

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอการขาย ของบริษัทบริหาร สินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต

## Factors Affecting the Purchasing Decision of People in Purchasing Foreclosed Properties of Bangkok Commercial Asset Management Public Co.Ltd., Phuket Office

จิรภัทร บุญญรัตน์ Jirapat Boonyarat<sup>1</sup>

กุลวดี ลิ้มอุสันโน Kulwadee Lim-u-sanno<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไปจำนวน 385 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยอัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เชิงอนุมานด้วยการทดสอบค่า T (T-test) การทดสอบค่า F (F-test) โดยเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับ ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายด้านอายุ สถานภาพ สมรส อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ประเภทของทรัพย์สินรอการขาย ช่องทางการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย ระยะเวลาตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย วัตถุประสงค์ที่ซื้อทรัพย์สินรอการขาย ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ทั้งนี้งานวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

**คำสำคัญ:** บริษัทบริหารสินทรัพย์ ทรัพย์สินรอการขาย การตัดสินใจซื้อ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Email: noonickkrabi@gmail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Email: kulwadee.l@psu.ac.th

## Abstract

This study aims to investigate the behaviors and factors influencing the decision to purchase pending properties of Bangkok Commercial Asset Management Public Company Limited in their Phuket office. The sample group for this study consists of individuals aged 25 and above, totaling 385 samples. Statistical analyses used in data analysis include percentages, means, frequency distributions, and standard deviations. Additionally, inferential analyses are conducted using T-tests, F-tests for one-way ANOVA, and multiple regression analysis at a 95% confidence level or 5% margin of error.

The study findings reveal that: 1) Personal factors such as age, marital status, occupation, and differing income levels significantly influence the decision to purchase pending properties. 2) Consumer behavior factors, including the type of pending properties, purchasing channels, decision-making timeframes, purchasing objectives, stakeholders in the decision-making process, and decision-making processes, all have an impact on the decision to purchase pending properties. 3) Marketing mix factors, such as physical attributes and presentation, marketing promotion, process, and pricing, all have an impact on the decision to purchase pending properties. This study is beneficial in understanding the customer groups interested in purchasing pending properties.

**Keywords:** Asset management company, Non-Performing Assets (NPA), Purchasing Decision

## บทนำ

เมื่อปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤตทางการเงินมีผลทำให้ประชาชนที่กู้เงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นๆ ไม่สามารถที่จะชำระเงินคืนแก่ธนาคารหรือสถาบันการเงินได้มีผลทำให้เกิดหนี้เสียจำนวนมาก ตัวอย่าง บ้าน ที่ดิน ถูกสถาบันการเงินยึด และสถาบันการเงินขาดสภาพคล่องเพราะมีการถือสินทรัพย์อยู่จำนวนมากที่ไม่สามารถขายออกได้ มาจากการยึดจากลูกหนี้ธนาคาร (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ต่อมารัฐบาลโดย กระทรวงการคลัง มีนโยบายให้มีการซื้อหนี้เสียที่สถาบันการเงินถือไว้มาบริหารจัดการ เพื่อให้สถาบันการเงินลดภาระในการสำรองเงินกู้และมีเงินสดหมุนเวียนสถาบันของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ในการซื้อหนี้เสียจากสถาบันการเงิน ได้แก่ บริษัท

บริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน (พระราชกำหนดบรรษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงินพุทธศักราช 2540 หมวดการจัดตั้งและเงินทุนอ้างอิงในข่าวกฎหมายและประกาศ, 2540) ต่อมาเมื่อสถาบันที่ซื้อทรัพย์สินเสียของเอกชนและต่างชาติเพิ่มขึ้น ซึ่งนโยบายการเมือง การแก้ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เรียกว่า (Non-Performing Loan: NPLs) (สุกัญญา มุลกลาง, 2560)

นโยบายการดำเนินการแก้ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ในปัจจุบันได้ส่งผลให้มีการถือครองทรัพย์สินรอการขาย (Non-Performing Asset : NPA ) ในปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสถาบันการเงินมีการเข้าไปประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่รับจำนองไว้ออกขายทอดตลาดตามคำสั่งศาลโดยกรมบังคับคดี (ธีศิษฐ์ อธินันท์, 2562) เพื่อที่จะได้รับชำระหนี้ส่วนที่ค้างอยู่ และดำเนินคดีต่อไปโดยไม่เสียสิทธิและผลประโยชน์ของบริษัท

เหตุผลที่พบว่าบริษัทบริหารสินทรัพย์ซื้อหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มาบริหารต่อ และได้ซื้อทรัพย์สินจำนองจากการขายทอดตลาดหรือได้มาโดยการซื้อจากสถาบันการเงิน เพื่อขายต่อเรียกว่าทรัพย์สินรอการขาย ซึ่งในการถือครองทรัพย์สินรอการขายไม่สามารถขายได้เท่ากับจำนวนที่ซื้อมา อาจจะเป็นเพราะ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลที่ได้สามารถระบุประเภทและความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกทรัพย์สินรอการขาย (NPA ) และระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัย ว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใด (วิณา ธิระโสภณ, 2558)

บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ โดยมีส่วนช่วยเหลือลูกหนี้และแก้ไขปัญหาหาสถาบันการเงิน (บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2564) และมีสำนักงานอยู่ 26 แห่งทั่วประเทศ สำนักงานภูเก็ต เป็นสำนักงานที่อยู่ในภาคใต้โดยมีพื้นที่ดูแลสินทรัพย์ทั้งหมด 3 จังหวัดด้วยกัน คือ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่

สำหรับในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นเมืองท่องเที่ยวทำรายได้สูงเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศซึ่งมีเม็ดเงินเข้าสู่จังหวัดภูเก็ตจำนวนมาก (วันเพ็ญ พุทธานนท์, 2564) กลับพบว่าบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีสินทรัพย์รอการขายในปัจจุบันจำนวนมาก ไม่สามารถขายออกได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจที่จะดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต ด้วยบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต ถือครองมูลค่าอสังหาริมทรัพย์เป็นอันดับที่ 1 ของประเทศ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต เพื่อนำไปกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของบริษัท
2. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และพนักงานสถาบันการเงินที่คล้ายคลึงกันได้แนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาธุรกิจบริหารสินทรัพย์
3. เมื่อจบงานนี้แล้วจะได้หัวข้อวิจัยใหม่เกี่ยวกับผลการตัดสินใจของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต

## การทบทวนวรรณกรรม

บริษัท ออลพรีอเพอร์ตี มีเดีย จำกัด (2565) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ ทรัพย์สินรอการขาย (Non-Performing Asset หรือ NPA) หรือเรียกอีกอย่างว่า ทรัพย์สินของธนาคาร เป็นทรัพย์สินจากการที่เจ้าของเดิมซื้อมาแล้วไม่ชำระหนี้แก่ธนาคารได้ตามกำหนด ธนาคารจึงต้องยึดทรัพย์ดังกล่าวเพื่อนำมาขายทอดตลาดเพื่อนำเงินมาชำระหนี้

โสภณ พรโชคชัย (2564) ได้ให้ประเภทของอสังหาริมทรัพย์แบ่งแยกเป็น 5 กลุ่มหลักๆ ตามลักษณะของอสังหาริมทรัพย์ดังนี้

1. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการเกษตร เช่น สวนเกษตร หรือการจัดสรรที่ดินเพื่อการทำการเกษตรเป็นหลัก

2. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย เช่น โครงการที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารชุด อพาร์ทเมนต์ให้เช่า ฯลฯ

3. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ เช่น มินิออฟฟิศ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า โรงแรม ตลาดสด อาคารจอดรถให้เช่า ฯลฯ

4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรม เช่น มิניแฟคตอรี สวน อุตสาหกรรม หรือเขตอุตสาหกรรม ซึ่งก็คือนิคมอุตสาหกรรมที่พัฒนาโดยภาคเอกชน ส่วนนิคมอุตสาหกรรมที่พัฒนาโดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยหรือร่วมกับภาคเอกชนดำเนินการ ให้ใช้ชื่อว่า “นิคมอุตสาหกรรม” ฯลฯ

5. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักผ่อน เช่น โรงแรมตามอากาศ รีสอร์ทอาคารชุดตากอากาศ ฯลฯ

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับทรัพย์สินรอการขาย ทรัพย์สินรอการขายจะเป็นของสถาบันการเงินเป็นหลัก ซึ่งมาจากการยึดทรัพย์และขายทอดตลาดตามคำสั่งศาลเพื่อนำเงินมาชำระหนี้ และแบ่งประเภทอสังหาริมทรัพย์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการเกษตร อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีการใช้ประโยชน์แต่ละประเภทแตกต่างกัน

พัชรินทร์ เจริญสุข และผุสดี พลสารัมย์ (2563) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริหาร (7P's) เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าตราสินค้าทรัพย์สินรอการขาย (NPAs) ของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (BAM) พบว่ามีสาเหตุ 3 ปัจจัยที่ควรปรับปรุง คือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านราคา (Price) แนวทางการเลือกการแก้ไขปัญหามี 3 แนวทางตามลำดับตามนี้ แนวทางเลือกที่ 1 การประชาสัมพันธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการลดราคาทรัพย์สินของ BAM ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางเลือกที่ 2 การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายทรัพย์สินทางออนไลน์ทุกช่องทางให้ใช้งานง่ายและน่าสนใจมากขึ้น และแนวทางเลือกที่ 3 การพัฒนาศักยภาพพนักงานให้บริการต้อนรับและประสานงาน ซึ่งแนวทางเลือกทั้งหมดมีข้อดี ข้อเสียและงบประมาณที่แตกต่างกัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประชาชนที่สนใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งในกรณีนี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 (Cochran, W.G., 1977) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ตามตัวแปรอิสระที่ศึกษาจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ อัตราร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย จำแนกตามเพศ (t-test)

	ชาย (n=171)		หญิง (n=214)		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
การตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย	3.90	0.60	3.89	0.63	0.296	0.767

\* ที่ระดับนัยสำคัญ คือ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ทดสอบค่า F-test)

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3	32.657	10.886	37.416	0.000*
	ภายในกลุ่ม	381	110.845	0.291		
	รวม	384	143.502			
สถานภาพสมรส	ระหว่างกลุ่ม	2	15.909	7.955	23.816	0.000*
	ภายในกลุ่ม	382	127.592	0.334		
	รวม	384	143.502			
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ระหว่างกลุ่ม	2	1.945	0.972	2.624	0.074
	ภายในกลุ่ม	382	141.557	1.937		
	รวม	384	143.502			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.196	1.639	4.591	0.000*
	ภายในกลุ่ม	379	135.306	0.357		
	รวม	384	143.502			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	5	14.722	2.944	8.665	0.000*
	ภายในกลุ่ม	379	128.780	0.340		
	รวม	384	143.502			

\* ที่ระดับนัยสำคัญ คือ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 การทดสอบปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (F-test)

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	2	27.253	13.627	44.778	0.000*
	ภายในกลุ่ม	382	116.248	0.304		
	รวม	384	143.502			
ประเภทของทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	9	11.262	1.251	3.549	0.000*
	ภายในกลุ่ม	375	132.239	0.353		
	รวม	384	143.502			
ช่องทางการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	14.569	10.735	10.735	0.000*
	ภายในกลุ่ม	380	128.933	0.339		
	รวม	384	143.502			
ระยะเวลาตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	11.317	2.829	8.133	0.000*
	ภายในกลุ่ม	380	135.385	0.348		
	รวม	384	143.502			
วัตถุประสงค์ที่ซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	11.570	3.857	11.137	0.000*
	ภายในกลุ่ม	381	131.932	0.346		
	รวม	384	143.502			
ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	23.182	7.727	24.469	0.000*
	ภายในกลุ่ม	381	120.320	0.316		
	รวม	384	143.502			
ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	12.464	4.155	12.080	0.000*
	ภายในกลุ่ม	381	131.038	0.344		
	รวม	384	143.502			

\* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ประเภทของทรัพย์สินรอการขาย ช่องทางการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย ระยะเวลาตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย วัตถุประสงค์ที่ซื้อทรัพย์สินรอการขาย ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4 แสดงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.355	0.140		2.542	0.011*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.012*	0.057	0.010*	0.208	0.835
ด้านราคา	0.120	0.045*	0.129	2.643	0.009*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.048*	0.057	0.050*	0.846	0.398
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.240	0.054	0.258	4.474	0.000*
ด้านบุคคล	0.047*	0.051	0.053	0.928	0.354
ด้านกายภาพและการนำเสนอ	0.250	0.054	0.247	4.592	0.000*
ด้านกระบวนการ	0.174	0.049	0.188	3.545	0.000*

R = 0.840    R Square = 0.706    Adjusted R Square = 0.700    S.E. = 0.334

\* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย พบว่าด้านกายภาพและการนำเสนอมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

## สรุปผลการศึกษา

### 1 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่าด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพและด้านรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่ไม่แตกต่างกัน

### 2 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย มีดังนี้ ผู้ที่สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขายคือประชาชนทั่วไป วัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน ประเภทของทรัพย์สิน คือ บ้านเดี่ยว การตัดสินใจซื้อจากการดูสภาพบ้านจริง โดยมีครอบครัวเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจ ใช้เวลาในการตัดสินใจ 31 – 45 วัน และช่องทางการเลือกซื้อทรัพย์สิน คือ สำนักงาน

### 3 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายพบว่า ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย

#### อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 1 ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีความสนใจที่จะตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต แตกต่างกัน เนื่องจากประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของบุคคลมีความหลากหลาย ทำให้พฤติกรรมความสนใจที่ต้องการเลือกซื้อแตกต่างกันออกไป ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวิษณุ ศิริทัพบ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชญา ฑีฆาอุตมากรและญาณพล แสงสันต์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตพิษณุโลก พบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 2 ซึ่งพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ประเภทของทรัพย์สินรอการขาย ช่องทางการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย ระยะเวลาตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย วัตถุประสงค์ที่ซื้อทรัพย์สินรอการขาย ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย และขั้นตอนการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย ที่แตกต่างกันมีความสนใจที่จะตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีความสนใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายมีความต้องการหรือกระบวนการที่แตกต่างกันทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัช สหเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิจิตร พบว่า ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทระ ลิ้มกาญจนา (2566) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่าประเภทของบ้านจัดสรร วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และแหล่งข้อมูลบ้านจัดสรรแตกต่างกันส่งผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ นางสาววรรณกรณ์ ชาญยุทธกร (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนที่มีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหนึ่งของผู้บริโภคในการพิจารณาความเหมาะสมของสินค้า ซึ่งในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อหากสนใจจะนำไปสู่ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

จากผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสนใจที่จะตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานครจำกัด (มหาชน) สำนักงานภูเก็ต แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่สนใจซื้อให้ความสำคัญกับราคาและขั้นตอนการเสนอรวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมการขายสินทรัพย์ จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ เจริญสุขและผุสดี พลสารัมย์ (2563) การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าตราสินค้าทรัพย์สินรอการขาย (NPAs) ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานครจำกัด (มหาชน) (BAM) พบว่าส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าหรือใช้ตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินของ BAM พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อทรัพย์สินของ BAM และด้านราคา เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของทรัพย์สินของ BAM กับราคาของทรัพย์สินของ BAM นั้น ซึ่งหากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้ายิ่งจะตัดสินใจซื้อ และงานวิจัยของ ธัญวิญญ์ ศิริทัพ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่าด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก

### ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอเป็นปัจจัยที่ทำการศึกษามาแล้วพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายมากที่สุด บริษัทจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอมากที่สุด โดยการติดป้ายขายของทรัพย์สินราคาพิเศษ ควรจะออกแบบให้ทันสมัยและน่าสนใจกว่าทรัพย์สินปกติ เพื่อให้ผู้ที่สนใจเห็นความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด หรือแม้กระทั่งพนักงานในองค์กรควรมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ที่เข้ามาติดต่อสนใจซื้อทรัพย์สิน

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมาจากการศึกษาในครั้งนี้ บริษัทจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากพอๆ กับปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นการจูงใจกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เช่น โอนเร็วฟรีค่าโอน เนื่องจากเป็นโปรโมชั่นที่ทำให้ผู้ซื้อลดค่าใช้จ่าย หรือ

อาจจะเป็นของแถมเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และอาจจะมีการแนะนำโปรโมชั่นของพนักงานอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ที่สนใจซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น

3. ปัจจัยด้านกระบวนการ บริษัทควรมีการจัดการกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือขององค์กร อีกทั้งควรลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเพื่อให้สามารถตอบสนองกับผู้ที่สนใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว และพนักงานของ BAM ควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับผู้ที่สนใจซื้อ เพื่อลดการเกิดปัญหาในภายหลัง

4. ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ 3 อย่างแรก แต่ก็ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย เนื่องจากราคาเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้สนใจซื้อจะสอบถามเป็นลำดับแรก โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความต้องการทรัพย์สินราคาถูก ซึ่งบางครั้งราคาของทางบริษัทฯ อาจจะได้ไม่เป็นไปตามกลไกตลาดหรือบริเวณใกล้เคียงจึงต้องมีการจูงใจในการลดราคาพิเศษสำหรับทรัพย์สินที่ถือครองมานาน โดยราคาทรัพย์สินรอการขายต้องถูกกว่าราคาทรัพย์สินใหม่ในทำเลเดียวกัน จึงจะสามารถจำหน่ายทรัพย์สินเหล่านั้นออกขายได้

### เอกสารอ้างอิง

กรรณกรณ์ ชาญยุทธกร. (2554). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ณิชาญา ทีฆาอุตมากร และญาณพล แสงสันต์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตพิษณุโลก

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). วิกฤตการณ์เศรษฐกิจ ปี 2540.สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2565, จากแหล่งข้อมูล [https://www.botlcr.or.th/item/kc\\_recommendation/0000000014](https://www.botlcr.or.th/item/kc_recommendation/0000000014)

ธัช สหเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

ธศิษฐ์ อธิรัตน์. (2562). การศึกษาปัญหา และกำหนดกลยุทธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย(NPA : Non Performing Asset) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2564). สืบค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.bam.co.th>

บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2564). ผลการดำเนินสายพัฒนาสินทรัพย์ภูมิภาค 2. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2565 จากข้อมูลภายในองค์กร

บริษัท ออลพรีอเพอร์ตี มีเดีย จำกัด. (2562). ทรัพย์สินรอการขาย (NPA) คืออะไร 6 ข้อดี ข้อควรระวัง ก่อนตัดสินใจซื้อ. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2565 ,จาก <https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/ข้อดีของทรัพย์สินรอการขาย-14646>

พระราชกำหนดบรรษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน พุทธศักราช 2540 หมวดการจัดตั้งและเงินทุน. (2540). ข่าวกฎหมายและประกาศ. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2565, จากแหล่งข้อมูล <https://www.ryt9.com/s/lwbe/170111>

พัชรินทร์ เจริญสุข และผุสดี พลสารมย์. (2563). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าตราสินค้าทรัพย์สินรอการขาย (NPAs) ของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (BAM)

ภัทระ ลิ้มกาญจนา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

วันเพ็ญ พุทธานนท์. (2564). เปิดรายได้ท่องเที่ยว ‘เมืองหลัก-เมืองรอง’ ปี 63 อดวูบถ้วนหน้าชมพิชโควิด. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2565 ,จากแหล่งข้อมูล <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/569972/>

วีณา ธิระโสภณ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สุกัญญา มุลกลาง. (2560). สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้(Non-Performing Loan : NPL) ภาคสหกรณ์ไทย ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2565 ,จากแหล่งข้อมูล [https://statistic.cad.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=144](https://statistic.cad.go.th/ewt_dl_link.php?nid=144)

โสภณ พรโชคชัย. (2564). ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กับการซื้อขาย. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565 ,จากแหล่งข้อมูล [https://www.trebs.ac.th/th/news\\_detail.php?nid=78](https://www.trebs.ac.th/th/news_detail.php?nid=78)