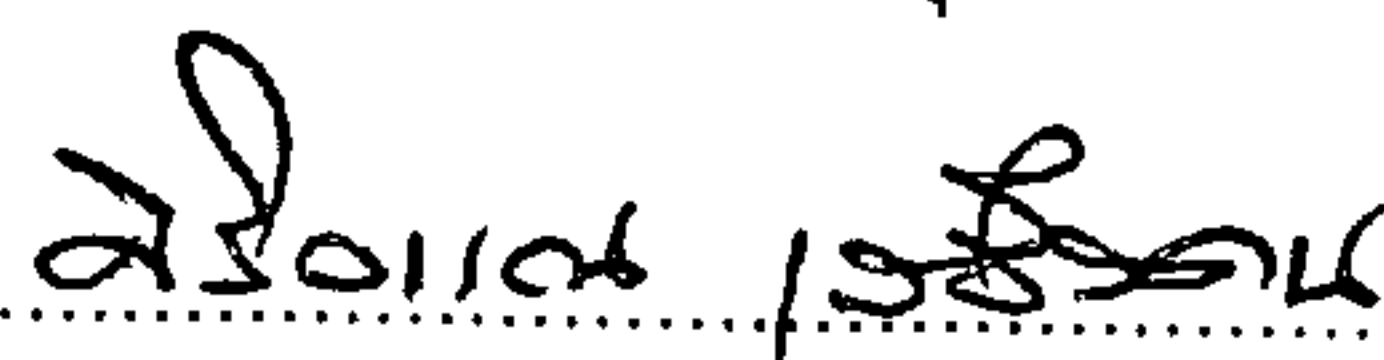
.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

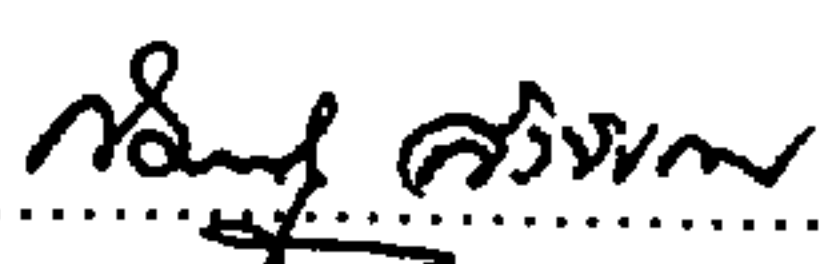
คณะกรรมการสอบ

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 30 เดือนกันยายน 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยการได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตดา อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้เสียสละเวลาอันมีค่า คอยให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้กับผู้วิจัย อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ และงานวิจัยครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนจากโครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในการให้ทุนสำหรับการทำวิจัย ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่ได้กรุณาเสียเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำในการทำวิจัย และให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือในการทำวิจัย ตลอดจนเอื้อเพื่อให้ใช้สถานที่ในการทำวิจัย และค้นคว้าข้อมูลความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ที่กรุณาเสียเวลาอันมีค่ามาเป็นกรรมการสอบ และให้คำแนะนำในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันทรงค่า ซึ่งถือได้ว่าเป็นสมบัติที่มีคุณค่าเอนกอนันต์แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จทุกท่าน

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนผู้ช่วยเหลือทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมืออันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณประโยชน์ และความดีอันใดที่พึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอน้อมนำเป็นเครื่องบูชาแด่คุณบิดา มารดา บุรพจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอน และชี้แนะแนวทางที่ดีมีคุณอนันต์ตลอดมา จนสามารถประสบผลสำเร็จทางการศึกษาในวันนี้

สุรัชย์ กำแหงเดชพล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
เกณฑ์การสุ่มตัวอย่าง	7
ตัวแปรที่ศึกษา	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	12
สมมติฐานในการวิจัย.....	13
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค	14
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
ทฤษฎีและแนวความคิดทางด้านบริการ.....	34
ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	41
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประมวลซื้อทรัพย์สินจากการขาดทอดตลาด	48
ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	54
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	59
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	59
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	153
สังเขป ความมุ่งหมายของการวิจัย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	153
สรุปผลการวิจัย.....	156
อภิปรายผล.....	170
ข้อเสนอแนะ.....	179
บรรณานุกรม.....	181
ภาคผนวก.....	185
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	186
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	192
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	194
ภาคผนวก ง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	196
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	199

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนแรงงานที่ถูกเลิกจ้าง.....	2
2	แสดงสินเชื่อ และ NPL ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คงค้างในสถาบันการเงิน.....	3
3	แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรม.....	21
4	แสดงอัตราการเพิ่มราคาในแต่ละชั้น.....	54
5	แสดงระดับทัศนคติและความหมายของผู้เข้าร่วมประชุมซื้อทรัพย์สินจากการขาย ทอดตลาด.....	62
6	แสดงจำนวนและค่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
7	แสดงทัศนคติที่มีต่อการเลือกประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์....	75
8	แสดงการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด.....	78
9	แสดงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	79
10	แสดงการจัดกลุ่มใหม่ของพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์.....	91
11	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประชุมซื้อ.....	95
12	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประชุมซื้อ.....	96
13	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	97
14	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	98
15	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	98
16	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ.....	99
17	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์	100

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	101
19	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	102
20	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	103
21	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	104
22	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	105
23	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	105
24	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ.....	106
25	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์	107
26	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	107
27	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	108
28	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	109
29	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	110

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	111
31	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	111
32	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ.....	112
33	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	113
34	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	113
35	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	114
36	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	115
37	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	116
38	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	117
39	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	117
40	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายใน การขอสินเชื่อ.....	118

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	119
42	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	119
43	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	120
44	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	121
45	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	122
46	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	123
47	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	123
48	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ.....	124
49	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	125
50	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	125
51	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	127
52	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	128

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
53	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	129
54	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน.....	130
55	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	130
56	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ.....	131
57	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับ คุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	132
58	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	132
59	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	133
60	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	134
61	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	135
62	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน.....	136
63	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	136

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
64	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ.....	137
65	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับ คุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	138
66	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	138
67	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรม ในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	140
68	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับ พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	141
69	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับ พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	143
70	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	146
71	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ.....	147
72	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด.....	148
73	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน.....	149
74	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ.....	150

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
75 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายใน การขอสินเชื่อ.....	150
76 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์.....	151
77 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด.....	152

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม.....	12
2 แสดงแบบพฤติกรรมการณ์การซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อ ของผู้บริโภค.....	24
3 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมการณ์ผู้บริโภค.....	24
4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Consumer' s Decision Making Process).....	32
5 แสดงประเภทของธุรกิจบริการ.....	34
6 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services).....	37
7 แสดงการรับรู้จากประสบการณ์ที่พบในสิ่งแวดล้อม.....	42
8 แสดงกระบวนการรับรู้.....	43
9 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้.....	45

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ถือได้ว่าเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญและมีบทบาทมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ด้วยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนสูง ประกอบกับในช่วงที่ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต่างเร่งขยายธุรกิจ และลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมากด้วยเห็นว่าเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูงในระยะเวลาอันสั้น ส่งผลให้สถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็แข่งขันกันปล่อยสินเชื่อเพื่อสนับสนุนธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์กันอย่างมาก เพราะเป็นธุรกิจที่มีอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกัน

หลังจากที่ประเทศไทยประสบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำตั้งแต่ปี 2540 ส่งผลให้ลูกหนี้เงินกู้ของสถาบันการเงินจำนวนมากไม่สามารถชำระหนี้คืนเจ้าหนี้ได้ และในที่สุดก่อให้เกิดปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non performance loan : NPL) ของสถาบันการเงินจำนวนมาก และนำไปสู่ความไม่มั่นคงของสถาบันการเงิน จนกระทั่งรัฐบาลจำเป็นต้องสั่งปิดบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ 56 แห่ง และต้องปรับดอกเบี้ยให้สูงขึ้นเพื่อป้องกันการไหลออกของเงินทุนภายในประเทศ แต่หากพิจารณาให้ดีแล้ว พบว่า ภาวะการถดถอยของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ประสบอยู่ในปัจจุบันเป็นปัญหาเรื้อรังที่สะสมมานานและมีสัญญาณเตือนมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการชะลอตัวในธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ หลังจากที่มีการเติบโตอย่างมากในปี พ.ศ.2530 - 2533 หลังจากนั้นมาในปี พ.ศ.2537-2538 ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรยังคงเพิ่มการก่อสร้างบ้านจัดสรรอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดอุปทานส่วนเกินในบ้านจัดสรร เพราะเข้าใจผิดว่าอุปสงค์ยังคงเพิ่มขึ้นทำให้ราคาบ้านจัดสรรและที่ดินเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน จนถึงเมื่อปีพ.ศ. 2539 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์วิกฤตหนักอย่างเห็นได้ชัด จากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องยิ่งขึ้น การเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าวัสดุก่อสร้าง ทำให้ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย เป็นเหตุให้การก่อสร้างหลายโครงการต้องชะลอตัวหรือหยุดดำเนินการไป อีกทั้งผลจากการที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ค่าครองชีพสูงขึ้น กำลังซื้อหดตัวลง เนื่องจากประสบกับปัญหาการถูกเลิกจ้างงานหรือถูกปรับลดเงินเดือน เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและการเงินขึ้นทำให้ปัญหาของธุรกิจนี้ยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น เกิดปัญหาการว่างงาน เนื่องจากธุรกิจหลายแห่งจำเป็นต้องปลดพนักงานออกเพื่อความอยู่รอด และบางแห่งก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จำเป็นต้องปิดตัวลง ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนแรงงานที่ถูกเลิกจ้าง

จำนวนสถานประกอบการที่เลิกกิจการ และจำนวนลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้าง
ณ วันที่ 25 พฤศจิกายน 2546

ขนาดสถาน ประกอบการ	จำนวนสถานประกอบการ		จำนวนลูกจ้าง		ผู้ถูกเลิกจ้าง/ออกจาก งานกลับเข้าสู่ระบบ ประกันสังคม (คน)
	ทั่วประเทศ (แห่ง)	เลิกจ้าง/เลิกกิจการ/หยุดกิจการ ชั่วคราว (แห่ง)	ทั่วประเทศ (คน)	ถูกเลิก จ้าง (คน)	
สถานประกอบการ ที่มีลูกจ้าง 1-9 คน		12,703		24,383	9,097
สถานประกอบการ ที่มีลูกจ้าง 10 คน ขึ้นไป		1,909		111,705	88,532
รวม	322,706	14,612	7,412,865	136,088	97,629

ที่มา : Web site <http://WWW.mol.or.th> สำนักงานประกันสังคม ณ วันที่ 25 พฤศจิกายน 2546

จากปัญหาการว่างงานข้างต้น ทำให้เกิดผลกระทบที่เป็นลูกโซ่ในการชำระหนี้สินสถาบันการเงิน โดย ณ เดือนกันยายน 2546 NPL ของระบบสถาบันการเงินยังคงมีจำนวนมากถึง 751,179 ล้านบาท และในจำนวนนี้เป็น NPL ในหมวดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 67,758 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.03 ของ NPL ทั้งระบบ หรือประมาณร้อยละ 24.11 ของสินเชื่อกค้างในหมวดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงสินเชื่อ และ NPL ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คงค้างในสถาบันการเงิน

สินเชื่อ และ NPL	2546		
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3
สินเชื่รวม (ล้านบาท)	4,960,496	4,949,256	4,978,553
NPL รวม (ล้านบาท)	780,795	776,408	751,179
สินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ (ล้านบาท)	130,515	149,928	116,173
NPL อสังหาริมทรัพย์ (ล้านบาท)	73,265	72,495	67,758
สัดส่วน NPL อสังหาริมทรัพย์ต่อ NPL รวม (ร้อยละ)	9.38	9.34	9.02
สัดส่วน NPL อสังหาริมทรัพย์ต่อสินเชื่ออสังหาริมทรัพย์คงค้าง (ร้อยละ)	56.13	48.35	58.32

ที่มา : Web site <http://WWW.bot.or.th> ธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 18 ธันวาคม 2546

สถาบันการเงินต่างๆ ที่ประสบกับปัญหานี้ NPL ของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้เร่งดำเนินการช่วยเหลือลูกหนี้ในหลายรูปแบบตามแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของธนาคารแห่งประเทศไทย เช่น การขยายระยะเวลาการผ่อนชำระเงินต้น การปลอดชำระเงินต้น การปลอดชำระดอกเบี้ย การลดอัตราดอกเบี้ย การลดดอกเบี้ย รวมถึงการลดหนี้ปัญชีโดยยอมลดดอกเบี้ยให้บางส่วนหรือทั้งหมด หรือแม้กระทั่งยอมลดเงินต้นให้บางส่วนเป็นต้น และนอกจากนี้แล้วยังช่วยเหลือลูกหนี้ด้วยวิธีเปิดโอกาสให้มีการ "ตีทรัพย์จำนองหรือทรัพย์สินอื่นของลูกหนี้เพื่อชำระหนี้" แต่อย่างไรก็ตามปรากฏว่ายังมีลูกหนี้บางส่วนที่ไม่สามารถปฏิบัติตามแนวทางปรับโครงสร้างหนี้ข้างต้นได้ บรรดาเจ้าหนี้สถาบันการเงินต่าง ๆ จึงต้องใช้มาตรการทางด้านกฎหมายเพื่อบังคับให้ลูกหนี้ชำระหนี้คืบต่อไป จากข้อมูลของกรมบังคับคดี พบว่า โดยภาพรวมแล้ว สถาบันการเงินมีลูกหนี้ที่อยู่ระหว่างบังคับคดี ประมาณ 222,000 ล้านบาท และอยู่ระหว่างดำเนินคดีประมาณ 120,000 ล้านบาท

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ก็เป็นหนึ่งในสถาบันการเงินที่ประสบปัญหา ดังกล่าว ซึ่งมีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ถูกบังคับคดีเป็นจำนวนมาก จึงได้ให้ความสำคัญกับการขายทอดตลาด ทรัพย์สินจำนองเพิ่มขึ้น เนื่องจากจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยลดอสังหาริมทรัพย์ที่ถือครอง หรือ NPA ลงได้แล้ว และยังเป็นแหล่งที่จะสามารถหาลูกค้าสินเชื่อเคหะรายใหม่ได้ ถึงแม้ว่าตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา ภายหลังจากที่ภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวขึ้น รัฐบาลได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชน ทำให้ภาวะตลาดที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น เป็นลำดับ ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยในตลาดที่มีแนวโน้มลดลงจนอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ ผู้ประกอบการเริ่มกลับเข้ามาสร้างที่อยู่อาศัยเพื่อจำหน่ายเพิ่มขึ้น ตลาดที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มที่จะกลับมาร้อนแรงยิ่งขึ้นในปี 2545 - 2546 อย่างไรก็ตามหากวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของปัจจัยสำหรับที่อยู่อาศัยโครงการใหม่แล้ว จะพบว่ามีข้อจำกัดในเรื่องราคาและทำเลที่ตั้ง เพราะส่วนใหญ่โครงการที่เริ่มก่อสร้างใหม่จะตั้งอยู่โดยรอบเขตปริมณฑล ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับทรัพย์สินขายทอดตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้ว ถือว่ามีข้อได้เปรียบมากกว่า เพราะหากผู้ประกอบการต้องการที่จะสร้างโครงการใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะต้องมีความเสี่ยงสูงพอสมควรในการที่จะแบกรับภาระต้นทุนของค่าที่ดินที่สูง อีกทั้งต้องประสบกับปัญหาข้อกำหนดของผังเมืองฉบับใหม่ที่ประกาศใช้ จากการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ได้ร่วมกับกรมบังคับคดี จัดงานมหกรรมขายทอดตลาดขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ มาประมูลขายพร้อมกัน ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้สนใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้แล้วยังมีการการทำประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดผ่าน Web Site ของตนเอง การฝากบริษัทนายหน้าช่วยขาย การลงโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา การทำประชาสัมพันธ์ผ่าน Web Site ของธนาคารฯ เอง และการให้พนักงานธนาคารฯ ช่วยขายโดยให้ค่านายหน้าเป็นการตอบแทน รวมทั้งการทำข้อตกลงพิเศษกับกรมบังคับคดีในการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อให้แก่ผู้ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด โดยการนำกลยุทธ์การให้วงเงินสินเชื่อแก่ผู้สนใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์สูงถึง 90% ของราคาประเมิน และให้สำหรับเป็นค่าตกแต่งอีก 20 % นอกจากนี้แล้วยังเสนออัตราดอกเบี้ยคงที่ที่ถูกกว่าลูกค้าทั่วไป ดังนี้

- อัตราดอกเบี้ยคงที่ 3.00 % ระยะเวลา 1 ปี หลังจากนั้นคิดอัตรา MLR - 0.5 %
- อัตราดอกเบี้ยคงที่ 3.50 % ระยะเวลา 2 ปี หลังจากนั้นคิดอัตรา MLR - 0.5 %
- อัตราดอกเบี้ยคงที่ 4.00 % ระยะเวลา 3 ปี หลังจากนั้นคิดอัตรา MLR - 0.5 %

***โดยทั้ง 3 เงื่อนไข คิดดอกเบี้ยในอัตรา 0.5 % ในช่วงเวลา 6 เดือนแรก ซึ่งผลที่ได้รับจากการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี จัดงานมหกรรมขายทอดตลาดขึ้นนี้ จะช่วยให้ธนาคารไม่ต้องถือครองอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Owned : REO) ไว้อีกต่อไป และช่วยให้ธนาคารฯ ลดภาระค่าใช้จ่าย (Carrying Costs) ในการดูแลอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น อาทิ ค่าจ้างสำรวจ ค่าน้ำประปา-ไฟฟ้า ค่าภาษีโรงเรือน ค่าประกันอัคคีภัย ค่าซ่อมแซมรักษาสภาพอาคาร เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่มีผลต่อความต้องการเลือกซื้อบ้านที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ จากการประมูลขายทอดตลาด โดยความร่วมมือระหว่างธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) กับกรมบังคับคดี จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าและวางแผนการตลาดในการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อการลดหนี้ NPL ของธนาคารลง โดยไม่ต้องประมูลซื้อเข้ามาเอง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัยทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับ พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการขายทอดตลาด
4. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำผลของการวิจัยที่ได้ไปใช้ปรับปรุงและวางแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น และยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายที่อยู่อาศัยให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อปรับปรุงทันของที่อยู่อาศัยในปัจจุบันให้เหมาะสมกับความต้องการที่อยู่อาศัย อันจะส่งผลต่อการแก้ไขปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) และสอดคล้องกับนโยบายการแก้ไขปัญหาหนี้ ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา (Scope of Content) ของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมงานประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

2.1. ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample) ได้แก่ ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาเป็นคณวิทำงานที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จากผู้เข้าร่วมงานมหกรรมขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี โดยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-probability Sampling เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. ม.ป.ป. : 26)

โดยให้ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95%

แทนค่าสูตรการคำนวณหา n (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง)

$$n = Z^2 / 4E^2$$

$$n = (1.96)^2 = \frac{384.16}{4(.05)^2} = 385$$

ในที่นี้ $Z_{.975} = 1.96$, $E = 0.05$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติมาตรฐาน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

E = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมด (p) ที่ยอมรับได้ที่ 5%

จากการคำนวณขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เกณฑ์การสุ่มตัวอย่าง

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเจาะจงการสุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดจากผู้เข้าร่วมงานประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาดเฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

2. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลช่วงเดียวกัน โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่สำหรับทำการศึกษาเฉพาะที่กรมบังคับคดีบางขุนนนท์เท่านั้น โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลให้เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 20 – 29 ปี

1.1.2.2 30 – 39 ปี

1.1.2.3 40 – 49 ปี

1.1.2.4 50 – 59 ปี

1.1.2.5 60 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.3.3 ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 ปริญญาโท

1.1.4.4 สูงกว่าปริญญาโท

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 รับราชการ

1.1.5.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4 ธุรกิจส่วนตัว

1.1.5.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.1.6 รายได้/เดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.6.2 10,001 - 20,000 บาท

1.1.6.3 20,001 - 30,000 บาท

1.1.6.4 30,001 - 40,000 บาท

1.1.6.5 40,001 - 50,000 บาท

1.1.6.6 ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป

1.1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1.1.7.1 1 – 3 คน

1.1.7.2 4 – 6 คน

1.1.7.3 มากกว่า 6 คน

1.2 ทักษะที่มีต่อการเลือกประเมินซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ดังนี้

1.2.1 ทักษะต่อลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

1.2.2 ทักษะต่อสภาพแวดล้อมของที่ตั้งอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

1.2.3 ทักษะต่อราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

1.3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกประเมินซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึก ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย พอใจ ไม่พอใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกของผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

1.1 ทักษะคติต่อลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด หมายถึง ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ประเมินว่า 1.รูปแบบบ้านมีความทันสมัย หรือ ล้าสมัย 2.แบบบ้านมีให้เลือกมาก หรือ น้อย 3.เนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่มีให้เลือกหลากหลาย หรือ ไม่หลากหลาย 4.อายุของบ้านใหม่ หรือ เก่า 5.สภาพของบ้านดี หรือทรุดโทรม 6.ความสบายของการอยู่อาศัยว่า ร่มรื่นเย็นสบาย หรือ ร้อนอบอ้าว

1.2 ทักษะคติต่อสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด หมายถึง ความรู้สึกของผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ประเมินว่า 1.ชุมชนที่อยู่อาศัยใกล้เคียงเป็นชั้นสังคมระดับสูง หรือชั้นสังคมระดับล่าง 2.ความใกล้เคียงของย่านชุมชนมีสภาพไม่แออัด หรือ แออัด 3.สภาพการจราจรไม่ติดขัด หรือ ติดขัด 4.สภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้าน ไม่มีมลภาวะ หรือ มีมลภาวะ 5.ที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงบ้าน มีที่จอดรถ หรือ ไม่มีที่จอดรถ 6. ความสูงของพื้นที่ สูง(น้ำไม่ท่วม) หรือ ต่ำ(น้ำท่วม) 7.การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจทั่วถึง หรือ ไม่ทั่วถึง 8.ความปลอดภัยในการอยู่อาศัย ปลอดภัย หรือ ไม่ปลอดภัย 9.ความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวกกว่า ใกล้เคียงหรือ ห่างไกล

1.3 ทักษะคดีด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลขายในงานมหกรรมขายทอดตลาด หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคที่ประเมินว่า ราคาที่ธนาคารปล่อยขายเมื่อเปรียบเทียบกับราคาตลาดแล้ว ถูกกว่า หรือ แพงกว่า

2. พฤติกรรม หมายถึง การตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

3. การรับรู้ข่าวสารของผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด หมายถึง การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ โดยการจัดทำประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

4. อสังหาริมทรัพย์ประมูลขายทอดตลาด หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ที่เป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของลูกหนี้ที่ใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)

และ/หรืออสังหาริมทรัพย์อื่นที่ไม่ใช่เป็นหลักประกันการกู้ยืม แต่ธนาคารสืบพบ

5. บ้านเดี่ยว ได้แก่ ที่อยู่อาศัยที่มีบริเวณ ลักษณะเป็นตึก หรือ ครึ่งตึกครึ่งไม้ หรือไม้ มีจำนวนชั้นตั้งแต่ 1 ชั้น 2 ชั้นและมากกว่า 2 ชั้น

6. ทาวน์เฮ้าส์ หรืออาคารพาณิชย์ ได้แก่ ที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะเป็นแถวยาวติดต่อกัน ตั้งแต่ 1 ชั้น 2 ชั้น 3 ชั้นและมากกว่า 3 ชั้น

7. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม ได้แก่ ที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะเป็นตึกสูงหลายชั้น และภายในตึกจัดแบ่งเป็นหลาย ๆ ห้อง

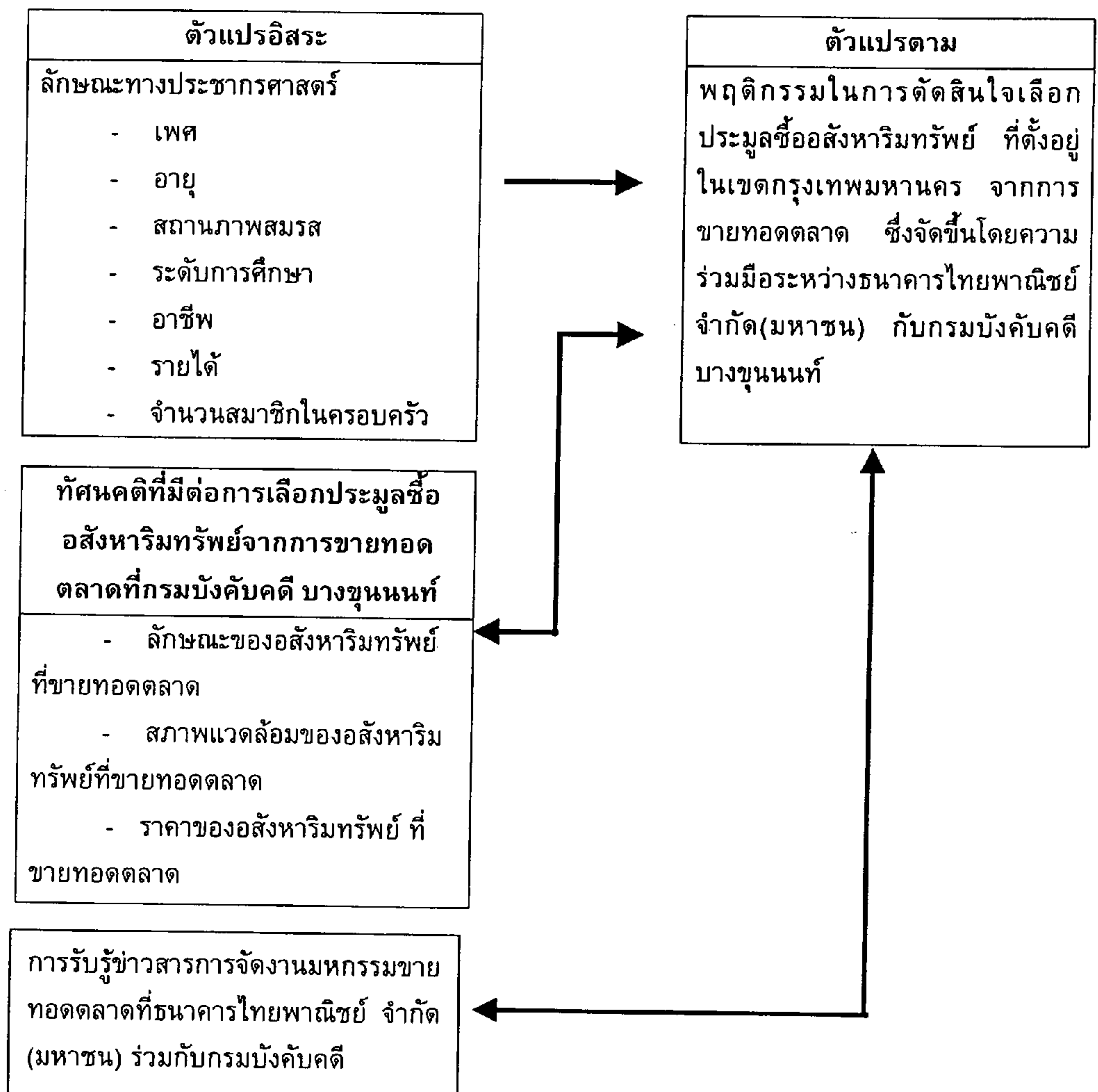
8. บ้านแฝด ได้แก่ ที่อยู่อาศัยที่มีฝาบ้านติดกัน 1 ด้าน สูง 1 ชั้นและ 2 ชั้น

9. ที่ดินว่างเปล่า ได้แก่ ที่ดินที่ไม่มีการทำประโยชน์หรือไม่มีการปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างอื่นใด

10. การประมูล เป็นรูปแบบของการขายทรัพย์สินอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการขายทรัพย์สินทั่วไป (personal property) หรือ อสังหาริมทรัพย์ (real estate) โดยการให้ผู้สนใจซื้อ (bidders) เข้าสู่วราคกันด้วยวาจา หากผู้เข้าประมูลรายใดให้ราคาสูงสุดเจ้าพนักงานบังคับคดีก็จะมีคำสั่งขายทรัพย์สินนั้นให้กับผู้ให้ราคาสูงสุด ซึ่งเป็นไปโดยเปิดเผยและยุติธรรมระหว่างผู้สนใจประมูลซื้อทรัพย์สินทุกคน

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยเรื่องทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีกรอบแนวความคิดในการทำงานวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ของผู้เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษางานวิจัยได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูล ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประมวลซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาดเฉพาะทรัพย์สินที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี ” มาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านบริการ

ส่วนที่ 4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ส่วนที่ 5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ส่วนที่ 6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกของความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งประเมินผลออกมาในลักษณะของความชอบ หรือไม่ชอบ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ

นักจิตวิทยาหรือนักวิชาการหลายท่านจึงได้กำหนดความหมายที่เกี่ยวกับทัศนคติไว้มากมายที่ แตกต่างกันตามความเชื่อและทฤษฎีของแต่ละท่านดังต่อไปนี้

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657)

ทัศนคติ(Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ดราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

โบวี ฮุสตัน และ ทริล (Bovee , Houston & Thrill. 1995 : 121)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive) หรือความโน้มเอียงใน ด้านลบ (Negative inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อและการกระทำการซื้อของ ผู้บริโภคทั้งหลาย

ฌอร์ และ คอสแตนโซ (Shaw & Costanzo. 1982 : 253)

ทัศนคติ(Attitude) หมายถึง ลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวความดีและการ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ บุคคลทั้งหลายต่างมีทัศนคติต่อสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจ จะเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้ (Theory of Social Psychology. 1982 : 253)

คีวีวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2542 : 44) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของ บุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่าง ความคิดและพฤติกรรมนักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106).

ทัศนคติ(Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้อง กับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657) หรืออาจ หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พอใจ ต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนค ตีไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร(เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. 2542 : 106)

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติ ในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมา ในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

- | | | |
|---------------------------------------|-------------|--|
| 1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) | → ทำให้เกิด | การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively) |
| 2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) | → ทำให้เกิด | การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively) |

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ก. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่อง นี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

ข. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรม กระบวนการของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ลักษณะทัศนคติมีดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะมีทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

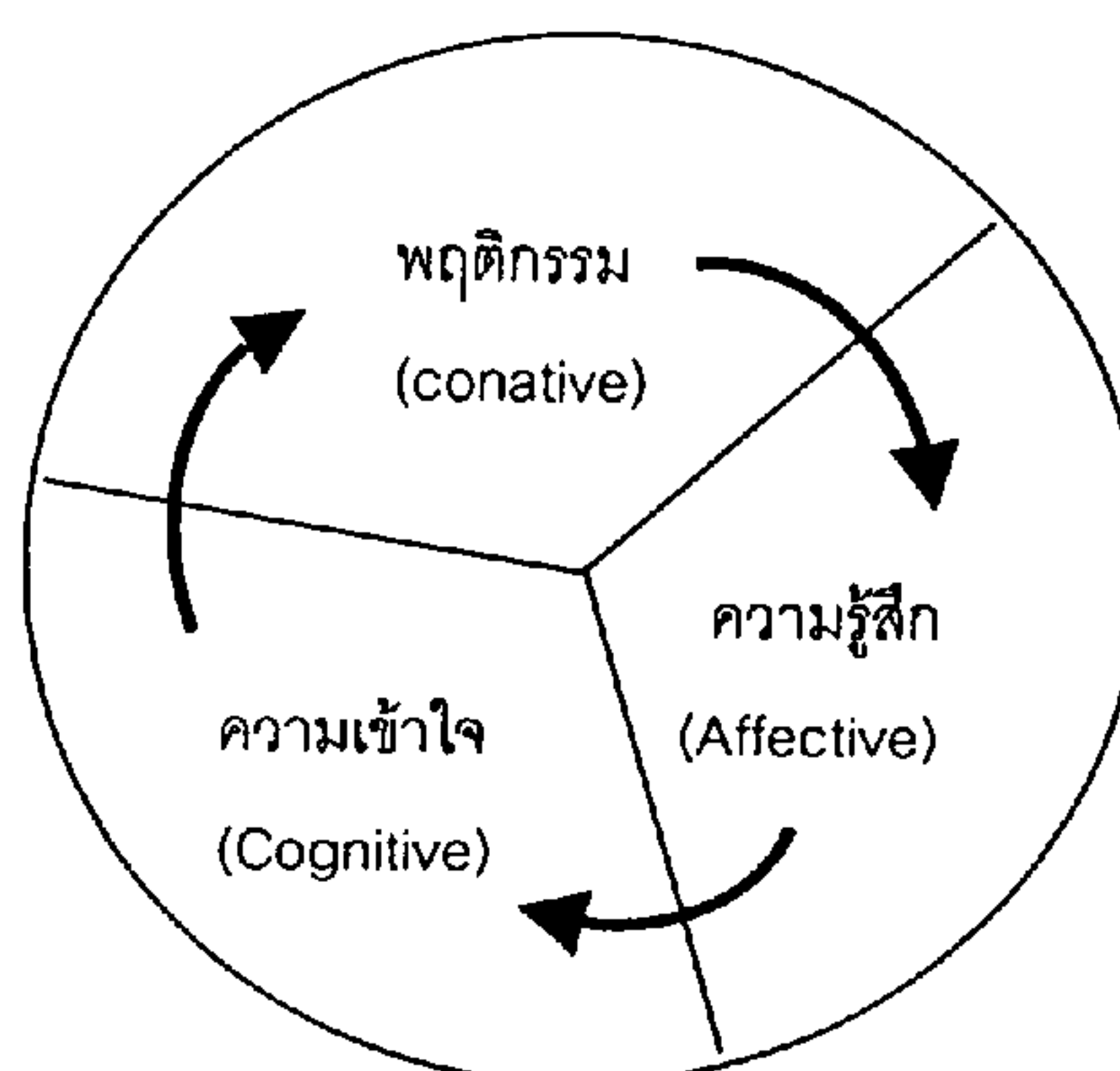
3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่างผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามี

คุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทักษคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทักษคติเกิดขึ้นภายใน เหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภค แตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทัศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทัศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ต่อมาจะสำรวจโมเดลทัศนคติที่สำคัญหลายประการ แต่ละโมเดลมีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทัศนคติและวิธีการซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้



โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model) หมายถึง โมเดลทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk 1994: 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994: 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบ ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภคมาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบกรอบทัศนคติของผู้ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ จัดขึ้น ในส่วนของ ทัศนคติที่มีต่อลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด, สภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด, ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลขายทอดตลาด

ส่วนที่ 2. ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องจากการวางแผนการตลาด มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรง จึงจำเป็นที่จะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพราะความรู้เกี่ยวกับความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้อง และถูกต้องทางจะช่วยให้การวางแผนการตลาดเป็นไปอย่างถูกแนวทาง ในอดีตผู้บริหารและนักการตลาดทั้งหลาย มักจะมุ่งให้ความสนใจเรื่องเครื่องจักร เทคโนโลยีในกำลังการผลิตทั้งนี้เนื่องจาก สภาพการแข่งขันในอดีต มีคู่แข่งน้อย ดังนั้นการแข่งขันจะมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ โดยมีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย การผลิตเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคจึงไม่ค่อยมีใครให้ความสนใจมากนัก ส่วนใหญ่จะทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ปัจจุบันในสภาพการแข่งขันในตลาดที่รุนแรง ทำให้ตลาดกลับกลายเป็นตลาดของผู้บริโภคที่มีสิทธิ์ในการเลือกบริโภคสินค้ามากขึ้น ทั้งนี้มีสินค้านำเข้าใหม่เข้ามาเรื่อยๆ เมื่อรวมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการผลิตที่เทียบเท่ากันทำให้คุณภาพของสินค้าที่ผลิตได้ไม่มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์มากนัก ความจงรักภักดีในสินค้านับวันจะลดน้อยลง พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงกลายเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับ ผู้บริหารและนักการตลาด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงไม่น่าแปลกใจที่สินค้าในยุคปัจจุบันจึงพยายามเข้าถึงตลาดเฉพาะกลุ่มโดยการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

โดยธรรมชาติของมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา จะมีมูลเหตุที่จะต้องทำให้เกิดพฤติกรรมสม่าเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้น เร่งเร้าจิตใจทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุดซึ่งมีลักษณะขั้นตอนหรือกระบวนการเรียกว่า กระบวนการของพฤติกรรม (process of behavior) ซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (behavior is caused) หมายถึง การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุคือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจ หรือแรงกระตุ้น (behavior is motivated) นั้น คือ เมื่อคนมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้น หรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นนั้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (behavior is goal-directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมาคนนี้ได้กระทำไปอย่างเลือนลอย โดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือ ไร้ทิศทางตรงกันข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภค (Consumer behavior) ทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanul. 2000 : G-3) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับ ความคิด ประสพการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของเขา โซโลมอน (Solomon. 2002 : 528) หรือหมายถึง การศึกษาถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้านักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับ แนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546 : 192)

เบล็คเวล และคนอื่นๆ (Blackwell and others. 2001 : 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลดำเนินการ เมื่อได้รับ เมื่อบริโภค และเมื่อจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือ พฤติกรรมผู้บริโภคเคยถูกกล่าวถึงในแง่ว่าเป็นการศึกษาว่าทำไมคนถึงซื้อ เมื่อนักการตลาดทราบถึงเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า (ยี่ห้อ) นั้นๆ นักการตลาดสามารถนำเหตุนี้ไปเป็นหลักในการพัฒนาและวางกลยุทธ์ที่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในภายภาคหน้า

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 32) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 112) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย บุคคลและครอบครัวที่ทำการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้ทั้งหมดรวมกันเป็นตลาดเพื่อผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analysis consumer behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H (Who ,What ,Who ,When ,Where และ How) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os (occupants ,objects ,objectives ,organizations ,occasions , outlets และ operations) ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1.ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	- ลักษณะ กลุ่ม เป้าหมาย (occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา 4) พฤติกรรมศาสตร์	-กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด การตอบสนองความพึงพอใจ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตาราง 3 (ต่อ)

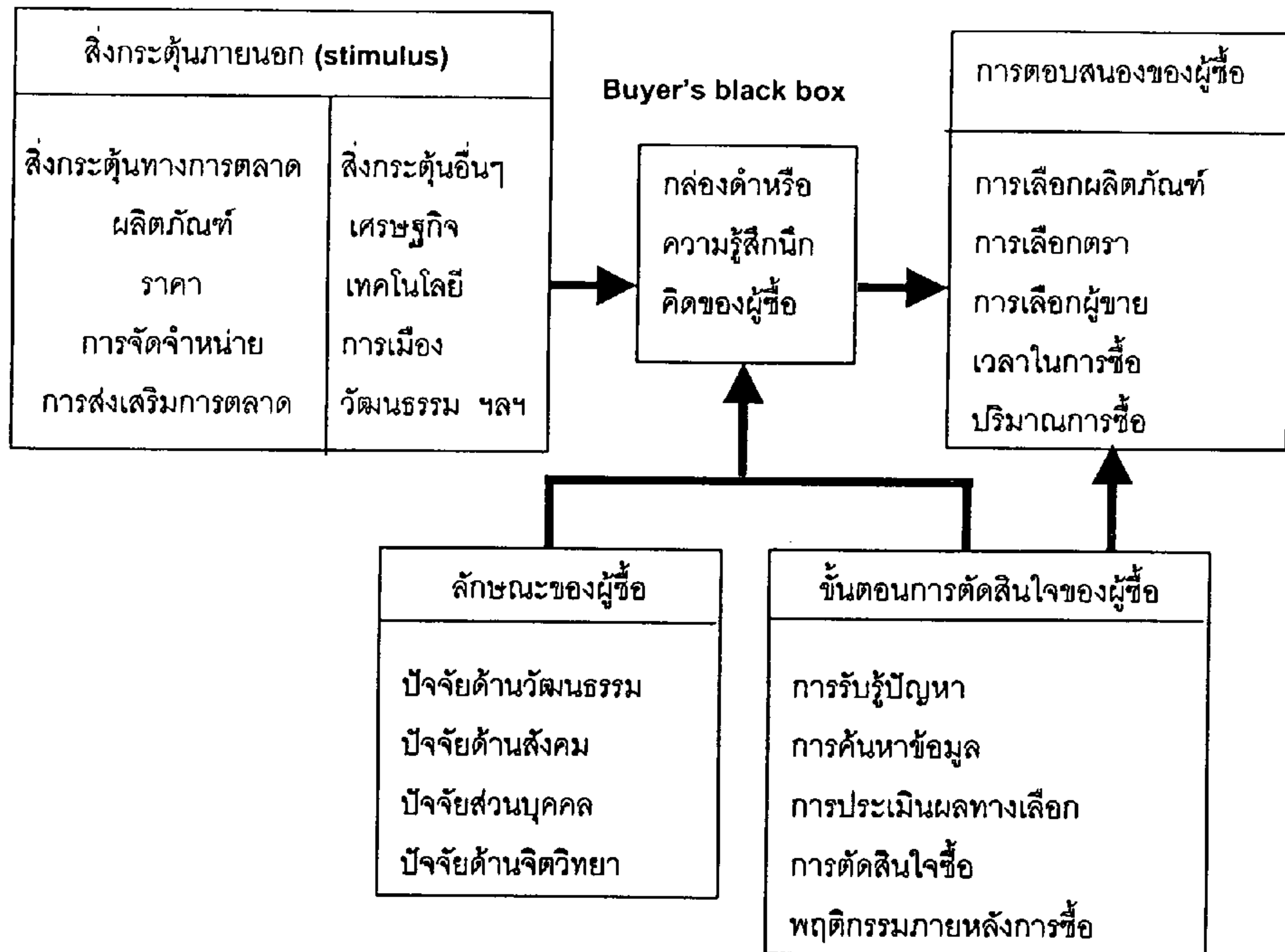
คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) - สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product strategy) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 4. ผลิตภัณฑ์ควบ 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ - ความแตกต่างในการแข่งขัน ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการพนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) - ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งสามารถศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยส่วนบุคคล	- กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 3) กลยุทธ์ด้านราคา 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?)	- บทบาทของ กลุ่ม ต่าง ๆ (organizations) และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้	- กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา และ/หรือการส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล

ตาราง 3 (ต่อ)

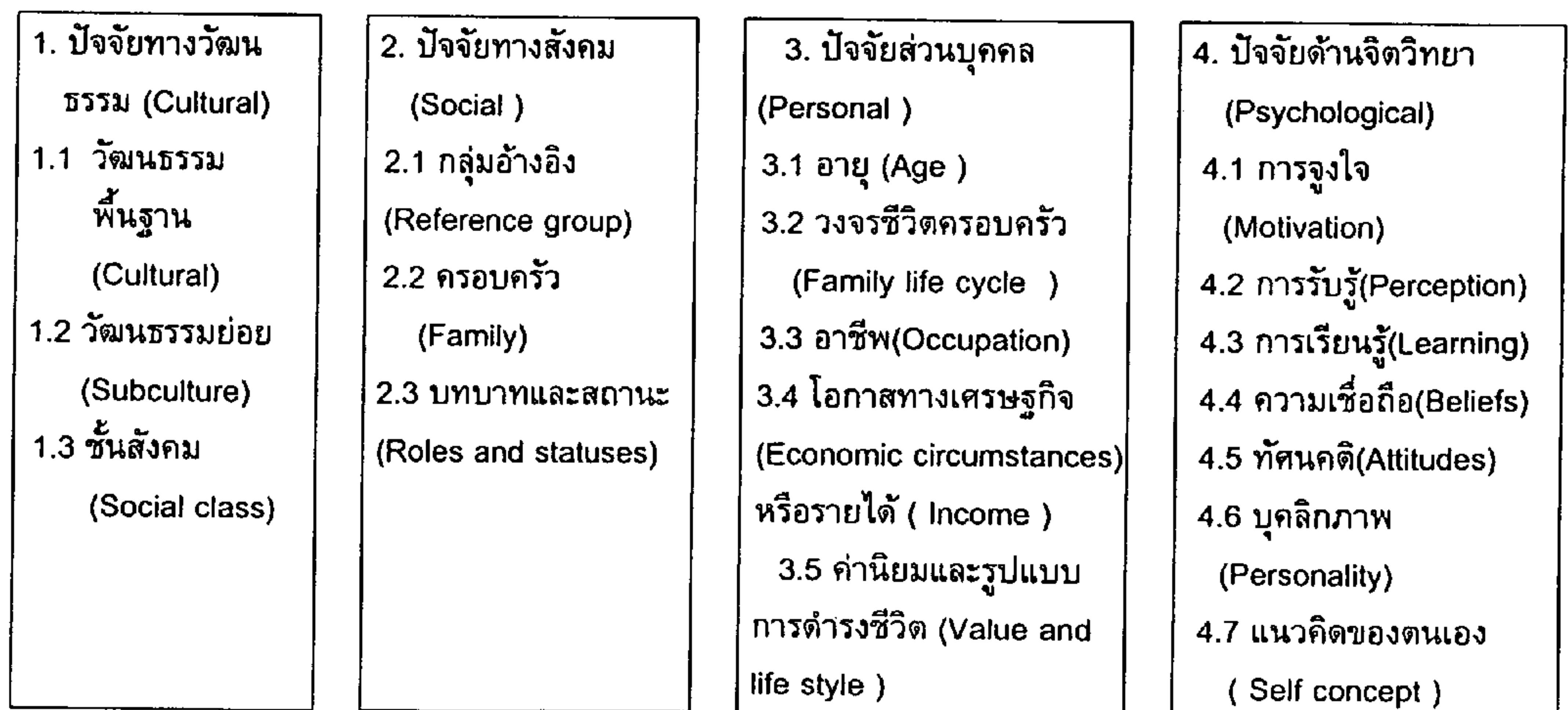
คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?)	-โอกาสในการซื้อ (occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวันโอกาสพิเศษต่างๆ	-กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?)	-ช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า สยามสแควร์ ร้านขายของชำ ฯลฯ	-กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?)	-ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (operations) ประกอบด้วย 1)การรับรู้ปัญหา 2)การค้นหาข้อมูล 3)การประเมินผลทางเลือก 4)การตัดสินใจซื้อ 5)ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	-กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย โฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model)

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น(Stimulus)ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แบบพฤติกรรมการณ์ซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค
ที่มา : Kotler (1997) *Marketing Management* :172.



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

จากภาพประกอบ 2 จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก องค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่างเช่น การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า มีทางเลือก คือ บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง แชนดี้วิช หรือนมสดกล่อง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อตราหมี หรือ ดัชมิลค์

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อปริมาณเท่าใดหนึ่งโหล หรือครึ่งโหล

ทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Kotler. 1997 : 172-188)

ปัจจัยสำคัญ (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ เพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ อ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง แสตนดาร์ดั้น และฟูเทล (Stanton and Futrell.1987:664) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย (1) สตรีมีบทบาทในสังคม เช่น บทบาททางการเมืองและทำงานมากขึ้น และมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น (2)มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต (3)บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง (4)การเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย (5)ทัศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง (6)บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (7)บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมนี้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคมประกอบด้วย(1)ค่านิยม ของบุคคลที่มีต่อสังคม (People's views of themselves) (2)ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่น (People's views of others) (3)ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์การ (People's views of organization) (4)ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (People's views of society) (5)ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ (People's views of nature) (6)ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ (People's views universe) นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่างๆแล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มาก ก็คือ กลยุทธ์การโฆษณา

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมี อิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมี อิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.2.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างๆ จากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่น การเผยแพร่ศาสนาคริสต์แก่กลุ่มวัยรุ่น จะใช้นักร้องชั้นนำของไทยที่วัยรุ่นโปรดปรานร้องเพลงเผยแพร่ศาสนา

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกันหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิธีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี, และ 65 ปีขึ้นไป เช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วงจรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้ต่ำ กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในของตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย (1) การสนใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือและทัศนคติ (5) บุคลิกภาพ (6) แนวความคิดของตนเอง

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังผลักดัน (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ แสดงเจตจำนง และ พุทธิ (Stanton and Futrell. 1987 : 649) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม หรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีสันฐาน - การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้าตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่างจะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าการจัดกิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อ สินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้านั้นก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่าน้ำมันเอสโซ่มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่าจับเสือใส่ถังพลังสูง เป๊ปซี่สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่าเป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่วในช่วงแรก ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือว่าการใช้้ำมันไร้สารตะกั่วมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบที่นักการตลาดต้องรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อถือที่ผิดพลาด

4.5 ทักษะ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คอทเลอร์ (Kotler. 1997:188) หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงเจตจำนง และ

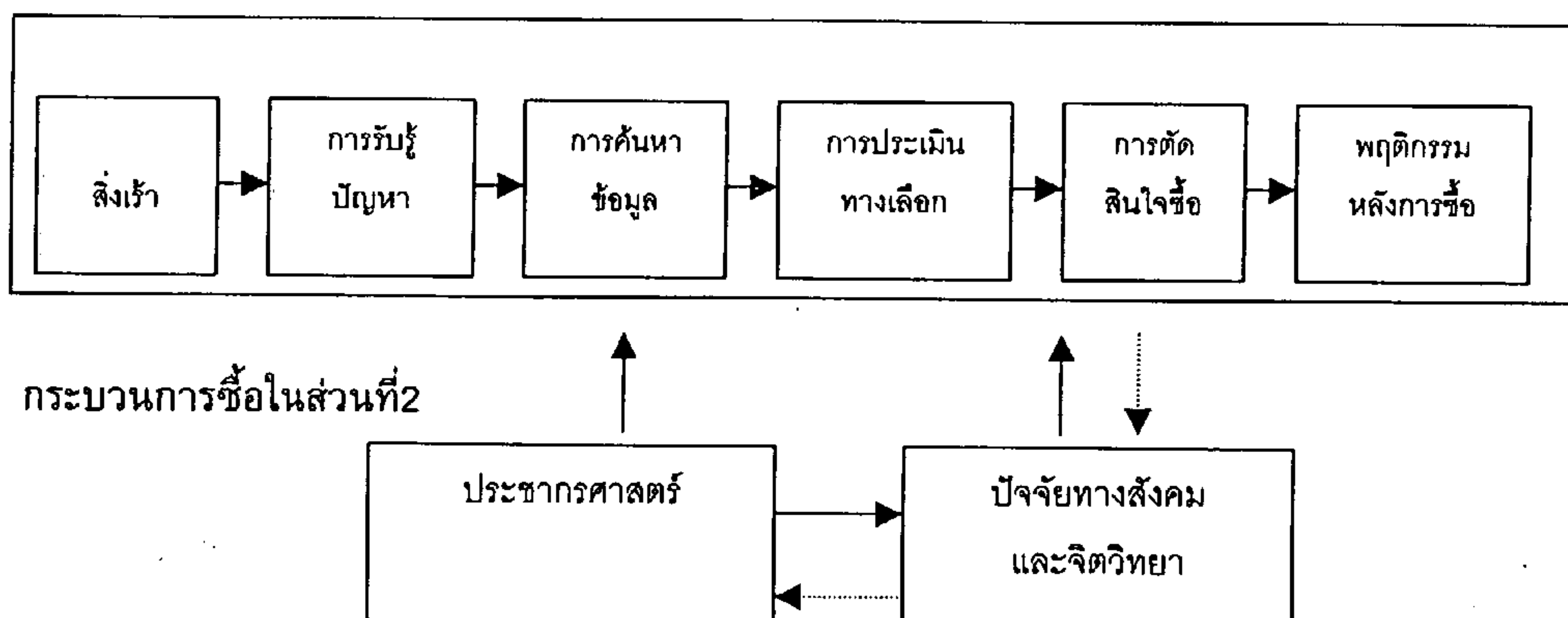
ฟูเทล (Stanton and Futrell. 1987:126) ทศนคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อในขณะเดียวกัน ความเชื่อมีอิทธิพลต่อทศนคติ จากการศึกษาพบว่าทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไรและเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดของทศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับ สินค้าหรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือกคือ (1) สร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ (2) พิจารณาว่าทศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไรแล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทศนคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลาและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทศนคติของบุคคลได้ นักการตลาดต้องยึดหลักองค์ประกอบของการเกิดทศนคติ ซึ่งมี 3 ส่วน คือ ส่วนของความเข้าใจ ส่วนของความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freud theory) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ มีข้อสมมุติว่าอิทธิพลด้านจิตวิทยา ซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ส่วนใหญ่จะเป็นจิตใต้สำนึก ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์อันประกอบด้วย อิด อีโก้ ซูเปอร์อีโก้

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อคือ ปัจจัยภายนอก อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

กระบวนการตัดสินใจซื้อ



ภาพประกอบ 4 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Consumer's Decision – Making Process)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย 2 ส่วน ในส่วนแรกจะเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อ (The Decision Process) ซึ่งจะประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ โดยเริ่มต้นจาก

1. สิ่งเร้า หมายถึงแรงกระตุ้น (cue) หรือแรงขับ (drive) เพื่อจูงใจให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะทำบางสิ่งบางอย่าง สิ่งเร้านี้อาจเกิดจากความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลในสังคม เช่น การพูดคุยกับเพื่อนๆ เพื่อนร่วมงาน หรือสมาชิกในครอบครัว ซึ่งจะทำให้เกิดสิ่งจูงใจขึ้นกับผู้บริโภคได้

สิ่งเร้าอาจเกิดจากการโฆษณาสินค้า (commercial cue) โดยบริษัทผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง พ่อค้าปลีก จุดมุ่งหมายของการโฆษณาสินค้าก็เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการบางอย่าง สิ่งเร้าประเภทนี้ไม่ค่อยได้รับความเชื่อถือ เพราะเป็นสิ่งเร้าที่ผู้ขายเป็นผู้กำหนดขึ้นเอง

สิ่งเร้าอาจไม่ได้เกิดจากการโฆษณาก็ได้ เช่น ข่าวสารหรือเอกสารต่างๆ ของรัฐบาลหรือรายงานของผู้บริโภค สิ่งเร้าเหล่านี้ได้รับความเชื่อถือสูง เพราะให้ข้อเท็จจริงที่ไม่ลำเอียง ไม่เข้าข้างผู้ขายหรือสิ่งเร้าอาจเกิดจากแรงขับทางร่างกายทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น รู้สึกร้อน หนาว หิว เจ็บปวด เป็นต้น

สิ่งเร้าทั้งหมดข้างต้น จะเป็นสิ่งกระตุ้นต่อผู้บริโภคมากน้อยต่างกัน หากผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นมากพอ กระบวนการตัดสินใจขั้นที่ 2 ก็เกิดขึ้น

2. การรับรู้ปัญหา (Problem Awareness) ในขั้นนี้แสดงว่าผู้บริโภคยอมรับว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่กำลังพิจารณาซื้อนั้น อาจจะช่วยแก้ปัญหาความขาดแคลนหรือความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของผู้บริโภคได้ ซึ่งปัญหาอาจเกิดจากสินค้านั้นชำรุดเสียหายเพราะใช้มานาน หรือสิ่งของบางอย่างอาจใช้หมด หรือบริการบางอย่างอาจถึงเวลาที่จะไปรับบริการ ทำให้ผู้บริโภคยอมรับถึงความจำเป็นที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้บริโภคจะพิจารณาดัดสินใจเฉพาะปัญหาที่มีคุณค่าควรแก่การแก้ไขเท่านั้น และจะดำเนินการในขั้นที่ 3 ต่อไป

3. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะซื้อหรือสิ่งที่จะใช้บริการทั้งหมด และพิจารณาทางเลือกแต่ละทาง โดยการรวบรวมข้อมูลนั้นอาจได้จากตัวผู้บริโภคเอง โดยผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหลายๆ ก็จะอาศัยความจำเป็นเป็นเครื่องช่วยพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใดควรนำมาพิจารณาเป็นทางเลือก ส่วนผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อน้อย ก็จะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพื่อกำหนดทางเลือก เช่น อาจถามเพื่อน พังจากโฆษณาโทรทัศน์หรือวิทยุ หรืออาจค้นคว้าจากหนังสือต่างๆ เป็นต้น

4. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากที่มีข้อมูลเพียงพอแล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เกณฑ์การตัดสินใจเลือกโดยทั่วไปจะพิจารณารูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคา สี สัน คุณภาพ ความปลอดภัย เป็นต้น

5. การตัดสินใจซื้อ (Purchase) หลังจากที่มีผู้บริโภคได้เลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการจากทางเลือกหลายๆ ทางแล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ คือการแลกเปลี่ยนเงินหรือสัญญาที่จะจ่ายเงินเพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการตามที่ต้องการ

6. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากที่มีผู้บริโภคได้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้ว พฤติกรรมหลังจากการซื้อบางอย่างก็จะตามมา คือ อาจซื้อเพิ่มขึ้น หรืออาจประเมินการซื้อที่ได้ตัดสินใจซื้อไปแล้วว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ซื้อไปนั้นสามารถแก้ปัญหาตามที่ต้องการได้หรือไม่ หากผู้บริโภคได้รับความพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำเมื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นใช้หมดไป ในทางตรงกันข้ามหากไม่ได้รับความพอใจ ก็อาจหันไปซื้อผลิตภัณฑ์อื่น

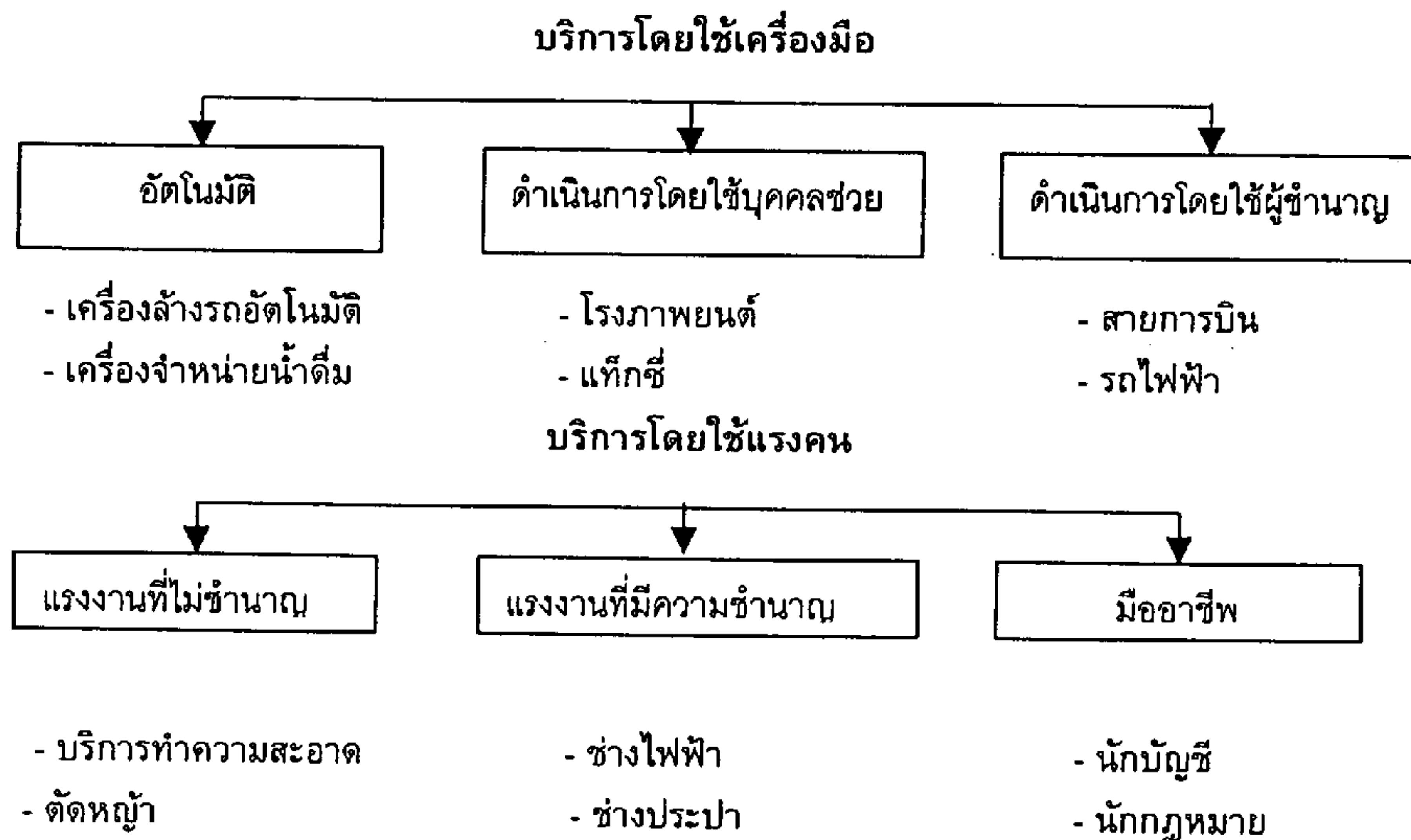
กระบวนการซื้อในส่วนที่ 2 จะกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจ (Factors Affecting the Process) ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะประชากร หรือประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยา ปัจจัย

เหล่านี้ได้แทรกซึมอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีประโยชน์สำหรับการตลาดในการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังช่วยให้กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคดียิ่งขึ้น

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารของผู้เข้าร่วมประมวลข้อมูลอสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมวลข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ เฉพาะอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านบริการ (ศิริวรรณ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง . 2546 : 434)

บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งกล่าวถึงประเภทบริการ ลักษณะของบริการและการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการจัดการธุรกิจบริการ



ภาพประกอบ 5 ประเภทของธุรกิจบริการ

ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้ม พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถาม ผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

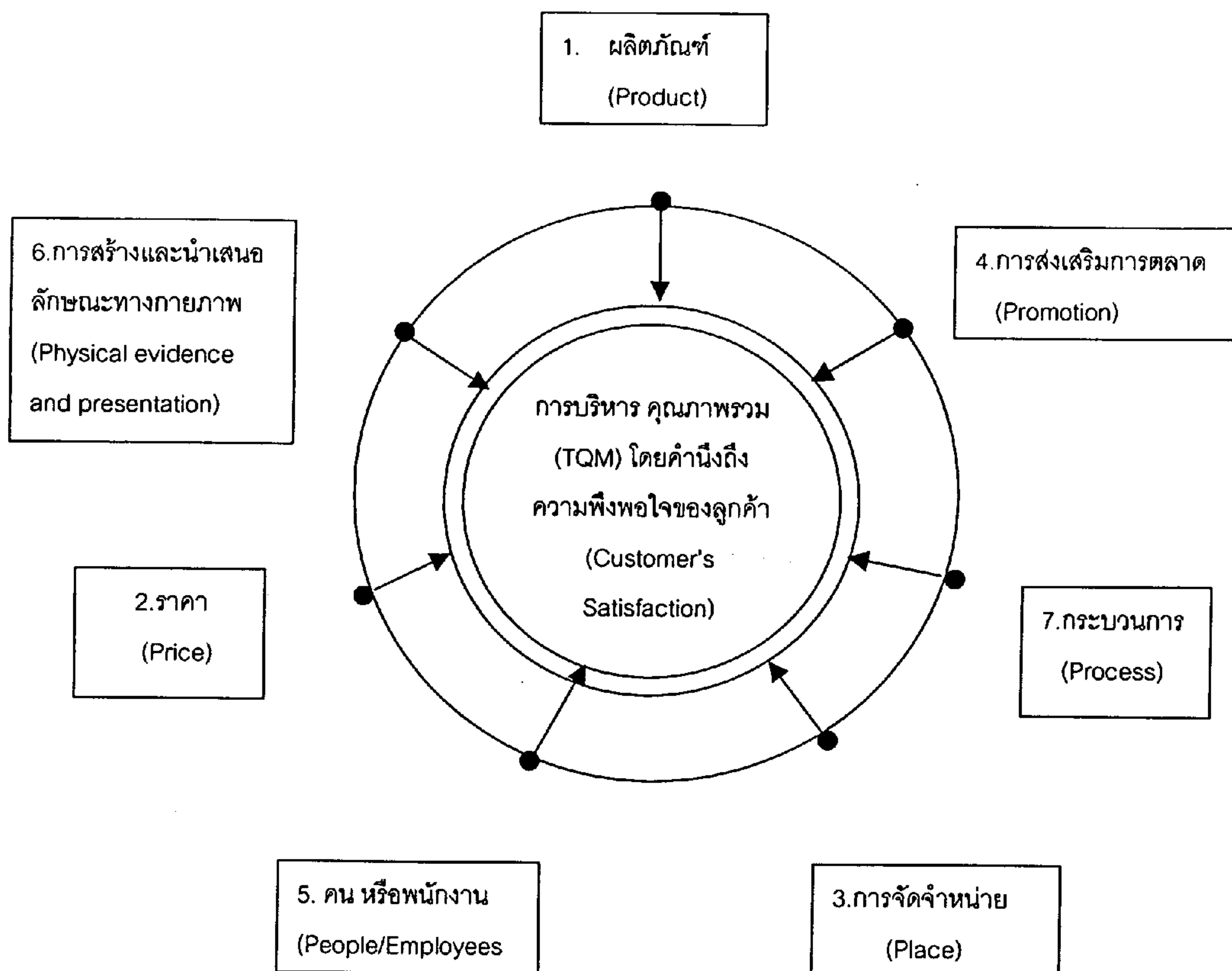
3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 1). ผลิตภัณฑ์ (Product) 2). ราคา (Price) 3). การจัดจำหน่าย (Place) 4). การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย 5). บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท 6). ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)) 7). มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction)



ภาพประกอบ 6 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)

ที่มา : การบริการการตลาดยุคใหม่ ปรับปรุงใหม่ล่าสุด รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ : 2541

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจการให้บริการ (Three Types of marketing strategy in the service business) การตลาดธุรกิจบริการจึงต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน (Internal marketing) ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical quality) เช่น วิธีการซ่อมแซม วิธีการซ่อมรถ

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional quality) เช่น มีความรู้ด้านการรักษา ด้านการว่าความ

3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search qualities) เช่น ใบประกาศเกียรติคุณหรือโล่แสดงถึงความสามารถในการให้บริการ

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience qualities) คือ ลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้หลังจากการซื้อบริการ เช่น ผลของการผ่าตัดตัดตกแต่งบาดแผล

3.5 คุณภาพความเชื่อถือว่าจริง (Credence qualities) คือ ลักษณะบริการที่ผู้ซื้อยากที่จะประเมินแม้จะได้ใช้บริการแล้วก็ตาม เป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพความเชื่อถือว่าได้รับ

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการ คือ

- 1). ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive differentiation)
- 2). คุณภาพการให้บริการ (Service quality)
- 3). ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity)

การบริการความแตกต่างทางการแข่งขัน

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพ การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Service quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1.1 บริการที่น่าเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ 1). การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ 2). ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service features) ได้แก่ บริการที่กิจการที่เพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขาลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ดราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่น

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

2. โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service quality model) Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ดังนี้

2.1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภค (Gap between consumer expectation and management perception) ถ้าฝ่ายจัดการไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดช่องว่างนี้ขึ้น

2.2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการ และลักษณะคุณภาพการให้บริการ (Gap between management perception and service quality specifications) ฝ่ายจัดการอาจจะแก้ไขความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานเฉพาะอย่าง

2.3 ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ (Gap between service-quality specification and service delivery) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้ สอดคล้องกับมาตรฐาน ทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐาน

2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between service delivery and external communications) ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากตัวแทน และการโฆษณาของบริษัท

2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้วัดการทำงานของ บริษัท และไม่ปฏิบัติตามความคาดหวัง

คุณภาพการให้บริการ (Service quality) จะมีลักษณะดังนี้

1). การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2). การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

3). ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

- 4). ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองมี วิจารณ์ญาณ
- 5). ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
- 6). ความไว้วางใจ(Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
- 7). การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหา แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
- 8). ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และ ปัญหาต่าง ๆ
- 9). การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับและทำให้เขา สามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
- 10). การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/knowning customer) พนักงานต้อง พยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

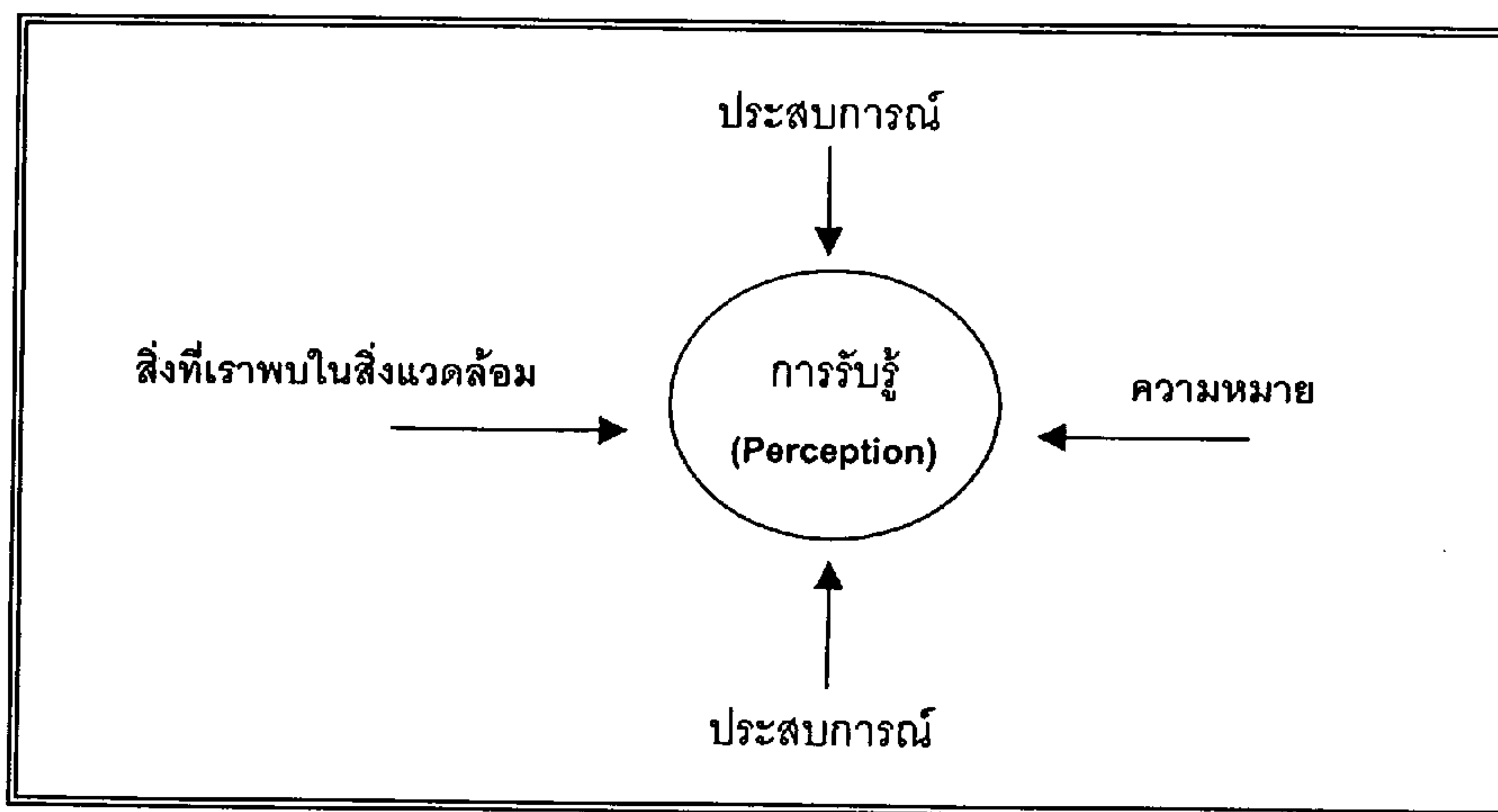
ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดด้านบริการมาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการบริการ ที่มีผลต่อผู้เข้าร่วมประมุขซื้อฮาร์ดแวร์จากการขายทอดตลาด เฉพาะทรัพย์สินที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) กับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ส่วนที่ 4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ในการรับรู้(Perceive) สิ่งที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรานั้น เรามองจากสายตาของเราเป็นหลัก เป็นการมองจากประสบการณ์ของเรา และตีความหมายสิ่งที่เราประสบโดยอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเกณฑ์

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือสิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมาย หรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้ (Meaning) หรือตีความหมาย (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไรในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เรากระทำโดย

อาศัยประสบการณ์ของเรา ประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ ซึ่งเขียนเป็นรูปได้ในลักษณะดังนี้



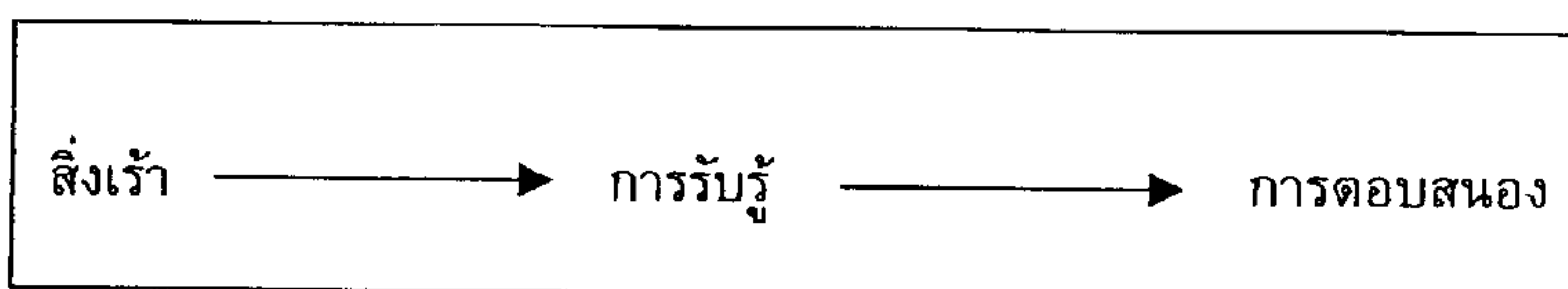
ภาพประกอบ 7 แสดงการรับรู้จากประสบการณ์ที่พบในสิ่งแวดล้อม

ความหมายการรับรู้

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2530:70) การรับรู้ คือ กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส เริ่มจากใช้อวัยวะสัมผัสสิ่งเร้า และจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมองแล้วจึงแปลความหมาย ในขั้นแปลความหมายนี้จะใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานการแปลความหมาย

สุรางค์ จันทรเอน (2524:107) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. การรับรู้ คือ การจัดระบบการรวบรวมและตีความหมายจากการสัมผัส
2. การรับรู้ คือ กระบวนการที่สิ่งมีชีวิตรับเอาเรื่องราวต่างๆ โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัสเป็นสื่อกลาง
3. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองของสิ่งเร้า ดังนี้



ภาพประกอบ 8 แสดงกระบวนการรับรู้

กู๊ด (Good.1973:413) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่า หมายถึง การมีความรอบรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งเร้าภายนอกที่ประสบเป็นประจำ เช่น วัตถุ สถานการณ์ต่างๆ ความสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากสิ่งเร้าดังกล่าว เราความรู้สึก

กระบวนการของการรับรู้

สถิต วงศ์สวรรค์ (2525:77) ได้กล่าวถึงลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องเป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้

1. สิ่งเร้ามากระทบสัมผัสของอินทรีย์
2. กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่สมอง
3. สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ โดยอาศัยความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซวน์ปัญญา

สถิต วงศ์สวรรค์ (2525:79-105) ลักษณะของผู้รับรู้ การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหลัง มากน้อยอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะผู้รับรู้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านกายภาพ เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ทำให้การรับรู้ต่างกันออกไป
2. ด้านจิตวิทยา เช่น ความจำ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ตั้งใจ ทักษะ ค่านิยม วัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลจากการเรียนรู้เดิม

ลักษณะของสิ่งเร้า คุณสมบัติของสิ่งเร้าเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้คนเราเกิดความสนใจที่จะรับรู้ หรือทำให้การรับรู้ของคนเรากลายเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ได้แก่

1. ความใกล้ชิดกับสิ่งเร้า
2. ความคล้ายคลึงกันของสิ่งเร้า
3. ความต่อเนื่องกันของสิ่งเร้า
4. สภาพและพื้นฐานการรับรู้

ประเภทของการรับรู้ทางสังคม

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ (2527:228-239) การรับรู้ทางสังคมแบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ

1. การรับรู้ทางอารมณ์ หมายถึง การรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ
2. การรับรู้ลักษณะของบุคคล ต้องอาศัยข้อมูล 3 ประการประกอบกัน คือ
3. ลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรม และคำบอกเล่า
4. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพ หรือมโนคติของสิ่งต่างๆ ตามที่บุคคลรับรู้เป็นภาพที่อยู่ในความคิด หรือจินตนาการของบุคคล และบุคคลสามารถบอกลักษณะของภาพเหล่านั้นให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย

การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นการตีความหมายสิ่งต่างๆ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและอธิบายสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้ การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคมขึ้นอยู่กับสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ระดับการรับรู้ หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ เชาวน์ปัญญา หรือความเฉลียวฉลาดแตกต่างกัน ย่อมจะตีความหรือแปลความหมายต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป

2. การเปลี่ยนการรับรู้ คือ ถ้าผู้มีการรับรู้ต่ำ โดยมีโอกาสสนทนา หรืออภิปรายกับผู้ที่มีระดับการรับรู้สูง ก็อาจถูกผู้ที่มีระดับการรับรู้สูงเปลี่ยนแนวคิด หรือแนวการรับรู้ก็ได้

ความสำคัญของการรับรู้

สถิต วงษ์สวรรค์ (2525:105) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ การรับรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้แล้วการเรียนรู้จะเกิดขึ้นไม่ได้ สังเกตได้จากกระบวนการดังนี้ สิ่งเร้า ประสาทสัมผัสกับสิ่งเร้า ตีความและรู้ความหมาย การรับรู้เกิดสังเกตเป็นการเรียนรู้ มีความสำคัญต่อเจตคติ อารมณ์และแนวโน้มของพฤติกรรม เมื่อรับรู้แล้วย่อมเกิดความรู้สึก และมีอารมณ์ พัฒนาเป็นเจตคติแล้วพฤติกรรมก็ตามมาในที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

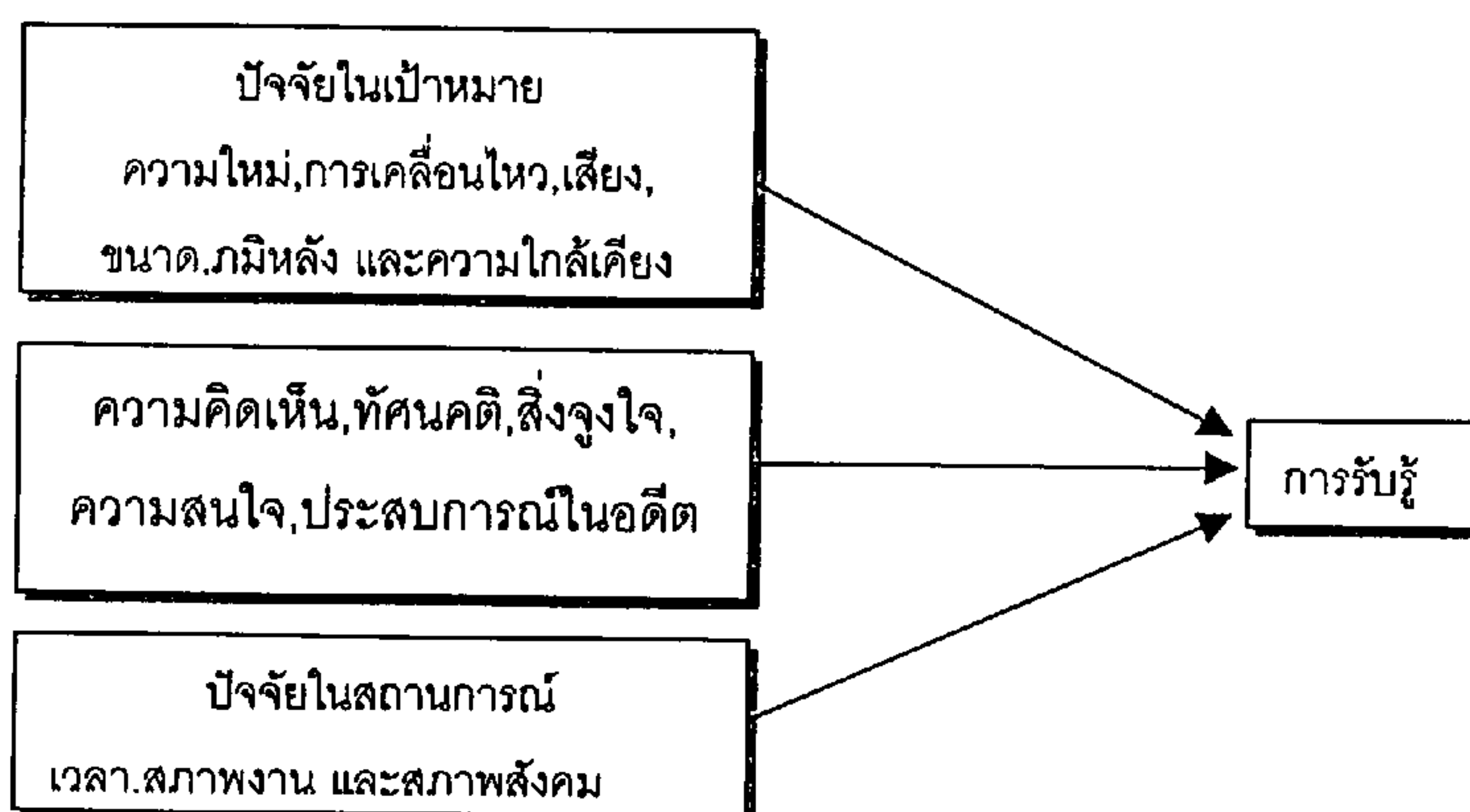
บุคคลจะรับรู้ในสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกแต่เพียงบางส่วนเท่านั้น ไม่ใช่ทั้งหมด ดังนั้นการทำความเข้าใจในการเลือกที่จะรับรู้ทำให้เกิดความเข้าใจในบุคคลรวมตลอดถึงพฤติกรรมของเขาได้มากขึ้น

โรบินส์ (Robins.1998 : 371) ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ออกเป็น 3 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวผู้รับรู้ เมื่อบุคคลดูเป้าหมายและพยายามตีความหมายถึงสิ่งที่เขามองว่าเป็นอะไร การตีความนั้นก็จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างมากของการรับรู้ ได้แก่ ทศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง

2. เป้าหมายที่รับรู้ เป็นสิ่งที่ถูกสังเกตจากการยอมรับและการรับรู้ คนที่เสียงดังมักจะถูกสังเกตมากกว่าคนที่เงียบ ความใหม่ การเคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง และความใกล้เคียง สามารถสร้างภาพเป้าหมายตามที่เราเห็น เป้าหมายไม่สามารถถูกมองในลักษณะเดียวๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ แนวโน้มที่จะทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกัน และคล้ายกันไว้ด้วยกัน

3. สถานการณ์ เป็นสิ่งที่เรามองเห็น หรือเหตุการณ์รอบๆ สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ประกอบด้วย เวลา สภาพงาน และสภาพสังคม



ภาพประกอบ 9 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

อุปสรรคในการรับรู้

อุปสรรคในที่สำคัญในการรับรู้ ได้แก่

1. Stereotype เป็นภาพความคิดของบุคคลเกี่ยวกับกลุ่มบุคคล วัตถุสิ่งหนึ่งหรือสิ่งต่างๆ ในความรู้สึกของคนหนึ่งๆ เมื่อบุคคลใคร่จะรับรู้ถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ลักษณะหรือภาพของกลุ่มซึ่งบุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่อาจเข้ามามีอิทธิพล ดังนั้นแทนที่จะเป็นการดูลักษณะส่วนตัวบุคคลของคนนั้นเพียงคนเดียว ก็กลับไปยังตัวกลุ่มบุคคลที่เขาเป็นสมาชิกอยู่
2. Halo Effect เป็นแนวโน้มที่บุคคลนำเอาลักษณะอย่างหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่งของบุคคลนั้นมาเป็นตัวประมวลลักษณะโดยรวมของบุคคลนั้น หรือการรับรู้ของบุคคลหนึ่งมาเป็นตัวประมวลลักษณะโดยทั้งหมดของบุคคลนั้น หรือการรับรู้ถึงบุคคลในการพิจารณาจากคุณสมบัติอย่างเดียวของเขา ในลักษณะนี้บุคคลก็อาจกล่าวถึงอีกคนในลักษณะที่ผิด ซึ่งอาจเป็นจุดเด่นหรือจุดด้อยของบุคคลนั้นก็ได้ ทำให้เขาสรุปอย่างง่าย ๆ แต่ก็อาจผิดความจริง

จากสิ่งต่างๆ ที่ได้กล่าวมาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทำให้พบว่า การรับรู้เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในองค์กร การที่จะทำให้บุคคลหนึ่งมีผลการปฏิบัติงานที่ดีก็ย่อมเกิดจากการรับรู้ในภารกิจและความสามารถในการปฏิบัติงานนั้นด้วย บางครั้งการรับรู้อาจเกิดความบกพร่อง ไม่แม่นยำ หรือมีการรับรู้ที่บิดเบือนการกระทำตอบโต้ของบุคคลที่ฟังมีต่อสภาพความเป็นจริงขององค์กร ดังนั้นบางครั้งองค์กรอาจเข้ามาแทรกแซงการรับรู้ ซึ่งอาจทำให้บุคคลมีความเข้าใจในตนเอง รู้และประเมินตนเองไว้อย่างบกพร่องในเรื่องใด และเกิดการยอมรับในตนเอง ยอมรับว่าทุกคนคงไม่ได้มีความพร้อมสมบูรณ์ทุกอย่าง แต่บางอย่างก็สามารถฝึกฝนแก้ไขทำให้ดีขึ้นได้ หากบุคคลทำได้ดังนี้ก็ย่อมทำให้การรับรู้ของเขาดีขึ้น

การวัด “การรับรู้”

วิธีการวัดการรับรู้ นั้น เท่าที่ผลวิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ไม่ปรากฏว่ามีงานเขียนหรืองานวิจัยของผู้ใดเขียนไว้อย่างชัดเจน แต่โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการที่คล้ายคลึงกับการวัดเจตคติ การวัดค่านิยมและการวัดบุคลิกภาพ ทั้งนี้ก็เพราะว่า การรับรู้เป็นขั้นหนึ่งของเจตคติ ทศนคติ ค่านิยม และบุคลิกภาพ ตามแนวคิดของบลูม

1. มีการรับรู้สิ่งเร้าและทำการรู้จัก ตลอดจนมีความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งเร้านั้นๆ
2. มีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าไปในทิศทางที่บุคคลนั้นยอมรับ และจัดเรียงลำดับของ

พฤติกรรมหรือจัดประเภทของลักษณะการตอบสนองนั้นๆ ตามลักษณะของความพอใจ หรือนิยม

3. จัดสร้างคุณค่าหรือค่านิยมจากการตอบสนอง โดยมีเงื่อนไขหรือข้อตกลงของสถานะของสิ่งเร้าเป็นตัวกำหนดลำดับขั้นของแบบแผนในการสร้างคุณค่านั้น
4. จัดระเบียบค่านิยมเหล่านั้นให้อยู่ในระบบของมโนภาพแห่งตน
5. จัดนำค่านิยมเหล่านั้นมาสร้างเป็นปรัชญาชีวิต หรืออุดมคติแห่งตน ซึ่งในภายหลังจะก่อรูปเป็นอุปนิสัย หรือคุณลักษณะของแต่ละบุคคลและจะรวมตัวเป็นบุคลิกภาพอันเป็นเอกลักษณ์ของบุคคลนั้น

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงพอจะรวบรวมวิธีการวัดการรับรู้ได้เป็นข้อๆ ดังนี้

การสังเกต ซึ่งบาร์อน และเบียร์น (กมลรัตน์ หล้าสูงษ์.2527:244; อ้างอิงจาก Baron and Byrne.1980:93-104) ได้กล่าวถึงวิธีการสังเกตการรับรู้ของบุคคลเป็น 4 วิธี คือ

1. พิจารณาที่ใบหน้าของบุคคลว่ามีการแสดงออกทางสีหน้าอย่างไร
2. สังเกตที่สายหรือแววตา
3. พิจารณาที่บุคลิกภาพ อากัปกริยา ท่าทางของร่างกาย
4. พิจารณาที่เจเนอรัลของบุคคลว่า พฤติกรรมที่เขาแสดงออกมามีเจตนาอย่างไร

การใช้แบบสอบถาม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นข้อๆ ดังนี้

1. แบบสอบถามที่มีคำถามเป็นข้อความที่มีเพียงความคิดเดียว โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบว่า เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วย, ใช่-ไม่ใช่, ถูก-ผิด ซึ่งในบางครั้งอาจจะมีคำว่า ไม่แน่ใจอยู่ด้วยก็ได้
2. แบบสอบถามที่คำถามมีตัวเลือกหลายประเด็นตามสเกล เป็นคำถามที่มีประโยคคำถาม และมีคำตอบที่แบ่งระดับการรับรู้ว่ามีน้อยเพียงใด ออกเป็น 5 หรือ 7 ระดับ หรืออื่นๆ เช่น น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด หรือเห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย
3. แบบสอบถามที่มีคำถามแบบใช้ความหมายของคำตรงกันข้าม เป็นการใช้คำหรือวลีที่มีความหมายตรงข้ามกันเป็นคู่ๆ โดยมีสเกลวัดตามแนวนอน แล้วให้ผู้เลือกตอบตามสภาพการรับรู้ที่มีต่อเรื่องนั้นๆ
4. การใช้แบบทดสอบ และเครื่องมือทางจิตวิทยา โดยผู้ทำการทดสอบเสนอสิ่งเร้าแก่ผู้ถูกทดสอบ เพื่อให้แสดงพฤติกรรมหรือคำตอบออกมา สิ่งเร้าเหล่านั้นอาจจะเป็นรูปภาพหรือสิ่งของอื่น

ก็ได้ แบบทดสอบทางจิตวิทยามีหลายประเภท คือ Roschanck Ink Blot Test และ Thematic Appreciation Test (TAT) ซึ่งเป็นวิธีให้ผู้ถูกทดสอบระบายความในใจจากการให้ดูภาพที่สร้างขึ้นอย่างไม่แจ่มชัด

การรับรู้ เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เรสัมผัส เป็นที่รู้จัก ที่เข้าใจ โดยใช้ประสบการณ์เดิมช่วยในการแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้ว และการที่เราตีความหมายต่อสิ่งหนึ่งอย่างใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าเรารับรู้และตีความหมายให้เป็นอย่างไร เพราะแต่ละคนจะตีความหมายจากการรับรู้ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละคน และการเข้าใจความหมายของสิ่งที่เราเห็นแล้วเอามาขยายความ

ส่วนที่ 5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประมูลซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด

จากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ลูกหนี้ของสถาบันการเงินเป็นจำนวนมากไม่สามารถชำระหนี้คืนสถาบันการเงินได้ ซึ่งเป็นผลจากการที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ค่าครองชีพสูงขึ้น กำลังซื้อของประชาชนโดยทั่วไปหดตัวลง เนื่องจากประสบกับการถูกเลิกจ้างงานหรือถูกปรับลดเงินเดือน ทำให้ประชาชนขาดรายได้ และมีปัญหาการค้างชำระหนี้สถาบันการเงินมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะที่ดินและที่อยู่อาศัยถูกบังคับคดีจำนวนมากส่งผลให้สถาบันการเงินต้องดำเนินคดีกับลูกหนี้จนถึงขั้นยึดทรัพย์ออกขายทอดตลาด

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของคนไทย เริ่มดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ. 2477 (ร.ศ.123) ดำเนินงานภายใต้ปณิธานอันแน่วแน่ด้วยคุณภาพควบคู่คุณธรรม และด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลในการปรับตัว เพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจและนโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล ที่มีความสวยงามทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยความมุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ ธนาคารฯ ได้พัฒนาการบริการด้วยจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี และเข้าใจความต้องการของลูกค้า ด้วยการริเริ่มและคิดค้นปรับปรุงกิจการทั้งในด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ รวมทั้งบริการทางการเงินทุกประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และด้วยความมุ่งมั่นต่อการบริหารด้วยคุณภาพและความชอบธรรม ถือเป็นอีกหนึ่งปณิธานที่องค์กรได้ยึดถือตลอดมา โดยมุ่งเน้นแนวทางการบริหารแบบมืออาชีพ สรรหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างผล

กำไรและประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าและผู้ถือหุ้น ธนาคารฯ ได้ยืนหยัดคู่กับคนไทยมาทุกยุคทุกสมัย ด้วยตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์มุ่งมั่นต่อการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของไทย ให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจการคลังและสังคมของประเทศ วันนี้ธนาคารไทยพาณิชย์ไม่เป็นเพียงสถาบันการเงินที่อยู่คู่กับสังคมไทยเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศเท่านั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ยังมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นธนาคารที่ดีเลิศของคนไทย และเป็นธนาคารที่ลูกค้าเลือก ควบคู่ไปกับภารกิจในการมุ่งสร้างคุณค่าบริการเพื่อลูกค้า สร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น เสริมความมั่นคงให้พนักงานและสืบสานคุณค่าสู่สังคมตลอดไป กลยุทธ์สำหรับดำเนินธุรกิจของธนาคารจึงมุ่งเน้นการรุกตลาดลูกค้ารายย่อย สำหรับลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารจะเริ่มเพิ่มปริมาณธุรกิจกับลูกค้าที่มีศักยภาพและมีความเชื่อมโยงกับลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ของธนาคาร นอกจากนี้ธนาคารยังได้เริ่มออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้นในเชิงรุก ตามสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการปฏิบัติงานเพียงไร ก็ยังไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของสถาบันการเงิน (Non performance loan : NPL) เช่นสถาบันการเงินอื่นได้ ดังนั้นการใช้มาตรการทางด้านกฎหมายเพื่อป้องกันภัยคุกคามภัยคุกคามทางการเงินจึงเป็นทางออกสุดท้ายที่ธนาคารจำเป็นต้องปฏิบัติ

หลักในการพิจารณาซื้อทรัพย์สินจากการประมูลขายทอดตลาด

1. ตรวจสอบความต้องการซื้อทรัพย์สินว่าเป็นประเภทใด เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ บ้านแฝด คอนโดมิเนียม หรือที่ดินว่างเปล่า โดยให้มีความตรงกับความต้องการและเหมาะสมกับขนาดครอบครัว
2. พิจารณาทำเล ที่ตั้งของทรัพย์สิน โดยทั่วไปจะพิจารณาถึงระบบโครงข่ายคมนาคมความสะดวกในการเดินทาง ทางเข้าออกของทรัพย์สิน ระบบขนส่งมวลชน รถเมล์ รวมไปถึงความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยตามห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งช้อปปิ้ง และสถานที่สำคัญในการดำรงชีวิต เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ เป็นต้น
3. ตรวจสอบแนวเขตเวนคืน ซึ่งอาจจะสอบถามเพื่อนบ้าน หรือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น การทางพิเศษแห่งประเทศไทย สำนักการโยธา กรมทางหลวง เป็นต้น เพื่อให้แน่ใจว่าทรัพย์สินที่ซื้อไปจะไม่อยู่ในแนวเขตเวนคืน

4. พิจารณาสภาพแวดล้อมของทรัพย์สิน เช่น มีปัญหาน้ำท่วมขัง อยู่ใกล้กับแหล่งอุตสาหกรรมที่ปล่อยมลพิษตลอดทั้งปี ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งเสื่อมโทรม มีกลิ่นเน่าเหม็นตลอดปีหรือไม่ ซึ่งเรื่องเหล่านี้สามารถพิจารณาจากสายตาเองได้ กรณีทรัพย์สินอยู่ในโครงการจัดสรรควรสอบถามเพื่อนบ้านถึงปัญหาต่างๆ รวมถึงบริการชุมชนที่มีอยู่

5. พิจารณาสภาพทรัพย์สิน การซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด จะมีข้อจำกัดในเรื่องของการตรวจสอบสภาพภายในของทรัพย์สิน เพราะสามารถเห็นได้เพียงแค่สภาพภายนอกเท่านั้น ซึ่งอาจมีความเสี่ยงอยู่บ้าง

6. งบประมาณ ถึงแม้จะเป็นทรัพย์สินที่มีราคาต่ำกว่าราคาตลาดก็ตาม สำหรับผู้มีเงินไม่พอในการซื้อทรัพย์สินซึ่งจะต้องไปกู้เงินกับสถาบันการเงิน ควรเลือกทรัพย์สินที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว และความสามารถในการผ่อนชำระคืนเงินกู้ด้วย

7. ค่าใช้จ่ายในการซื้อบ้าน นอกจากต้องจ่ายค่าบ้านแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆอีก เช่น ค่าภาระทรัพย์สินส่วนกลาง ค่าธรรมเนียมการโอน ภาษีเงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ ภาษีธุรกิจเฉพาะ ค่าอากรแสตมป์ เป็นต้น ดังนั้นควรมีการตรวจสอบให้ละเอียดด้วย

การขายทอดตลาด

การขายทอดตลาดเป็นกระบวนการขายทรัพย์สิน โดยกรมบังคับคดี ตามมาตรา 309 ทวิ ตามคำพิพากษา ซึ่งเป็นการขายโดยเปิดเผยบริสุทธิ์ และยุติธรรม แก่ประชาชนทั่วไปที่สนใจทรัพย์สิน

วิธีปฏิบัติในการเข้าประมูลซื้อทรัพย์สิน และการเตรียมเอกสารในการเข้าประมูล

1. ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อต้องนำบัตรประชาชน หรือบัตรประจำตัวข้าราชการไปด้วย พร้อมสำเนา 1 ชุด
2. ถ้าผู้ประมูลซื้อกระทำการแทนในนามบุคคลอื่น จะต้อง มีหนังสือมอบอำนาจ และบัตรประชาชนของผู้มอบอำนาจ พร้อมสำเนา 1 ชุด, บัตรประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ พร้อมสำเนา 1 ชุด
3. ถ้าผู้ประมูลซื้อกระทำการในนามนิติบุคคล จะต้อง มีหนังสือรับรองนิติบุคคล และหนังสือมอบอำนาจของนิติบุคคล, บัตรประชาชนผู้รับมอบอำนาจ 1 ชุด

การเตรียมเงินในการเข้าประมูลซื้อ

1. ผู้ประมูลซื้อต้องเตรียมเงินสด หรือเช็คเชียร์เช็คสั่งจ่าย "กรมบังคับคดี" เป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท หรือตามที่ระบุไว้ในเงื่อนไขการเข้าสู่ราคา เพื่อเป็นประกันในการเข้าประมูลซื้อทรัพย์สินในวันดังกล่าว และเมื่อประมูลซื้อรายการใดได้แล้ว ให้ถือว่าหลักประกันดังกล่าวเป็นเงินมัดจำในการประมูลซื้อทรัพย์สินรายการนั้น ๆ
2. หากผู้ซื้อประสงค์จะประมูลทรัพย์สินรายการอื่น หรือคดีอื่นอีก จะต้องวางเงินสด หรือเช็คเชียร์เช็คใหม่ตามข้อ 1.
3. กรณีผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินไม่ได้ หรือไม่ประสงค์ซื้ออีกต่อไป ให้ขอรับเงิน หรือเช็คเชียร์เช็คคืนจากเจ้าหน้าที่การเงินได้ทันทีภายหลังจากเสร็จการประมูลทรัพย์สินรายการนั้น

การเข้าประมูลซื้อ

1. ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อต้องวางเงินประกันและเอกสารต่าง ๆ ตามข้างต้น ต่อเจ้าพนักงานบังคับคดีก่อนการเข้าประมูล และลงชื่อในใบเข้าสู่ราคาที่เขาพนักงานจัดให้
2. ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อต้องอยู่ในบริเวณสถานที่ที่จัดไว้สำหรับผู้เข้าประมูลซื้อ ตามลำดับรายการที่มีความประสงค์จะซื้อ
3. การเข้าสู่ราคา ผู้เข้าประมูลซื้อต้องเสนอราคาเพิ่มขึ้นสูงกว่าราคาที่มีผู้เสนอก่อนตน ทั้งนี้ เจ้าพนักงานบังคับคดีจักเป็นผู้กำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำ สำหรับทรัพย์สินแต่ละรายการ ให้ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อเสนอราคาแข่งขันในการขายทอดตลาด
4. เมื่อผู้เข้าเสนอราคาให้ราคาสูงสุด และเจ้าพนักงานบังคับคดีเห็นว่าเป็นราคาสมควรขาย ก็จะขายราคาพร้อมกับนับหนึ่ง 3 ครั้ง นับสอง 3 ครั้ง และนับสาม พร้อมกับการเคาะไม้ขายให้กับผู้ที่เสนอให้ราคาสูงสุด
5. ผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินได้ จะต้องทำสัญญาซื้อขายกับเจ้าพนักงานบังคับคดีในวันดังกล่าว ส่วนค่าซื้อทรัพย์สินส่วนที่เหลือ ผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินได้จะต้องวางชำระให้ครบภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ทำสัญญาซื้อขาย
6. เมื่อผู้ประมูลซื้อทรัพย์สินได้ชำระค่าซื้อทรัพย์สินครบถ้วนภายในกำหนด ถ้าเป็นการชำระด้วยเงินสดเจ้าพนักงานบังคับคดีจะออกหนังสือโอนกรรมสิทธิ์พร้อมเอกสารสำคัญให้ไปดำเนินการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเพื่อรับโอนกรรมสิทธิ์ ณ สำนักงานที่ดินต่อไป แต่หากเป็นเช็คเชียร์เช็ค จะต้องรอเรียกเก็บเงินตามเช็ค 3 วัน ตามระเบียบปฏิบัติของธนาคารจึงจะดำเนินการออกหนังสือโอนกรรมสิทธิ์ให้

ก่อนเข้าประมูลซื้อทรัพย์สิน

ผู้เข้าประมูลทรัพย์สินมีหน้าที่ต้องตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สินที่จะซื้อตามสถานที่และแผนที่การไป ที่ปรากฏ ในประกาศ ตรวจสอบเงื่อนไขต่าง ๆ เช่น ภาระผูกพันในการจำนอง สัญญาเช่า ภาระหนี้สินค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ที่มีต่อนิติบุคคลอาคารชุด ตลอดจนค่าธรรมเนียม ค่าภาษี ค่าภาษีโรงเรือน เป็นต้น

นโยบายการขายทอดตลาดทรัพย์สินของกรมบังคับคดี

เพื่อให้การแก้ปัญหาเศรษฐกิจของชาติบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาล กรมบังคับคดีจึงมีความจำเป็นต้องเร่งรัดการขายทอดตลาดทรัพย์สินให้ดำเนินไปด้วยความรวดเร็ว เรียบร้อย มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงให้กำหนดนโยบายการขายทอดตลาดทรัพย์สินของกรมบังคับคดี ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ดังนี้

1. การขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์

1.1 เจ้าพนักงานจะแจ้งราคาประเมินขณะยึด หรือราคาประเมินของฝ่ายประเมินราคาสำนักงานวางทรัพย์สินกลาง(ถ้ามี) แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่ากัน ในประกาศขายทอดตลาดทรัพย์สิน เพื่อให้ผู้ความมีส่วนได้เสียละประชาชนผู้สนใจทั่วไป ได้ทราบ

1.2 ในการขายทอดตลาดทรัพย์สิน เจ้าพนักงานบังคับคดีจะกำหนดราคาเริ่มต้นเป็นจำนวนร้อยละแปดสิบของราคาตามข้อ 1.1 หรือร้อยละแปดสิบของราคาประเมินของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการกำหนดราคาทรัพย์สินกำหนด โดยจะปิดตัวเลขที่เป็นเศษขึ้นเป็นเรือนหมื่น

1.3 เจ้าพนักงานจะถือเอาราคาเริ่มต้นตามข้อ 1.2 เป็นราคาที่สมควรขาย

1.4 เมื่อได้ประกาศขายทอดตลาดทรัพย์สินตามข้อ 1.2 แล้ว ไม่มีผู้เข้าสุราราคา หรือมีผู้เข้าสุราราคาแต่เสนอราคาต่ำกว่าราคาตามข้อ 1.2 ในการประกาศขายทอดตลาดครั้งต่อไปครั้งที่ 2 ให้เจ้าพนักงานกำหนดราคาเริ่มต้นเป็นจำนวนร้อยละห้าสิบของราคาตามข้อ 1.1 หรือร้อยละห้าสิบของราคาประเมินของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการกำหนดราคาทรัพย์สินกำหนด โดยจะปิดตัวเลขที่เป็นเศษขึ้นเป็นเรือนหมื่นถือเป็นราคาที่สมควรขาย

1.5 เมื่อได้ประกาศขายทอดตลาดทรัพย์สินตามราคาในข้อ 1.4 แล้ว ไม่มีผู้เข้าสุราราคา หรือมีผู้เข้าสุราราคาแต่เสนอราคาต่ำกว่าราคาตามข้อ 1.4 ในการประกาศขายทอดตลาดครั้งต่อไปครั้งที่ 3 ขึ้นไป ไม่ว่าจะเคยมีผู้เสนอราคาสูงสุดไว้หรือไม่เคยเสนอราคาก็ตาม เจ้าพนักงานจะถือเอาราคาที่ ผู้สมัครเข้าสุราราคาเสนอสูงสุด ในครั้งนั้น เป็นราคาที่สมควรขาย แต่ทั้งนี้ ราคาดังกล่าวต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละห้าสิบของราคาตามข้อ 1 หรือราคาของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการ

กำหนดราคาทรัพย์สินกำหนด

1.6 ในกรณีคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการกำหนดราคาทรัพย์สินได้กำหนดราคาทรัพย์สินในระหว่างการประกาศขายทอดตลาดทรัพย์สิน ให้ถือราคาร้อยละแปดสิบเป็นราคาเริ่มต้นและเป็นราคาที่สมควรขายในครั้งนั้น และในการขายครั้งต่อไปให้เป็นไปตามข้อ 1.4 หรือ ข้อ 1.5 แล้วแต่กรณี

2. การขายทอดตลาดสังหาริมทรัพย์

เจ้าพนักงานจะเคาะไม้ขายให้แก่ผู้เสนอราคาสูงสุดทุกกรณี เว้นแต่จะเห็นโดยชัดแจ้งว่า ราคาที่สูงสุดที่เสนอนั้นต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริงแห่งทรัพย์สินมาก หรือมีผู้มีส่วนได้เสียคัดค้านราคา เจ้าพนักงานอาจดขายทอดตลาดไว้

ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดี

มาตรา 309 ทวิ ในการขายทอดตลาดทรัพย์สินของลูกหนี้ตามคำพิพากษานั้น ก่อนที่เจ้าพนักงานบังคับคดี จะเคาะไม้ให้แก่ผู้เสนอราคาสูงสุดที่เจ้าพนักงานบังคับคดี เห็นว่าเป็นราคาที่สมควรขายได้ เจ้าหนี้ตามคำพิพากษา ลูกหนี้ตามคำพิพากษา หรือบุคคลผู้มีส่วนได้เสีย ในการบังคับคดีอาจคัดค้านราคาว่า ราคาดังกล่าวเป็นราคาที่ต่ำเกินสมควร ในกรณีเช่นนี้ ให้เจ้าพนักงานบังคับคดีเลื่อนการขายทอดตลาดทรัพย์สินไป และในการขายทอดตลาดทรัพย์สินครั้งต่อไป หากมีผู้เสนอราคาสูงสุดในจำนวนไม่น้อยกว่าจำนวนที่ผู้เสนอราคาสูงสุดได้เสนอ ในการขายทอดตลาดทรัพย์สิน ครั้งก่อน ให้เจ้าพนักงานบังคับคดี เคาะไม้ขายให้แก่ผู้เสนอราคานั้นได้

ในกรณีที่เจ้าหนี้ตามคำพิพากษา ลูกหนี้ตามคำพิพากษาหรือบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในการบังคับคดีเห็นว่าราคาที่ได้จากการขายทอดตลาดทรัพย์สินมีจำนวนต่ำเกินสมควร และการขายทอดตลาดทรัพย์สินในราคาที่ต่ำเกินสมควรนั้น เกิดจากการคบคิดกันฉ้อฉล ในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการเข้าสู่ราคา หรือความไม่สุจริต หรือความประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงของเจ้าพนักงานบังคับคดีในการปฏิบัติหน้าที่ บุคคลดังกล่าวอาจยื่นคำร้องต่อศาล เพื่อขอให้มีการสั่งเพิกถอนการขายทอดตลาดทรัพย์สินตามบทบัญญัติแห่งลักษณะนี้ได้ และเมื่อศาลได้ไต่สวนแล้ว เห็นว่าคำร้องนั้นรับฟังได้ ให้ศาลมีคำสั่งอนุญาตตามคำร้องนั้น

คำสั่งของศาลตามวรรคสอง ให้อุทธรณ์ไปยังศาลอุทธรณ์ได้ และคำพิพากษา หรือคำสั่งของศาลอุทธรณ์ ให้เป็นที่สุด

ตาราง 4 แสดงอัตราการเพิ่มราคาในแต่ละชั้น

ราคาเริ่มต้น	เพิ่มราคาไม่น้อยกว่าครึ่งละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	1,000 บาท
50,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 100,000 บาท	2,000 บาท
100,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 300,000 บาท	5,000 บาท
300,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 500,000 บาท	10,000 บาท
500,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 700,000 บาท	20,000 บาท
700,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 1,000,000 บาท	30,000 บาท
1,000,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 5,000,000 บาท	50,000 บาท
5,000,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 20,000,000 บาท	100,000 บาท
20,000,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 50,000,000 บาท	200,000 บาท
50,000,000 บาท ขึ้นไปแต่ไม่ถึง 80,000,000 บาท	500,000 บาท
80,000,000 บาทขึ้นไป	1,000,000 บาท

ส่วนที่ 6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เดชะ บุญยะชัย (2530) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรระดับปานกลางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิทำการออกแบบสอบถามและไปทำการสัมภาษณ์เจ้าของบ้านระดับราคาปานกลางช่วง 300,000-1,200,000 บาท ในเขตต่างๆ 11 เขต 28 หมู่บ้าน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง นำมาทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า มูลเหตุเริ่มแรกที่กระตุ้นความต้องการซื้อบ้านจัดสรรระดับราคาปานกลาง คือ ต้องการความเป็นอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะโครงการในเรื่องเกี่ยวกับน้ำท่วม รองลงมาคือ ลักษณะการก่อสร้างด้านคุณภาพ ราคาขายและเงื่อนไขการชำระเงิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ฐานะและความเชี่ยวชาญของเจ้าของโครงการด้านสถาบันการเงินที่สนับสนุนการบริการพิเศษในเรื่องของการมีบ้านตัวอย่างให้ชม และการส่งเสริมการขายในเรื่องเกี่ยวกับการต้อนรับของ

พนักงานขายตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ มีอายุ 20-30 ปี อาชีพทำงานบริษัทเอกชน สมรสแล้ว รายได้ครอบครัวตั้งแต่ 10,000-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3-4 คน

เอกสารฉบับนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาในการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

สุนีย์ รัชวิทย์ (2536) ได้ทำการศึกษาตลาดที่อยู่อาศัยกรณีอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์ที่อยู่อาศัย โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ เมื่อกำหนดให้ตลาดที่อยู่อาศัยและตลาดทุนเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ปรากฏว่า การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ที่อยู่อาศัยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงด้านรายได้มากกว่าด้านราคา พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงด้านรายได้มากกว่าด้านราคา พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเก็งกำไรในปี พ.ศ.2530-2533 มีผลให้อุปทานเพิ่มขึ้น ขณะที่การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอุปสงค์ที่อยู่อาศัยไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ผลการประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเท่ากับ 1.98 และ -1.85 ตามลำดับ สาเหตุเนื่องมาจาก เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ อุปสงค์เพิ่มขึ้น ทั้งจากผู้ที่มีที่อยู่อาศัยอยู่แล้วจะซื้อที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพมากขึ้น และจะซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุนมากขึ้นด้วย เพราะที่อยู่อาศัยเป็นสินค้ายืดหยุ่นถาวร เมื่อราคาลดลงจะทำให้อุปสงค์ที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น รวมทั้งการขยายตัวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่าแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในระหว่างปี พ.ศ.2534-2543 มีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 10 และ 8 ในขณะที่อัตราการขยายตัวของความต้องการที่อยู่อาศัยระหว่างปี พ.ศ.2524-2533 เฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 13 และ 10 ตามลำดับ และจากการศึกษาแนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในอนาคต พบว่ามีปัญหาอำนาจซื้อตามไม่ทันการเปลี่ยนแปลงของราคาที่อยู่อาศัยรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือโดยการเพิ่มค่าลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยให้มากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มอำนาจซื้อ และสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชน เข้ามามีบทบาทในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยมากขึ้น โดยสนับสนุนด้านระบบการเงินทั้งแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค

กาญจนา พิทักษ์ธีรธรรม (2537) ได้ทำการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พร้อมทั้งพยากรณ์แนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยระหว่างปี พ.ศ.2535-2540 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ระหว่างปี พ.ศ.2520-2534 โดยสร้างสมการพหุคูณ เชิงเส้น เพื่อประมาณสมการอุปสงค์ที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม ซึ่งแสดงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัย และทำการพยากรณ์แนวโน้มที่อยู่อาศัยจากสมการอุปสงค์ดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ราคาที่อยู่อาศัยในรูปดัชนี จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปริมาณ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนกระตุ้นความต้องการที่อยู่อาศัย โดยราคาที่อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัย ขณะที่สองปัจจัยหลังเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ที่อยู่อาศัยสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างปี พ.ศ.2535-2540 พบว่า แนวโน้มดังกล่าวมีลักษณะเพิ่มขึ้น และหากมีนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนกระตุ้นการวางแผนและจัดเตรียมในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องเช่น สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ให้เพียงพอในอนาคต

เอกสารของศูนย์ รัชวิทยและกาญจนา พิทักษ์ธีรธรรม เป็นประโยชน์ทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงอุปสงค์ของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและการเงินของประเทศไทย

นิธิวัฒน์ จันทน์เอม (2537) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อทาวน์เฮาส์ในบริเวณชานเมืองรังสิต รวมถึงปัญหาของผู้อยู่อาศัยและผู้ประกอบการ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยทาวน์เฮาส์บริเวณนั้นจำนวน 240 ตัวอย่าง จาก 13 หมู่บ้าน และใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการศึกษาทาวน์เฮาส์ในพื้นที่ของการศึกษา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิธีสถิติเชิงปริมาณ โดยการหาค่าร้อยละ การทดสอบไคสแควร์ และการทดสอบค่าความเข้มของความสัมพันธ์ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อทาวน์เฮาส์ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ราคา แบบทาวน์เฮาส์ การก่อสร้างและระยะทางจากที่ทำงาน พบว่า ปัญหาที่ต้องการให้มีการปรับปรุงมากที่สุด คือ ปัญหาเรื่องระบบน้ำประปา ปัญหาที่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในเรื่องของขนาดที่ดิน ระบบถนน ระบบการบำบัดน้ำเสีย และบริการสาธารณะ ขณะที่ผู้ประกอบการทาวน์เฮาส์ในบริเวณดังกล่าวพบว่า การแข่งขันกันอยู่ในระดับสูง รวมทั้งการแข่งขันทางด้านราคา ข้อเสนอแนะหากรัฐบาลไม่สามารถจัดสร้างบริการสาธารณะในเรื่องน้ำประปาได้ทัน ผู้ประกอบการภาคเอกชนก็ควรเตรียมพร้อมจัดสร้างให้มีระบบบำบัดน้ำใช้ใน

โครงการ และความจำเป็นขั้นพื้นฐานของผู้อยู่อาศัย นอกจากนี้ควรจัดให้มีนิติบุคคลที่มีหน้าที่ในด้านการดูแลให้เจ้าของโครงการทาว์นเฮาส์ปฏิบัติตามกฎหมายกำหนด

เอกสารฉบับนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาในการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อทาว์นเฮาส์ในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานคร

สุริยา สุพัฒนะสกุล (2542) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเกิดอุปทานล้นตลาดของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัย วงจรธุรกิจที่อยู่อาศัย ตลอดจนภาวะตกต่ำของธุรกิจที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้น และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกำหนดจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพร้อมทั้งพยากรณ์แนวโน้มจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อาศัยระหว่างปี 2541-2545 ซึ่งการศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ที่เก็บรวบรวมจากหน่วยงานต่างๆ ระหว่างปี 2530-2540 โดยสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อประมาณการสมการบ้านไว้สำหรับผู้อาศัยที่เหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกำหนดจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รายได้ของประชาชน ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ปริมาณสินเชื่อที่อยู่อาศัย และการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเก็งกำไร ตามลำดับ โดยจำนวนประชากร มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อาศัย ในขณะที่รายได้ของประชาชน ราคาที่อยู่อาศัย ปริมาณสินเชื่อที่อยู่อาศัย และการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเก็งกำไร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กับจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อาศัยสำหรับพยากรณ์ แนวโน้มจำนวนบ้านไว้สำหรับผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงปี 2541-2545 ปรากฏว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อเก็งกำไร และสนับสนุนให้มีการเผยแพร่ข้อมูลที่อยู่อาศัยที่ถูกต้องและทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการลงทุนได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริงของตลาด

เอกสารฉบับนี้เป็นประโยชน์ทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงอุปทานส่วนเกินของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำงานวิจัยนี้

ต้องดา สุวรรณ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจซื้อบ้านมือสอง กลยุทธ์ในการขายบ้านมือสอง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง เพื่อให้สถาบันการเงินและธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมต่อไป ซึ่งการศึกษาได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจและต้องการเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวน 400 คน ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีเงินเดือนประจำที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูล การใช้ Ranking Scale และวิเคราะห์ สมมติฐานด้วยไคสแควร์ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยที่สถาบันการเงินใช้เป็นกลยุทธ์เดียวกัน โดยกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเลือกซื้อบ้านมือสองเป็นคนที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,000-19,999 บาท จากการศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านมือสองพบว่า ทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย ราคา สาธารณูปโภคและการคมนาคม สิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อบ้านมือสองที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าไคสแควร์ พบว่า บ้านมือสองที่ตัดสินใจเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส การศึกษาและราคาบ้านมือสอง

เอกสารฉบับนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาในการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สรุป งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิง และเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กรอบแนวคิดด้านทัศนคติ กรอบแนวคิดด้านการรับรู้ข่าวสาร และกรอบแนวคิดด้านพฤติกรรม ของผู้เข้าร่วมประมวลข้อมูลสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เพื่อศึกษาวิจัย ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมวลข้อมูลสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์” ผู้ค้นคว้าวิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ที่จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

1.2 กลุ่มตัวอย่าง(Sample) ได้แก่ ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ที่จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาเป็นคนวัยทำงานที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ประจำที่มีความสนใจต้องการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-probability Sampling เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 6 : 26) โดยให้ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95%

ในที่นี้ $Z_{.975} = 1.96$, $E = 0.05$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติมาตรฐาน
ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

E = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมด
(p) ที่ยอมรับได้ที่ 5%

แทนค่าสูตรการคำนวณหา n (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง)

$$n = Z^2 / 4E^2$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} = 384.16$$

สรุปกลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยครั้งนี้จากการคำนวณขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างที่ไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเจาะจงการสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมขายทอดตลาด เฉพาะทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม

2.2. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี จากการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self – Respond questionnaire) โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อวัดทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่กรมบังคับคดี ที่สร้างขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ในการวัดทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อการเข้าประมูลซื้อทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ จากการขายทอดตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ที่จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่

- 1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 3. สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 6. ระดับรายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการทำงานของกรมขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ซึ่งวัดทัศนคติในด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด และด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด จำนวน 16 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ (Sementic Differential) โดยใช้ข้อความที่ตรงข้ามกัน (Bipolar Scale) และมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือกตามลำดับจากซ้ายไปขวา การให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method : The Likert Scale) โดยมีสเกล 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น(Interval Scale) เกณฑ์การให้คะแนน คือ การคำนวณหาอันตรภาคชั้นเพื่อการแปลผลคะแนนในแต่ละช่วง สามารถคำนวณได้ ดังนี้

ระดับของทัศนคติทางบวก

ระดับ 5	หมายถึง	ดีมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่ดี
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่ดีที่สุด

ระดับของทัศนคติทางลบ

ระดับ 5	หมายถึง	ไม่ดีที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ไม่ดี
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 1	หมายถึง	ดีมากที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้ (วิรัช วรรณรัตน์ 2535 : 18)

ความกว้างของชั้น =
$$\frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$
$$= \frac{5 - 1}{5}$$
$$= 0.80 \text{ (เริ่มจากชั้นต่ำสุด)}$$

ตาราง 5 แสดงระดับทัศนคติและความหมายของผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ	ความหมาย
4.21 – 5.00	ดีมากที่สุด	หมายถึงผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด มีทัศนคติที่ดีมากที่สุดต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด
3.41 – 4.20	ดีมาก	หมายถึงผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด มีทัศนคติที่ดีมากต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด
2.61 – 3.40	ปานกลาง	หมายถึงผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด มีทัศนคติที่ปานกลางต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด
1.81 – 2.60	ไม่ดี	หมายถึงผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด มีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด
1.00 – 1.80	ไม่ดีที่สุด	หมายถึงผู้เข้าร่วมประมุขซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด มีทัศนคติที่ไม่ดีที่สุดต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรม บังคับคดี ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 4 ข้อ โดยให้ผู้ ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามลักษณะ Ratio Scale 3 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและบทความจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อเป็นแนว ทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและค้นคว้ามาสร้างแบบสอบถาม เพื่อวัดทัศนคติและ พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จาก การขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี โดยสร้างแบบ สอบถามแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ ทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีต่อการ เลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัด ร่วมกับกรมบังคับคดี ซึ่งวัดทัศนคติในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ดังนี้ คือ ด้านลักษณะของอสังหาริม ทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด และด้านราคาของ อสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้า ร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัด ร่วมกับกรมบังคับคดี ในสื่อโฆษณาแต่ละประเภท

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อ การเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำเสนอคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ แก้ไขและเพิ่มเติมแล้วเสนอต่อคณะกรรมการควบคุม สารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่การตรวจสอบ แก้ไขและเพิ่มเติมจากคณะกรรมการควบคุม สารนิพนธ์แล้ว ไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อใช้ทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ปัจจัยทางด้านทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลผลสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

1. ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.910

2. ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.855

3. ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 โดยได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.846

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross sectional approach) คือ ช่วงเวลาที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดงานมหกรรมขายทอดตลาดร่วมกับกรมบังคับคดี โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามจำนวน 400 ชุด โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะสอบถาม

2. นำแบบสอบถามออกเก็บข้อมูล ณ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ โดยผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้ผู้ตอบอ่าน และกรอกข้อมูลด้วยตนเอง และผู้วิจัยจะรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ตอบคืน ดังนั้น แบบสอบถาม

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสถิติ SPSS/PC (Statistical package for the social sciences) ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1.การตรวจสอบข้อมูล(Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2.การลงรหัส(Code) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจถูกต้องแล้วมาลงรหัส
- 3.การประมวลผลข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังนี้

3.1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.1.1 วิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ จำนวนสมาชิก โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage)

3.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกตัดสินใจประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:S.D.)

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน(Inferential Statistics)

3.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square)

3.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

เป็นหลักการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูล และคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะที่สำคัญของข้อมูลของกลุ่มที่ศึกษา(กัลยา วาณิชยปัญญา.2546:127) อันประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{x}$)

(ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

(ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 66)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคแอลฟา (Alpha-Coefficient Cronbach) (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2546 : 43)

$$\alpha = \frac{k \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}{1 + (k-1) \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	Covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่าง ๆ
	Variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 11.5

2.1 สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 72)

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	ΣX	แทน ผลรวมของคะแนน X
	ΣY	แทน ผลรวมของคะแนน Y
	ΣX^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	ΣY^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	ΣXY	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
	n	แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$

ค่า r เป็น - แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ค่า r เป็น + แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า r มีค่าเท่ากับ 0 หมายถึง x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์. 2542 : 508)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

0.01 - 0.20	มีความสัมพันธ์ต่ำ
0.21 - 0.40	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
0.41 - 0.60	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.61 - 0.80	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
0.81 - 1.00	มีความสัมพันธ์สูง

2.2 การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร 2 ตัว ว่าเป็นอิสระกันหรือไม่ ใช้พินิจนสมมติฐานที่ 1 และ 3 โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^2 \sum_{j=1}^2 \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ	i	คือ ความถี่ในแต่ละแถว (row)
	j	คือ ความถี่ในแต่ละสดมภ์ (column)
d.f.		คือ ชั้นแห่งความอิสระ (degree of freedom) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร $d.f = (r - 1)(c - 1)$
	O_{ij}	คือ ค่าของข้อมูลที่รวบรวมได้ (observed value)
	E_{ij}	คือ ค่าของข้อมูลที่คาดว่าจะเป็น (expected value)

$$\text{ซึ่งคำนวณได้จากสูตร } E_{ij} = \frac{r \times c}{n}$$

n	คือ จำนวนรวมทั้งหมด
r	คือ จำนวนรวมแต่ละแถว
c	คือ จำนวนรวมแต่ละสดมภ์

ในการแปลความหมายค่าไคสแควร์ เพื่อทราบถึงผลต่างนั้นว่ามีความสำคัญหรือไม่ ต้องใช้ตารางค่าไคสแควร์ระดับความเชื่อมั่นในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ถ้าค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าจากตารางไคสแควร์เราจะยอมรับสมมติฐาน แต่ถ้าค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้มากกว่าค่าไคสแควร์จากตารางเราจะปฏิเสธสมมติฐาน

2.3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วยสถิติ Nonparametric แบบ Two Independent – Sample (Mann – Whitney U) โดยใช้สูตร Mann – Whitney U ซึ่งต้องคำนวณสูตรแรกเพื่อนำไปคำนวณในสูตรที่ 2 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เฉพาะเพศ) และข้อที่ 3 (บุตร วิ่ง ศีร์ตนะ . 2544 : 347)

สูตรแรก

$$t = S - \frac{n(n+1)}{2}$$

เมื่อ S แทน ผลรวมของอันดับที่กลุ่มที่น้อยกว่า
n แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ผลรวมของอันดับที่น้อยกว่า

สูตรที่สอง

$$Z = \frac{t - \frac{mn}{2}}{\sqrt{\frac{nm(n+m+1)}{12}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าที่คำนวณจากสูตร ดังนี้
n แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่มีอันดับที่รวมกันน้อยกว่า
m แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่มีอันดับที่รวมกันมากกว่า

2.4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย ของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม
ขึ้นไป ด้วยสถิติ Nonparametric แบบ Chi-square (Kruskal – Wallis test) โดยใช้สูตร Kruskal – Wallis เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 (ยกเว้นเพศ) ,ข้อที่ 3 (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ . 2543: 303)

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \left\{ \sum \frac{R}{n} \right\} - 3(N+1)$$

เมื่อ N แทน $n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k$
R แทน ผลรวมอันดับของอันดับของแต่ละกลุ่ม
n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง ทศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	ผู้บริโภครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (ในตาราง F - test)
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับ หัวข้อเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด
ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จาก
การขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยแจกแจงจำนวน และค่า
ร้อยละ ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	225	56.25
หญิง	175	43.75
รวม	400	100.00
2. อายุ		
20 - 29 ปี	55	13.75
30 - 39 ปี	142	35.50
40 - 49 ปี	107	26.75
50 - 59 ปี	67	16.75
60 ปีขึ้นไป	29	7.25
รวม	400	100.00
3. สถานภาพการสมรส		
โสด	136	34.00
สมรส	198	49.50
หม้าย	66	16.50
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	68	17.00
ปริญญาตรี	238	59.50
ปริญญาโท	94	23.50
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
รับราชการ	24	6.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	8.25
พนักงานบริษัทเอกชน	213	53.25
ธุรกิจส่วนตัว	130	32.50
รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	18	4.50
10,001 - 20,000 บาท	84	21.00
20,001 - 30,000 บาท	108	27.00
30,001 - 40,000 บาท	82	20.50
40,001 - 50,000 บาท	57	14.25
50,001 บาทขึ้นไป	51	12.75
รวม	400	100.00
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
1 - 3 คน	151	37.75
4 - 6 คน	165	41.25
มากกว่า 6 คน	84	21.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และเพศหญิง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 อายุ 50 - 59 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อายุ 20 - 29 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ โสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และหม้าย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และอาชีพรับราชการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 21,001-30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิก 1-3 คน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และจำนวนสมาชิกมากกว่า 6 คน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 7 แสดงทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด				$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด						
1. รูปแบบบ้าน	ทันสมัย	→	ล้าสมัย	2.75	0.98	ปานกลาง
2. แบบบ้านที่มีให้เลือก	มาก	→	น้อย	4.08	1.05	ดีมาก
3. เนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่ให้เลือก	หลากหลาย	→	ไม่หลากหลาย	4.11	0.96	ดีมาก
4. อายุของบ้าน	ใหม่	→	เก่า	2.39	0.97	ไม่ดี
5. สภาพของบ้าน	ดี	→	ทรุดโทรม	2.62	0.92	ปานกลาง
6. ความสบายในการอยู่อาศัย	ร่มรื่นเย็นสบาย	→	ร้อนอบอ้าว	3.25	0.89	ปานกลาง
รวม				3.19	0.62	ปานกลาง
ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด						
7. ชุมชนใกล้เคียง	สังคมระดับสูง	→	ชั้นสังคมระดับ ล่าง	3.02	0.81	ปานกลาง
8. ความใกล้เคียงกับย่านชุมชน	ไม่แออัด	→	แออัด	3.19	0.91	ปานกลาง
9. สภาพการจราจร	ไม่ติดขัด	→	ติดขัด	3.27	0.98	ปานกลาง
10. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของบ้าน	ไม่มีมลภาวะ	→	มีมลภาวะ	3.31	1.08	ปานกลาง
11. ที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียง	มีที่จอดรถ	→	ไม่มีที่จอดรถ	3.53	1.10	ดีมาก
12. ความสูงของพื้นที่	สูง(น้ำไม่ท่วม)	→	ต่ำ(น้ำท่วม)	3.73	1.02	ดีมาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด				$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
13. การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ	ทั่วถึง	→	ไม่ทั่วถึง	3.87	0.96	ดีมาก
14. ความปลอดภัยในการอยู่อาศัย	ปลอดภัย	→	ไม่ปลอดภัย	4.00	0.96	ดีมาก
15. ความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวก	ใกล้เคียง	→	ห่างไกล	4.16	0.85	ดีมาก
รวม				3.56	0.73	ดีมาก
ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด						
16. ราคาที่ธนาคารปล่อยขายเมื่อเทียบกับราคาตลาด	ถูกกว่า	→	แพงกว่า	3.91	1.05	ดีมาก
รวม				3.44	0.61	ดีมาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านแบบบ้านที่มีให้เลือก และเนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่ให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ 4.11 ตามลำดับ ส่วนผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติ อยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านรูปแบบบ้าน, สภาพของบ้าน และความสบายในการอยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75, 2.62 และ 3.25 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ในด้านอายุของบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาดผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติ ที่ดีมากต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียง, ความสูงของพื้นที่, การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ, ความปลอดภัยในการอยู่

อาศัย และความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53, 3.73, 3.87, 4.00 และ 4.16 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมุลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านชุมชนใกล้เคียง, ความใกล้เคียงกับย่านชุมชน, สภาพการจราจร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02, 3.19, 3.27 และ 3.31 ตามลำดับ

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมุลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านราคาที่เหมาะสมการปล่อยขายเมื่อเทียบกับราคาตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 8 แสดงการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด

การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรม ขายทอดตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. แหล่งหรือโฆษณาที่ทราบข้อมูลการขายทอดตลาด		
โทรทัศน์	9	2.25
วิทยุ	58	14.50
หนังสือพิมพ์	69	17.25
ป้ายผ้าโฆษณา	110	27.50
แผ่นพับ/ใบปลิว	52	13.00
อินเทอร์เน็ต	37	9.25
พนักงานธนาคาร	57	14.25
การบอกต่อของผู้เข้าประมูล	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอด
ตลาด พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดทราบข้อมูลการขายทอด
ตลาดผ่านป้ายผ้าโฆษณา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน
69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 วิทยุ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 พนักงานธนาคาร จำนวน
57 คน คิดเป็นร้อยละ14.25 แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อินเทอร์เน็ต
จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 โทรทัศน์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และการบอกต่อ
จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

ตาราง 9 แสดงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ		
บ้านเดี่ยว	133	33.25
ทาวน์เฮ้าส์	80	20.00
อาคารพาณิชย์	53	13.25
บ้านแฝด	15	3.75
ที่ดินว่างเปล่า	65	16.25
ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	54	13.50
รวม	400	100.00
1.1 เนื้อที่บ้านเดี่ยว		
50 ตร.ว.	34	8.50
55 ตร.ว.	2	0.50
60 ตร.ว.	44	11.00
65 ตร.ว.	7	1.75
70 ตร.ว.	12	3.00
75 ตร.ว.	1	0.25
80 ตร.ว.	3	0.75
90 ตร.ว.	2	0.50
100 ตร.ว.	28	7.00

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสิ่งหาปริมาตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากการขายทอดตลาด		
1.2. เนื้อที่บ้านทวนไห้ส		
16 ตร.ว.	3	0.75
18 ตร.ว.	20	5.00
20 ตร.ว.	22	5.50
24 ตร.ว.	2	0.50
25 ตร.ว.	21	5.25
27 ตร.ว.	4	1.00
28 ตร.ว.	2	0.50
30 ตร.ว.	6	1.50
1.3. เนื้อที่อาคารพาณิชย์		
18 ตร.ว.	4	1.00
20 ตร.ว.	28	7.00
24 ตร.ว.	2	0.50
25 ตร.ว.	15	3.75
27 ตร.ว.	2	0.50
30 ตร.ว.	2	0.50
1.4. เนื้อที่บ้านแฝด		
17 ตร.ว.	2	0.50
25 ตร.ว.	2	0.50
28 ตร.ว.	2	0.50
30 ตร.ว.	6	1.50
35 ตร.ว.	2	0.50
40 ตร.ว.	1	0.25

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสิ่งหาปริมาตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากการขายทอดตลาด		
1.5. เนื้อที่ที่ดินเปล่า		
50 ตร.ว.	8	2.00
60 ตร.ว.	2	0.50
70 ตร.ว.	2	0.50
75 ตร.ว.	2	0.50
80 ตร.ว.	2	0.50
100 ตร.ว.	18	4.50
150 ตร.ว.	6	1.50
200 ตร.ว.	23	5.75
4,000 ตร.ว.	2	0.50
1.6. เนื้อที่ห้องชุด/คอนโดมิเนียม		
23 ตร.ม.	2	0.50
25 ตร.ม.	3	0.75
30 ตร.ม.	23	5.75
35 ตร.ม.	2	0.50
37 ตร.ม.	2	0.50
40 ตร.ม.	11	2.75
50 ตร.ม.	4	1.00
60 ตร.ม.	1	0.25
70 ตร.ม.	2	0.50
75 ตร.ม.	2	0.50
80 ตร.ม.	2	0.50

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ		
200,000 บาท	2	0.50
250,000 บาท	3	0.75
300,000 บาท	2	0.50
400,000 บาท	4	1.00
450,000 บาท	2	0.50
500,000 บาท	7	1.75
600,000 บาท	5	1.25
650,000 บาท	3	0.75
700,000 บาท	4	1.00
750,000 บาท	2	0.50
800,000 บาท	16	4.00
900,000 บาท	4	1.00
1,000,000 บาท	44	11.00
1,200,000 บาท	23	5.75
1,250,000 บาท	1	0.25
1,300,000 บาท	10	2.50
1,350,000 บาท	1	0.25
1,400,000 บาท	11	2.75
1,500,000 บาท	76	19.00
1,700,000 บาท	9	2.25
1,800,000 บาท	4	1.00
2,000,000 บาท	66	16.50
2,500,000 บาท	29	7.25
2,700,000 บาท	1	0.25
2,800,000 บาท	5	1.25

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์		จำนวน (คน)	ร้อยละ	
จากการขายทอดตลาด				
3,000,000 บาท		49	12.25	
3,500,000 บาท		6	1.50	
3,700,000 บาท		2	0.50	
5,000,000 บาท		4	1.00	
5,500,000 บาท		1	0.25	
10,000,000 บาท		2	0.50	
35,000,000 บาท		2	0.50	
รวมด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่	Minimum	Maximum	Mean	SD.
ต้องการประมูลซื้อ	200,000	35,000,000	1,961,500	2,565,770
3. วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด				
เพื่ออยู่อาศัย		240		60.00
เพื่อการเก็งกำไร		73		18.25
เพื่อการค้าขาย		26		6.50
เพื่อการลงทุน		61		15.25
รวม		400		100.00
4. เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม				
4.1 บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง				
0 คะแนน		4		1.00
5 คะแนน		2		0.50
10 คะแนน		12		3.00
20 คะแนน		13		3.25
25 คะแนน		7		1.75
30 คะแนน		39		9.75
35 คะแนน		12		3.00
40 คะแนน		103		25.75
45 คะแนน		8		2.00

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์		จำนวน (คน)	ร้อยละ	
จากการขายทอดตลาด				
50 คะแนน		95	23.75	
60 คะแนน		72	18.00	
65 คะแนน		1	0.25	
70 คะแนน		24	6.00	
75 คะแนน		2	0.50	
80 คะแนน		2	0.50	
90 คะแนน		4	1.00	
รวมเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม (บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่ง)		Minimum 0	Maximum 90	Mean 45.30 SD. 15.49

4.2 อัตราดอกเบี้ยพิเศษ		
0 คะแนน	1	0.25
5 คะแนน	2	0.50
10 คะแนน	13	3.25
15 คะแนน	2	0.50
20 คะแนน	22	5.50
25 คะแนน	2	0.50
30 คะแนน	65	16.25
35 คะแนน	8	2.00
40 คะแนน	126	31.50
45 คะแนน	21	5.25
50 คะแนน	89	22.25
55 คะแนน	6	1.50
60 คะแนน	18	4.50

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสิ่งหาิรมทรัพย์		จำนวน (คน)		ร้อยละ
จากการขายทอดตลาด				
65 คะแนน		5		1.25
70 คะแนน		8		2.00
80 คะแนน		6		1.50
90 คะแนน		6		1.50
รวมเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม	Minimum	Maximum	Mean	SD.
(อัตราดอกเบี้ยพิเศษ)	0	90	41.60	14.58

4.3 ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ				
0 คะแนน		95		23.75
5 คะแนน		27		6.75
10 คะแนน		126		31.50
15 คะแนน		20		5.00
20 คะแนน		83		20.75
25 คะแนน		7		1.75
30 คะแนน		20		5.00
40 คะแนน		9		2.25
50 คะแนน		5		1.25
60 คะแนน		4		1.00
80 คะแนน		4		1.00
รวมเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม	Minimum	Maximum	Mean	SD.
(ยกเว้น/ลดหย่อนค่าใช้จ่ายการขอสินเชื่อ)	0	80	13.25	13.25

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการ ขายทอดตลาด		จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์			
5.1 คุณภาพของอสังหาริมทรัพย์			
20 คะแนน		11	2.75
30 คะแนน		28	7.00
35 คะแนน		11	2.75
40 คะแนน		51	12.75
45 คะแนน		3	0.75
50 คะแนน		150	37.50
55 คะแนน		5	1.25
60 คะแนน		94	23.50
65 คะแนน		2	0.50
70 คะแนน		32	8.00
75 คะแนน		6	1.50
80 คะแนน		5	1.25
90 คะแนน		2	0.50
รวมเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม (คุณภาพของอสังหาริมทรัพย์)		Minimum 20	Maximum 90
		Mean 51.09	SD. 12.52
5.2 ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด			
0 คะแนน		3	0.75
10 คะแนน		2	0.50
20 คะแนน		5	1.25
25 คะแนน		6	1.50
30 คะแนน		34	8.50
35 คะแนน		2	0.50
40 คะแนน		94	23.50
45 คะแนน		5	1.25

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสิ่งหาทรัพย์สินจากการ ขายทอดตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
50 คะแนน	147	36.75
55 คะแนน	3	0.75
60 คะแนน	49	12.25
65 คะแนน	11	2.75
70 คะแนน	28	7.00
80 คะแนน	11	2.75
รวมเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม (ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด)	Minimum 0	Maximum 80
	Mean 48.39	SD. 13.25

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสิ่งหาทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด ดังนี้

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสิ่งหาทรัพย์สินจากการขายทอดตลาดต้องการประมูลซื้อสิ่งหาทรัพย์สิน ประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ที่ดินว่างเปล่า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ห้องชุด/คอนโดมิเนียม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อาคารพาณิชย์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และบ้านแฝด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

สำหรับขนาดเนื้อที่ของบ้านเดี่ยวที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ 60 ตร.ว. จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 รองลงมาคือ เนื้อที่ 50 ตร.ว. จำนวน 34 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.50 เนื้อที่ 100 ตร.ว. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เนื้อที่ 70 ตร.ว. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 เนื้อที่ 65 ตร.ว. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 เนื้อที่ 80 ตร.ว. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 เนื้อที่ 55, 90 และ 75 ตร.ว. จำนวน 2, 2 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50, 0.50 และ 0.25 ตามลำดับ

ขนาดเนื้อที่ของบ้านทาวน์เฮ้าส์ ที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ 20 ตร.ว. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 เนื้อที่ 25 ตร.ว. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 เนื้อที่ 18 ตร.ว. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเนื้อที่ 30, 27, 16, 24 และ 28 ตร.ว. จำนวน 6, 4, 3, 2 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50, 1.00, 0.75, 0.5 และ 0.50 ตามลำดับ

ขนาดเนื้อที่ของอาคารพาณิชย์ที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ 20 ตร.ว. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เนื้อที่ 25 ตร.ว.จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และเนื้อที่ 18 ตร.ว. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 เนื้อที่ 24, 27 และ 30 ตร.ว. จำนวน 2, 2 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50, 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ

ขนาดเนื้อที่ของบ้านแฝดที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ 30 ตร.ว. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 รองลงมาคือเนื้อที่ 17, 25, 28 , 35 และ 40 ตร.ว. จำนวน 2, 2, 2, 2 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50, 0.50, 0.50, 0.50 และ 0.25 ตามลำดับ

ขนาดเนื้อที่ของที่ดินเปล่าที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ 200 ตร.ว. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 รองลงมาคือเนื้อที่ 100 ตร.ว. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 เนื้อที่ 50 ตร.ว. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 เนื้อที่ 150 ตร.ว. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเนื้อที่ 60, 70, 75, 80 และ 4,000 ตร.ว. จำนวน 2, 2, 2, 2 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50, 0.50, 0.50, 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ

ขนาดเนื้อที่ของที่ดินห้องชุด/คอนโดมิเนียมที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ 30 ตร.ม. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 รองลงมาคือเนื้อที่ 40 ตร.ม.จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 เนื้อที่ 50 ตร.ม. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 เนื้อที่ 25 ตร.ม. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และเนื้อที่ 23, 35, 37, 70, 75, 80 และ 60 ตร.ม. จำนวน 2, 2, 2, 2, 2, 2 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50, 0.50, 0.50, 0.50, 0.50, 0.5 และ 0.25 ตามลำดับ

สำหรับราคาสังหาริมทรัพย์ที่ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ต้องการประมูลซื้อ คือ ราคา 1,500,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รองลงมาคือ ราคา 2,000,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ราคา 3,000,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ราคา 1,000,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ราคา 2,500,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ราคา 1,200,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ราคา 800,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ราคา 1,400,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ราคา 1,300,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ราคา 1,700,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ราคา 500,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ราคา 3,500,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และ ราคา 600,000 และ 2,800,000 บาท จำนวน 5 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และ 1.25 ราคา 400,000, 700,000, 900,000, 1,800,000 และ 5,000,000 บาท จำนวน 4, 4, 4, 4 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1, 1, 1, 1 และ 1 และราคา 250,000 และ 650,000 บาท จำนวน 3 และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และ 0.75 ราคา 200,000, 300,000, 450,000, 750,000, 3,700,000, 10,000,000 และ 35,000,000, จำนวน 2, 2, 2, 2, 2, 2

และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5, 0.5, 0.5, 0.5, 0.5, 0.5, และ 0.5 ราคา 1,250,000, 1,350,000, 2,700,000 และ 5,500,000 บาท จำนวน 1, 1, 1 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25, 0.25, 0.25 และ 0.25 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องการประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ราคาต่ำที่สุด 200,000 บาท และสูงที่สุด 35,000,000 บาท ซึ่งมีราคาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,961,500 บาท

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด คือ เพื่อยู่อาศัย จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพื่อก่อสร้างอาคาร จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 เพื่อการลงทุน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และเพื่อการค้าขาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในด้านต่างๆ ดังนี้

บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง โดยให้คะแนน 40 คะแนน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ให้คะแนน 50 คะแนน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ให้คะแนน 60 คะแนน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ให้คะแนน 30 คะแนน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ให้คะแนน 70 คะแนน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ให้คะแนน 20 คะแนน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และให้คะแนน 10, 35, 45, 25, 0, 90, 5, 75, 80 และให้คะแนน 65 คะแนน จำนวน 12, 12, 8, 7, 4, 4, 2, 2, 2 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00, 3.00, 2.00, 1.75, 1.00, 1.00, 0.50, 0.50, 0.50 และ 0.25 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรมเกี่ยวกับบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่ง น้อยที่สุด 0 คะแนน และสูงที่สุด 90 คะแนน ซึ่งมีคะแนนโดยเฉลี่ย 45.30 คะแนน

อัตราดอกเบี้ยพิเศษ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยให้คะแนน 40 คะแนน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 50 คะแนน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ให้คะแนน 30 คะแนน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ให้คะแนน 20 คะแนน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ให้คะแนน 45 คะแนน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ให้คะแนน 60 คะแนน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และให้คะแนน 10, 35, 70, 55, 80, 90, 65, 5, 15, 25 และ 0 คะแนน จำนวน 13, 8, 8, 6, 6, 6, 5, 2, 2 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25, 2.00, 2.00, 1.50, 1.50, 1.50, 1.25, 0.50, 0.50, 0.50 และ 0.25 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์

การให้คะแนนพฤติกรรม เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ น้อยที่สุด 0 คะแนน และสูงที่สุด 90 คะแนน ซึ่งมีคะแนนโดยเฉลี่ย 41.60 คะแนน

การยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ โดยให้คะแนน 10 คะแนนจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 0 คะแนน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 ให้คะแนน 20 คะแนน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ให้คะแนน 5 คะแนน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ให้คะแนน 15 และ 30 คะแนน จำนวน 20 และ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ 5.00 ให้คะแนน 40 คะแนน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และให้คะแนน 25, 50, 60 และ 80 คะแนน จำนวน 7, 5, 4 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75, 1.25, 1.00 และ 1.00 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ น้อยที่สุด 0 คะแนน และสูงที่สุด 80 คะแนน ซึ่งมีคะแนนโดยเฉลี่ย 13.25 คะแนน

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ โดยให้คะแนน 50 คะแนน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้คะแนน 60 คะแนน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ให้คะแนน 40 คะแนน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ให้คะแนน 70 คะแนน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ให้คะแนน 30 คะแนน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และให้คะแนน 20, 35, 75, 55, 80, 45, 65 และให้ 90 คะแนน จำนวน 11, 11, 6, 5, 5, 3, 2 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75, 2.75, 1.50, 1.25, 1.25, 0.75, 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม เกี่ยวกับคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ น้อยที่สุด 20 คะแนน และสูงที่สุด 90 คะแนน ซึ่งมีคะแนนโดยเฉลี่ย 51.09 คะแนน

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยให้คะแนน 50 คะแนน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ให้คะแนน 40 คะแนน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ให้คะแนน 60 คะแนน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ให้คะแนน 30 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ให้คะแนน 70 คะแนน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และให้คะแนน 65, 80, 25, 20, 45, 0, 55, 10 และให้ 35 คะแนน จำนวน 11, 11, 6, 5, 5, 3, 3, 2 และ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75, 2.75, 1.50, 1.25, 1.25, 0.75, 0.75, 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบ

สอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด น้อยที่สุด 0 คะแนน และสูงที่สุด 80 คะแนน ซึ่งมีคะแนนโดยเฉลี่ย 48.39 คะแนน

ตาราง 10 แสดงการจัดกลุ่มใหม่ของพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากการขายทอดตลาด		
1. ราคาสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ		
200,000 – 700,000 บาท	32	8.00
700,001 – 1,200,000 บาท	89	22.25
1,200,001 – 1,700,000 บาท	108	27.00
1,700,001 - 2,200,000 บาท	70	17.50
2,200,001 – 2,700,000 บาท	30	7.50
2,700,001 – 3,200,000 บาท	54	13.50
3,200,001 บาทขึ้นไป	17	4.25
2. เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม		
2.1 บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง		
0 – 25 คะแนน	38	9.50
26 – 50 คะแนน	257	64.25
51 – 75 คะแนน	99	24.75
76 - 100 คะแนน	6	1.50
2.2 อัตราดอกเบี้ยพิเศษ		
0 – 25 คะแนน	42	10.50
26 – 50 คะแนน	309	77.25
51 – 75 คะแนน	37	9.25
76 - 100 คะแนน	12	3.00
2.3 ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ		
0 – 25 คะแนน	358	89.50
26 – 50 คะแนน	34	8.50
51 – 75 คะแนน	4	1.00
76 - 100 คะแนน	4	1.00

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากการขายทอดตลาด		
3. เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์		
3.1 คุณภาพของอสังหาริมทรัพย์		
0 – 25 คะแนน	11	2.75
26 – 50 คะแนน	243	60.75
51 – 75 คะแนน	139	34.75
76 - 100 คะแนน	7	1.75
3.2 ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด		
0 – 25 คะแนน	16	4.00
26 – 50 คะแนน	282	70.50
51 – 75 คะแนน	91	22.75
76 - 100 คะแนน	11	2.75

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ราคา 1,200,001 – 1,700,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ ราคา 700,001 – 1,200,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ราคา 1,700,001 - 2,200,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ราคา 2,700,001 – 3,200,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ราคา 200,000 – 700,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ราคา 2,200,001 – 2,700,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และราคา 3,200,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในด้านต่างๆ ดังนี้

บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง โดยให้คะแนน 26-50 คะแนน จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51-75 คะแนน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ให้คะแนน 0-25 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และให้คะแนน 76-100 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

อัตราดอกเบี้ยพิเศษ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยให้คะแนน 26-50 คะแนน จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 0-25 คะแนน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ให้คะแนน 51-75 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และให้คะแนน 76-100 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

การยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ โดยให้คะแนน 0-25 คะแนน จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 26-50 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ให้คะแนน 51-75 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และให้คะแนน 76-100 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ โดยให้คะแนน 26-50 คะแนน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51-75 คะแนน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ให้คะแนน 0-25 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และให้คะแนน 76-100 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยให้คะแนน 26-50 คะแนน จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51-75 คะแนน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ให้คะแนน 0-25 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และให้คะแนน 76 - 100 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานออกเป็น 6 สมมติฐานย่อยตามตัวแปรตามดังนี้

ด้านเพศ

1. เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	เพศ		Chi - Square	P
	ชาย	หญิง		
1. บ้านเดี่ยว	82	51	13.895*	0.016
2. ทาวน์เฮ้าส์	45	35		
3. อาคารพาณิชย์	22	31		
4. บ้านแฝด	9	6		
5. ที่ดินว่างเปล่า	44	21		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	23	31		
รวม	225	175		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.016 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับสาม ส่วนเพศหญิง มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์กับห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ตาราง 12 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	เพศ		Mann	Asymp.Sig
	ชาย	หญิง	Whitney U	(0.05)
200,000 - 700,000 บาท	13	19	17154.00*	0.024
700,001 - 1,200,000 บาท	44	45		(2 – tailed)
1,200,001 - 1,700,000 บาท	58	50		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	46	24		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	13	17		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	40	14		
3,200,001 บาทขึ้นไป	11	6		
รวม	225	175		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.024 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	เพศ		Chi - Square	P
	ชาย	หญิง		
1. เพื่ออยู่อาศัย	129	111	18.706**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	56	17		
3. เพื่อการค้าขาย	9	17		
4. เพื่อการลงทุน	31	30		
รวม	225	175		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม ส่วนเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเพื่อการลงทุน และเพื่อการเก็งกำไรกับการค้าขาย เป็นอันดับสาม

ตาราง 14 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ และตกแต่งบ้าน	เพศ		Mann Whitney U	Asymp.Sig (0.05)
	ชาย	หญิง		
0 – 25 คะแนน	35	3	16935.00**	(2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	135	122		
51 – 75 คะแนน	52	47		
76 – 100 คะแนน	3	3		
รวม	225	175		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.005 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 15 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	เพศ		Mann Whitney U	Asymp.Sig (0.05)
	ชาย	หญิง		
0 – 25 คะแนน	29	13	17880.50*	(2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	153	156		
51 – 75 คะแนน	33	4		
76 – 100 คะแนน	10	2		
รวม	225	175		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.032 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	เพศ		Mann Whitney U	Asymp.Sig (0.05)
	ชาย	หญิง		
0 – 25 คะแนน	192	166	17776.50**	(2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	25	9		
51 – 75 คะแนน	4	-		
76 – 100 คะแนน	4	-		
รวม	225	175		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 17 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	เพศ		Mann Whitney U	Asymp.Sig (0.05)
	ชาย	หญิง		
0 – 25 คะแนน	6	5	18428.00*	0.020 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	144	99		
51 – 75 คะแนน	70	69		
76 – 100 คะแนน	5	2		
รวม	225	175		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.020 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาต่ำกว่าราคาตลาด	เพศ		Mann Whitney U	Asymp.Sig (0.05)
	ชาย	หญิง		
0 – 25 คะแนน	9	7	17529.00*	(2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	147	135		
51 – 75 คะแนน	63	28		
76 – 100 คะแนน	6	5		
รวม	225	175		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Mann-Whitney U) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.018 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอายุ

1.อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	อายุ					Chi – Square	P
	20-29	30-39	40-49	50-59	60 ปีขึ้นไป		
1. บ้านเดี่ยว	8	54	50	14	7	116.873**	0.000
2. ทาวน์เฮ้าส์	24	33	17	5	1		
3. อาคารพาณิชย์	2	12	13	16	10		
4. บ้านแฝด	2	6	5	2	-		
5. ที่ดินว่างเปล่า	4	12	15	27	7		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	15	25	7	3	4		
รวม	55	142	107	67	29		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีอายุ 20–29 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภททาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ห้องชุด/คอนโดมิเนียม และบ้านเดี่ยว เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 50-59 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ และบ้านเดี่ยว เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านเดี่ยวกับที่ดินว่างเปล่า และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
200,000 - 700,000 บาท	13	15	3	2	-	12.175*	0.016 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	18	27	12	7	5		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	12	44	42	17	10		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	12	31	17	9	4		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	-	4	10	12	4		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	-	16	19	14	5		
3,200,001 บาทขึ้นไป	-	5	4	6	1		
รวม	55	142	107	67	29		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.016 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง(H₁) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูล ซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด	อายุ					Chi - Square	P
	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป		
1. เพื่อยู่ออาศัย	43	107	62	16	12	18.706**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	10	15	20	16	12		
3. เพื่อการค้าขาย	-	6	10	10	-		
4. เพื่อการลงทุน	2	14	15	25	5		
รวม	55	142	107	67	29		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีอายุ 20–29 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 50-59 ปี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อยู่ออาศัยกับการเก็งกำไร และเพื่อการค้าขาย เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัยกับการเก็งกำไร เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน และตกแต่งบ้าน	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	14	16	3	5	-	12.175*	0.016
26 – 50 คะแนน	21	102	77	40	17		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	20	24	27	22	12		
รวม	55	142	107	67	29		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.016 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	13	12	8	6	3	16.478*	0.026
26 – 50 คะแนน	36	112	89	49	23		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	2	12	10	10	3		
76 – 100 คะแนน	4	6	-	2	-		
รวม	55	142	107	67	29		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.026 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	42	120	103	65	28	25.962**	0.000
26 – 50 คะแนน	13	22	4	2	1		(2 – tailed)
รวม	55	142	107	67	29		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 25 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
26 – 50 คะแนน	27	101	69	44	13	14.206**	0.007 (2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	28	41	38	23	16		
รวม	55	142	107	67	29		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.007 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 26 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	อายุ					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60ปีขึ้นไป		
26 – 50 คะแนน	40	101	85	49	23	3.183*	0.015 (2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	15	41	22	18	6		
รวม	55	142	107	67	29		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.015 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานภาพสมรส

1.สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H₀ : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H₁ : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	สถานภาพสมรส			Chi - Square	P
	โสด	สมรส	หม้าย		
1. บ้านเดี่ยว	44	70	19	25.102**	0.005
2. ทาวน์เฮ้าส์	11	27	12		
3. อาคารพาณิชย์	12	28	13		
4. บ้านแฝด	4	7	14		
5. ที่ดินว่างเปล่า	13	42	10		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	22	24	8		
รวม	136	198	66		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.005 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ห้องชุด/คอนโดมิเนียม และที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่า และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านแฝด และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ตาราง 28 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
200,000 - 700,000 บาท	20	12	1	3.731*	0.015 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	23	20	16		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	35	63	27		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	30	37	6		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	7	20	3		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	15	29	10		
3,200,001 บาทขึ้นไป	6	7	3		
รวม	136	198	66		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.015 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	สถานภาพสมรส			Chi – Square	P
	โสด	สมรส	หม้าย		
1. เพื่อยู่ออาศัย	90	117	33	24.356**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	33	24	16		
3. เพื่อการค้าขาย	4	17	5		
4. เพื่อการลงทุน	9	40	12		
รวม	136	198	66		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.000< 0.01)นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจเข้าประมูลอสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจเข้าประมูลอสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน และเพื่อการเก็งกำไร เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย มีการตัดสินใจเข้าประมูลอสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ตาราง 30 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อ บ้านและตกแต่งบ้าน	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
0 – 25 คะแนน	22	10	6	0.923	0.630
26 – 50 คะแนน	75	143	39		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	39	45	21		
รวม	136	198	66		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.630 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.630 > 0.05$) นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
0 – 25 คะแนน	20	16	6	5.304	0.070
26 – 50 คะแนน	102	161	46		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	8	19	10		
76 –100 คะแนน	6	2	4		
รวม	136	198	66		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.070 > 0.05$) นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
0 – 25 คะแนน	114	178	66	12.921**	0.002
26 – 50 คะแนน	22	20	-		(2 – tailed)
รวม	136	198	66		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 33 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
26 – 50 คะแนน	82	133	39	2.744	0.254
51 – 75 คะแนน	54	65	27		(2 – tailed)
รวม	136	198	66		

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.254 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.254 > 0.05$) นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาต่ำกว่าราคาตลาด	สถานภาพสมรส			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	โสด	สมรส	หม้าย		
26 – 50 คะแนน	104	137	57	4.442	0.108
51 – 75 คะแนน	32	61	9		(2 – tailed)
รวม	136	198	66		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.108 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.108 > 0.05$) นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา

1.ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของ อสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	ระดับการศึกษา			Chi - Square	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
1. บ้านเดี่ยว	21	69	43	25.653**	0.004
2. ทาวน์เฮ้าส์	10	60	10		
3. อาคารพาณิชย์	12	28	13		
4. บ้านแฝด	2	12	-		
5. ที่ดินว่างเปล่า	9	42	14		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	14	26	14		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.004 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ห้องชุด/คอนโดมิเนียม และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่ากับห้องชุด/คอนโดมิเนียม และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ตาราง 36 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
200,000 - 700,000 บาท	9	23	1	20.153**	0.000 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	9	47	13		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	10	87	28		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	25	36	12		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	7	15	8		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	4	22	28		
3,200,001 บาทขึ้นไป	4	8	4		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.000 < 0.01) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 37 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	ระดับการศึกษา			Chi - Square	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
1. เพื่อยู่ออาศัย	32	147	61	17.495**	0.008
2. เพื่อการเก็งกำไร	24	36	13		
3. เพื่อการค้าขาย	3	15	8		
4. เพื่อการลงทุน	9	40	12		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.008< 0.01)นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่การลงทุน และเพื่อเก็งกำไร เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ตาราง 38 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน และตกแต่งบ้าน	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
0 – 25 คะแนน	8	120	10	12.935**	0.002 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	44	150	63		
51 – 75 คะแนน	16	68	21		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 39 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
0 – 25 คะแนน	13	13	6	11.679**	0.003 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	53	179	77		
51 – 75 คะแนน	2	36	11		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.003 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 40 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
0 – 25 คะแนน	53	216	89	14.301**	0.001
26 – 50 คะแนน	15	22	5		(2 – tailed)
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 41 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
	ปริญญาตรี				
0 – 25 คะแนน	2	9	-	11.3110**	0.003
26 – 50 คะแนน	42	141	60		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	24	88	34		
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.003 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 42 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	ระดับการศึกษา			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
	ปริญญาตรี				
26 – 50 คะแนน	52	178	68	13.211**	0.002
51 – 75 คะแนน	16	60	26		(2 – tailed)
รวม	68	238	94		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig.เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านอาชีพ

1.อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	อาชีพ			Chi - Square	P
	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
1. บ้านเดี่ยว	8	94	31	138.566**	0.000
2. ทาวน์เฮ้าส์	19	48	13		
3. อาคารพาณิชย์	5	19	29		
4. บ้านแฝด	8	2	5		
5. ที่ดินว่างเปล่า	3	23	39		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	14	27	13		
รวม	67	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภททาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ห้องชุด/คอนโดมิเนียม และบ้านเดี่ยวกับบ้านแฝด เป็นอันดับสาม

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านเดี่ยว และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ตาราง 44 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ	อาชีพ			Kruskal-Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
200,000 - 700,000 บาท	16	13	4	62.801**	0.000 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	20	32	17		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	15	79	31		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	2	39	32		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	1	11	18		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	3	39	28		
รวม	57	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 45 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด	อาชีพ			Chi - Square	P
	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
1. เพื่อยู่ออาศัย	45	163	32	109.878**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	3	20	50		
3. เพื่อการค้าขาย	2	13	11		
4. เพื่อการลงทุน	7	17	37		
รวม	57	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน และเพื่อการเก็งกำไร เป็นอันดับสาม

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อเก็งกำไร เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน และเพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับสาม

ตาราง 46 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อ กู้ซื้อบ้านและ ตกแต่งบ้าน	อาชีพ				Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
26 – 50 คะแนน	20	17	160	98	11.934**	0.008
51 – 75 คะแนน	4	16	53	32		(2 – tailed)
รวม	24	33	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.008 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 47 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	อาชีพ				Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
26 – 50 คะแนน	20	31	181	119	9.302*	0.026
51 – 75 คะแนน	4	2	32	11		(2 – tailed)
รวม	24	33	213	130		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.026 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 48 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือ ลดหย่อนค่าใช้จ่าย ในการขอสินเชื่อ	อาชีพ				Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
0 - 25 คะแนน	23	31	190	114	9.302*	0.026 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	1	2	23	16		
รวม	24	33	213	130		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.026 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 49 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพ อสังหาริมทรัพย์	อาชีพ				Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
0 - 25 คะแนน	2	2	4	3	12.097**	0.007 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	18	22	137	66		
51 – 75 คะแนน	4	9	72	61		
รวม	24	33	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.007 < 0.01) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 50 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่า ราคาตลาด	อาชีพ				Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
26 – 50 คะแนน	9	21	161	107	21.163**	0.000 (2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	15	12	52	23		
รวม	24	33	213	130		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของ อสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					Chi - Square	P
	10,001- 20,000	20,001 – 30,000	30,001 – 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
1. บ้านเดี่ยว	31	31	36	15	20	119.978**	0.000
2. ทาวน์เฮ้าส์	33	33	7	4	3		
3. อาคารพาณิชย์	5	12	19	7	10		
4. บ้านแฝด	2	8	2	3	-		
5. ที่ดินว่างเปล่า	5	16	9	22	13		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	26	8	9	6	5		
รวม	102	108	82	57	51		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภท ทาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ บ้านเดี่ยว และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภท ทาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านเดี่ยวและที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ และที่ดินว่างเปล่ากับห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภท ที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านเดี่ยว และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภท บ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่า และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ตาราง 52 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
200,000 - 700,000 บาท	24	4	-	4	1	63.853**	0.000 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	32	16	9	6	6		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	49	44	30	14	16		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	29	32	14	8	7		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	2	2	9	13	4		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	9	6	17	10	12		
3,200,001 บาทขึ้นไป	2	4	3	2	5		
รวม	102	108	82	57	51		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 53 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					บท Chi - Square	P
	10,001- 20,000	20,001 – 30,000	30,001 – 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
1. เพื่อยู่ออาศัย	85	70	53	14	18	86.591**	0.000
2. เพื่อกำไร	10	17	11	18	17		
3. เพื่อกำขาย	-	7	11	7	1		
4. เพื่อกำลงทุน	7	14	7	18	15		
รวม	102	108	82	57	51		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เพื่อกำไร และเพื่อกำลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อกำไร และเพื่อกำลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อกำไรกับเพื่อกำขาย และเพื่อกำลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อกำไรกับเพื่อกำลงทุน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อยู่ออาศัย และเพื่อกำขาย เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อกำไร และเพื่อกำลงทุน เป็นอันดับสาม

ตาราง 54 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้ สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน และตกแต่งบ้าน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ไม่เกิน 10,000	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	3	13	12	7	2	1	3.164	0.675 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	11	50	66	55	39	36		
51 – 75 คะแนน	4	21	30	20	16	14		
รวม	18	84	108	82	57	51		

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.675 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.675 > 0.05) นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ไม่เกิน 10,000	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	2	9	19	2	7	3	25.681**	0.000 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	12	65	84	61	46	41		
51 – 75 คะแนน	4	10	5	19	4	7		
รวม	18	84	108	82	57	51		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 56 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือ ลดหย่อนค่าใช้จ่าย ในการขอสินเชื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ไม่เกิน 10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	17	70	92	79	50	50	14.420*	0.013
26 – 50 คะแนน	1	14	16	3	7	1		(2 – tailed)
รวม	18	84	108	82	57	51		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.013 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพ อสังหาริมทรัพย์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	ไม่เกิน 10,000	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	30,001 - 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
51 – 75 คะแนน	16	59	61	53	34	31	11.636*	0.040
76 –100 คะแนน	2	25	47	29	23	20		(2 – tailed)
รวม	18	84	108	82	57	51		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.040 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่า ราคาตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	10,001- 20,000	20,001 – 30,000	30,001 – 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาท ขึ้นไป		
0 – 25 คะแนน	4	5	4	2	1	12.759*	0.026
26 – 50 คะแนน	64	83	54	42	39		(2 – tailed)
51 – 75 คะแนน	34	20	24	13	11		
รวม	102	108	82	57	51		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.026 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว

1.จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 59 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Chi - Square	p
	1 - 3 คน	4 - 6 คน	มากกว่า 6 คน		
1. บ้านเดี่ยว	39	67	27	53.740**	0.000
2. ทาวน์เฮ้าส์	45	24	11		
3. อาคารพาณิชย์	17	21	15		
4. บ้านแฝด	9	6	-		
5. ที่ดินว่างเปล่า	10	29	26		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	31	18	5		
รวม	151	165	84		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภททาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บ้านเดี่ยว และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่า และทาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ที่ดินว่างเปล่า และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ตาราง 60 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ ต้องการประมูลซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
200,000 - 700,000 บาท	26	7	-	35.758**	0.000 (2 – tailed)
700,001 - 1,200,000 บาท	34	29	6		
1,200,001 - 1,700,000 บาท	45	52	28		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	29	22	22		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	-	23	7		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	9	30	15		
3,200,001 บาทขึ้นไป	8	2	6		
รวม	151	165	84		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 61 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Chi - Square	P
	1 - 3 คน	4 - 6 คน	มากกว่า 6 คน		
1. เพื่อยู่ออาศัย	109	101	30	37.895**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	21	27	25		
3. เพื่อการค้าขาย	8	14	4		
4. เพื่อการลงทุน	13	23	25		
รวม	151	165	84		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 6 คน มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไรกับเพื่อการลงทุน และเพื่อการค้าขาย เป็นอันดับสาม

ตาราง 62 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน และตกแต่งบ้าน	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
0 – 25 คะแนน	14	24	-	13.822**	0.001 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	103	102	52		
51 – 75 คะแนน	31	37	31		
76 – 100 คะแนน	3	2	1		
รวม	151	165	84		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 63 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
0 – 25 คะแนน	25	9	8	10.379**	0.006 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	113	132	64		
51 – 75 คะแนน	13	24	12		
รวม	151	165	84		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.006 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 64 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
0 – 25 คะแนน	131	145	82	7.742*	0.021
26 – 50 คะแนน	20	20	2		(2 – tailed)
รวม	151	165	84		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.021 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ
อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
0 – 25 คะแนน	2	9	-	7.251*	0.024 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	92	105	46		
51 – 75 คะแนน	57	51	38		
รวม	151	165	84		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent-Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.024 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	จำนวนสมาชิกในครอบครัว			Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	1 – 3 คน	4 – 6 คน	มากกว่า 6 คน		
0 – 25 คะแนน	8	4	4	4.512*	0.015 (2 – tailed)
26 – 50 คะแนน	98	118	66		
51 – 75 คะแนน	45	43	14		
รวม	151	165	84		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.015 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.สมมติฐานข้อ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยตามตัวแปรตามดังนี้
ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

1. ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

ตาราง 67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือก
ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์
1. ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ	0.154**	0.001	ต่ำ
2. บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน	0.060**	0.005	ต่ำ
3. บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	0.030**	0.006	ต่ำ
4. ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	0.103**	0.002	ต่ำ
5. คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	0.147**	0.003	ต่ำ
6. ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	0.166**	0.001	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 67 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน, บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001, 0.005, 0.006, 0.002, 0.003 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้าน ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน, บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.154, 0.060, 0.030, 0.103, 0.147 และ 0.166 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

1. ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

H_0 : ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

H_1 : ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

ตาราง 68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ	0.270**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
2. บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ตึกแต่งบ้าน	0.064	0.205	ไม่สัมพันธ์กัน
3. บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	0.135**	0.007	ต่ำ
4. ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	0.210**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
5. คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	0.216**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
6. ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	0.645**	0.000	ค่อนข้างสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 68 โดยการใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่าทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคา

อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.000, และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับก่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.270, 0.210 และ 0.216 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.135 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับก่อนข้างสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.645 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่สำหรับทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ตาราง 69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาดกับพฤติกรรมในการเลือก
ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์
1. ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ	0.314**	0.001	ค่อนข้างต่ำ
2. บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน	0.313**	0.001	ค่อนข้างต่ำ
3. บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	0.328**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
4. ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ	0.410**	0.000	ปานกลาง
5. คุณภาพอสังหาริมทรัพย์	0.691**	0.000	ค่อนข้างสูง
6. ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด	0.120**	0.002	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 69 โดยการใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน และบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษมีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001, 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน และบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.314, 0.313 และ 0.328 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการ

เลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.410 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.691 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.120 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด(มหาชน)ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ของผู้เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดแตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยตามตัวแปรตามดังนี้

ด้านการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์

1.การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

H_0 : การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

ตาราง 70 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์						Chi - Square	P
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้าโฆษณา	แผ่นพับ/ใบปลิว	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
1. บ้านเดี่ยว	25	23	35	4	6	40	90.950**	0.000
2. ทาวน์เฮ้าส์	21	11	19	16	9	4		
3. อาคารพาณิชย์	9	10	15	4	6	9		
4. บ้านแฝด	2	4	1	2	4	2		
5. ที่ดินว่างเปล่า	5	12	23	17	4	4		
6. ห้องชุด/คอนโดมิเนียม	5	9	17	9	8	6		
รวม	67	69	110	52	37	65		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.000 < 0.01)นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนี้

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางวิทยุ มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์ มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่า และทาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อป้ายผ้าโฆษณา มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่ดินว่างเปล่า และทาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อแผ่นพับ/ใบปลิว มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทที่ดินว่างเปล่า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภททาวน์เฮ้าส์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ห้องชุด/คอนโดมิเนียม และบ้านเดี่ยวกับอาคารพาณิชย์ เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางพนักงานธนาคาร มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ และห้องชุด/คอนโดมิเนียม เป็นอันดับสาม

ตาราง 71 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ

ราคาของอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการประมูลซื้อ	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า โฆษณา	แผ่นพับ/ โบปลิว	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
200,000 - 700,000 บาท	5	3	12	10	3	-	31.121**	0.000
700,001 - 1,200,000 บาท	7	15	16	16	9	6		(2 – tailed)
1,200,001 - 1,700,000 บาท	31	14	36	15	11	18		
1,700,001 - 2,200,000 บาท	11	11	16	3	13	13		
2,200,001 - 2,700,000 บาท	4	8	8	2	-	6		
2,700,001 - 3,200,000 บาท	9	18	22	6	1	14		
รวม	67	69	110	52	37	65		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.000 < 0.01) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 72 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

วัตถุประสงค์ที่เข้าประมูล ซื้ออสังหาริมทรัพย์จาก การขายทอดตลาด	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด							Chi - Square	P
	อสังหาริมทรัพย์								
	โทรทัศน์	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า	แผ่นพับ/ โฆษณา	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
1. เพื่อยู่ออาศัย	6	36	39	71	29	15	44	65.905**	0.000
2. เพื่อการเก็งกำไร	2	5	16	17	12	12	9		
3. เพื่อการค้าขาย	-	4	7	5	3	3	4		
4. เพื่อการลงทุน	1	13	7	17	8	7	8		
รวม	9	58	69	110	52	37	65		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ Chi - Square พบว่า มีค่า prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางโทรทัศน์ มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางวิทยุ มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อเพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการลงทุน และเพื่อการเก็งกำไร เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์ มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการเก็งกำไร และเพื่อการค้าขายกับการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อป้ายผ้าโฆษณา มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อเก็งกำไรกับการลงทุน และเพื่อการค้าขาย เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่อแผ่นพับ/ใบปลิว มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อยู่ออาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ผู้ที่รับรู้ข่าวสารทางพนักงานธนาคาร มีการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อเก็งกำไร และเพื่อการลงทุน เป็นอันดับสาม

ตาราง 73 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน

การบริการให้สินเชื่อกู้ ซื้อบ้าน/และตกแต่ง บ้าน	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า โฆษณา	แผ่นพับ/ โบปลิว	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
0 – 25 คะแนน	2	-	8	11	9	8	16.897*	0.018
26 – 50 คะแนน	50	45	71	27	19	45		(2 – tailed)
51 –75 คะแนน	15	24	31	14	9	12		
รวม	67	69	110	52	37	65		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.018 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 74 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

การบริการอัตรา ดอกเบี้ยพิเศษ	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า	แผ่นพับ/ อินเทอร์เน็ต		พนักงานธนาคาร		
				โฆษณา	ใบปลิว			
0 – 25 คะแนน	3	9	3	7	11	9	18.555*	0.010
26 – 50 คะแนน	57	54	92	34	24	48		(2 – tailed)
51 –75 คะแนน	7	6	15	11	2	8		
รวม	67	69	110	52	37	65		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 74 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.010 < 0.05) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 75 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้าน
เกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ

การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการ ขอสินเชื่อ	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า โฆษณา	แผ่นพับ/ ใบปลิว	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
0 – 25 คะแนน	65	58	106	48	24	57	44.483**	0.000
26 – 50 คะแนน	2	11	4	4	13	8		(2 – tailed)
รวม	67	69	110	52	37	65		

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสาร การจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่าย ในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 76 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพ อสังหาริมทรัพย์

คุณภาพ อสังหาริมทรัพย์	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า โฆษณา	แผ่นพับ/ โบปลิว	อินเทอร์เน็ต	พนักงานธนาคาร		
26 – 50 คะแนน	43	37	72	39	18	20	15.969*	0.025
51 – 75 คะแนน	24	32	38	13	19	45		(2 – tailed)
รวม	67	69	110	52	37	65		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.025 < 0.05$) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสาร การจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่าง กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 77 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่
กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่า
ราคาตลาด

ราคาที่ต่ำกว่า ราคาตลาด	การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด อสังหาริมทรัพย์						Kruskal- Wallis	Asymp.Sig (0.05)	
	วิทยุ	นสพ.	ป้ายผ้า	แผ่นพับ/ โฆษณา		อินเทอร์เน็ต			พนักงานธนาคาร ใบปลิว
26 – 50 คะแนน	65	58	106	48	24	57	42.565**	0.003	
51 – 75 คะแนน	2	11	4	4	13	8		(2 – tailed)	
รวม	67	69	110	52	37	65			

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบ Two Independent – Sample (Kruskal-Wallis H test) พบว่า มีค่า Asymp.sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (0.003 < 0.01) นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ผลการศึกษา ค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

สังเขปความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการขายทอดตลาด
4. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ กับพฤติกรรมการตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ของผู้เข้าประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

คนวัยทำงานที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จากผู้เข้าร่วมงานมหกรรมขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี จำนวน 400 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเจาะจงการสุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดจากผู้เข้าร่วมงานประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ในงานมหกรรมขายทอดตลาด เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ซึ่งได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

6. ระดับรายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ซึ่งวัดทัศนคติในด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด และด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด จำนวน 16 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ (Semantic Differential) โดยใช้ข้อความที่ตรงข้ามกัน (Bipolar Scale) และมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือกตามลำดับจากซ้ายไปขวา การให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method : The Likert Scale) โดยมีสเกล 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 4 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามลักษณะ Ratio Scale 3 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross sectional approach) คือ ช่วงเวลาที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดงานมหกรรมขายทอดตลาดร่วมกับกรมบังคับคดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences) Version 10 for Windows โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แล้วบันทึกข้อมูลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS For Windows
3. การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ จำนวนสมาชิก โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดโดยการแจกแจงความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) การหาค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:S.D.)
5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square)
6. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
7. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดเฉพาะทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดขึ้นร่วมกับกรมบังคับคดี ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และเพศหญิง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และอายุ 50 - 59 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ โดยมี

สถานภาพสมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ โสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และหม้าย จำนวน 66 คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือน 21,000-30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิก 1-3 คน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และจำนวนสมาชิกมากกว่า 6 คน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติโดยรวม ในระดับดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านแบบบ้านที่มีให้เลือก และเนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่ให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ 4.11 ตามลำดับ ส่วนผู้เข้าร่วมประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านรูปแบบบ้าน, สภาพของบ้าน และความสบายในการอยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75, 2.62 และ 3.25 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมวลซื้อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ในด้านอายุของบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีระดับทัศนคติที่ดีมากต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านที่จ่อตรงในบริเวณใกล้เคียง, ความสูงของพื้นที่, การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ, ความปลอดภัยในการอยู่อาศัย และความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53, 3.73, 3.87, 4.00 และ 4.16 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านชุมชนใกล้เคียง, ความใกล้เคียงกับย่านชุมชน, สภาพการจราจร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02, 3.19, 3.27 และ 3.31 ตามลำดับ

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านราคาที่เหมาะสมการปล่อยขายเมื่อเทียบกับราคาตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ซึ่งสอดคล้องกับ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า โดยส่วนใหญ่ปัจจัยที่ผู้สนใจซื้อให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สภาพตัวบ้าน 37.4% ราคาและทำเลมีสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ 25.8% สภาพแวดล้อมที่ตั้งโดยรอบบ้าน 9.4 %

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดทราบข้อมูลการขายทอดตลาดผ่านป้ายผ้าโฆษณา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 วิทยุ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 พนักงานธนาคาร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อินเทอร์เน็ต จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 โทรทัศน์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และการบอกต่อ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ราคา 1,200,001 – 1,700,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ ราคา 700,001 – 1,200,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และราคา 1,700,001 – 2,200,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในด้านต่างๆ ดังนี้

บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

อัตราดอกเบี้ยพิเศษ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

การยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ โดยให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน

จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และให้คะแนน 76 - 100 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

เพศ

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์

จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

1. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพสมรส

1. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน ไม่แตกต่างกัน

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ไม่แตกต่างกัน

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน

6. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา

1. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อาชีพ

1. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทย

พาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของ อสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของ อสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้า ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้ คະแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน ไม่แตกต่างกัน

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจ ซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดย

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว

1. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ดีกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด สรุปได้ดังนี้

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน, บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.154, 0.060, 0.030, 0.103, 0.147 และ 0.166 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ , ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.270, 0.210 และ 0.216 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.135 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.645 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.064 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน และบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.314, 0.313 และ 0.328 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ด้านยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.410 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.691 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.120 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ของผู้เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน

1. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจ เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

จากการศึกษา ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30 - 39 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,000 - 30,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ต้องตา สุวรรณ (2545) พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเลือกซื้อบ้านมือสองเป็นคนที่มีความอายุระหว่าง 30 - 39 ปี และหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย (2545) พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบ้านส่วนใหญ่ครอบครัวมีสมาชิก 4 - 6 คน และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 - 50,000 บาทต่อเดือน เช่นเดียวกับเดชะ บุญยะชัย (2530) พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน และสมรสแล้ว

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติโดยรวม มีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านแบบบ้านที่มีให้เลือก และเนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่ให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ 4.11 ตามลำดับ ส่วนผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติ อยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านรูปแบบบ้าน, สภาพของบ้าน และความสบายในการอยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75, 2.62 และ 3.25 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมูลซื้อ

อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ในด้านอายุของบ้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาดผู้เข้าร่วมประมุขซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้เข้าร่วมประมุขซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติ ที่ดีมากต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านที่จอตลอดในบริเวณใกล้เคียง, ความสูงของพื้นที่, การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ, ความปลอดภัยในการอยู่อาศัย และความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53, 3.73, 3.87, 4.00 และ 4.16 ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมประมุขซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านชุมชนใกล้เคียง, ความใกล้เคียงกับย่านชุมชน, สภาพการจราจร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02, 3.19, 3.27 และ 3.31 ตามลำดับ

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ผู้เข้าร่วมประมุขซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดมีระดับทัศนคติที่ดีมาก ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด ด้านราคาที่เหมาะสมการปล่อยขายเมื่อเทียบกับราคาตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ซึ่งสอดคล้องกับ นิธิวัฒน์ จันทน์เอม (2537) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อทาวน์เฮาส์ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ราคา แบบทาวน์เฮาส์ การก่อสร้างและระยะทางจากที่ทำงาน เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย(2545). พบว่า การตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภค จะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ รองลงมา คือ ระดับราคาที่สามารถผ่อนชำระได้ และต้องการขอสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยที่ผู้สนใจซื้อให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สภาพตัวบ้าน 37.4% ราคาและทำเลมีสัดส่วนเท่าๆกัน คือ 25.8% สภาพแวดล้อมที่ตั้งโดยรอบบ้าน 9.4 % ทั้งนี้ผู้สนใจซื้อส่วนใหญ่ยอมรับบ้านที่มีอายุใช้งานมาแล้วไม่เกิน 5 ปี จำนวน 48.6% บ้านที่ใช้งานเกิน 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี 17.9% และไม่จำกัดระยะเวลา 33.5%

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมุขซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดทราบข้อมูลการขายทอดตลาดผ่านป้ายผ้าโฆษณา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 วิทยุ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 พนักงานธนาคาร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ

13.00 อินเทอร์เน็ต จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 โทรศัพท์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และการบอกต่อ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด พบว่า

ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ราคา 1,200,001 – 1,700,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 217.00 รองลงมาคือ ราคา 700,001 – 1,200,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และราคา 1,700,001 - 2,200,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในด้านต่างๆ ดังนี้

บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

อัตราดอกเบี้ยพิเศษ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยให้คะแนน 26–60 คะแนน จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมาคือ ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ให้คะแนน 61–75 คะแนน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

การยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ โดยให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และให้คะแนน 76–100 คะแนน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด พบว่า ผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรม ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยให้คะแนน 26–50 คะแนน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ ให้คะแนน 51–75 คะแนน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ให้คะแนน 0–25 คะแนน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และให้คะแนน 76 - 100 คะแนน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ซึ่งสอดคล้องกับหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย (2545) พบว่า ปัจจัยที่ผู้สนใจซื้อให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง ได้แก่ สภาพตัวบ้าน 37.4% ราคาและทำเลมีสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ 25.8% สภาพแวดล้อมที่ตั้งโดยรอบบ้าน 9.4 % ทั้งนี้ผู้สนใจซื้อส่วนใหญ่ยอมรับบ้านที่มีอายุใช้งานมาแล้วไม่เกิน 5 ปี จำนวน 48.6%

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

เพศ

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อายุ

1. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สถานภาพสมรส

1. สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ซึ่งจะเห็นได้ว่าสถานภาพมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือไม่มีคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

ระดับการศึกษา

1. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อน

ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ซึ่งสอดคล้องกับประมะ สตะเวทิน (2538 : 114-117) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ ซึ่งจะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอที่จะเชื่อ และโอกาสในการรับรู้ข้อมูลของผู้มีการศึกษาสูงจึงมีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ ทำให้ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีโลกทัศน์กว้างกว่า การตัดสินใจในเรื่องใดๆ จึงมีความละเอียดรอบคอบมากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาหรือระดับความรู้ของผู้บริโภคยังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดร่วมกันได้ระหว่างเจ้าของสินค้ากับผู้บริโภค

อาชีพ

1. อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน, ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิด อุดมการณ์ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมในการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการต่างๆ ย่อมมีผลมาจากอาชีพด้วย สอดคล้องกับแนวคิดจากการศึกษาวิจัยของ อัญชนี วิชยาภย์ (2540 : 106) ที่พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ จะมีพฤติกรรมการบริโภคสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบุคคลในอาชีวดังกล่าวมีโอกาสในการติดต่อกับผู้คนมากมายและหลากหลายมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ดังนั้น อาชีพจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถใช้วัดความทันสมัยของบุคคลและการมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลได้อีกด้วย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

ซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคของบุคคล เนื่องจากรายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ซึ่งสอดคล้องกับสุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. 2530 : 41 พบว่า รายได้ของบุคคลจะส่งผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว

1. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, ด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และด้านเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้านและตกแต่งบ้าน และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ซึ่งสอดคล้องกับ ต้องตา สุวรรณ (2545) พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเลือกซื้อบ้านมือสองมีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส การศึกษาและราคาบ้านมือสอง และสอดคล้องกับหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย (2545). พบว่า ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งจะเป็นไปตามระดับรายได้ของแต่ละกลุ่มผู้บริโภค สำหรับกลุ่มที่มีรายได้สูงจะเลือกทำเลที่ตั้งใจกลางเมือง ส่วนกลุ่มที่มีรายได้น้อยลงมาจะเลือกทำเลที่ตั้งรอบเมืองเป็นหลัก

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร จากงานมหกรรมขายทอดตลาด ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด สรุปได้ดังนี้

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน, บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ, คุณภาพอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.154, 0.060, 0.030, 0.103, 0.147 และ 0.166 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ , ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.270, 0.205 และ 0.216 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.135 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.645 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลซื้อ, บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/ดกแต่งบ้าน และบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.314, 0.313 และ 0.328 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด กับพฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ด้านยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.410 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.691 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.120 นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ซึ่งสอดคล้องกับหนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย (2545). พบว่า พฤติกรรมการซื้อบ้านของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยเกี่ยวเนื่องที่ส่งผลต่ออำนาจการตัดสินใจ ทั้งเรื่องต้นทุนดอกเบี้ยในการผ่อนชำระที่อยู่อาศัย เงินไขเงินดาวน์ เงินผ่อนและระยะเวลาการชำระ สำหรับการตัดสินใจซื้อ จะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ รองลงมา คือ ระดับราคาที่สามารถผ่อนชำระได้ และต้องการขอสนับสนุน สินเชื่อจากสถาบันการเงิน

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ของผู้เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด แตกต่างกัน

1. การรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน/และตกแต่งบ้าน, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการบริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับคุณภาพอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อ, ด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด, ด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ และด้านเกณฑ์การให้คะแนน เกี่ยวกับราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประชุมซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ พบว่า

1. ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรคัดเลือกบ้านที่มีอายุน้อยมาประมูล เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบ้านเก่า
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรมีการปรับปรุงสภาพบ้านให้ใหม่ ไม่เก่าทรุดโทรม เพื่อเป็นการจูงใจในการซื้อให้กับผู้เข้าร่วมประชุม
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรจัดบ้านที่มีความสบายในการอยู่อาศัย บรรยากาศร่มเย็นสบาย ไม่ร้อนอบอ้าว มาร่วมการประมูล เพื่อดึงดูดใจผู้เข้าร่วมประชุม

2. ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

- บ้านที่นำมาเข้าร่วมการประมูลควรมีชุมชนที่ใกล้เคียงกับสังคมระดับสูง หรือมีความใกล้เคียงย่านชุมชน สภาพการจราจรไม่ติดขัด และไม่มีมลภาวะ

3. ด้านการรับรู้ข่าวสาร

- เพื่อเป็นการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ ให้เข้าถึงผู้เข้าร่วมประชุมได้อย่างทั่วถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จึงควรทำการโฆษณาผ่านทางสื่ออื่น

4. ด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

4.1 ด้านราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้เข้าร่วมประชุมซื้อ ต้องการประมูลซื้อ

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรตั้งราคาของอสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ในราคาประมาณ 1,200,001 – 1,700,000 บาท เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมซื้อ มีความต้องการมากที่สุด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรคำนึงถึงคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ที่นำมาขาย เป็นสิ่งแรก รองลงมาคือ ราคาที่ขายต้องต่ำกว่าราคาตลาด และการให้บริการสินเชื่อเงินกู้ซื้อบ้านและการตกแต่งบ้าน เป็นอันดับสาม

4.2 ด้านวัตถุประสงค์ในการประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรแบ่งประเภทของอสังหาริมทรัพย์ในการขายทอดตลาด โดยอสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาสูง จะเหมาะสมกับผู้ที่มีรายได้สูง เนื่องจากส่วนใหญ่จะซื้อเพื่อการลงทุน และการเก็งกำไร สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยจะซื้อเพื่อการอยู่อาศัยและเพื่อการค้าขาย ซึ่งจะส่งผลให้สามารถขายอสังหาริมทรัพย์ได้ง่ายขึ้น และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4.3 ด้านเกณฑ์การให้คะแนน

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ควรคำนึงถึงเรื่องการปรับปรุงการให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ด้านบริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่ง, ด้านอัตราดอกเบี้ยพิเศษ มีคะแนนโดยเฉลี่ยช่วง 26 – 50 คะแนน ส่วนด้านการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ ให้คะแนน 0–25 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ควรคำนึงถึงเรื่องของ คุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ และราคาที่ดีกว่าราคาตลาด เนื่องจากผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด มีเกณฑ์การให้คะแนนโดยเฉลี่ย 26–60 คะแนน ซึ่งถือได้ว่าเป็นระดับเกณฑ์การให้คะแนนเป็นเกณฑ์ในการประกอบการตัดสินใจซื้อที่ค่อนข้างสูง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯหรือต่างจังหวัด ซึ่งจัดโดยหน่วยงานอื่นๆ เพิ่มเติม
2. ควรทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด
3. ควรทำการศึกษาเรื่องความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนงาน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. (2527). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยา
สังคมการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- กาญจนา พิทักษ์ธีรธรรม. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ
และ ปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่6.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซี.เค.แอนด์
โฟโต้สตูดิโอ.
- ฉันทลักษณ์ ณ ป้อมเพชร์. (2539). สถิติเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2534). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการ
ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- ต้องตา สุวรรณ. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. สารนิพนธ์ วศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิธิวัฒน์ จันท์เอม. (2537). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อทาวน์เฮ้าส์ และปัญหาของ
ผู้อยู่อาศัย : กรณีศึกษาในบริเวณชานเมืองรังสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ภาพพิมพ์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัลลิกา บุณนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์.
- (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์
พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , ปริญ ลักษิตานนท์ , ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541).

การบริหารการ ตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2544). "บทสรุปสำหรับผู้บริหาร "โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. กรุงเทพฯ.

สถิต วงศ์สวรรค์. (2529). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : เจริญรัตน์การพิมพ์.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2530). จิตวิทยาสังคม. นครปฐม : โครงการเอกสารตำราเรียนวิทยาลัย
ครุนครปฐม.

สุนีย์ รัชชวิทย์. (2536). ตลาดที่อยู่อาศัย : กรณีศึกษาอุปสงค์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ
และ ปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
ถ่ายเอกสาร.

สุรางค์ จันทรเฒ. (2524). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). "การสื่อสารการตลาด," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการ
โฆษณา หน่วยที่ 1-5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เสกสรรค์ หมอใจบุญ. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการประมูลซื้อบ้านมือ
สอง. สารนิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรม
ศาสตร์.

อัญชนี วิชาภัย. (2540). การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์
เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์
พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

สินเชื่อบีปัญหา และ NPL คงค้างในระบบสถาบันการเงิน.(2546). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
แหล่งข้อมูลทาง web site <http://www.bot.or.th> ธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่
18 ธันวาคม 2546

สถานประกอบกิจการที่เลิกกิจการ และ จำนวนลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้าง (2546). [ออนไลน์]. เข้าถึง
ได้จาก : แหล่งข้อมูล Web site <http://WWW.mol.or.th> สำนักงานประกันสังคม ณ
วันที่ 25 พฤศจิกายน 2546

English

- Armstrong, Gary and Kotler Philip. (2003). *Marketing and Introduction*. 6th ed. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Blackwell, Roger D., Miniard Paul W. and Engel Jame F., (2001). *Consumer Behavior*. 9th ed. New York : Harcourt, Inc.
- Bovee, Courtland L. and others. (1995). *Advertising excellence*. New York : Mcgraw-Hill, Inc.
- Good, Carter V.(1977) *Dictionary of Education*. New York : Mc Graw-will Book Company.
- Schiffmon, Leon G. and Lazar Kanuk. (1994). *Consumer behavior*. 5th ed.Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hail, Inc.
- Shaw & Costanzo. (1982). *Theory of Social Psychology*.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบวัดทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประชุมชื่อ
อสังหาริมทรัพย์ จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อ
อสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด
ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับ กรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด ที่ธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด(มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขาย
ทอดตลาด

2. กรุณากรอกแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

3. ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษา และข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บ
เป็นความลับ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว
เฉพาะเจ้าหน้าที่

1. เพศ

☐ 1

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 2

☐ 1) 20 - 29 ปี

☐ 2) 30 - 39 ปี

☐ 3) 40 - 49 ปี

☐ 4) 50 - 59 ปี

☐ 5) 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ 3

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) หม้าย

☐ 4) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

- เฉพาะเจ้าหน้าที่
4. ระดับการศึกษา ☐ 4
- ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี
- ☐ 3) ปริญญาโท ☐ 4) สูงกว่าปริญญาโท
5. อาชีพ ☐ 5
- ☐ 1) รับราชการ ☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว
- ☐ 4) อื่นๆ (ระบุ).....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 6
- ☐ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 2) 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท ☐ 4) 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 5) 40,001 – 50,000 บาท ☐ 6) ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ☐ 7
- ☐ 1) 1 – 3 คน ☐ 2) 4 – 6 คน
- ☐ 3) มากกว่า 6 คน

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการเลือกประมวลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เฉพาะ
อสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดตอบทุกข้อด้วยการเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน.....ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
เพียงช่องเดียวเท่านั้น

ด้านลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

8. รูปแบบบ้าน ☐ 8
- ทันสมัย $\frac{\quad}{5}$: $\frac{\quad}{4}$: $\frac{\quad}{3}$: $\frac{\quad}{2}$: $\frac{\quad}{1}$ ล้าสมัย
9. แบบบ้านที่ให้เลือก ☐ 9
- มาก $\frac{\quad}{5}$: $\frac{\quad}{4}$: $\frac{\quad}{3}$: $\frac{\quad}{2}$: $\frac{\quad}{1}$ น้อย
10. เนื้อที่ดินและขนาดพื้นที่ให้เลือก ☐ 10
- หลากหลาย $\frac{\quad}{5}$: $\frac{\quad}{4}$: $\frac{\quad}{3}$: $\frac{\quad}{2}$: $\frac{\quad}{1}$ ไม่หลากหลาย
11. อายุของบ้าน ☐ 11
- ใหม่ $\frac{\quad}{5}$: $\frac{\quad}{4}$: $\frac{\quad}{3}$: $\frac{\quad}{2}$: $\frac{\quad}{1}$ เก่า

12. สภาพของบ้าน

เฉพาะเจ้าหน้าที่

☐ 12

ดี

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ทรุดโทรม

13. ความสบายในการอยู่อาศัย

☐ 13

ร่มรื่นเย็นสบาย

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ร้อนอบอ้าว

ด้านสภาพแวดล้อมของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

14. ชุมชนใกล้เคียง

☐ 14

ชั้นสังคมระดับสูง

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ชั้นสังคมระดับล่าง

15. ความใกล้เคียงกับย่านชุมชน

☐ 15

ไม่แออัด

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

แออัด

16. สภาพการจราจร

☐ 16

ไม่ติดขัด

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ติดขัด

17. สภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้าน

☐ 17

ไม่มีมลภาวะ

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

มีมลภาวะ

18. ที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียงบ้าน

☐ 18

มีที่จอดรถ

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ไม่มีที่จอดรถ

19. ความสูงของพื้นที่

☐ 19

สูง (น้ำไม่ท่วม)

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ต่ำ (น้ำท่วม)

20. การดูแลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ

☐ 20

ทั่วถึง

 $\frac{\quad}{5} :$ $\frac{\quad}{4} :$ $\frac{\quad}{3} :$ $\frac{\quad}{2} :$ $\frac{\quad}{1}$

ไม่ทั่วถึง

เฉพาะเจ้าหน้าที่

21. ความปลอดภัยในการอยู่อาศัย

ปลอดภัย

5

:

4

:

3

:

2

:

1

ไม่ปลอดภัย

21

22. ความใกล้เคียงสิ่งอำนวยความสะดวก

ใกล้เคียง

5

:

4

:

3

:

2

:

1

ห่างไกล

22

ด้านราคาของอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาด

23. ราคาที่ธนาคารปล่อยขายเมื่อเปรียบเทียบกับราคาตลาด

ถูกกว่า

5

:

4

:

3

:

2

:

1

แพงกว่า

23

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข่าวการจัดงานมหกรรมขายทอดตลาด

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

- 24.. ท่านทราบข้อมูลการขายทอดตลาดจากแหล่ง หรือสื่อโฆษณาใดมากที่สุด
- 24
- ☐ 1) โทรทัศน์

☐ 2) วิทยุ

☐ 3) หนังสือพิมพ์

☐ 4) ป้ายผ้าโฆษณา

☐ 5) แผ่นพับ/ใบปลิว

☐ 6) อินเทอร์เน็ต

☐ 7) พนักงานธนาคาร

☐ 8) การบอกต่อของผู้เข้าประมูล

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

- 25.ประเภทอสังหาริมทรัพย์และเนื้อที่ที่ต้องการประมูลซื้อมากที่สุด
- 25
- ☐ 1) บ้านเดี่ยว

เนื้อที่.....ตารางวา

☐ 2) ทาวน์เฮ้าส์

เนื้อที่.....ตารางวา

☐ 3) อาคารพาณิชย์

เนื้อที่.....ตารางวา

☐ 4) บ้านแฝด

เนื้อที่.....ตารางวา

☐ 5) ที่ดินว่างเปล่า

เนื้อที่.....ตารางวา

☐ 6) ห้องชุด/ คอนโดมิเนียม

เนื้อที่.....ตารางเมตร

เฉพาะเจ้าหน้าที่

26. ราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการประมูลซื้อประมาณ.....บาท ☐ 26

27. วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้าประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด เพื่อสิ่งใดมากที่สุด ☐ 27

- ☐ 1) เพื่อยู่อาศัย
- ☐ 2) เพื่อการเก็งกำไร
- ☐ 3) เพื่อการค้าขาย
- ☐ 4) เพื่อการลงทุน

28. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ท่านใช้เป็นเกณฑ์ต่อไปนี้ คิดเป็นคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ☐ 28

- 1) บริการให้สินเชื่อกู้ซื้อบ้าน / และตกแต่งบ้าน
- 2) บริการอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยคงที่
- 3) ยกเว้น หรือลดหย่อน ค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ
- รวม 100 คะแนน

29. เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่กรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ต่อไปนี้ คิดเป็นคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ☐ 29

- 1) คุณภาพอสังหาริมทรัพย์
- 2) ราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด
- รวม 100 คะแนน

ขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) |
| 2. อาจารย์วรินทรา ศิริสุทธิกุล | คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) |

ภาคผนวก ค
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/4489

วันที่ 19 เมษายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มี
ผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์” โดยมี
รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ
รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ อาจารย์วรินทร์า ศิริสุทธิกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม
ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาด
ของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี
บางขุนนนท์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ
แบบสอบถามให้ นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0519.12/44๑๐



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

19 เมษายน 2547

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน อธิบดีกรมบังคับคดี บางขุนนนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิติมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ประชาชนผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดของทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภกรณ์ หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัพท 02-5442660 มือถือ 01-9200175

ที่ ศธ 0519.12/4491



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

19 เมษายน 2547

เรื่อง ขออนุญาตออกรายการวิทยุ

เรียน อธิการบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประชุมสื่อมวลชนต่อการขายทอดตลาดของทรัพย์สินที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ประชาชนผู้เข้าร่วมประชุมสื่อมวลชนต่อการขายทอดตลาดที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี ตอบแบบสอบถามทัศนคติและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประชุมสื่อมวลชนต่อการขายทอดตลาดของทรัพย์สินที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดร่วมกับกรมบังคับคดี บางขุนนนท์ ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตออกรายการวิทยุ ได้โปรดพิจารณาให้ นายสุรัชย์ กำแหงเดชพล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-5442660 มือถือ 01-9200175

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายสุรัชย์ กำแพงเดชพล
วันเดือนปีเกิด	15 ธันวาคม 2507
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	55/256 ซอยอยู่เย็น ถนนรามอินทรา แขวงจระเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
ที่ทำงาน	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ ตำแหน่ง ผู้จัดการเขตจัดการทรัพย์สินรัชโยธิน 3
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2519	โรงเรียนดุสิตพิทยาย
พ.ศ. 2524	โรงเรียนดุสิตพิทยาย
พ.ศ. 2527	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นต้น สาขาวิชาบัญชี โรงเรียนดุสิตพิทยายพาณิชยการ
พ.ศ. 2529	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษา วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
พ.ศ. 2533	คณะศึกษาศาสตร์ สาขาธุรกิจศึกษา(การบัญชี) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ