



ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายทรัพย์สินของประชาชน
จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ภาณุพล มารักษ์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์รายทอดตลาดของประชาชน
จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

ภาณุพล มารักษ์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.สายสกุล พongมุล)

วันที่ 11 เดือน ๕.๙. พ.ศ. 2552

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล สักดีกะทัศน์)

วันที่ 11 เดือน ๕๐. พ.ศ. ๕๒

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี่ กล่อมธงเจริญ)

วันที่ 11 เดือน ๕๑. พ.ศ. 52

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.อนุสिता เตชเทกิง)

วันที่ 11 เดือน ๕๑. พ.ศ. 52

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่ 14 เดือน ๕.๙. พ.ศ. 2552

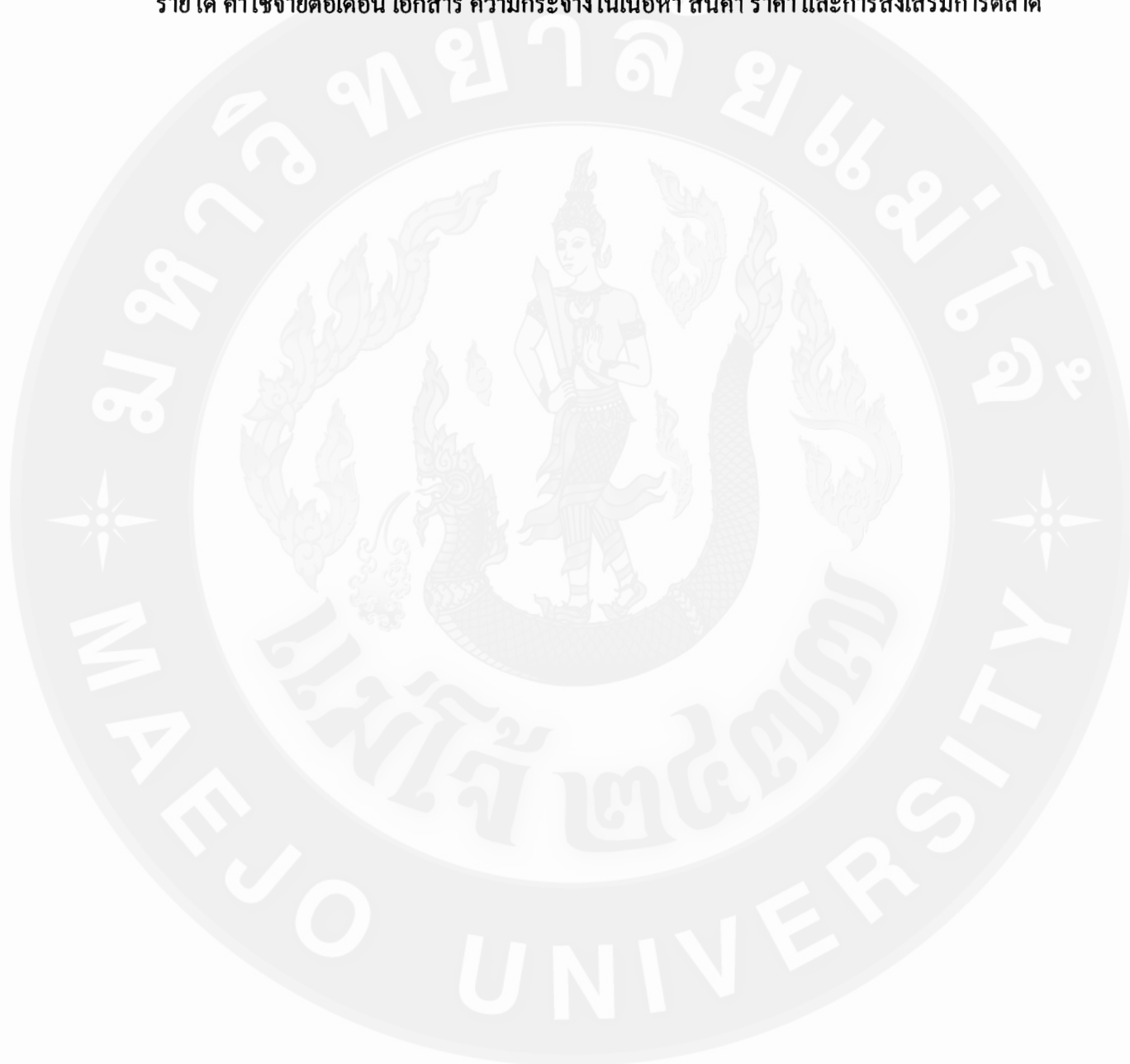
ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายภานุพล มารักษ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สายสกุล ฟองมูล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาด ของประชาชนผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 80 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และการทดสอบไคร้สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีอายุระหว่าง 30-40 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพส่วนตัว รายได้หลักต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ที่มาของรายได้อาชีพหลัก คือ ทำงานเอกชน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนกฎระเบียบในการประมูลให้ความสำคัญในเรื่อง การให้อิสระในการชำระเงิน เช่น ชำระเป็นเงินสด การให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ระยะเวลาการในการชำระเงินและการขอขยายระยะเวลาวางเงิน ส่วนปัจจัยทางการตลาดผู้เข้าประมูลให้ความสำคัญในเรื่อง อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลอยู่ในความสนใจของผู้เข้าร่วมประมูล สามารถวางมัดจำแล้วขยายเวลาการชำระเงินได้ การเลือกชมอสังหาริมทรัพย์จากหลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต อสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมูล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อขายรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ขั้นตอนการดำเนินงาน ราคา การส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการซื้อขาย ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน เอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา สินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาด



Title	Factors Effecting the Behavior on the Purchase of Immovable Property Sold at Auction of the Chiangmai Legal Execution Department Muang District, Chiangmai Province
Author	Mr. Panupol Marak
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Saisakul Fongmul

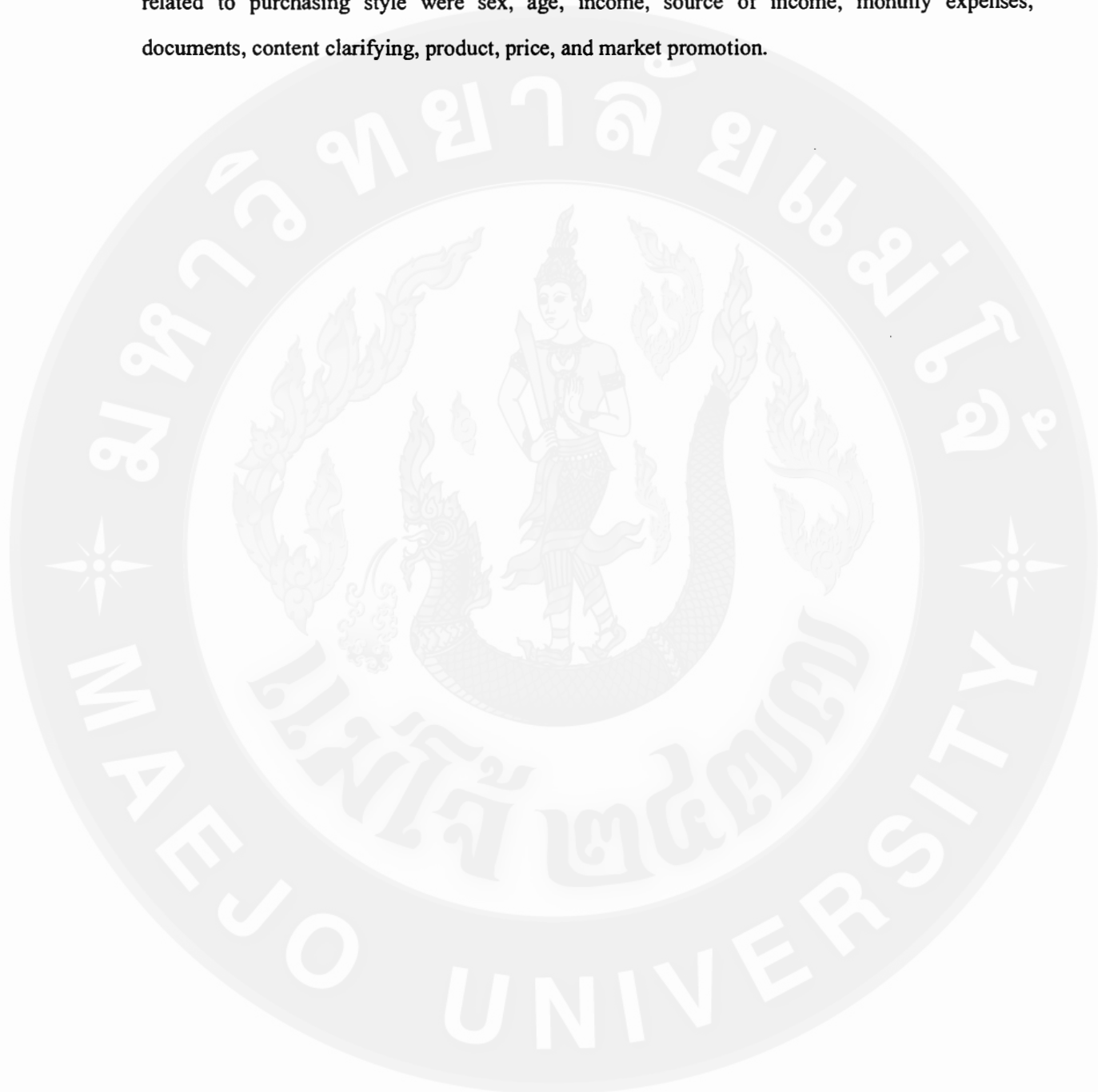
ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the following: 1) personal, economic, market, and auction rule and regulation factors of people purchasing immovable property at auction from the Chiangmai Legal Execution Department in Muang district, Chiangmai province; 2) behavior and factors effecting the behavior on immovable property purchasing of the people; and 3) problems encountered in the purchase of immovable property. Data collection was done with 80 people joining the purchase of immovable property at auction. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences Program. The statistical treatment used in this study were percentage, median, and chi-square.

Results of the study revealed that most of the respondents were male, married, 30 – 40 years old, bachelor's degree graduates, and business owners. They had on average monthly income of 15,001 – 30,000 baht and they had a monthly supplementary income of 10,001 - 20,000 baht.

For rules and regulations of the immovable property at auction, it was found that the operation procedures placed freedom in payment such as cash, having other people to do the auction, duration of payment, and extension of payment. For market factor, the informants placed the importance of the immovable property sold at auction. They could pledge and extended duration of payment. Besides, they could see the immovable property at auction through many channels such as internet. There was also discount during the time of auction.

Factors related to the amount of each purchase were age, occupation, income, source of income, monthly expenses, procedures, price, and market promotion. Meanwhile, factor related to purchasing style were sex, age, income, source of income, monthly expenses, documents, content clarifying, product, price, and market promotion.



กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สาขสกุล ฟองมูล ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล ศักดิ์คะทนต์ และ อาจารย์ ดร.กัญญพัสวีย์ กล่อมขงเจริญ กรรมการที่ปรึกษาที่ได้กรุณาได้แนะนำที่เป็นประโยชน์และช่วยเหลือตรวจสอบแก้ไขปัญหาพิเศษของข้าพเจ้ามาโดยตลอด จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และอาจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถลิง ประธานกรรมการบริหารประจำหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ทำให้การชี้แนะตลอดระยะเวลาของการศึกษา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ เป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ ลูกค้ำผู้เข้าร่วมการประมวลการซื้อสังหาริมทรัพย์ ขยายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่กรุณาให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ ๆ และน้อง ๆ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 13 ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ศึกษาตลอดมาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ ข้าพเจ้าจะใช้องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาให้เป็นประโยชน์ในหน้าที่การงาน สังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ภานุพล มาร์กย์

ธันวาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
กรมบังคับคดี	9
หลักการขายทอดตลาด	10
หลักการซื้อขายสังหาริมทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์	13
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	38
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	56
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
ภาคสรุป	64
กรอบแนวคิดในการวิจัย	64
สมมติฐานการวิจัย	66
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	67
สถานที่ดำเนินการวิจัย	67
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	67
เครื่องมือในการวิจัย	68
การทดสอบเครื่องมือ	69
วิธีการรวบรวมข้อมูล	69

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	70
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์	72
ส่วนที่ 1 ปึงจัยส่วนบุคคล และปึงจัยทางเศรษฐกิจ ของผู้เข้าร่วมประมุล การซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	72
ส่วนที่ 2 กฎระเบียบในการประมุลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับ คดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	79
ส่วนที่ 3 ปึงจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	83
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	89
ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	92
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	94
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
สรุปผลการวิจัย	98
อภิปรายผล	104
ข้อเสนอแนะ	111
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	117
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	118
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	129

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาด ของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	68
2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้หลัก รายได้เสริม ที่มาของรายได้หลัก ที่มาของรายได้เสริม และค่าใช้จ่ายต่อเดือน	76
3 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านขั้นตอนการดำเนินงาน	80
4 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านเอกสาร	81
5 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาย ทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านความกระจ่างในเนื้อหา	83
6 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้าน ผลิตภัณฑ์	85
7 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านราคา	86
8 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	87
9 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการส่งเสริมการตลาด	88

ตาราง	หน้า
10 พฤติกรรมการซื้อสิ่งห้ามจำหน่ายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน บังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง	90
11 พฤติกรรมการซื้อสิ่งห้ามจำหน่ายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน บังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านลักษณะการซื้อ	91
12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการ ประมูลและปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสิ่งห้ามจำหน่าย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณ การซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง โดยใช้ค่าไคร์สแควร์ ($n = 80$)	95
13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการ ประมูล และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสิ่งห้ามจำหน่าย ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้าน ลักษณะการซื้อ โดยใช้ค่าไคร์สแควร์ ($n = 80$)	97

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix)	42
2	แสดงรายละเอียดแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)	43
3	แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	46
4	แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (model of consumer behavior)	47
5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	65

บทที่ 1

บทนำ

ที่ดินเป็นอสังหาริมทรัพย์พื้นฐานที่จัดว่ามีความสำคัญที่สุด เพราะเป็นรากฐานของอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ ในทุกๆ ประเภท เช่น บ้าน สิ่งปลูกสร้าง ดินไม้ ทรัพย์สินอื่นๆ และยังเป็นสินทรัพย์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมากมาย เช่น เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ผลิตอาหาร ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค อีกทั้งยังใช้ในการสร้างที่อยู่อาศัย สร้างอาคารบ้านเรือน สร้างสำนักงาน และโรงงาน เป็นต้น (อนุชา กุลวิสุทธิ, 2549)

ด้วยความสำคัญดังกล่าว จึงทำให้อสังหาริมทรัพย์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเราอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ธุรกรรมปกติที่คุ้นเคยกันดี ได้แก่ การซื้อขายแลกเปลี่ยน เช่น จำนอง ค้ำประกัน การขายฝาก แบ่งแยก และมรดก เป็นต้น นอกเหนือจากชีวิตประจำวันของ คนทั่วไปแล้ว ในอีกด้านหนึ่งที่ดินยังสามารถใช้ลงทุนหากำไรเพื่อสร้างความร่ำรวยมั่งคั่งให้กับผู้ลงทุนได้เป็นอย่างดีด้วย ทั้งนี้ถ้าสืบจากประวัติของบุคคลระดับสูงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จะพบว่าเก้าในสิบคนล้วนมีฐานะ โดยมีพื้นฐานมาจากการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับที่ดินทั้งสิ้น จนเป็นที่กล่าวกันว่า “ความร่ำรวยจะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าปราศจากการลงทุนในที่ดิน” เนื่องจากสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าระยะนี้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวน้อยกว่าแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจในหลายประเทศทั่วโลก โดยเปรียบเทียบกับการ “ตกห้องข้าง” หรือ การหยุดชะงักเล็กน้อยในช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อตลาดลงทุนในไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาทางการเงินที่ไม่ชัดเจน ซึ่งส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศได้ปรับค่าประมาณการณัฒ์ตัวเลขการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากขึ้น และพบว่าเป็นตัวเลขที่น้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตาม ได้มีการคาดการณ์กันว่า ตั้งแต่ช่วงไตรมาส 3/50 เป็นต้นไปต่อเนื่องไปจนถึงปีหน้า อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจะมีทิศทางที่ดีขึ้นได้ หากมีความชัดเจนทางการเงินมากขึ้น ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์แล้วว่าในปีหน้าจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าในปีนี้อย่างน้อย 1 เปอร์เซ็นต์ (moneychannel, 2551: online)

จากการเปิดเผยรายงานการสรุปผลในภาพรวมของการวิจัยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยในครึ่งปีแรกของปี 2551 โดยฝ่ายวิจัยและพัฒนา กล่าวว่า ล่าสุดได้ทำการวิจัยทั้งในส่วนตลาดแนวราบและแนวสูง โดยตลาดแนวราบนั้นยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในครึ่งปีแรกมีจำนวนยูนิตเสนอขายบ้านเดี่ยวรวม 21,102 ยูนิต จากจำนวน 430 โครงการ ซึ่งเป็นยูนิตของโครงการเปิดใหม่ จำนวน 2,136 ยูนิต จากจำนวน 38 โครงการ และพื้นที่ทางด้านทิศเหนือมี

ยูนิตเสนอขายมากที่สุด คือจำนวน 7,034 ยูนิต หรือประมาณ 35 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนทั้งหมด สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดตามระดับราคาที่สูงที่สุด อยู่ในราคา 3-5 ล้านบาท จำนวน 9,629 ยูนิต หรือ ประมาณ 45 เปอร์เซ็นต์ ตามมาด้วยราคา 5-7 ล้านบาท จำนวน 4,095 ยูนิต และราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 4,080 ยูนิต ซึ่งจะมีสัดส่วนเท่ากันที่ 19 เปอร์เซ็นต์ ส่วนบ้านเดี่ยวระดับบนตั้งแต่ ราคา 7 ล้านบาทขึ้นไปนั้น ครองส่วนแบ่งที่ 16 เปอร์เซ็นต์ โดยที่ระดับราคา 7-10 ล้านบาท จำนวน 2,231 ยูนิต (11 เปอร์เซ็นต์) ราคา 10-20 ล้านบาท จำนวน 747 ยูนิต (4 เปอร์เซ็นต์) และราคา มากกว่า 20 ล้านบาท จำนวน 320 ยูนิต (2 เปอร์เซ็นต์) ตามลำดับ จะเห็นได้ชัดว่า การขยายตัวของ บ้านเดี่ยวยังคงอยู่ในระดับกลางจนถึงระดับล่างเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ ทำให้ ส่วนแบ่งทางการตลาดของบ้านเดี่ยวระดับราคากลางจนถึงระดับล่าง อยู่ที่ 80 เปอร์เซ็นต์ ขึ้นไปของ ยูนิตเสนอขายทั้งหมด ในทุกๆรอบสำรวจโดยเฉพาะบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทยังคงเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้ พบว่าผู้ประกอบการหลายรายเริ่มมีการปรับราคาขายขึ้น เนื่องจากต้นทุนการก่อสร้างที่เพิ่ม สูงขึ้นอีก 10-15 เปอร์เซ็นต์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เคยพัฒนาโครงการในระดับราคาต่ำกว่า ราคา 1 ล้านบาท มีสัดส่วนลดลงอย่างเห็นได้ชัดจาก 23 เปอร์เซ็นต์ ในครึ่งปีหลังของปี 2550 เป็น 17 เปอร์เซ็นต์ ในรอบนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดย คาดการณ์ว่าโครงการที่จะเปิดขายในอนาคตจะยังยึดอยู่ที่ราคา 3-5 ล้านบาท เนื่องจาก มี มาตรการสนับสนุนการซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์และห้องชุด (พลัส ฟรีออฟเพอร์ดี, 2551: online)

ตามมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2551 (เพื่อความมั่นคงในทาง เศรษฐกิจ ของประเทศ สนับสนุนการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เป็นเวลา 1 ปี)

1. ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน

- 1.1 การโอน จากค่าธรรมเนียมการโอน 2 เปอร์เซ็นต์ ลดเหลือ 0.01 เปอร์เซ็นต์
- 1.2 การจำนอง จากค่าธรรมเนียมการจำนอง 1 เปอร์เซ็นต์ ลดเหลือ 0.01

เปอร์เซ็นต์

2. ประเภทการจดทะเบียนอสังหาริมทรัพย์ที่ได้สิทธิตามมาตรการ

2.1 สำหรับการจดทะเบียนโอนและจดทะเบียนจำนองอสังหาริมทรัพย์ตาม ประมวลกฎหมายที่ดิน ในกรณีดังต่อไปนี้

(1) เป็นที่ดิน อาคาร หรืออาคารพร้อมที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรร ที่ดิน หรือการดำเนินการจัดสรรที่ดิน โดยทางราชการหรือองค์การของรัฐบาลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ทำ การจัดสรรที่ดินตามกฎหมาย

(2) เป็นอาคารประเภทดังต่อไปนี้

(ก) บ้านเดี่ยว

(ข) บ้านแฝด

(ค) บ้านแถว

(ง) อาคารพาณิชย์

2.2 สำหรับการจดทะเบียนการโอนและการจดทะเบียนการจำนองห้องชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด ในกรณีดังต่อไปนี้

(1) การโอนกรรมสิทธิ์และการจำนองห้องชุดทั้งหมดในอาคารชุด ซึ่งจดทะเบียนอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

(2) การโอนกรรมสิทธิ์และการจำนองห้องชุดในอาคารชุด ซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

2.3 สำหรับการจดทะเบียนการโอนอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารสำนักงาน โดยอาคารสำนักงานต้องเป็นอาคารหรืออาคารพร้อมที่ดินที่ได้รับใบอนุญาตให้ก่อสร้างหรือใบรับแจ้งการก่อสร้างเป็นอาคารสำนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

3. ภาษี – อาคาร

3.1 ภาษีเงินได้และอากรแสตมป์ เรียกเก็บปกติ

3.2 ลดอัตราภาษีธุรกิจเฉพาะ จากเดิมอัตราร้อยละ 3.3 (รวมภาษีท้องถิ่นด้วย) ลดลงเหลือร้อยละ 0.11 (รวมภาษีท้องถิ่นด้วย)

4. การใช้บังคับมาตรการ

4.1 อยู่ในระหว่างกรมที่ดินจัดทำประกาศของกระทรวงมหาดไทยลดค่าธรรมเนียมและกรมสรรพากรจัดทำพระราชกฤษฎีกาออกตามประมวลรัษฎากรลดหย่อนภาษีธุรกิจเฉพาะแล้ว นำประกาศในราชกิจจานุเบกษาพร้อมกันเพื่อให้มีผลพร้อมกัน

4.2 ประกาศของกระทรวงมหาดไทยและพระราชกฤษฎีกาจะไม่มีผลย้อนหลังสำหรับการจดทะเบียนซึ่งได้มีการจดทะเบียนและเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ตลอดจนภาษีธุรกิจเฉพาะตามปกติไปแล้วก่อนประกาศฯ และพระราชกฤษฎีกาฯ มีผลใช้บังคับตามกฎหมาย

5. ระยะเวลาใช้บังคับ 1 ปี

นับแต่วันที่ประกาศฯ และพระราชกฤษฎีกามีผลใช้บังคับ

ดังนั้นการซื้อขายหรือลงทุนในอสังหาริมทรัพย์นั้น ไม่มีวันที่จะลดลงมีแต่จะเพิ่มขึ้นและก่อให้เกิดรายได้อย่างมหาศาลในอนาคต (กรมบังคับคดี, 2551: online)

ความสำคัญของปัญหา

กรมบังคับคดีเป็นหน่วยงานหนึ่งในกระบวนการยุติธรรม ซึ่งมีภารกิจหลักเกี่ยวข้องกับงานด้านการบังคับคดีแพ่ง การบังคับคดีล้มละลาย การฟื้นฟูกิจการลูกหนี้ การวางทรัพย์ ตลอดจนการชำระบัญชี เพื่อช่วยขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ และช่วยปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมของประเทศได้มีความเหมาะสมทันเหตุการณ์กับสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การซื้อขายผ่านทางสำนักงานกรมบังคับคดีวิธีหนึ่ง คือ วิธีการประมูล หรือ การขายทอดตลาดที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โดยเป็นการซื้อขายแบบการเข้าสุราค่า ใช้วิธีให้ราคาด้วยปากเปล่า หากเจ้าพนักงานบังคับคดีเห็นว่ามีความต่ำไป เจ้าพนักงานบังคับคดีมีอำนาจถอนทรัพย์ออกจากการขายทอดตลาดได้ และเมื่อเจ้าพนักงานของกรมบังคับคดีเห็นราคาสมควรจะขายราคา พร้อมทั้งนับ 1 - 3 ในระหว่างนี้อาจมีผู้อื่นเข้าสุราค่าได้อีก และก่อนที่เจ้าพนักงานบังคับคดีเคาะไม้ ผู้ให้ราคาสูงสุด อาจถอนคำสุราค่าได้ โดยไม่ต้องผูกพันการให้ราคาของตน การขายทอดตลาดบริบูรณ์ เมื่อเจ้าพนักงานบังคับคดีขายราคา พร้อมทั้งนับ 3 แล้วเคาะไม้ จะเห็นได้ว่าเป็นการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ที่มีความสะดวกรวดเร็วและยุติธรรม

ปัจจุบันปัญหาในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ส่วนหนึ่งเป็นปัญหาการทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินจัดสรรกับผู้ประกอบธุรกิจ เมื่อผ่อนชำระครบแล้วปรากฏว่าไม่ได้กรรมสิทธิ์ในที่ดินจัดสรรดังกล่าว กลไกของผู้ประกอบธุรกิจจัดสรรที่ดินนั้นมีอยู่หลายวิธีและก่อให้เกิดความเดือดร้อนกับประชาชนเป็นอย่างมาก โดยในปัจจุบันประชาชนจึงหันมาซื้ออสังหาริมทรัพย์จากสำนักงานกรมบังคับคดีกันมากขึ้นทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสินค้าจากกรมบังคับคดีมีราคาที่ถูกลงกว่าราคาที่ขายกันในตลาดเพราะได้มีการกำหนดราคาในการประมูลครั้งแรกในราคาร้อยละ 80 ของราคาประเมินและเมื่อไม่มีผู้ซื้อ หรือ มีผู้เสนอราคาแต่ไม่มาโอนรับสินค้าในครั้งแรก ทางกรมบังคับคดีจะนำมาประมูลใหม่ในครั้งที่ 2 อีกครั้ง ในราคาร้อยละ 50 ของราคาประเมินแต่ต้องไม่น้อยกว่าราคาที่มีผู้เสนอสูงสุดในครั้งก่อน ยกตัวอย่างเช่น สินค้าที่เป็นบ้านเดี่ยวมีราคาประเมินที่ 3,000,000 บาท ขึ้นประมูลครั้งที่ 1 ราคาจะอยู่ที่ 2,400,000 บาท และถ้ามีผู้เสนอราคาอยู่ที่ 2,600,000 บาท โดยไม่มีผู้สุราค่าแต่ถูกคัดค้านจากเจ้าของเดิม ต้องทำการประมูลใหม่ในครั้งที่ 2 ในการประมูลครั้งใหม่นี้ก็ยังผูกพันราคาเดิมที่ 2,600,000 บาท และจะจบลงที่ผู้ให้ราคาสูงที่สุด แต่ถ้าหากในการประมูลครั้งที่ 1 ไม่มีผู้เสนอราคา ทางกรมบังคับคดีจะเลื่อนไปประมูลในครั้งที่ 2 ซึ่งในครั้งที่ 2 นี้ราคาในการประมูลจะลดลงร้อยละ 50 คือจากราคา 3,000,000 บาท เหลือราคา 1,500,000 บาท แล้วจึงทำการประมูล ผู้เข้าร่วมคนใดได้เสนอราคาสูงที่สุด จะเป็นผู้ได้สินทรัพย์ที่ประมูลนั้นไป และ

ในการประมูลสินทรัพย์ที่กรมบังคับคดีนั้นมีความโปร่งใสในการทำงาน และสามารถตรวจสอบได้ สามารถประมูลสินค้าได้ตามความต้องการของตัวผู้ซื้อเองมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ และยังไม่ต้องผ่านนายหน้าหรือคนกลางในการซื้อขายอีกด้วย (กรมบังคับคดี, 2551: online)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวยังสามารถใช้เป็นข้อมูลการตัดสินใจในการนำไปวางแผนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาด ของประชาชนผู้ซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หลังจากการวิจัยครั้งนี้ได้เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว คาดว่าจากผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ได้ทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสำนักงานบังคับคดีสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงการให้บริการต่อไปในอนาคต
2. ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้สนใจใน

การซื้อสังหาริมทรัพย์ครั้งต่อไป รวมทั้งยังเป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการซื้อขายสังหาริมทรัพย์ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

3. ผลที่ได้จากการศึกษา สามารถนำมาปรับปรุงสภาพการซื้อขายสังหาริมทรัพย์ในหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการจัดประมวลสังหาริมทรัพย์ของสำนักงานกรมบังคับคดีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. นักวิจัยและผู้สนใจทั่วไป รวมทั้งนิสิตนักศึกษาได้ทราบถึงการดำเนินงานปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อประกอบการค้นคว้า และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการวิจัยในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาครอบคลุมถึงพฤติกรรมใน 2 ด้าน คือ ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง และลักษณะการซื้อ

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครอบคลุม 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และการตลาด

3. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 80 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2551

นิยามศัพท์

ที่ดิน หมายถึง ทรัพยากรดินภายในอาณาเขตบริเวณที่กำหนด หรือทำเลที่ตั้งที่ทรัพยากรดินนั้นตั้งอยู่

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้อสินค้า หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยออกมาจากความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของ

ผู้บริโภคเอง ได้แก่ ปังจี้ด้านผลิตภัณฑ์ ปังจี้ด้านราคา ปังจี้ทางด้านการจัดจำหน่าย และปังจี้ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

พฤติกรรมการณ์ซื้อ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของผู้ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการณ์เลือกซื้อที่อสังหาริมทรัพย์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในการดำเนินการจัดหาซื้ออสังหาริมทรัพย์

สำนักงานบังคับคดี หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับคดีแพ่ง คดีล้มละลาย งานเกี่ยวกับการวางทรัพย์ได้ขยายอำนาจหน้าที่ทั่วราชอาณาจักร รวมทั้งงานชำระบัญชีห้างหุ้นส่วนบริษัท หรือ นิติบุคคลตามคำสั่งศาลได้ดำเนินการ โดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญงานในหน้าที่ได้เป็นไปอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ที่ดิน ทรัพย์อันติดกับที่ดิน หรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดิน รวมทั้งสิทธิทั้งหลายอันเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ที่ดินด้วย จากนิยามดังกล่าวอาจแบ่งอสังหาริมทรัพย์ออกได้ดังนี้

1. ที่ดิน หมายถึง พื้นดินทั่วไป รวมทั้งภูเขา ห้วย หนอง คลอง บึง บาง ลำน้ำ ทะเลสาบ เกาะและที่ชายทะเลด้วย
2. ทรัพย์อันติดกับที่ดิน ได้แก่ ไม้ยืนต้น อาคาร โรงเรือน หรือ สิ่งก่อสร้างบนที่ดิน เช่น บ้าน คือ สิ่งก่อสร้างที่ปลูกอยู่หลังเดียวโดดๆ พร้อมทั้งเรือนครัว โรงรถ เรือนคนใช้ (ถ้ามี) และเป็นที่อยู่อาศัยของบุคคลในครัวเรือนเดียวกัน หรือบ้านที่ปลูกอาศัยอยู่หลายหลังภายในบริเวณรั้วเดียวกัน และเป็นที่อยู่อาศัยของบุคคลภายในครัวเรือนเดียวกัน ทาวน์เฮาส์ คือ ดึกที่ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 คูหาขึ้นไป โดยมีฝาส่วนกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไปอาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้น ตัวดึกอยู่ลึกเข้ามาจากด้านที่เป็นถนน มีบริเวณที่ว่างหน้าบ้านอาจใช้เป็นที่จอดรถหรือทำประโยชน์อย่างอื่น คอนโดมิเนียม คือกลุ่มห้อง อันเป็นส่วนหนึ่งของตัวอาคาร ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน โดยกลุ่มห้องนี้จะต้องมีห้องครัว ห้องน้ำ ตลอดจนทางเข้าออกห้องชุดเป็นของตนเอง ซึ่งสามารถ แยกการถือกรรมสิทธิ์ออกเป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์ส่วนกลาง โรงงาน คือ โรงงานสำหรับประกอบกิจการอุตสาหกรรม โดยใช้เครื่องจักร ซึ่งเทียบได้เกิน 5 แรงม้าเป็นปัจจัย โกดัง คือ สิ่งก่อสร้างที่ใช้เพื่อเก็บสินค้า อาคารพาณิชย์ คือ อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์แห่งการค้า หรือ โรงงานที่ใช้เครื่องจักร ซึ่งเทียบได้ไม่เกิน 5 แรงม้า หรืออาคารที่ก่อสร้างห่างแนวทางสาธารณะ หรือทาง ซึ่งเป็นที่สาธารณะประโยชน์ไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์แห่งการค้าได้ หอพัก คือ ห้องชุดตามปกติประกอบด้วยห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว ห้องน้ำพร้อมอยู่ในชั้นเดียวกัน และรวมอยู่ใน ดึกหลังใหญ่สำหรับอยู่อาศัยหรือให้เช่า

3. ทรัพย์สิน ประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดิน ได้แก่ แม่น้ำ ลำคลอง แร่ธาตุ กรวด ทราย ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์นำมารวมไว้กับที่ดินจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของพื้นดินตามธรรมชาติ

4. สิทธิทั้งหลายอันเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ได้แก่ กรรมสิทธิ์ในที่ดินที่มีโฉนด สิทธิในการครอบครองในที่ดิน ที่ไม่มีโฉนด ภาระจำยอม สิทธิอาศัย สิทธิเหนือพื้นดิน

การขายทอดตลาด หมายถึง การขายโดยเปิดเผยแก่มหาชน ด้วยวิธีให้โอกาสแก่ผู้ประมูลราคา ซึ่งผู้ใดให้ราคาสูงก็มีสิทธิซื้อทรัพย์สินนั้นได้

ประชาชน หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาด จากสำนักงานบังคับคดี

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดีอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผลการวิจัยอื่น ๆ มาประกอบเป็นหัวข้อต่อไปนี้

1. กรมบังคับคดี
2. หลักการขายทอดตลาด
3. หลักการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์
4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมบังคับคดี

เดิมงานของกรมบังคับคดีมีที่มาจากหน่วยงานราชการระดับกองในสำนักปลัดกระทรวงยุติธรรม 2 กอง คือ กองบังคับคดีแพ่ง และ กองบังคับคดีล้มละลาย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2517 สมัยรัฐบาล ฯพณฯ ศาสตราจารย์สัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นนายกรัฐมนตรี ท่านกิตติ สีหนนท์ เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม ได้เห็นความสำคัญของทั้งสองกองดังกล่าว ประกอบกับงานบังคับคดีแพ่งและงานบังคับคดีล้มละลายเพิ่มขึ้นมาก หน่วยงานที่จัดไว้แต่เดิม ไม่เหมาะสมกับงานที่นับวันแต่จะทวีปริมาณมากขึ้นทุกๆ ปี ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับคดีแพ่ง คดีล้มละลาย งานเกี่ยวกับการวางทรัพย์ได้ขยายอำนาจหน้าที่ที่ทั่วราชอาณาจักร รวมทั้งงานชำระบัญชีห้างหุ้นส่วนบริษัท หรือ นิติบุคคลตามคำสั่งศาล ได้ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญงานในหน้าที่ได้เป็นไปอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รัฐบาลจึงได้ออกพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พ.ศ.2515 (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2517 ให้ยกฐานะกองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย รวมจัดตั้งขึ้นเป็นกรมบังคับคดีอยู่ในสังกัดกระทรวงยุติธรรม แล้วได้ตราพระราชบัญญัติโอนกิจการบริหารงานบางส่วนของสำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม พ.ศ. 2517 โดยให้โอนบรรดาอำนาจหน้าที่ในส่วนเกี่ยวกับกองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย รวมทั้งให้โอนบรรดากิจการ ทรัพย์สิน

ข้าราชการ ลูกจ้าง และเงินงบประมาณของสำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับกองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลายไปเป็นของกรมบังคับคดี และนอกจากนี้ ยังได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ได้แก่ สำนักงานวางทรัพย์กลางและงานอนุญาตตุลาการ เพื่อชี้ขาดถึงข้อพิพาทเกี่ยวกับการวางทรัพย์ภูมิภาคขึ้น รวม 9 ภาค กรมบังคับคดีจึงมีอำนาจหน้าที่บังคับคดีแพ่งและคดีล้มละลาย ตลอดจนวางทรัพย์ทั่วประเทศ แล้วเริ่มดำเนินการในฐานะเป็นกรมบังคับคดีนับแต่นั้นเป็นต้นมา (กรมบังคับคดี, 2551: online)

หลักการขายทอดตลาด

กรมบังคับคดี (2551: online) ได้อธิบายถึงหลักในการขายทอดตลาดของอสังหาริมทรัพย์ มีรายละเอียดและกฎเกณฑ์ตามข้อทางกฎหมายดังต่อไปนี้

หลักเกณฑ์ใหม่ในการขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์

1. ให้เจ้าพนักงานแจ้งราคาประเมินขณะยึดหรือราคาประเมินของฝ่ายประเมินราคาสำนักงานวางทรัพย์กลาง (ถ้ามี) แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่ากัน ลงในประกาศขายทอดตลาด เพื่อให้คู่ความ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนผู้สนใจได้ทราบ ทั้งนี้ไม่กระทบถึงประกาศขายทอดตลาดที่ได้ประกาศไปแล้วก่อนที่อธิบดีจะให้ความเห็นชอบ
2. ในการขายทอดตลาด ให้เจ้าพนักงานกำหนดราคาเริ่มต้นเป็นจำนวนร้อยละแปดสิบของ ราคา ตามข้อ 1. โดยให้ปัดตัวเลขที่เป็นเศษขึ้นเป็นเรือนหมื่น เช่น ราคาประเมินสูงสุดตามข้อ 1. เท่ากับ 1,340,000 บาท ราคาเริ่มต้นที่ 1,080,000 บาท เป็นต้น
3. ให้เจ้าพนักงานถือเอาราคาเริ่มต้นตามข้อ 2. เป็นราคาที่สมควรขาย
4. หากมีราคาที่คณะกรรมการกำหนดราคาทรัพย์ได้กำหนดไว้ ให้ถือเอาราคาของคณะกรรมการฯ เป็นราคาเริ่มต้นและเป็นราคาที่สมควรขาย

ระเบียบและข้อกฎหมาย

1. การขายทอดตลาดที่ดินหรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างให้ผู้เข้าสู่วรากลางซื้อพร้อมที่อยู่ในสมุดรายงานการขายทอดตลาด
2. ผู้ที่เข้าสู่วราคาในนามบุคคลอื่น ต้องแสดงใบมอบอำนาจต่อเจ้าพนักงานบังคับ

คดีก่อนการขายทอดตลาด ถ้าไม่แสดงใบมอบอำนาจ เจ้าพนักงานบังคับคดีจะถือว่า ผู้เข้าสู่วราคาระทำ
ในนามของตนเอง ซึ่งถ้ามีกรณีจะต้องจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ ผู้เข้าสู่วราคาระจะขอเปลี่ยนใส่ชื่อบุคคล
อื่น โดยอ้างว่าตนเป็นตัวแทนมิได้

3. การเข้าสู่วราคาระใช้วิธีให้ราคาด้วยปากเปล่า หากเจ้าพนักงานบังคับคดีเห็นว่า ราคา
ต่ำไป เจ้าพนักงานบังคับคดี มีอำนาจถอนทรัพย์ออกจากการขายทอดตลาดได้

4. เมื่อเจ้าพนักงานบังคับคดีเห็นราคาสมควรจะขายราคา พร้อมทั้งนับ 1 – 3 ใน
ระหว่างนี้ผู้อื่นอาจเข้าสู่วราคาระอีกได้ และก่อนที่เจ้าพนักงานบังคับคดีจะเคาะไม้ ผู้ให้ราคาสูงสุด อาจ
ถอนคำสู่วราคาระได้ โดยไม่ต้องผูกพันการให้ราคาของตน

5. การขายทอดตลาดบริบูรณ์ เมื่อเจ้าพนักงานบังคับคดีขายราคา พร้อมทั้งนับ 3
และเคาะไม้

6. ผู้ซื้อทรัพย์จะต้องวางเงินเป็นประกันในการเสนอราคา ต่อเจ้าพนักงานบังคับคดี
เป็นจำนวนเงินคนละ 50,000 บาท หรือตามที่เจ้าพนักงานบังคับคดีกำหนดไว้เป็นกรณีพิเศษ และ
หากซื้อได้ให้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการชำระราคาพร้อมทำสัญญาชำระเงินส่วนที่เหลือภายใน
กำหนด 15 วัน นับแต่วันซื้อเป็นต้นไป

7. หากผู้ซื้อได้จากการขายทอดตลาดไม่วางเงินตามเงื่อนไข และเจ้าพนักงานบังคับ
คดีนำทรัพย์นั้น ขายทอดตลาดใหม่ได้ราคาต่ำกว่าราคาที่ผู้ซื้อเดิมให้ไว้ ผู้ซื้อเดิมจะต้องรับผิดชอบ
ในส่วนที่ขาด พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

วิธีการและขั้นตอนการประมูล

1. วิธีการและขั้นตอนการประมูล

1.1 หลักฐานที่จะต้องนำมาในการประมูลสังหาริมทรัพย์ (ที่ดิน/ที่ดินพร้อม
สิ่งปลูกสร้างห้องชุด ฯลฯ)

1.1.1 บัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่
ของรัฐหรือบัตรพนักงานรัฐวิสาหกิจ พร้อมสำเนารับรองถูกต้อง 1 ฉบับ

1.1.2 กรณีนิติบุคคลเป็นผู้ซื้อต้องส่งหนังสือรับรองนิติบุคคลที่นายทะเบียน
รับรองไม่เกิน 1 เดือน

1.1.3 กรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิด
อากรแสตมป์ 30 บาท และมีหลักฐานตามข้อ (1)

1.1.4 เงินสดหรือเช็คหรือเช็คสั่งจ่ายกองคลัง กรมบังคับคดี เป็นผู้รับเงิน เพื่อใช้เป็นหลักประกันการเข้าสู่อำนาจเป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท (บางคดีหากมีพฤติการณ์ ปรากฏว่าเป็นการประวิงคดีเจ้าพนักงานบังคับคดีจะกำหนดเงื่อนไขในการวางประกันเป็นจำนวนเงินร้อยละ 5 ของราคาที่เคยมีผู้เสนอราคาสูงสุด) เว้นแต่ผู้เข้าสู่อำนาจนั้นเป็นผู้มีสิทธิขอหักส่วนได้ใช้แทน หรือเจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษาหรือคู่สมรสที่ศาลมีคำสั่งอนุญาตให้กันส่วนแล้ว และผู้ขอเฉลี่ยทรัพย์ซึ่งศาลมีคำสั่งอนุญาตให้เข้าเฉลี่ยทรัพย์แล้วไม่วางเงินหลักประกัน

1.2 วิธีการประมูลซื้อทรัพย์ กรณีประมูลซื้อสังหาริมทรัพย์ (ที่ดิน/ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง/ห้องชุด ฯลฯ)

1.2.1 ผู้เข้าสู่อำนาจต้องกรอรายละเอียดของผู้ซื้อในบัตรลงทะเบียน พร้อมวางเงินสดหรือเช็คหรือเช็คเป็นประกันการเข้าสู่อำนาจต่อเจ้าหน้าที่การเงิน เว้นแต่ผู้เข้าสู่อำนาจนั้นเป็นผู้มีสิทธิขอหักส่วนได้ใช้แทน หรือเจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษา หรือคู่สมรสที่ศาลมีคำสั่งอนุญาตให้กันส่วนแล้วหรือผู้ขอเฉลี่ยทรัพย์ ซึ่งศาลมีคำสั่งอนุญาตให้เข้าเฉลี่ยทรัพย์แล้ว ไม่ต้องวางเงินหลักประกัน

1.2.2 ผู้เข้าสู่อำนาจเมื่อวางหลักประกันแล้วจะได้รับป้ายประมูลราคาจากเจ้าพนักงาน เพื่อใช้สำหรับเสนอราคาจากนั้นเข้าไปนั่งในสถานที่ที่เจ้าหน้าที่จัดเตรียมไว้

1.2.3 การกำหนดราคาเริ่มต้นของเจ้าพนักงานกำหนดดังนี้

ครั้งที่ 1 ในราคาร้อยละ 80 ของราคาประเมิน

ครั้งที่ 2 ในราคาร้อยละ 50 ของราคาประเมินแต่ต้องไม่น้อยกว่าราคาที่มีผู้เสนอสูงสุดในครั้งก่อน

1.3 เมื่อประมูลทรัพย์ได้แล้ว ต้องนำเงินส่วนที่เหลือมาชำระต่อเจ้าพนักงานบังคับคดีให้เสร็จภายใน 15 วันนับแต่วันซื้อเป็นต้นไป ในกรณีที่ผู้ประมูลไม่สามารถชำระเงินส่วนที่ค้างชำระได้ภายในกำหนดเวลา 15 วัน และได้ยื่นคำร้องขอขยายระยะเวลาวางเงิน ซึ่งต้องระบุเหตุผลและความจำเป็น เจ้าพนักงานบังคับคดีจะขยายให้อีกตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้ ไม่เกิน 3 เดือน และไม่ว่ากรณีใดๆ จะไม่มีการขยายเวลาวางเงินให้อีก ถ้าไม่นำเงินที่เหลือมาชำระให้เสร็จภายในกำหนดดังกล่าว เจ้าพนักงานบังคับคดีจะริบมัดจำที่วางไว้และนำทรัพย์ออกขายทอดตลาดใหม่ หากขายทอดตลาดต่อไปได้ราคาสุทธิต่ำกว่าครั้งก่อนเท่าใด ผู้ประมูลต้องชดเชยให้เต็มจำนวนที่ประมูลไว้ในครั้งก่อนและต้องเสียค่าใช้จ่ายต่างๆ สำหรับการขายทอดตลาดครั้งหลังนี้ด้วย

2. หากประมูลได้แล้ว ผู้ประมูลได้ต้องการขอคืนเงินจากธนาคารใดก็ต้องติดต่อสอบถามหลักเกณฑ์ของธนาคารนั้นๆ โดยตรง

หลักการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์

นิติกร กองนิติการ (2541) ได้กล่าวถึงความหมายของอสังหาริมทรัพย์ไว้ดังนี้ อสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ที่ดินและสิ่งก่อสร้างบนที่ดินแห่งนั้น ตลอดจนรวมไปถึงสิทธิต่างๆ ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเหล่านั้นอีก เช่น สิทธิในการครอบครองและกรรมสิทธิ์ เป็นต้น

ก่อนที่จะทำการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์สิ่งที่ควรรู้ก่อนที่จะซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้มิให้ถูกผู้ซื้อหรือผู้ขายเอาเปรียบหรือหลอกลวง และทราบถึง ประเภทของที่ดิน โฉนดและการตรวจสอบที่ดิน ประโยชน์ของโฉนดที่ดิน ประเภทของโฉนดที่ดิน รายละเอียดที่ควรรู้บนโฉนดที่ดิน การตรวจโฉนดที่ดิน การตรวจที่ตั้งและสภาพของที่ดิน การตรวจหลักฐานของสำนักงานที่ดิน กลไกที่ดินและวิธีป้องกัน ทำให้ที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภทของที่ดิน

การจำแนกประเภทของที่ดิน กฎหมายที่ดิน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ที่ดินเอกชน การประมวลกฎหมายที่ดินนั้น แยกที่ดินออกเป็น 2 ลักษณะคือ
 - 1.1 ที่ดินเอกชน คือ ที่ดินที่ยังไม่มีหนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ แต่อาจมีหลักฐานสำหรับที่ดินใบเขียวแบบแจ้งการครอบครอง (ส.ค.1) หนังสือรับรองการทำประโยชน์ (น.ส.3) ผู้ครอบครองที่ดินดังกล่าว กฎหมายถือว่ามิเพียงสิทธิครอบครองเท่านั้น
 - 1.2 ที่ดินที่มีหนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ คือ ที่ดินซึ่งทางราชการได้ออกหนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ไว้ เช่น โฉนดการจอง โฉนดแผนที่ หรือตราจองที่ตราว่า “ได้ทำประโยชน์แล้ว”
2. ที่ดินของรัฐ คือ ทรัพย์สินทุกชนิดของแผ่นดินที่ใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ หรือสงวนไว้เพื่อประโยชน์ร่วมกัน เช่น
 - 2.1 ที่ดินรกร้างว่างเปล่า และที่ดินซึ่งมีผู้เวนคืน หรือทอดทิ้ง หรือกลับมาเป็นของแผ่นดินโดยประการอื่นตามกฎหมายที่ดิน
 - 2.1.1 ที่ดินรกร้างว่างเปล่า คือ ที่ดินของรัฐซึ่งมิได้มีผู้ครอบครองเป็นเจ้าของ
 - 2.1.2 ที่ดินซึ่งมีผู้เวนคืน หรือที่ดินซึ่งมีเจ้าของมากขึ้น แต่ภายหลังเจ้าของได้เวนคืนให้แก่รัฐโดยความสมัครใจ หรือมีกฎหมายบังคับให้เวนคืน

2.2 ที่ดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกัน เป็นต้นว่า ที่ดินคลัง ทางน้ำ ทางหลวง ทะเลสาบ ที่ทำเลเลี้ยงสัตว์ ป่าช้าสาธารณะ

2.3 ที่ดินใช้เพื่อประโยชน์ของแผ่นดินโดยเฉพาะ เช่น ป้อม โรงอาหาร ที่ตั้ง สำนักงานของทางราชการ เชื้อน ศาลว่าการ ที่ว่าการอำเภอ

โฉนดและการตรวจสอบที่ดิน

กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย (2544) ได้กล่าวถึงส่วนเอกสารสิทธิที่ดินไว้ดังนี้ ปัจจุบันเอกสารสิทธิที่ดินที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวาง และถือว่าเป็นเอกสารสิทธิที่ยืนยันการถือครองกรรมสิทธิ์ได้ดีที่สุด คงไม่มีอะไรเกิน “โฉนดที่ดิน” ในทางกฎหมายถือว่า เมื่อผู้ใดมีชื่อในโฉนดที่ดิน ก็ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าผู้นั้นเป็นผู้มีสิทธิดีกว่าคนอื่นเสมอ และถ้ากรณีมีการโต้แย้งกันกับเอกสารสิทธิชนิดอื่นจะต้องยึดถือตามโฉนดเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม โดยเหตุที่เอกสารสิทธิประเภทโฉนดที่ดินมีแ่งมุมและรายละเอียดปลีกย่อยที่จำเป็นต้องทราบมากมาย ซึ่งถ้าไม่มีความรู้ลึกซึ้งเพียงพอ มักเป็นไปได้ยากที่จะทำการตรวจสอบโฉนดและที่ดินได้ ซึ่งการไม่ตรวจสอบโฉนดที่ดินและตัวที่ดินก่อนทำธุรกรรมที่ดิน ไม่ว่าจะเป็นเพราะมองข้ามความสำคัญ หรือไม่มีความรู้พอเพียงที่จะตรวจสอบด้วยตัวเองได้ ทำให้คนจำนวนไม่น้อยต้องตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพอย่างไม่น่าจะเป็นเหตุขึ้นเลย

ในทางปฏิบัติการตรวจสอบโฉนดที่ดินและที่ดินทำได้ไม่ยาก และสามารถทำได้ด้วยตัวเอง เพียงแต่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในเรื่องโฉนด และอาศัยความรอบคอบส่วนตัวเข้ามาช่วยเท่านั้น โดยเทคนิควิธีการในการตรวจสอบ จำเป็นต้องทำการตรวจสอบทางด้านเอกสาร และการตรวจสอบที่ดินภาคสนามไปพร้อม ๆ กัน

ประโยชน์ของโฉนดที่ดิน

ศูนย์ส่งเสริมประสิทธิภาพกรมที่ดิน (2544) ได้กล่าวถึงโฉนดที่ดินไว้ดังนี้

โฉนดที่ดินเป็นเอกสารสิทธิที่แสดงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของที่ดินที่ดีที่สุดในปัจจุบัน ซึ่งทำให้เจ้าของที่ดินผู้มีชื่อตามโฉนดได้รับสิทธิประโยชน์อีกมากมายหลายอย่างตามมา ซึ่งประโยชน์ของการมีโฉนดที่ดิน สามารถประมวลออกมาเป็นข้อๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ทำให้ผู้ครอบครองที่ดินโดยชอบด้วยกฎหมายมีหนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ที่ดินยึดถือไว้เป็นหลักฐาน

2. ทำให้เกิดความมั่นคงในหลักกรรมสิทธิ์แก่ผู้เป็นเจ้าของที่ดิน
3. ใช้เป็นหลักฐานในการพิสูจน์สิทธิในที่ดินของตนทั้งต่อรัฐและระหว่างเอกชนด้วยกัน
4. ทำให้รู้ตำแหน่งแหล่งที่ตั้ง ตลอดจนขอบเขตและจำนวนเนื้อที่ของที่ดินแต่ละแปลงได้ถูกต้อง
5. ทำให้สามารถป้องกันการบุกรุกขยายเขตครอบครองเข้าไปในที่ดินของรัฐ ซึ่งเป็นที่รกร้างว่างเปล่าที่สงวนหวงห้าม ที่สาธารณประโยชน์ และที่ดินที่ทางราชการได้กันไว้เป็นเขตป่าไม้
6. ทำให้สามารถระงับการทะเลาะวิวาท การโต้แย้ง หรือแย่งสิทธิในที่ดิน หรือการรุกรานแนวเขตที่ดินซึ่งกันและกัน
7. ทำให้ปัจจัยพื้นฐานในการผลิตทางเศรษฐกิจ มีความมั่นคงและมีผลเป็นการลดต้นทุนการผลิตด้วย
8. ทำให้เกิดความรักและความห่วงใยในที่ดินของตน มีแรงจูงใจที่จะปรับปรุงและพัฒนาที่ดินของตนให้เกิดประโยชน์สูงสุด
9. ใช้เป็นหลักฐานแสดงทุนทรัพย์หรือหลักประกันในการขอสินเชื่อและกู้ยืมเงินเพื่อนำมาใช้เป็นทุนในการเพิ่มกำลังการผลิตและรายได้เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น
10. ใช้เป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกันบุคคลเข้าทำงาน ประกันตัวผู้ต้องหาหรือจำเลยต่อพนักงานสอบสวน พนักงานอัยการ หรือศาล ฯลฯ
11. การตรวจสอบหลักฐานสำหรับที่ดิน สำหรับที่ดินที่เป็นโฉนดกระทำได้โดยสะดวกรวดเร็วเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่ประสงค์จะจำหน่าย จ่าย โอน เนื่องจากการโอนที่ดินที่มีโฉนดที่ดินไม่ต้องประกาศวันแต่มีผล

ประเภทของโฉนดที่ดิน

กรมที่ดิน (2543) ได้กล่าวประเภทของโฉนดที่ดินไว้ดังนี้

ในทางกฎหมายแล้วโฉนดที่ดินไม่ได้หมายความว่าจำกัดเฉพาะแค่โฉนดที่ดินที่เราคุ้นเคยกันในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังหมายความรวมถึงเอกสารสิทธิในลักษณะโฉนดแบบเก่าที่เคยใช้กันมาแต่ดั้งเดิมด้วย ซึ่งเอกสารเหล่านี้ได้แก่ โฉนดแผนที่ โฉนดตราจอง และตราจองที่ตราว่า “ได้ทำประโยชน์แล้ว”

1. โฉนดแผนที่ เป็นชื่อโฉนดที่ดินซึ่งออกโดยอาศัยพระราชบัญญัติออกโฉนดที่ดิน ร.ศ. 127

2. โฉนดตราจอง เป็นชื่อโฉนดที่ดินซึ่งออกโดยอาศัยพระราชบัญญัติตราจอง ร.ศ. 124

3. ตราจองที่ตราว่า “ได้ทำประโยชน์แล้ว” ออกตามพระราชบัญญัติออกโฉนดที่ดิน พ.ศ. 2479 ให้ผู้จับจองที่ดินซึ่งทำประโยชน์แล้วมาขอรับคำรับรองการทำประโยชน์ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่เห็นว่าได้ทำประโยชน์ในที่ดินครบถ้วนตามหลักเกณฑ์แล้ว ก็จะออกตราจองที่ตราว่า “ได้ทำประโยชน์แล้ว” ให้ไว้เป็นหลักฐาน

ทั้งนี้ตามบทบัญญัติของกฎหมาย โฉนดแผนที่ โฉนดตราจอง และตราจองที่ตราว่า “ได้ทำประโยชน์แล้ว” ให้ถือว่ามีความเทียบเท่ากับโฉนดที่ดินทุกประการ

โฉนดที่ดินตามประมวลกฎหมายที่ดินมีอยู่ 6 ชนิดด้วยกัน คือ

1. โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ก.
2. โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ข.
3. โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ค.
4. โฉนดที่ดินแบบ น.ส. 4
5. โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ง.
6. โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 จ.

ทั้งนี้โฉนดที่ดินได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเรื่อย ๆ ตามยุคและสมัย เพื่อความสวยงาม กะทัดรัดและยากแก่การปลอมแปลง ทั้งนี้โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ก. ข. และ ค. ออกโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2497) โฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 ออกตามกฎกระทรวงฉบับที่ 15 (พ.ศ. 2510) โดยให้ยกเลิกโฉนดที่ดิน 3 แบบแรก

ต่อมาทางราชการเห็นว่า โฉนดที่ดินแบบเดิมมีขนาดใหญ่ ไม่สะดวกในการเก็บรักษาและเปลืองกระดาษมาก เป็นการไม่ประหยัด จึงได้ออกแบบขึ้นมาใหม่ เรียกว่า น.ส.4 ง. เป็นโฉนดที่ดินขนาดเล็กมีแผ่นเดียว (โฉนดที่ดินแบบเก่ามี 2 แผ่นคู่ทั้งสิ้น) และถ่ายภาพสำเนาคู่ฉบับเก็บไว้ ณ สำนักงานที่ดิน ซึ่งถือเป็นฉบับพนักงานเจ้าหน้าที่ (โฉนดที่ดินแบบเก่าต้องเขียนทั้ง 2 ฉบับ คือ ฉบับเจ้าของที่ดิน และฉบับพนักงานเจ้าหน้าที่) อันเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายได้เป็นอันมาก

ต่อมาได้มีกฎกระทรวง ฉบับที่ 34 (พ.ศ. 2529) และฉบับที่ 43 (พ.ศ. 2537) กำหนดแบบของโฉนดที่ดินขึ้นใหม่ ให้เป็นแบบ น.ส.4 จ. โดยโฉนดแบบนี้กำหนดให้เจ้าพนักงานที่ดินแต่ผู้เดียวเป็นผู้ลงนามรับผิดชอบในการออกโฉนดที่ดิน โดยไม่ต้องให้ผู้ว่าราชการจังหวัดลงชื่อร่วมด้วยเหมือนแต่ก่อน ทั้งนี้กฎกระทรวง ฉบับที่ 34 ให้ยกเลิกโฉนดที่ดินแบบ น.ส.4 และ น.ส.4 ง. ด้วย

การที่มีโฉนดที่ดินใหม่ออกใช้อยู่เรื่อย ๆ นี้กรรมสิทธิ์ของเจ้าของที่ดินตามโฉนดที่ดินแบบเก่าก็หาได้ถูกยกเลิกไปไม่ ยังคงมีกรรมสิทธิ์ต่อไปเหมือนเดิม แต่เจ้าของโฉนดที่ดินแบบเก่าอาจมาขอเปลี่ยนเป็นโฉนดที่ดินแบบใหม่ได้ อนึ่ง เมื่อราษฎรขอให้ทางราชการออกโฉนดที่ดินให้ หรือเมื่อมีการแบ่งแยกที่ดินหรือโฉนดที่ดินเก่าชำรุดสูญหาย พนักงานเจ้าหน้าที่ก็จะออกโฉนดที่ดินแบบใหม่ให้ ขณะนี้ทางราชการจะออกโฉนดที่ดินโฉนดที่ดิน น.ส.4 จ. แต่เพียงแบบเดียว ส่วนโฉนดที่ดินแบบอื่นๆ ไม่มีการออกใหม่ให้ใช้อีกแล้ว

รายละเอียดที่ควรรู้บนโฉนดที่ดิน

กรมที่ดิน (2543) ได้กล่าวถึง โฉนดที่ดินแต่ละฉบับถ้ามาพินิจพิเคราะห์กันจริงๆ จะพบว่าประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เลขที่โฉนดหรือโฉนดเลขที่ คือ เลขที่ประจำแปลงของโฉนดที่ได้ออกให้ในเขตอำเภอหนึ่งๆ โดยให้เริ่มจากเลขที่ 1 ไปเรื่อยๆ จนสุดเขตอำเภอนั้น เมื่อเริ่มอำเภอใหม่ก็จะเริ่มจากเลขที่ 1 ใหม่ เช่น โฉนดเลขที่ 15115 อำเภอพระประแดง
2. เล่ม คือ แฟ้มรวมโฉนดฉบับสำนักงานที่ดินเป็นเล่มๆ ในแต่ละอำเภอ เพื่อการเก็บรักษาและการตรวจค้นมาทำการแก้ไขทะเบียนหรือตรวจสอบต่างๆ ซึ่งจะตรงกับฉบับเจ้าของที่ดิน โดยเริ่มตั้งแต่เล่ม 1 เป็นต้น ไปตามหมายเลขโฉนด และแต่ละเล่มจะเก็บโฉนดเรียงลำดับไว้รวม 100 โฉนด
3. หน้า คือ หน้าที่เท่าไรในเล่มที่เก็บโฉนด โดยแต่ละเล่มจะมี 100 หน้า หรือ 100 โฉนดเรียงตามลำดับ
4. เลขที่ดิน คือ เลขหมายประจำแปลงของที่ดินในระวางหนึ่งๆ ที่ได้ทำการสำรวจเรียงตามลำดับโดยเริ่มตั้งแต่เลขแรกซึ่งใช้เลขที่ดิน 1 นับจากมุมระวางตอนบนด้านซ้าย และเรียงตามลำดับไปทางทิศตะวันออก และกลับมาทางทิศตะวันตกเรื่อยๆ ไปจนสุดระวางนั้น ๆ เมื่อขึ้นระวางแผ่นใหม่ก็เริ่มเลขที่ดิน 1 ใหม่ต่อไป กล่าวคือ ในแต่ละระวางจะมีเลขที่ดินเรียงกันจาก 1 ไปจนหมดระวางโดยไม่ซ้ำกันเลย
5. หน้าสำรวจ คือ เลขหมายประจำแปลงของที่ดินที่ได้เดินสำรวจแล้วในตำบลหนึ่งๆ โดยเรียงตามลำดับการสำรวจตั้งแต่หน้าสำรวจที่ 1 ไปจนหมดตำบลนั้น เมื่อขึ้นเขตตำบลใหม่ก็จะเริ่มหน้าสำรวจที่ 1 ใหม่ต่อไปอีก เพราะฉะนั้นในระวางหนึ่งอาจมีเลขที่หน้าสำรวจของโฉนดที่ดินซ้ำกันได้ ถ้าในระวางนั้นมีหลายตำบล

6. ระวัง คือ อาณาเขตของที่ดินจำนวนหนึ่ง ที่มีขนาดกว้าง 50 เส้น ยาว 50 เส้น (2,000x2,000 เมตร) หรือมีเนื้อที่รวมเท่ากับ 2,500 ไร่ ในแต่ละจังหวัดจะมีการจัดทำระวางครอบคลุมเนื้อที่ทั้งหมด โดยเริ่มจุดศูนย์กลางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เรียงไปทั้ง 4 ทิศ คือ เหนือ ใต้ ตะวันออก และตะวันตก เมื่อมีการรังวัดออกโฉนดที่ดินก็จะมีการจำลองรูปแผนที่โฉนดที่ดินลงไป ในระวาง ตามตำแหน่งที่ดินที่ตั้งอยู่ว่าอยู่ในระวางที่เท่าใด การเรียกชื่อตำแหน่งในแต่ละระวาง จะใช้ตัวเลขและตัวหนังสือกำกับบอกให้ทราบ เช่น ทิศเหนือ = น, ทิศใต้ = ต, ทิศตะวันออก = อ, ทิศตะวันตก = ข

ในระวางหนึ่งๆ จะมีเลขและอักษรกำกับไว้ทุกระวาง เลขและอักษรที่กำกับระวาง เกิดจากศูนย์กำเนิด ซึ่งศูนย์กำเนิดที่ออกในทุกจังหวัดทั่วประเทศไทยมีอยู่ 28 ศูนย์ ในศูนย์หนึ่งจะ ใช้ร่วมกันระหว่างหลายจังหวัด มีบางศูนย์ที่ใช้เฉพาะจังหวัดเดียว สำหรับตัวอย่างอักษรย่อระวางที่ แสดงในโฉนดเป็นดังนี้

น.๑. หมายความว่า ส่วนเหนือด้านตะวันตก

น.๒. หมายความว่า ส่วนเหนือด้านตะวันออก

ต.๑. หมายความว่า ส่วนใต้ด้านตะวันตก

ต.๒. หมายความว่า ส่วนใต้ด้านตะวันออก

7. คำบัล คือ คำบัลที่ตั้งของที่ดินในโฉนดนั้น ๆ บางกรณีมีการเปลี่ยนชื่อคำบัล ใหม่ตามลักษณะการปกครอง ในโฉนดก็จะระบุชื่อทั้งคำบัลเก่าและใหม่เอาไว้ เพื่อความถูกต้อง และป้องกันความสับสน เช่น คำบัลคลองตัน (ที่ 8 พระโขนงฝั่งเหนือ) หมายความว่าเดิมเรียกว่า คำบัลที่ 8 พระโขนงฝั่งเหนือ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นคำบัลคลองตัน

8. อำเภอ คือ อำเภอที่ตั้งของที่ดินในโฉนดนั้น ๆ บางกรณีมีการเปลี่ยนชื่อใหม่ ก็ จะวงเล็บชื่ออำเภอเก่าไว้เช่นกัน

9. จังหวัด คือ จังหวัดที่ตั้งของที่ดินในโฉนดนั้นๆ

10. แยกจากโฉนดเล่ม...หน้า... คือ เป็นการบอกที่มาของโฉนดที่ดินนั้นๆ กรณีที่มีการแบ่งแยกออกมาเป็นโฉนดใหม่จากโฉนดเดิมหรือโฉนดแม่ให้แก่ หรือให้ไว้แก่ คือ ชื่อเจ้าของ กรรมสิทธิ์ที่ดินในโฉนดเป็นคนแรก ซึ่งหากจะมีการเปลี่ยนชื่อเจ้าของกรรมสิทธิ์คนใหม่หรือมีการ จดทะเบียนนิติกรรมใดๆ ต่อไป ก็จะปรากฏชื่อในหน้าสารบัญของโฉนดนั้นๆ

11. เนื้อที่ประมาณ คือ จำนวนเนื้อที่ของโฉนดที่ดินนั้นๆ โดยระบุไว้เป็นไร่ งาน ตารางวา ตัวอย่าง เช่น 1 ไร่ 2 งาน 40 ตารางวา (หรือ 1-2-40) สำหรับมาตราวัดเนื้อที่ดินมีหน่วย มาตรฐานดังต่อไปนี้

100 ตารางวา	= 1 งาน
4 งาน	= 1 ไร่
หรือ 400 ตารางวา	= 1 ไร่
หรือคำนวณจากตารางเมตรเป็นตารางได้ดังนี้	
4 ตารางเมตร	= 1 ตารางวา
400 ตารางวา	= 1 ไร่
ดังนั้น 1 ไร่	= 400 ตารางวา x 4
	= 1,600 ตารางเมตร

ในกรณีโฉนดฉบับนั้นยังไม่มีแบ่งแยก เนื้อที่ดินตามโฉนดจะปรากฏอยู่ในหน้าโฉนด แต่หากมีการแบ่งแยกออกไปจะคงมีเนื้อที่ดินเหลือปรากฏอยู่ในสารบัญชจดทะเบียนด้านหลังของโฉนดฉบับนั้นๆ

12. รูปแผนที่ คือ รูปจำลองแผนที่จากลักษณะรูปของที่ดินจริงตามโฉนดฉบับนั้น โดยมีการย่อเป็นมาตราส่วนลงไว้ในรูปแผนที่ และมีการแสดงมุมหลักเขตที่ดินเป็นตัวอักษรและตัวเลขตามจุดต่างๆ ในรูปแผนที่ที่ได้มีการปักหมุดหลักเขตไว้ ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงอาณาเขตของที่ดิน สำหรับการตรวจสอบแสดงกรรมสิทธิ์ที่แน่นอนของที่ดินในแต่ละแปลง

13. ทิศ เป็นการแสดงทิศที่ตั้งของที่ดินว่าตั้งอยู่ในลักษณะไหน ด้านไหนอยู่ทางทิศใด โดยจะมีเครื่องหมายแสดงทิศประทับไว้ข้างรูปแผนที่ในโฉนดนั้นๆ

14. มาตราส่วน คือ มาตราส่วนของรูปแผนที่ในโฉนดที่ดินที่ได้ย่อมาจากรูปลักษณะของที่ดินจริง ในการจำลองรูปแผนที่จะมีการใช้มาตราส่วนหลายขนาด ทั้งนี้เพื่อให้มีรูปร่างพอเหมาะกับเนื้อที่แสดงรูปแผนที่ในโฉนดนั้น โดยไม่ใหญ่เกินไปหรือไม่เล็กเกินไปมาตราส่วนที่นิยมใช้กันมีดังต่อไปนี้

มาตราส่วน	วิธีแปลงระยะแผนที่เป็นระยะจริง
มาตราส่วน 1 : 250	1 ซม. เท่ากับ 2.50 เมตร
มาตราส่วน 1 : 500	1 ซม. เท่ากับ 5.00 เมตร
มาตราส่วน 1 : 1,000	1 ซม. เท่ากับ 10.00 เมตร
มาตราส่วน 1 : 2,000	1 ซม. เท่ากับ 20.00 เมตร
มาตราส่วน 1 : 4,000	1 ซม. เท่ากับ 40.00 เมตร

ดังนั้น หากในรูปแผนที่โฉนดด้านทิศเหนือมีความยาวเท่ากับ 2 เซนติเมตร ถ้ามาตราส่วน 1: 2,000 ก็แสดงว่าที่ดินด้านทิศเหนือมีความยาวเท่ากับ $2 \times 20 \text{ เมตร} = 40 \text{ เมตร}$

15. สารบัญจดทะเบียน โฉนดเมื่อออกมาในครั้งแรก จะปรากฏชื่อเจ้าของกรรมสิทธิ์อยู่หน้าแรกในรายการ “ให้แก่” หรือ “ให้ไว้แก่” พร้อมทั้งจำนวนเนื้อที่ตามโฉนด ต่อมาหากมีการจดทะเบียนนิติกรรมใด ๆ เกี่ยวกับที่ดินในโฉนด ก็จะมีการบันทึกรายการจดทะเบียนนิติกรรมนั้น ๆ ไว้ในรายการ “สารบัญจดทะเบียน” ซึ่งจะประกอบด้วยรายการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- วันเดือนปีที่จดทะเบียน
- ประเภทการจดทะเบียน
- ผู้ให้สัญญา
- ผู้รับสัญญา
- เนื้อที่ดินตามสัญญา
- เนื้อที่ดินคงเหลือ
- ระวัง เลขที่ดิน โฉนดที่ดินใหม่
- เจ้าพนักงานที่ดินลงลายมือชื่อประทับตรา

การตรวจโฉนดที่ดิน

อนุชา กุลวิสุทธิ (2549: 109-113) ได้อธิบายถึงความหมายและการตรวจโฉนดที่ดินไว้ว่า การตรวจโฉนดที่ดิน คือ การตรวจรายละเอียดในโฉนดที่ดิน เพื่อให้ทราบประวัติของที่ดินว่าที่ดินนั้นมีความเป็นมาอย่างไร มีเนื้อที่เท่าไร เคยถูกแบ่งแยกหรือไม่ อยู่ใกล้เคียงกับอะไร ลักษณะที่ตั้งของที่ดินอยู่ในทิศทางใด มีความกว้างยาวเท่าไร เป็นต้น สำหรับหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตำบล อำเภอ และจังหวัดที่ดินตั้งอยู่

เพื่อจะได้ทราบว่าที่ดินมีที่ตั้งอยู่ที่ไหน ที่ดินที่กล่าวอ้างเป็นที่ดินแปลงเดียวกับที่ดินตามโฉนดที่ให้มาหรือเปล่า อย่างไรก็ตามชื่อของตำบล อำเภอ และจังหวัด บางครั้งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยเฉพาะในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงเขตการปกครอง ทั้งนี้สำหรับโฉนดที่มีการเปลี่ยนแปลงระบุตำบล อำเภอ หรือจังหวัดใหม่แล้ว เราจะทราบได้จากข้อความที่ระบุไว้ในเครื่องหมาย (.....) ที่อยู่หลังชื่อตำบล อำเภอ หรือจังหวัดเดิม เช่น ตำบลสีลม (สาทร) อำเภอ

คูสิต (บางซื่อ) จังหวัดนครเขื่อนขันธ์ (สมุทรปราการ) หรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีการเปลี่ยนเป็นนครหลวงกรุงเทพธนบุรี และกรุงเทพมหานครตามลำดับ

2. เจ้าของกรรมสิทธิ์และการได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์

ในโฉนดที่ดินจะระบุว่าที่ดินโฉนดนั้นได้ออกแปลงนั้นให้แก่ใคร โดยวิธีใด ซึ่งจะปรากฏในหน้าสารบัญญัตการจดทะเบียนทุกครั้งที่มีการโอนกรรมสิทธิ์หรือจดทะเบียนอื่น ๆ เช่น จดทะเบียนภาระจำยอม

3. เนื้อที่ของที่ดิน

ในโฉนดที่ดินทุกฉบับจะระบุเนื้อที่ของที่ดินตามโฉนดนั้นๆ ว่ามีเท่าไร โดยแบ่งตัวเลขออกเป็น 3 ตอน ระหว่างตัวเลขจะมีเครื่องหมาย (-) คั่นไว้ ตอนแรกจะระบุเนื้อที่เป็นจำนวนไร่ ตอนที่สองจะระบุเนื้อที่เป็นงาน และตอนที่สามจะระบุเนื้อที่เป็นตารางวา (ที่ดิน 1 ไร่ มีเนื้อที่ 4 งาน และ 1 งาน มีเนื้อที่ 100 ตารางวา) ดังนั้นในการตรวจดูโฉนด หากมีการเขียนในตอนที่แรกว่า 20-3-3 ย่อมหมายถึงที่ดินตามโฉนดนั้นมีเนื้อที่ 20 ไร่ 3 งาน 3 ตารางวา

อนึ่ง การดูเนื้อที่ที่ดินตามโฉนดนั้นจะดูเนื้อที่เฉพาะที่เขียนครั้งแรกในโฉนดไม่ได้ เพราะโฉนดนั้นๆ อาจมีการแบ่งแยกที่ดินออกเป็นแปลงเล็กๆ ไป หรืออาจถูกหักให้เป็นทางสาธารณประโยชน์ หรืออาจให้บุคคลอื่นเข้าถือกรรมสิทธิ์รวมในภายหลังก็ได้ ฉะนั้น การตรวจดูเนื้อที่ของโฉนดจะต้องตรวจดูจากหน้าสารบัญญัตการจดทะเบียน ตั้งแต่มีการทำนิติกรรมครั้งแรกจนถึงครั้งสุดท้าย จึงจะทราบเนื้อที่ที่แน่นอนของที่ดินได้ หากในหน้าสารบัญญัตการจดทะเบียนยังไม่มีการแก้ไข เนื้อที่ที่ดินตามที่ระบุไว้ครั้งแรกก็จะเป็นเนื้อที่ที่ดินของโฉนดนั้นๆ

สำหรับเรื่องการถือกรรมสิทธิ์รวมนั้น หากในหน้าสารบัญญัตการจดทะเบียนไม่มีข้อความอื่นใดระบุว่า ใครถือกรรมสิทธิ์เท่าใด กฎหมายให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่า ผู้ถือกรรมสิทธิ์รวมแต่ละคนมีส่วนในที่ดินนั้นๆ เท่าๆ กัน

อย่างไรก็ตามเรื่องนี้เป็นแต่เพียงข้อสันนิษฐานเท่านั้น เพราะฉะนั้นในการตรวจสอบโฉนดจะต้องสอบถามให้ได้ความชัดเจนเสียก่อนว่า การถือกรรมสิทธิ์รวมนั้น ผู้ถือกรรมสิทธิ์รวมได้มีข้อตกลงกันโดยไม่ได้นำมาจดทะเบียนต่อเจ้าพนักงานที่ดินว่าใครถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินมากกว่ากันเท่าไร และส่วนของใครอยู่ตอนไหน ถ้าพบว่ามีสัญญาข้อตกลงก็ต้องขอดูสัญญาข้อตกลงนั้นด้วย

4. ภาระติดพันของที่ดิน

ภาระติดพันของที่ดิน ในที่นี้หมายถึง ภาระที่เกิดขึ้นอันจะทำให้เจ้าของที่ดินนั้นๆ ไม่สามารถที่จะใช้สิทธิในที่ดินได้เต็มที่ เช่น ภาระการเช่า ภาระจำยอมจำนอง สิทธิเก็บกิน ฯลฯ การตรวจเช็คการถูกรอนสิทธิในที่ดิน สามารถตรวจดูได้จากสารบัญญัตการจดทะเบียนพิเศษ

ประกอบกับหน้าสารบัญแก้ไข้ทุกตอน ตั้งแต่เริ่มมีการจดทะเบียนจนถึงรายการแก้ไข้ครบถ้วน

5. ตรวจสอบที่ตั้งและเขตติดต่อที่ดิน

โฉนดที่ดินทุกฉบับจะมีรูปแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งของที่ดินและมีทิศกำกับ นอกจากนั้นจะบอกด้วยว่าที่ดินนั้นอยู่ติดกับอะไร ในโฉนดแบบเก่าอาณาเขตที่ติดต่อข้างเคียงจะบอกไว้ในหน้าแรก โดยระบุว่าทิศไหนของที่ดินนั้นอยู่ติดอะไร นอกจากนี้ในแผนที่สังเขปก็จะระบุไว้เช่นกันว่าอาณาเขตติดต่อของที่ดินนั้นๆ เป็นอะไร

การตรวจสอบที่ตั้งและอาณาเขตติดต่อนี้มีประโยชน์มาก เพราะจะได้ทราบว่าบริเวณข้างเคียงของที่ดินมีอะไรเป็นที่ยกเว้นได้บ้าง บางครั้งบริเวณที่ติดต่อข้างเคียงอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ระบุว่าทิศเหนือติดกับลำราง เมื่อไปตรวจสอบไม่ปรากฏลำรางดังกล่าวเพราะลำรางนั้นได้ถมไปแล้ว ดังนั้นเมื่อไปตรวจสอบอาจสอบถามเรื่องนี้กับผู้อยู่อาศัยข้างเคียงก็ได้

6. ตรวจสอบขนาดของที่ดิน

หมายถึง การคำนวณความยาวของที่ดินตามรูปแผนที่แต่ละด้านออกมา โดยคำนวณจากมาตราส่วนที่ปรากฏเหนือรูปแผนที่ มาตราส่วนในแผนที่โฉนดที่ดินนั้นส่วนมากใช้มาตราส่วนดังต่อไปนี้ $1/500$, $1/1,000$, $1/2,000$, $1/4,000$ สำหรับการคำนวณนั้น ข้อควรจำต่างๆ คือ เศษ จะเป็นจำนวนหน่วยที่เราใช้วัดในรูปแผนที่ ส่วน จะเป็นระยะความยาวของที่ดินจริง เช่น ในรูปแผนที่โฉนดที่ดินระบุว่ามาตราส่วน $1/1,000$ เมื่อวัดความยาวของรูปที่ดินได้ 1 หน่วย ความยาวของที่ดินจริงจะเท่ากับ 1,000 หน่วยที่ใช้วัด

วิธีง่ายสุดเพื่อลดความสับสนในการวัด ให้ใช้มาตราส่วนในการวัดเป็นเซนติเมตร เพื่อสะดวกในการถอดมาตราส่วนออกมาเป็นเมตร กล่าวคือ ถ้ามาตราส่วน $1/1,000$ เมื่อวัดรูปแผนที่จากจุดหนึ่งถึงอีกจุดหนึ่งได้ 1 เซนติเมตร ระยะจริงของที่ดินระหว่างจุดทั้งสองนั้นจะเท่ากับ 1,000 เซนติเมตร หรือเท่ากับ 10 เมตร ในทำนองเดียวกันถ้าเราวัดรูปแผนที่จากจุดหนึ่งไปถึงอีกจุดหนึ่งได้ 2.2 เซนติเมตร ระยะจริงของที่ดินระหว่างจุดสองจุดนั้นก็เท่ากับ 2,200 เซนติเมตร หรือ 22 เมตร เป็นต้น

การตรวจสอบที่ตั้งและสภาพของที่ดิน

เมื่อได้มีการตรวจสอบเอกสารเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการออกไปสำรวจสภาพที่ตั้งของที่ดินซึ่งจะต้องมีการเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ช่วยในการตรวจสอบตำแหน่งที่ตั้งที่ดินไปด้วย โดยอุปกรณ์สำคัญตัวแรกก็คือเข็มทิศ เพื่อใช้หาทิศทางที่ตั้งของที่ดินตามโฉนดกับที่ดิน

แปลงที่มาสำรวจว่าอยู่ตรงกันหรือไม่ ถ้าไม่มีเข็มทิศก็จะไม่มีทางทราบได้เลยว่าที่ดินที่สำรวจเป็นที่
กินแปลงเดียวกับที่ดินตามโฉนด

อุปกรณ์ถัดมาคือไม้บรรทัดที่ใช้วัดขนาดของที่ดินจากรูปแผนที่ในโฉนด โดยการ
ถอดมาตราส่วนและเทปวัดที่ใช้สำหรับวัดขนาดจริงของที่ดินหลังจากถอดมาตราส่วนออกมาแล้ว
และอุปกรณ์ตัวสุดท้ายก็คือกล้องถ่ายรูป ใช้ถ่ายรูปสภาพที่ดินขณะสำรวจเพื่อนำมาใช้อืนยันให้
ชัดเจนขึ้น

นอกจากนี้ สุวิชา คามพวรรณ (2546: 86-87) ได้อธิบายถึงการตรวจทิศที่ตั้งและ
สภาพที่ดินภาคสนามว่าควรจะไปด้วยการตรวจเช็คในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. การตรวจทิศที่ตั้ง

จะต้องเริ่มจากการตรวจสอบว่าที่ดินตั้งอยู่ตำบล อำเภอ หรือจังหวัดตรงตามที่
ระบุไว้ในโฉนดหรือไม่จากนั้นจึงทำการตรวจทิศที่ตั้งของที่ดิน เพื่อให้ทราบว่าที่ดินแปลงนั้นมี
ด้านหน้าของที่ดินอยู่ทางทิศใด หรือด้านใดอยู่ทิศใด ตรงตามที่ระบุในแผนที่ในโฉนดหรือไม่โดย
การกางรูปแผนที่ในโฉนดที่ดินออก แล้วนำเข็มทิศวางบนโฉนดที่ดินตอนใกล้กับทิศของที่ดินที่
ปรากฏในรูปแผนที่ แล้วหมุนโฉนดที่ดินเพื่อปรับทิศเหนือของแผนที่ให้หันไปทางทิศเดียวกับทิศ
เหนือของเข็มทิศก็จะได้ที่ตั้งของที่ดินตามรูปโฉนดนั้น เมื่อมีการชี้หลักเขตหรือจุดที่ปักหลักเขตใน
ที่ดินจริงให้ ก็จะสามารถหาหลักเขตอื่นได้โดยถอดมาตราส่วนจากแผนที่ออกมา

2. การตรวจเขตติดต่อ

รูปแผนที่ในโฉนดที่ดินทุกโฉนดจะระบุว่าดินนั้นมีด้านใดอยู่ทางทิศใด และ
แต่ละด้านมีอาณาเขตติดต่อกับอะไร เช่น ติดถนน ติดคลอง ติดแม่น้ำ หรือติดกับที่ดินแปลงอื่น ๆ
หมายเลขที่ดินอะไร เมื่อได้ทิศที่ตั้งโดยการตรวจจากเข็มทิศแล้ว จะต้องตรวจดูว่าที่ตั้งของที่ดินจริง
ตามทิศนั้น ๆ ติดถนนติดคลอง ติดแม่น้ำหรือติดที่ดินแปลงอื่นตรงตามที่ระบุในโฉนดหรือไม่ ถ้า
ติดจริงสามารถสันนิษฐานเบื้องต้นได้ว่า เป็นที่ดินที่ถูกต้องตามโฉนด

อย่างไรก็ตาม บางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เช่น ตามรูปแผนที่ในโฉนดระบุ
ทิศเหนือติดลำรางสาธารณประโยชน์ แต่จากการตรวจสอบสภาพที่ดินจริงไม่พบว่ามีลำรางสาธารณประโยชน์
อยู่เลย หรืออาจจะพบเป็นถนนแทน กรณีนี้อาจเป็นไปได้ที่จะมีการถามำรางนั้นหรือลำรางนั้น
ต้นเงินและได้ทำเป็นถนนแทน เมื่อเป็นเช่นนี้เวลาสำรวจอาจต้องสอบถามหรือหาข้อมูลผู้อยู่อาศัย
ข้างเคียง หรือโดยวิธีอื่นให้ได้ความชัดเจน ก่อนที่จะสรุปว่าที่ตั้งของที่ดินไม่ถูกต้อง หรืออาจพบ
กรณีทีรูปแผนที่ระบุเขตติดต่อเป็นที่ดิน แต่กลับเป็นคลองเมื่อไปดูที่ดินจริง กรณีนี้อาจเป็นไปได้ที่
เจ้าของที่ดินขุดคลองขึ้นเอง

การตรวจทิศที่ตั้งของที่ดินและเขตติดต่อโดยใช้เข็มทิศนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะสำหรับการสำรวจที่ดินที่เป็นหนังสือรับรองการทำประโยชน์ (น.ส.3) เพราะ น.ส. 3 ไม่มีหลักเขตที่ดิน จะระบุแต่เพียงว่าด้านใดของที่ดินว่าขนาดกว้างยาวเท่าไร และอยู่ติดกับที่ดินของใคร ทำให้ผู้สำรวจสามารถตรวจสอบที่ดินได้

3. ตรวจสอบหาหลักเขตที่ดิน

หลักเขตที่ดินเป็นข้อมูลอีกประการหนึ่งที่จะนำมาพิสูจน์ว่าที่ตั้งที่ดินถูกต้องหรือไม่ กล่าวคือถ้าหมายเลขหลักเขตและจุดที่ตั้งของหลักถูกต้องก็อาจสันนิษฐานได้ว่าที่ตั้งของที่ดินถูกต้อง ทั้งนี้จะต้องพิจารณาหลักฐานอย่างอื่นประกอบด้วย

การตรวจสอบหลักเขตที่ดิน ควรมีการแจ้งให้เจ้าของที่ดินขุดหาหลักเขตเตรียมไว้ก่อนที่จะไปสำรวจเพราะว่าเจ้าของที่ดินจะเป็นผู้รู้ดีกว่าหลักเขตที่ฝังแต่ละหลักอยู่ตรงไหนของที่ดิน และหลักเขตส่วนใหญ่ฝังลึกลงไปไม่มากนักเลย ถ้าไม่มีการขุดเตรียมเอาไว้จะทำให้เสียเวลาในการสำรวจ

เมื่อพบหลักเขตที่ดินที่ถูกต้องหลักใดหลักหนึ่งแล้ว ผู้สำรวจก็อาจหาหลักเขตอื่นของที่ดินได้ทั้งหมดโดยวิธีการถอดมาตราส่วนจากแผนที่

4. การตรวจลักษณะและสภาพที่ดิน

การตรวจที่ตั้งของที่ดินอาจดูได้จากรูปลักษณะของที่ดิน ซึ่งจะมีรูปลักษณะแตกต่างกันออกไป เช่นรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ห้าเหลี่ยม สามเหลี่ยมหรือรูปว่าว ๆ แหว่ง ๆ เป็นต้น เมื่อได้ตรวจทิศถูกต้องแล้วให้ดูว่ารูปลักษณะที่ดินจริงตรงตามแผนที่หรือไม่ระยะห่างระหว่างจุดต่าง ๆ เป็นอย่างไร ซึ่งรูปลักษณะของที่ดินนี้อาจจะตรวจดูได้จากลักษณะการล้อมรั้วการถมที่ หรือทำคันดินกันไว้

เมื่อสรุปได้ว่าที่ตั้งที่ดินถูกต้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการสำรวจตรวจสอบสภาพของที่ดินว่าเป็นอย่างไร เช่นที่ดินว่างเปล่า ถมแล้วหรือยัง ที่ดินเป็นที่นา ที่สวน หรือเป็นบ่อเลี้ยงปลา เพราะสภาพของที่ดินที่แตกต่างกันย่อมมีราคาแตกต่างกัน ถ้ามีสิ่งปลูกสร้างบนที่ดินจะต้องตรวจสอบสภาพสิ่งปลูกสร้างด้วย

การตรวจหลักฐานของสำนักงานที่ดิน

ศูนย์ส่งเสริมประสิทธิภาพกรมที่ดิน (2544) ได้กล่าวถึงการตรวจหลักฐานของสำนักงานที่ดิน ดังนี้ การตรวจสอบหลักฐานของสำนักงานที่ดินนั้นจะเน้นตรวจสอบจากหลักฐานข้อมูลที่ดินที่ได้จากโฉนดหรือสำเนาโฉนดที่รับมาจากผู้ที่เรากำลังเจรจาติดต่อทำธุรกรรมเกี่ยวกับ

ที่ดินด้วย โดยวัตถุประสงค์จะเป็นเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารสิทธิและลักษณะที่ดินจากหลักฐานที่สำนักงานที่ดิน ทั้งนี้ประเด็นที่ควรตรวจสอบประกอบด้วย

1. ตรวจสอบจากชื่อเจ้าของที่ดินในโฉนดที่เราสำรวจ

เมื่อมีการออกสำรวจที่ดิน ผู้สำรวจอาจสอบถามจากผู้อาศัยบริเวณใกล้เคียงว่าที่ดินแปลงที่กำลังสำรวจอยู่เป็นของใคร หรือเคยเป็นของใครมาก่อนบ้าง แล้วตรวจสอบจากหน้าสารบัญจดทะเบียนในโฉนดที่ดินว่ามีรายชื่อดังกล่าวบ้างหรือไม่

2. ตรวจสอบจากชื่อเจ้าของที่ดินข้างเคียง

เป็นการสอบถามว่าที่ดินแปลงข้างเคียงที่อยู่ติดกับด้านใดด้านหนึ่งเป็นของผู้ใด แล้วจดบันทึกไว้เพื่อนำไปขอตรวจสอบกับสำนักงานที่ดินว่า เจ้าของที่ดินเลขที่ข้างเคียงนั้นเป็นของผู้ที่เราจดบันทึกมาจริงหรือไม่ผู้สำรวจควรสอบถามดูทุกๆ ด้านเพื่อตรวจสอบเช็คให้แน่ใจ

3. ตรวจสอบจากโฉนดที่ดินข้างเคียงและหลักเขตข้างเคียง

หากไปสำรวจแล้วพบว่าที่ดินแปลงที่เราสำรวจมีบ้านอยู่อาศัยปลูกติดต่อกับที่ดินนั้น อาจขอโฉนดที่ดินแปลงนั้นที่ติดกัน โดยนำรูปแผนที่ในโฉนดของที่ดินทั้งสองมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะมีเลขที่ดินที่กำกับไว้ว่าที่ดินด้านใดอยู่ติดกับที่ดินเลขที่อะไร ถ้าถูกต้องตรงกันก็ย่อมสันนิษฐานได้ว่าที่ตั้งของที่ดินถูกต้องแล้ว

4. ตรวจสอบจากโฉนดแปลงแม่

โฉนดแปลงแม่ คือโฉนดที่ดินแปลงเดิมก่อนที่จะมีการแบ่งแยกเป็นแปลงย่อยๆ ต่อมาเมื่อทำการแบ่งแยกจะมีการแก้ไขรูปแผนที่ในโฉนดให้เห็นชัดเจนว่าส่วนใดได้แบ่งแยกออกไป ส่วนใดยังคงเหลืออยู่ และที่ดินที่แบ่งแยกมีรูปร่างลักษณะเป็นอย่างไร พร้อมทั้งบันทึกรายการจดทะเบียนแบ่งแยกไว้ในหน้าสารบัญจดทะเบียนด้วย ซึ่งหมายเลขโฉนดแปลงแม่นี้จะระบุไว้มุมบนด้านขวาของโฉนดที่ดินว่าแยกจากโฉนดเล่มที่เท่าใด หน้าอะไร

กลโกงที่ดินและวิธีป้องกัน

จรัญ ภักดีธนากุล (2542) ได้กล่าวถึงกลโกงที่ดินและวิธีป้องกันที่ดินดังนี้ การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่ดินและบ้านเป็นธุรกรรมที่มีมูลค่าสูงมาก จึงมักมีปัญหาทุจริตหลอกลวงเกิดขึ้นเสมอ จนเป็นเหตุให้ผู้ซื้อและผู้ขายที่เป็นสุจริตชนจำต้องสูญเสียเงินทองไปอย่างไม่น่าจะเกิดขึ้น

ในแง่การลงทุนแล้วถือว่าเป็นความเสี่ยงลักษณะหนึ่งที่ไม่อาจเลี่ยงได้ เพราะในทางปฏิบัติแล้วเราไม่สามารถรับรู้ได้เลยว่าคนที่เราพบปะ ติดต่อกุศุข หรือทำธุรกรรมที่ดินด้วยจะเป็นคนประเภทคนดีหรือเป็นคนเลวกันแน่

แต่แม้กระนั้นก็ตาม เรายังคงมีหนทางในการสร้างเกราะชั้นดีในการป้องกันตัวเองจากเหล่าทุจริตชนเหล่านี้ได้ง่าย ๆ เพียงอาศัยหลักปฏิบัติที่เน้นหลักความรอบคอบ และความระมัดระวังเข้ามาช่วยเท่านั้น

กลโกงที่ดิน

จรัญ ภักดีธนากุล (2542) ได้กล่าวถึงกลโกงที่ดินที่เกิดขึ้นในบ้านเราเป็นประจำ ถ้าสรุปกันออกมา คงหนีไม่พ้นกลโกงยอดนิยม 12 รูปแบบด้วยกันดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดินนำโฉนดของตนไปประกันเงินกู้กับผู้อื่น โดยไม่ได้จดทะเบียน แล้วแอบมาขอรับใบแทนโฉนดที่ดินโดยอ้างว่าโฉนดที่ดินเดิมสูญหายไป เมื่อได้รับใบแทนโฉนดที่ดินแล้วก็นำไปจดทะเบียนขาย ขายฝาก หรือจำนองผู้อื่นต่อไป ทำให้เกิดปัญหาเจ้าของเงินต้องฟ้องศาลให้สั่งเพิกถอนใบแทนเพื่อให้โฉนดเดิมมีผลต่อไป ส่วนผู้ซื้อที่ดินหรือผู้รับจำนองใบแทนโฉนดที่ดินซึ่งถูกเพิกถอน ก็ต้องฟ้องร้องต่อศาลไล่เบี้ยเอาจากเจ้าของที่ดินอีกที
2. ผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดินทำสัญญาซื้อขายที่ดินรับเงินไปแล้วบางส่วนหรือทั้งหมด ให้ผู้อื่นครอบครองที่ดินก่อนแล้วจะโอนกรรมสิทธิ์ให้ภายหลัง ต่อมาผู้ถือกรรมสิทธิ์นำโฉนดที่ดินไปจดทะเบียนให้แก่ผู้อื่นอีก
3. ผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดินหลอกลวงผู้ซื้อโดยการชี้ที่ดินที่ขายให้ผิดกับความจริง เช่น สภาพที่ดินอยู่ไกลถนน ไกลแม่น้ำ หรือสภาพที่ดินเป็นถนน หรือถูกน้ำเซาะพังทลายไป หรือจำนวนที่ดินไม่ครบ เวลาพาผู้ซื้อไปดูที่ดินจะชี้ที่ดินแปลงอื่นซึ่งอยู่ใกล้ถนนหรือใกล้แม่น้ำบางครั้งถึงกับลงทุนซุกย้ายหลักเขตที่ดิน โดยนำหลักเขตที่มีเลขหมายตรงกับโฉนดมาปักไว้แทนก็มี
4. ผู้ถือกรรมสิทธิ์แบ่งขายที่ดินเป็นแปลงๆ ด้วยวิธีผ่อนชำระ จะมีการนัดจดทะเบียนโอนกันเมื่อชำระเงินหมดแล้ว พอถึงเวลาที่จะมีการจดทะเบียนโอนกันจริงๆ ปรากฏว่าที่ดินโอนเป็นชื่อผู้อื่นไปเสียแล้ว
5. ผู้ทุจริตอ้างตัวเป็นเจ้าของโครงการ โดยแอบอ้างเอาที่ดินของคนอื่นมาปักป้ายประกาศสร้างโครงการบ้านจัดสรร เปิดสำนักงานชั่วคราว ลงทุนพิมพ์โฆษณาเปิดให้จองบ้าน โดยให้ผู้จองวางมัดจำหรือจ่ายเงินค่านางานนั้นก็เชิดเงินหนีหายไป โดยไม่มีการทำโครงการแต่อย่างใด
6. ผู้ทุจริตเป็นเจ้าของโครงการหมู่บ้านจัดสรร แต่ไม่ทำตามที่ประกาศและโฆษณาไว้ เช่น โฆษณาว่าจะตัดถนนให้สร้างสวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น ฯลฯ แต่ต่อมาพอสร้าง

เรียบร้อยแล้ว ก็นำสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นไปแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว เช่น ให้นำบุคคลอื่นเข้าทำเป็นตลาด หรือบางครั้งนำที่ดินดังกล่าวไปจำนอง

7. ผู้ทุจริตหลอกลวงหรือลักลอบที่ดินของผู้อื่นมาแก้ไขชื่อผู้ถือกรรมสิทธิ์ให้เป็นชื่อของตน แล้วนำไปประกันเงินกู้หรือทำสัญญาจะซื้อขายกับผู้อื่น การทุจริตหลอกลวงรูปแบบนี้ ผู้ทุจริตจะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับพนักงานเจ้าหน้าที่ แต่จะติดต่อหาเงินจากบุคคลภายนอกโดยทำสัญญาด้วยกันเอง หรือทำสัญญาจะซื้อจะขายรับเงินมัดจำไว้ล่วงหน้า เมื่อได้เงินแล้วก็หายตัวไปเลย

8. ผู้ทุจริตหลอกลวงหรือลักเอาโฉนดที่ดินของผู้อื่นมา แล้วทำใบมอบอำนาจปลอมชื่อผู้ถือกรรมสิทธิ์ขายให้ผู้อื่นไป หรือทำที่ขอยืมโฉนดจากเจ้าของที่ดินไปคู่เพื่อช่วยหาผู้ซื้อหรือขอไปตรวจสอบที่สำนักงานที่ดิน เสร็จแล้วทำโฉนดปลอมคืนให้เจ้าของที่ดินไป

9. ผู้ทุจริตหลอกลวงเอาโฉนดที่ดินและใบมอบอำนาจของผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ลงชื่อไว้โดยมิได้กรอกข้อความใดๆ โดยผู้ถือกรรมสิทธิ์ตั้งใจมอบอำนาจให้จำนองหรือขอสอบเขตที่ดิน แต่ผู้รับมอบอำนาจทุจริตนำมากรอกข้อความให้เป็นเรื่องจดทะเบียนขายหรือขายฝาก

10. ผู้ทุจริตหลอกลวงเอาโฉนดที่ดินของผู้อื่นมาแล้วปลอมตัวว่าเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดินมาจดทะเบียนขาย โดยปลอมลายเซ็นและปลอมบัตรประชาชน เมื่อมาติดต่อขอจดทะเบียนขายที่ดินพนักงานเจ้าหน้าที่เรียกดูบัตรประชาชนก็ปรากฏว่าชื่อเป็นเจ้าของที่ดินจริงลายเซ็นในสารบบเรื่องเหมือนเดิม จึงยอมจดทะเบียนให้ไป ปัญหารูปแบบนี้มักเกิดขึ้นในหมู่คนใกล้ชิดกันเป็นสำคัญ โดยเจ้าของโฉนดไว้นื้อเชื่อใจมอบโฉนดให้ไปพร้อมกับบัตรประชาชน

11. ผู้ทุจริตกระทำความตนเป็นนายหน้าวิ่งเต้นขายที่ดินให้แก่เจ้าของที่ดิน โดยขอค่านายหน้าแล้วหลอกให้เจ้าของที่ดินเซ็นสัญญามัดจำผูกมัดให้โอนที่ดินให้ก่อน โดยชำระเงินแค่บางส่วน ที่เหลือจะชำระภายหลัง จากนั้นจะสมคบกับผู้ซื้อ ผู้รับจำนอง หรือผู้รับซื้อฝากจดทะเบียนที่ดินนั้นต่อไปโดยไม่ชำระเงินส่วนที่เหลือให้

12. ผู้ซื้อไม่ยอมชำระเงินให้ครบถ้วนเมื่อได้รับการโอนกรรมสิทธิ์เรียบร้อยแล้ว หรือนำที่ดินดังกล่าวที่มีการตกลงจะซื้อจะขายกับเจ้าของกรรมสิทธิ์ไปขายให้บุคคลอื่น โดยที่ดินได้รับส่วนกำไรจากการขาย

วิธีป้องกันการถูกหลอกลวงเกี่ยวกับที่ดิน

วิเชียร รัตนะพิระพงศ์ (2541) ได้อธิบายถึงวิธีป้องกันการถูกหลอกลวงเกี่ยวกับที่ดินดังนี้คือ สำหรับแนวทางและวิธีการป้องกันทุจริตหลอกลวงเกี่ยวกับที่ดิน เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ต่อไป ประกอบด้วยแนวทางต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ต้องเก็บรักษาโฉนดไว้ในที่ปลอดภัยอย่าให้สูญหาย ทั้งนี้กรณีโฉนดที่ดินหรือน.ส.3 เกิดสูญหายขึ้นมาต้องรีบแจ้งความโดยด่วน และไปขอให้เจ้าพนักงานที่ดินออกใบแทนให้ใหม่ในทันที

2. อย่าทำสัญญากู้ยืมเงินเอง โดยรับมอบโฉนดไว้เป็นประกันเป็นอันขาด เพราะอาจเป็นโฉนดปลอมหรือโฉนดที่ถูกหลอกหลวงมา หลักปฏิบัติที่ถูกต้องควรนำโฉนดไปขอตรวจสอบกับสำนักงานที่ดินก่อน เมื่อแน่ใจแล้วให้ขอจดทะเบียนรับจำนอง หรือรับซื้อฝากต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

3. อย่าหลงเชื่อมอบโฉนดของท่านให้ผู้อื่น ถ้าจำเป็นจริงๆ ควรมอบให้เฉพาะกับบุคคลที่เชื่อถือได้เท่านั้น และขอให้หลักเรื่องการมอบโฉนดให้คนอื่นไปพร้อมๆ กับบัตรประชาชน

4. อย่าเซ็นชื่อลงในหนังสือมอบอำนาจโดยไม่กรอกข้อความเป็นอันขาด ทั้งนี้บุคคลผู้รับมอบอำนาจจะต้องเป็นบุคคลที่ไว้ใจได้ และการมอบอำนาจทุกครั้งต้องระบุให้ชัดเจน เช่น จะขายก็ว่าขาย จะจำนองก็ว่าจำนอง และต้องลงรายละเอียดทุกอย่างให้เรียบร้อยก่อน จึงจะเซ็นมอบอำนาจให้ผู้ใดไป

5. ก่อนซื้อ รับจำนอง หรือรับซื้อฝากที่ดิน ควรไปตรวจสอบที่ดินด้วยตนเองให้แน่นอนก่อนว่าที่ดินอยู่ที่ไหน สภาพเป็นอย่างไร ราคาพอสมควรหรือไม่นอกจากนั้นควรไปขอตรวจสอบหลักฐานที่สำนักงานที่ดินด้วย ทั้งนี้ถ้าเป็นไปได้ก่อนจะซื้อขายที่ดินควรจะทำการรังวัดเสียก่อน

6. การซื้อที่ดินทุกครั้ง เมื่อได้ชำระเงินแล้วต้องโอนลงชื่อผู้ซื้อทันที อย่าไปหลงเชื่อผู้ขาย

7. กรณีท่านเป็นเจ้าของที่ดิน ไม่ว่าจะกรณีใด ๆ ก็ตามเมื่อไม่ได้รับเงินค่าที่ดินทั้งหมด ห้ามโอนที่ดินให้ใครเป็นอันขาด เว้นแต่กรณีมีหลักประกันที่สมบูรณ์ก่อนการโอน เช่น ผู้ซื้อได้มอบตัวสัญญาใช้เงินโดยมีธนาคารเป็นผู้ยักมัด จึงจะโอนให้ผู้ซื้อไปได้

8. หมั่นตรวจสอบที่ดินของตัวเองทั้งทางทะเบียนและสภาพของที่ดินอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง แม้จะไม่มีการทำธุรกรรมเกี่ยวกับที่ดินก็ตาม เพื่อเช็คว่าที่ดินของท่านยังอยู่ปกติหรือไม่ มีใครมาบุกรุกหรือเปล่า และหลักฐานถูกต้องตามต้นฉบับที่สำนักงานที่ดินหรือไม่

9. อย่าหลงเชื่อนายหน้าให้มากนัก เนื่องจากนายหน้าบางรายหวังผลประโยชน์ของตนเป็นใหญ่ ไม่คำนึงถึงอะไรทั้งสิ้น ความเสียหายจึงอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทางที่ดีควรติดต่อกับเจ้าของที่ดินหรือผู้จะซื้อบ้าง ไม่ใช่ให้ผ่านนายหน้าทุกอย่าง

10. การซื้อที่ดินให้ซื้อจากผู้ที่เราวางใจได้เท่านั้น ถ้าเป็นผู้ประกอบการให้ซื้อกับผู้ที่ได้รับอนุญาตจัดสรรแล้ว

11. ทำนิติกรรมเกี่ยวกับที่ดินทุกครั้งจะต้องมาจดทะเบียน ณ สำนักงานที่ดิน จึงจะชอบด้วยกฎหมาย ทั้งนี้การรับโฉนดไว้ประกันเงินกู้โดยไม่ได้จดทะเบียนมีค่าไม่ต่างอะไรกับการเก็บเศษกระดาษไว้เท่านั้น

12. อย่าหลงเชื่อคำโฆษณาหรือนายหน้าที่มาชักจูง ควรตรวจที่ตั้งที่ดินด้วยตัวเอง เช่น อยู่ใกล้หรือไกลถนน และสภาพที่ดินเป็นอย่างไรก่อนซื้อ

ทำเล

อนุชา กุลวิสุทธิ (2549: 191-192) ได้อธิบายถึงการเลือกทำเล และการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ดิน ไว้ดังนี้ คำราวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ส่วนใหญ่ระบุเหมือนกันโดยไม่ได้นัดหมายว่า ปัจจัยสำคัญที่สุด 3 สิ่งแรกที่มีผลต่อความสำเร็จในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็คือ ทำเล ทำเล และทำเล

ที่กล่าวแบบประชดประชันเช่นนี้ก็เพื่อเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า สิ่งสำคัญที่สุดของการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์คงไม่มีอะไรที่จะเหนือเกินกว่าทำเลไปได้ ปัจจัยอื่นๆ ที่ใคร่ว่ามีความสำคัญ ถ้าพิจารณาจริงๆ จะพบว่าล้วนเป็นปัจจัยที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากทำเลทั้งสิ้น

การเลือกทำเลถือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าของทำเล รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์และพิจารณาทำเลด้วย ทั้งนี้เพราะทำเลจะดีหรือไม่ดี คุณค่าจะถูกกำหนดจากเงื่อนไขการนำไปใช้ประโยชน์เป็นสำคัญ

ตัวอย่างเช่น กรณีเลือกทำเลเพื่อใช้ประโยชน์เป็นที่พักอาศัย หลักการเลือกทำเลก็จะต้องมองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสุขสบายในการอยู่อาศัยเป็นหลักสำคัญ แต่กรณีเป็นการเลือกทำเลเพื่อการค้าขายเชิงพาณิชย์ก็มีความจำเป็นต้องพ่วงน้ำหนักไปยังกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ หรือกรณีเป็นการใช้ประโยชน์ในการตั้งโรงงานผลิตสินค้า อาจต้องพิจารณาในแง่แรงงาน วัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายในการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

ในทางธุรกิจแล้วทำเลที่ตั้งจะเป็นตัวบอกถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจได้ ดังนั้น บริษัทจำนวนมากจึงมักให้ความสำคัญกับงานในการเลือกทำเลเปิดสาขา หรือทำเลเปิดกิจการในรูปแบบแฟรนไชส์ โดยปกติจะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาทำหน้าที่ในการสำรวจ วิเคราะห์

และเลือกทำเลเป็นการเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของศาสตร์ในการเลือกทำเลในวงการธุรกิจได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ดิน

อนุชา กุลวิสุทธิ์ (2549: 191-192) ได้กล่าวว่า ในทางปฏิบัติแล้วการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ตั้งที่ดินที่เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์นั้น จะมีขั้นตอนการวิเคราะห์หลักๆ อยู่ 2 ขั้นตอนด้วยกัน โดยขั้นตอนแรกเป็นการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลในภาพกว้างก่อน ว่าทำเลควรอยู่ในโซนไหน พื้นที่ใด เมื่อเลือกโซนที่ตั้งได้แล้วจึงค่อยทำการวิเคราะห์ทำเลในขั้นตอนที่สองซึ่งเป็นการวิเคราะห์เลือกทำเลในลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป

การวิเคราะห์ทำเลในภาพกว้าง หรือนิยมเรียกกันว่า “การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง (location analysis)” คือการเลือกพื้นที่ ขอบเขตปริมณฑล ภาค เขต ประเทศหรือเมือง ในการที่จะใช้ประโยชน์ในที่ดิน

ส่วนการวิเคราะห์ทำเลในลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป นิยมเรียกในทางวิชาการว่า “การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้ง (site analysis)” อันหมายถึงการวิเคราะห์หาจุดหรือตำแหน่งที่เฉพาะเจาะจงของที่ตั้งว่าควรอยู่ตรงไหน เลขที่ ถนน หรืออาคารใด ภายในทำเลที่ตั้งที่เลือกไว้

ทั้งนี้ในทางปฏิบัติแล้ว ทำเลที่ดินที่ดีว่าดีที่สุด นอกจากจะต้องตั้งอยู่ในทำเลที่ดีแล้ว ยังจะต้องมีตำแหน่งที่ตั้งที่ดีด้วย

อนุชา กุลวิสุทธิ์ (2549: 191-192) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง และ ปัจจัยที่ต้องพิจารณาการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง (general location factors)

ปัจจัยทั่วไปที่ต้องพิจารณาสำหรับการเลือกทำเลที่ตั้ง ได้แก่

ลักษณะทางภูมิประเทศของทำเลที่ตั้ง หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและทางธรรมชาติของแผ่นดิน (piece of land) รวมทั้งความสูงต่ำของผิวโลกแหล่งน้ำ ทะเลสาบ ถนนหนทาง และเมืองต่าง ๆ ลักษณะทางภูมิประเทศเหล่านี้ล้วนมีผลในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งทั้งสิ้น

แหล่งวัตถุดิบ ในการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยเฉพาะในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต จำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบมาใช้ในการผลิตสินค้า ดังนั้น การเลือกทำเลที่ตั้งจึงต้องพิจารณาถึงความใกล้แหล่งวัตถุดิบด้วย เพราะจะมีผลต่อการหาวัตถุดิบและต้นทุนของวัตถุดิบด้วย

แหล่งแรงงาน การใช้ประโยชน์ที่ดินแทบทุกประเภทล้วนต้องการแรงงานสำหรับใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์ที่ดินในแง่ธุรกิจนั้นธุรกิจแต่ละประเภทจะมีความต้องการแรงงานที่มีความชำนาญในทักษะหรือความรู้แตกต่างกัน และจำนวนของแรงงานที่ธุรกิจต้องการก็แตกต่างกันตามประเภทธุรกิจด้วย ธุรกิจที่ต้องการแรงงานจำนวนมากก็ย่อมจำเป็นที่จะต้องตั้งสำนักงานในแหล่งที่สามารถหาแรงงานได้ง่ายด้วย

แหล่งผู้บริโภคหรือตลาด การเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการที่จะติดต่อกับลูกค้า เพื่อที่จะกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าได้ง่าย

ต้นทุนการขนส่งและเดินทาง ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง ต้องพิจารณาถึงต้นทุนการขนส่งและต้นทุนในการเดินทางที่เกิดขึ้นด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปทำธุระส่วนตัว ต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบมายังโรงงาน หรือการขนส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังตลาด ทำเลที่ตั้งที่ดีควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งวัตถุดิบและไม่ไกลจากตลาดด้วย

คู่แข่ง โดยทั่วไปแล้วธุรกิจที่ประกอบกิจการประเภทเดียวกัน มักจะเลือกทำเลคล้าย ๆ กัน และอยู่รวมกันเป็นย่านธุรกิจ ดังนั้นในการเลือกทำเลธุรกิจจะต้องพิจารณาด้วยว่าธุรกิจคู่แข่งเลือกทำเลที่ตั้งของเขาอย่างไร

ราคาที่ดิน ทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หรือเป็นย่านธุรกิจย่อมจะมีราคาที่ดินสูงกว่าที่ดินที่อยู่ห่างไกลชุมชน เนื่องจากราคาที่ดินเป็นต้นทุนคงที่ของธุรกิจหากที่ดินมีราคาสูงก็ยิ่งทำให้ที่ดินมีต้นทุนคงที่สูง ซึ่งลักษณะเช่นนี้เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจมาก โดยเฉพาะต่อธุรกิจขนาดเล็ก เพราะธุรกิจประเภทนี้ต้องการเงินทุนหมุนเวียนสูง ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องพิจารณาถึงราคาที่ดินอย่างรอบคอบ ให้ได้รับประโยชน์คุ้มค่ากับต้นทุนคงที่ที่ต้องเสียไป

เส้นทางคมนาคม ถนนหนทางเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้อาศัยบริเวณนั้น ในการเดินทางไปทำธุระในชีวิตประจำวัน และยังอำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจในการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อกับผู้ขายสินค้าหรือการติดต่อกับลูกค้า ดังนั้นในการเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องพิจารณาทำเลที่ตั้งด้วยว่าตั้งอยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมหรือไม่

ภาษี เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ เมื่อธุรกิจดำเนินงานมีผลกำไรก็จะต้องเสียภาษีให้รัฐในรูปของภาษีเงินได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีบำรุงท้องที่ และภาษีโรงเรือนและที่ดิน ในบรรดาภาษีเหล่านี้ ภาษีโรงเรือนและที่ดินและภาษีบำรุงท้องที่ที่จะขึ้นอยู่กับเทศบัญญัติของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งจะมีผลกระทบโดยตรงกับภาษีทั้งสองตัวนี้ที่ธุรกิจจะต้องจ่าย

2. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง (specific site factors)

ในการพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้ง ลักษณะการใช้ประโยชน์มักเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงตำแหน่งที่ตั้งเฉพาะเจาะจงสำหรับธุรกิจนั้นๆ ด้วย เช่น ธุรกิจที่ประกอบการผลิตมักเลือกตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมหรือตำแหน่งใกล้เคียง ธุรกิจที่ประกอบการค้าส่งมักเลือกตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับเส้นทางที่เป็นศูนย์กลางการขนส่ง ธุรกิจที่ประกอบการค้าปลีกมักพิจารณาคำแหน่งที่ตั้งของตนโดยอาศัยปัจจัยหลายอย่างคือ อยู่ในย่านธุรกิจใกล้ชุมชน และเป็นย่านศูนย์การค้า เป็นต้น

นอกจากลักษณะเฉพาะของธุรกิจแล้ว ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือจำหน่ายก็เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงตำแหน่งที่ตั้งบางธุรกิจด้วย เช่น หากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเจาะจงซื้อ (specialty goods) ไม่ว่าธุรกิจจะตั้งอยู่ตำแหน่งแห่งหนใด ลูกค้าก็มีความพยายามค้นหาเพื่อซื้อสินค้านั้น ตรงกันข้ามหากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ (convenience goods) ตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจที่ลูกค้าสามารถซื้อได้สะดวก เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าจากธุรกิจที่อยู่ใกล้ หาซื้อได้ง่าย

2.1 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้ง

ในการวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งนั้น ในเบื้องต้นจะมีประเด็นหลักๆ ที่ต้องตรวจสอบอยู่ 3 ประเด็นด้วยกันคือ

2.1.1 รายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับที่ดิน ซึ่งได้แก่ อัตราภาษี การเก็บภาษีพิเศษ เช่น อาคารผ่านทาง เป็นต้น ซึ่งจะบอกให้ทราบว่าที่ดินแปลงนั้นในตำแหน่งที่กำลังสำรวจอยู่มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด ผังเมืองล่าสุด เพื่อตรวจสอบเช็คให้ทราบว่าที่ดินสามารถใช้ประโยชน์อะไรได้บ้างกฎข้อบังคับต่างๆ เช่น ความสูงของอาคาร ชนิดของการก่อสร้าง พ.ร.บ. ที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง และการดับเพลิง ความยินยอมจากเพื่อนบ้านว่าจะมีปัญหาเล็กน้อยเพียงใด ในการที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์นั้นในอนาคต สิทธิต่างๆ การใช้กำแพงร่วมกัน

ข้อมูลด้านกายภาพของที่ดิน เพื่อให้ทราบสภาพของที่ดินว่าเหมาะสมกับการใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด ซึ่งจะได้แก่การตรวจสอบในประเด็นต่อไปนี้ หน้าที่ว่าง ส่วนที่ดินดิน ความลึก เนื้อที่ รูปร่าง (สี่เหลี่ยมผืนผ้า คางหมู สามเหลี่ยมขาตรง) ระดับ ซึ่งเกี่ยวข้องกับถนนที่ การระบายน้ำของดิน (โคลน หินทราย) อาณาบริเวณ (landscape features) มีไฟฟ้า น้ำประปาทางระบายน้ำ โทรศัพท์เข้าถึงแล้วหรือยัง

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวที่ดิน ซึ่งปัจจัยประกอบเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนานำที่ดินนั้นมาใช้ประโยชน์ต่อไป โดยปัจจัยในกลุ่มนี้ที่นิยมตรวจสอบกัน ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้งว่าอยู่ตรงไหน เช่น ถ้าอยู่ตรงหัวมุมจะเหมาะกับร้านค้ามาก ทางที่คนเดินผ่านอยู่ในตำแหน่งไหน หันหน้าเข้าหาดวงอาทิตย์หรือรับลมหรือเปล่า ปกติแล้วทิศทางที่จัดว่าเย็นได้แก่

ทิศตะวันออกและทิศเหนือ ความกว้างของผิวถนน ผิวการจราจร ทางเท้า ถ้ากว้างมากก็ทำให้สะดวกมากขึ้น ถนนมีรถพลุกพล่านหรือเปล่า ลักษณะการเดินรถวันเวย์ ป้ายรถประจำทางอยู่ในบริเวณไหนของทำเลที่ตั้งที่ดินของเรา

ข้อมูลการวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งของที่ดินจะถือเป็นข้อมูลเบื้องต้น ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการใช้ประโยชน์ของที่ดินและอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้อสรุปที่ได้จะต้องนำไปพิจารณาความเหมาะสมที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่เกื้อหนุนต่อการใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านด้วย

2.2 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจ

สำหรับการพิจารณาคำแนะนำที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจ มีแนวทางที่ควรพิจารณาจากปัจจัยเฉพาะเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งดังต่อไปนี้

2.2.1 ทางเข้าออกของตำแหน่งที่ตั้ง ทางเข้าออกของตำแหน่งที่ตั้ง ไม่ว่าจะเป็นทางเข้าออกสำหรับขบวนรถหรือคนเดิน เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาเพื่อหาตำแหน่งที่ตั้งซึ่งมีทางเข้าออกสะดวก เพราะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจในระบบเปิดที่ธุรกิจต้องติดต่อกับภายนอก หากขาดความสะดวกในเรื่องนี้จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งทางธุรกิจที่อยู่ในเส้นทางห้ามเลี้ยวซ้าย หรือเส้นทางเดินรถทางเดียว จะทำให้ธุรกิจการค้าบางแห่งซบเซาได้ เพราะลูกค้าที่มาติดต่อขาดความสะดวกในการเข้าออกจากที่ตั้ง

2.2.2 ที่จอดรถ ที่จอดรถที่สะดวกและมีมากพอเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจในปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจประเภทห้างสรรพสินค้า การมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญที่ชักจูงให้มีลูกค้ามาซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้านั้น

2.2.3 การวิเคราะห์เส้นทางจราจร ปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจ ก็คือ จำนวนเส้นทางจราจรที่ผ่านตำแหน่งที่ตั้งนั้น โดยนับทั้งการจราจรทางเดินเท้าและยานพาหนะ ซึ่งการพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้งต้องวิเคราะห์เส้นทางจราจรว่ามีจำนวนเส้นทางเป็นเท่าไร ผู้โดยสารแต่ละเส้นทาง และสภาพการจราจรในช่วงเวลาเร่งด่วน

2.2.4 จำนวนพาหนะในเส้นทางจราจร ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนพาหนะในเส้นทางจราจรเป็นสิ่งสำคัญต่อการพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจอย่างหนึ่ง ตำแหน่งที่ตั้งที่ดีของธุรกิจต้องอยู่ในที่ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงได้สะดวก การจราจรไม่ติดขัด จำนวนพาหนะในเส้นทางจราจรไม่แออัด

2.2.5 แนวโน้มของประชากรและกิจกรรมธุรกิจ การพิจารณาคำแนะนำที่ตั้งของธุรกิจจะต้องมีการตรวจสอบแนวโน้มของประชากร และกิจกรรมทางธุรกิจของอาณาบริเวณโดยรอบด้วยว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง ทั้งนี้เพื่อประกอบการพิจารณาถึงโอกาสใน

อนาคตของธุรกิจในการขายตัวหรือหกดัว ซึ่งในปัจจุบันพบว่าแนวโน้มของประชากรและ กิจกรรมทางธุรกิจบริเวณชานเมืองมีการขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีการขยายตัวของ ประชากรเข้าไปสร้างที่อยู่อาศัยมาก มีการจราจรสะดวกไม่ติดขัด มีที่จอดรถอย่างพอเพียง และ กำลังมีการพัฒนาทางด้านนิคมอุตสาหกรรมด้วย

2.2.6 ค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือการเช่าและค่าโฆษณา การเลือกตั้งธุรกิจ ในตำแหน่งที่เป็นย่านธุรกิจ แม้จะมีค่าใช้จ่ายในการเช่าหรือการซื้อที่ดินสูง แต่ก็มีข้อดีที่อยู่ใกล้ ลูกค้า การจราจรสะดวก ทำให้การติดต่อซื้อขายทำได้ง่าย และการตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งเป็นย่าน ธุรกิจมีผู้คนผ่านไปผ่านมาและเป็นเป้าสายตา จะทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และแนะนำธุรกิจได้ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ตำแหน่งที่ตั้งธุรกิจในย่านธุรกิจทำให้มีค่าใช้จ่ายใน การซื้อหรือการเช่าที่ดินและอาคารสูง ขณะเดียวกันก็ทำให้ลูกค้ามากด้วย จึงสามารถลดค่าใช้จ่ายใน การโฆษณาได้ ดังนั้น การเลือกตำแหน่งที่ตั้งจะต้องพิจารณาซึ่งใจระหว่างการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง ที่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าสูง แต่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาต่ำ กับตำแหน่งที่ตั้งที่มีค่าใช้จ่ายในการเช่า ถูกลงเล็กน้อย แต่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพิ่มขึ้นมาก

2.2.7 สถานที่หรือธุรกิจสำคัญที่อยู่ใกล้ จากการสังเกตถึงตำแหน่งที่ตั้ง ทางธุรกิจต่างๆ ไปที่มีการจัดตั้งขึ้นมาแล้ว พบว่า ธุรกิจที่มีลักษณะเหมือนกันจะเลือกตำแหน่งที่ตั้ง ใกล้เคียงกัน เพราะลูกค้าที่มาซื้อหาผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มเดียวกัน สำหรับกลุ่มธุรกิจที่มักเลือก ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ใกล้ชิดกันได้แก่

- 1) ร้านขายเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ – สตรี และร้านขายสินค้า แฟชั่น อาจจะอยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า
 - 2) ร้านขายภาพเขียนร้านขายเครื่องตกแต่งบ้าน และร้านขาย เฟอร์นิเจอร์ อาจจะอยู่ในบริเวณเดียวกัน
 - 3) ภัตตาคาร ร้านตัดผม ร้านขายอัญมณี ร้านขายของเบ็ดเตล็ด อาจจะอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล
 - 4) ร้านขายยาจะพบเห็นได้ทั่วไป และอยู่ใกล้ชิดกับย่านธุรกิจต่างๆ
- นอกจากการเลือกตำแหน่งที่ตั้งใกล้กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกันแล้ว ธุรกิจยัง พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการตั้งอยู่ใกล้ธุรกิจต่อไปนี้คือ ร้านขายโลงศพ อุ้งฆ้อนมรดก โรงพยาบาล และ โรงงานซึ่งเป็นต้นเหตุของมลพิษ

2.2.8 ประวัติความเป็นมาของตำแหน่งที่ตั้ง ประวัติความเป็นมาของ ตำแหน่ง (Site History) เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะต้องพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจขั้นสุดท้ายใน การเลือกตำแหน่งที่ตั้ง หากตำแหน่งที่ตั้งนั้นมีประวัติซ้ำ ๆ กันว่า ไม่ว่าธุรกิจใดมาตั้งอยู่ก็มักจะไม

เจริญรุ่งเรือง ต้องล้มเลิกกิจการไป ก็เป็นสิ่งที่ธุรกิจที่จะเข้าไปตั้งในตำแหน่งที่ตั้งนี้ต้องระมัดระวัง และพึงสังวรเอาไว้เพื่อหาทางแก้ไขป้องกัน เพราะการที่ธุรกิจตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งนั้นแล้วไม่เจริญรุ่งเรือง ต้องมีเหตุผลบางอย่างที่ถูกค่าไม่ชอบหรือไม่ประทับใจในตำแหน่งที่ตั้งนั้น

ทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการใช้เป็นที่อยู่อาศัย

คณะกรรมการกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดิน (2547) ได้ให้ข้อคิดในการเลือกทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการใช้เป็นที่อยู่อาศัย ดังนี้ ปกติแล้วการเลือกทำเลที่เหมาะสมในการใช้เป็นที่อยู่อาศัย จะแตกต่างจากการเลือกทำเลการค้าตรงที่การเลือกทำเลอยู่อาศัยจะเน้นให้ความสำคัญ กับทำเลที่ตั้งมากกว่าตำแหน่งที่ตั้ง ขณะที่ทำเลการค้าต้องให้ความสำคัญทั้งทำเลที่ตั้ง และตำแหน่งที่ตั้งไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือเน้นเลือกทำเลที่ตั้งต้องดีและตำแหน่งที่ตั้งต้องเด่นด้วย

สำหรับปัจจัยในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการใช้เป็นที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับเรื่องความสุขสบายในการอยู่อาศัยเป็นสำคัญ ซึ่งได้แก่การพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สภาพภูมิอากาศ ได้แก่ อุณหภูมิ ปริมาณฝน หมอก ความชื้น และทิศทางลม เป็นต้น ประเด็นนี้ ความจริงเกี่ยวพันมากกับการอยู่อาศัยทั้งในแง่ของภาวะอารมณ์และสุขภาพ รวมถึงความสะดวกในการทำกิจกรรมนอกบ้านด้วย แต่กลับถูกมองข้ามเสมอการเช็คอุณหภูมิ นอกจากจะต้องตรวจสอบอุณหภูมิเฉลี่ยแล้ว ยังควรตรวจสอบช่วงความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิสูงสุดและต่ำสุดด้วย ส่วนปริมาณฝนควรตรวจสอบทั้งปริมาณฝนเฉลี่ยรวมถึงความถี่และช่วงเวลา ที่ฝนตกในท้องถิ่นนั้น เพราะเกี่ยวพันกับความสะดวกในการออกไปทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของเราค่อนข้างมาก

ทิศทางลมที่ถือว่ามีอิทธิพลต่อการอยู่อาศัยมากในบ้านเรา ก็คือทิศทางลมประจำในฤดูร้อน เพราะจะมีผลช่วยลดอุณหภูมิความร้อนในการอยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี หากปลูกสร้างบ้านได้สอดคล้องและเหมาะสมกับทิศทางลม ซึ่งส่วนใหญ่ลมประจำจะพัดเข้าจากทิศใต้และตะวันตกเฉียงใต้สำหรับกรุงเทพฯ

สำหรับวิธีการตรวจหาข้อมูล นอกจากสามารถทำได้จากการสอบถามหน่วยงานภาครัฐที่มีการเก็บข้อมูลเหล่านี้แล้ว วิธีที่ถือว่าดีที่สุดและไม่มีวิธีใดที่จะทดแทนได้ก็คือการไปสำรวจทำเลด้วยตัวเอง เพื่อสัมผัสภูมิอากาศหลาย ๆ ครั้งในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งวิธีนี้จะทำให้เราสามารถรับทราบข้อมูลเหล่านี้ได้ดีกว่าวิธีสอบถามจากคนอื่น

2. กิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่น อาทิ สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส บ่อตกปลา สนามขี่ม้า สระว่ายน้ำ ทะเลสาบ คลองพายเรือ ชายหาด พื้นที่ดูนก และสถานออกกำลังกาย เป็นต้น ในเรื่องการเปรียบเทียบทำเลนั้น มีหลักอยู่ว่าทำเลใดก็ตามยังมีกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้มากและหลากหลายเท่าไร จะเป็นผลให้ทำเลนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้นเพียงนั้น เนื่องจากผู้อยู่อาศัยจะมีความคล่องตัวในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้มากกว่า ทั้งนี้ข้อเสนอแนะในการเช็คและสำรวจกิจกรรมในท้องถิ่น ก็คือ นอกจากจะต้องเช็คว่ามีกิจกรรมอะไรอยู่บ้างแล้ว ควรต้องเช็คให้ลึกลงไปด้วยว่า ปริมาณและคุณภาพของกิจกรรมเหล่านั้นเป็นอย่างไร รวมถึงความสะดวกในการที่จะเข้าไปร่วมกิจกรรมเหล่านั้นด้วยว่าทำได้มากน้อยแค่ไหน

3. ใครเป็นผู้อยู่อาศัยในทำเลนั้น เพื่อนบ้านมีความเกี่ยวพันความสุขและความสงบในการอยู่อาศัยอย่างยากที่จะแยกออกจากกัน เพื่อนบ้านที่ดีและมีคุณภาพเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ทำเลบางทำเลกลายเป็นทำเลที่น่าสนใจไปได้ ในทางกลับกันก็อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ทำเลที่น่าจะดีบางแห่งกลับกลายเป็นทำเลที่ไม่น่าสนใจไปได้เช่นกัน ดังนั้นจึงควรต้องตรวจสอบให้ทราบแน่ชัดว่า ทำเลบ้านที่เราสนใจมีใครเป็นผู้อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น เป็นคนดีและมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

4. ความปลอดภัยในทรัพย์สินและการอยู่อาศัย เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสงบสุขในการอยู่อาศัยมาก จึงไม่ควรมองข้ามประเด็นนี้ไป การเลือกทำเลจำเป็นต้องมีการตรวจสอบดูประวัติอาชญากรรมในบริเวณนั้นว่ามีจำนวนและความถี่มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้การตรวจสอบอาจทำได้โดยการตรวจเช็คกับสถานีตำรวจ และจากการพูดคุยสอบถามกับผู้อยู่อาศัยในบริเวณนั้นก็ได้

5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง คือ ดูความใกล้ไกลในการเดินทางไปถึงปกติแล้วทำเลที่อยู่ใกล้และมีความไม่สะดวกในการเดินทาง มักมีผลกระทบในทางลบตามมาหลายเรื่องตั้งแต่เรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเสียเวลา และขาดความสะดวกในการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการต่างๆ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งทำให้กระทบต่อมูลค่าของทำเลในที่สุด

6. เศรษฐกิจในบริเวณนั้นมีความเข้มแข็งหรือไม่ บริเวณใดก็ตามที่สามารถนำมาพัฒนาทำประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจได้มากกว่า ทำเลนั้นก็มักจะมีมูลค่าที่สูงกว่าเสมอ ดังนั้นจึงควรพิจารณาตรวจสอบกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นส่วนประกอบของเศรษฐกิจในท้องที่ให้ทราบอย่างแน่ชัด

7. ประเภทของบ้านที่มีอยู่ในบริเวณนั้น โดยดูว่าเป็นบ้านเดี่ยว ตึกแถว ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนต์ ประเภทบ้านในแต่ละทำเลเป็นตัวบ่งบอกให้ทราบถึงประเภทและคุณภาพของผู้อยู่อาศัยในบริเวณนั้นได้เป็นอย่างดี และมักมีผลเกี่ยวพันต่อ

สภาพแวดล้อมของทำเลไปโดยปริยาย ยกตัวอย่างเช่น ถ้าบ้านในบริเวณนั้นทั้งหมดเป็นบ้านเดี่ยวที่มีขนาดพื้นที่ค่อนข้างใหญ่ จะมีผลทำให้ทำเลนั้นเป็นพื้นที่ที่มีความสงบในการอยู่อาศัยมากกว่าพื้นที่ในย่านที่เป็นทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนต์

8. ค่าครองชีพสูงหรือต่ำมากน้อยเพียงใด ปัจจัยค่าครองชีพมีความเกี่ยวข้องกับ การอยู่อาศัยโดยตรงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งไม่ควรมองข้ามประเด็นนี้ไป ปกติแล้ววิธีง่าย ๆ ในการตรวจสอบเช็คค่าครองชีพว่าสูงหรือต่ำมากน้อยเพียงใด จะอาศัยการเปรียบเทียบราคาของใช้จำเป็นในร้านค้าท้องถิ่น เช่น ราคาข้าวหุงต้ม ราคาไข่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าบริการ ดูแลความสะดวกในบ้าน และ บริการอื่น ๆ ว่ามีราคาสูงต่ำมากน้อยเพียงใดเมื่อเทียบกับบริเวณอื่น

9. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภาครัฐ ทำเลที่สามารถใช้บริการต่างๆ เหล่านี้ได้มากกว่า ย่อมหมายถึงประโยชน์ส่วนเพิ่มที่จะตกอยู่กับผู้อยู่อาศัยในทำเลเหล่านั้นไปโดยปริยาย สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภาครัฐเหล่านี้ เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สถานีดับเพลิง ตลาด โรงเรียน ห้องสมุด สวนสาธารณะ ศูนย์สุขภาพ ขนส่งมวลชน และท่อระบายน้ำ เป็นต้น

10. พื้นที่หรือทำเลมีข้อจำกัดอะไรบ้างในการตรวจสอบเพื่อใช้เปรียบเทียบความคล่องตัวในการทำประโยชน์ของทำเลแต่ละทำเล เพราะทำเลบางทำเลอาจมีข้อจำกัดในการปลูกสร้าง หรือข้อจำกัดในเรื่องการใช้ประโยชน์จากกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐได้

11. บริการภาคเอกชนมีมากน้อยแค่ไหน เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยมากไม่แพ้เรื่องอื่น บริการเหล่านี้ เช่น ชักอบริด ดัดผม สปา แท็กซี่ ธนาคาร ซ่อมรถ สนามบิน ซ่อมคอมพิวเตอร์ ซ่อมเครื่องใช้ต่างๆ ดูแลสนาม ซ่อมบ้าน ร้านขายและซ่อมอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ เป็นต้น

12. บริการเพื่อความบันเทิงในท้องถิ่น เช่นร้านอาหาร ภัตตาคาร แหล่งช้อปปิ้ง และกิจการเพื่อความบันเทิงเรีงมย์ต่าง ๆ ปกติแล้วบริการเพื่อความบันเทิงเหล่านี้เป็นส่วนประกอบสำคัญของความสุขในการอยู่อาศัยของคนเรา แต่คนทั่วไปมักลืมนึกถึงกัน

13. ทำเลที่ตั้งนั้นยังคงมีอนาคต นั่นคือพยายามหาคำตอบให้ได้ว่า ทำเลอันไหนอนาคตจะเป็นอย่างไร จะยังคงเหมือนเดิมหรือเปลี่ยนไป หรือมีโอกาสเสื่อมโทรมลง ทำเลที่ดีควรจะต้องเป็นทำเลที่ยังคงความน่าสนใจต่อไปในอนาคตด้วย หากมีสัญญาณบ่งชี้ให้เห็นว่าทำเลใดๆ ก็ตามมีโอกาสเปลี่ยนแปลงไปในทางร้ายได้ในอนาคตก็ควรหลีกเลี่ยง

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เกี่ยวกับการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

มาตรา 139 บัญญัติว่า อสังหาริมทรัพย์หมายความว่า ที่ดินและทรัพย์อันติดกับที่ดินมีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น และหมายความรวมถึงทรัพย์สิทธิอันเกี่ยวกับที่ดินหรือทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดินหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น

มาตรา 456 บัญญัติว่า การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์นั้นถ้าไม่ได้ทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่แล้ว ถือว่าเป็นโมฆะ รวมถึงซื้อขายเรือกำปั่นหรือเรือมีระวางตั้งแต่หกตันขึ้นไป เรือกลไฟหรือเรือยนต์มีระวางตั้งแต่ห้าตันขึ้นไป ทั้งซื้อขายแพและสัตว์พาหนะก็ถือว่าเป็นโมฆะ แม้จะมีสัญญาจะซื้อหรือจะขายทรัพย์สินใดๆ สัญญาในการซื้อขายทรัพย์สินนั้นหากไม่มีหลักฐานเป็นหนังสือหรือลงลายลักษณ์อักษรแล้วลงลายมือชื่อผู้ที่ต้องรับผิดชอบ หรือได้วางมัดจำไว้รวมถึงได้ชำระหนี้บางส่วนแล้ว ก็จะไม่สามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายใดๆ กับกรมบังคับคดีได้

บทบัญญัติทั้ง 2 ข้อนี้ใช้บังคับถึงสัญญาซื้อขาย อสังหาริมทรัพย์ ซึ่งตกลงกันเป็นราคาห้าร้อยบาทหรือกว่านั้นขึ้นไป

มาตรา 458 บัญญัติว่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินที่ขาย สามารถโอนไปยังผู้ซื้อตั้งแต่ขณะที่ได้ทำสัญญาซื้อขายกัน

มาตรา 459 บัญญัติว่า ถ้าสัญญาซื้อขายมีเงื่อนไขหรือเงื่อนไขบังคับไว้ ว่ากรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินยังไม่โอนไปจนกว่าการจะได้เป็นไปตามเงื่อนไข หรือถึงกำหนดเงื่อนไข

ดังนั้นการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์นั้นต้องทำตามแบบที่กฎหมายกำหนด หากไม่ทำจะมีผลทำให้สัญญาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เป็นโมฆะ โดยการทำสัญญาซื้อขายนั้น หมายถึงการลงเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ (richdadthai, 2551: online)

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 34) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่ม เป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ คราตินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) และหรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive differentiation) เป็นการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างทางการแข่งขันสามารถทำได้วิธีการต่างๆ คือ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) ความแตกต่างด้านบริการ (services differentiation) ความแตกต่างด้านบุคลากร (personnel differentiation) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (image differentiation)

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (product component) คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะพิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันและองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ รูปแบบ คราตินค้า การบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (new and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2. ราคา (price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ของผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 การกำหนดราคาขาย มีหลายวิธีด้วยกัน ซึ่งบริษัทอาจเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกันได้ ซึ่งจะมีการคประเภทวิธีการตั้งราคาโดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

2.1.1 ต้นทุน (cost) ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการกำหนดราคาทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน (cost oriented pricing)

2.1.2 ราคาของคู่แข่งและราคาขายสินค้าทดแทน (competitor's prices and the price of substituted) ทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน (competition oriented pricing)

2.1.3 การประเมินลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ของการกำหนดราคา (customer's assessment of unique product features) ทำให้เกิดวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (demand oriented pricing)

2.2 ส่วนลด (discount) หมายถึง ส่วนลดที่ยอมลดให้โดยตรงจากราคาขายเมื่อมีการซื้อในระหว่างระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น การให้ส่วนลดปริมาณ ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสด และส่วนลดตามฤดูกาล เป็นต้น

2.3 ส่วนยอมให้ (allowance) หมายถึง ส่วนลดที่ผู้ขายลดให้กับผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อทำการส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ขาย เช่น ส่วนยอมให้จากการนำสินค้าเก่ามาแลกส่วนยอมให้สำหรับการส่งเสริมการตลาด ส่วนยอมให้สำหรับการเป็นนายหน้า

2.4 ระยะเวลาการชำระเงิน (payment period) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้บริโภครับค่าสินค้าตามเงื่อนไขของแต่ละบริษัท

2.5 ระยะเวลาการให้สินเชื่อ (credit term) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ขายยอมให้สินเชื่อค่าสินค้าตามเงื่อนไขที่ตกลง

3. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง การขนส่ง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้อุตสาหกรรมซึ่งบริษัทอาจให้ช่องทางตรง (direct channel) คือ จากผู้ผลิต (product) ไปยังผู้บริโภค (consumer) หรือใช้ช่องทางอ้อม คือ จากผู้ผลิต (product) ผ่านคนกลาง (middleman) ไปยังผู้บริโภค (consumer)

3.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (physical distribution หรือ market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูปจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร การกระจาย

ตัวสินค้าที่สำคัญ คือ การขนส่ง (transportation) การเก็บรักษาสินค้า (storage) และการคลังสินค้า (warehousing) การบริหารสินค้าคงเหลือ (inventory management)

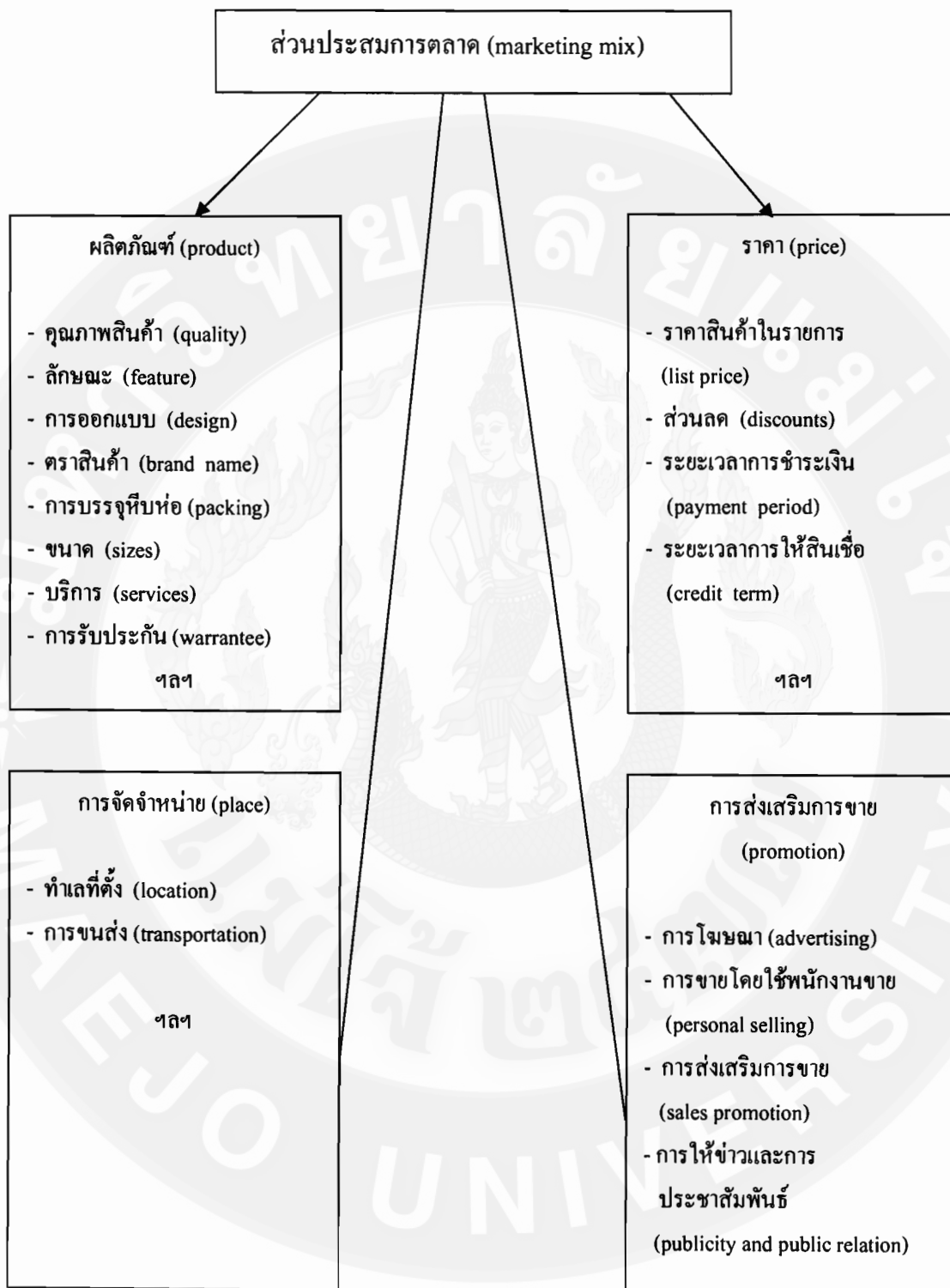
4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลขายทำการขาย (personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้นึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมประสานกัน Integrated Marketing Communication (IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณา

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล

4.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์



ภาพ 1 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix)

ที่มา: คัดแปลงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 34)

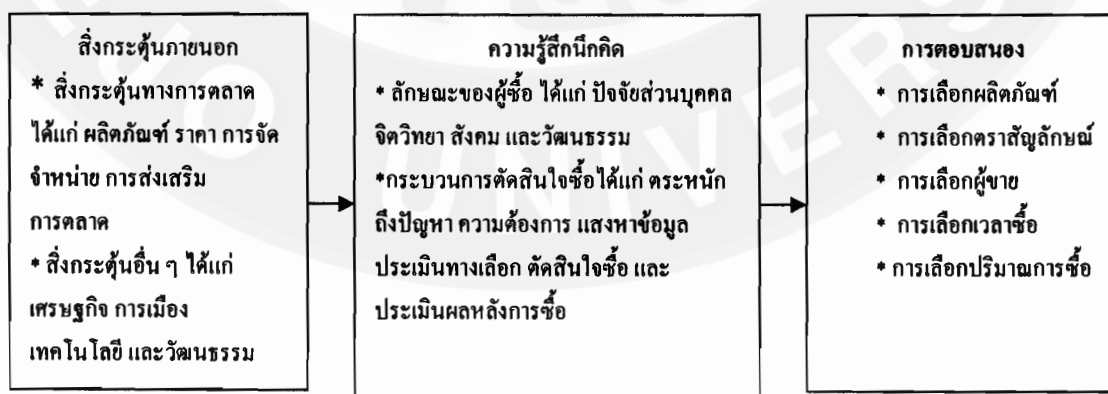
พฤติกรรมของผู้ซื้อ (buyer behavior)

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมผู้ซื้อไว้ดังนี้ พฤติกรรมผู้ซื้อ (buyer behavior) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรทางการตลาดทั้งหลายนั้น ข้อมือถือได้ว่า เป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์เท่านั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายเฉพาะ กระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และจะซื้อจากใคร การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจ และทางกายที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจ สารสำคัญส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความเข้าใจ (perceives) ของแต่ละบุคคลที่มีอยู่ และการปฏิบัติหรือการกระทำต่อกันระหว่างตัวเขาเหล่านั้นกับ สภาพแวดล้อม รวมตลอดทั้งกับองค์การธุรกิจทั้งหลาย

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41) ได้กล่าวถึงประเด็นการวิเคราะห์ลูกค้าว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นสิ่งที่อยู่ในจิตใจของผู้ซื้อยากที่จะสังเกตเห็นจึงได้ให้รูปแบบ กระบวนการตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model)

Philip Kotler (2000) ได้กล่าวถึงการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ บริโภคสินค้าและบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ



ภาพ 2 แสดงรายละเอียดแบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ (Model of Consumer Behavior)

ที่มา: Kotler, 2000 (ศุภร เสรีรัตน์, 2544: 41)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้ว ทำให้เกิดการตอบสนองจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งตอบสนอง (response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงเรียกว่า “S-R Theory” โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (outside stimulus) ผู้ศึกษาจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งเสนอขายให้กับตลาด เพื่อเรียกร้องความสนใจเป็นเจ้าของในการใช้หรือบริโภค เช่น ตัวสินค้าและบริการ ตราสัญลักษณ์ คุณภาพ การออกแบบ การบรรจุหีบห่อ การใช้เทคโนโลยี ฯลฯ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตลาดจะต้องพิจารณาการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมของผู้บริโภค คู่แข่งขัน และปัจจัยในทุกๆ ด้าน โดยวิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม ส่วนลด เงื่อนไขการขาย เงื่อนไขการชำระเงิน จะต้องพิจารณา กำหนดให้ถูกต้องโดยพิจารณาจากเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง และการจัดให้มีสถานที่ตั้ง ที่จอดรถที่สะดวก เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค เกิดความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (promotion) มีจุดประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้หันมาใช้สินค้าของผู้ผลิตหรือนำมาชักจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคสินค้าของบริษัท หรือเพื่อเตือนความจำให้แก่ผู้บริโภคไม่ให้ลืมสินค้าของผู้ผลิต วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายมีดังนี้

1. การโฆษณาเพื่อเกิดความเชื่อมั่น สร้างความสนใจ
2. การลด แลก แจก แถม
3. การประชาสัมพันธ์ สร้างภาพพจน์ที่ดี

1.1.5 สิ่งกระตุ้นด้านส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นทางสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าสินค้านึง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. สิ่งกระตุ้นภายใน (inside stimulus) เปรียบเสมือนกลองคำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ

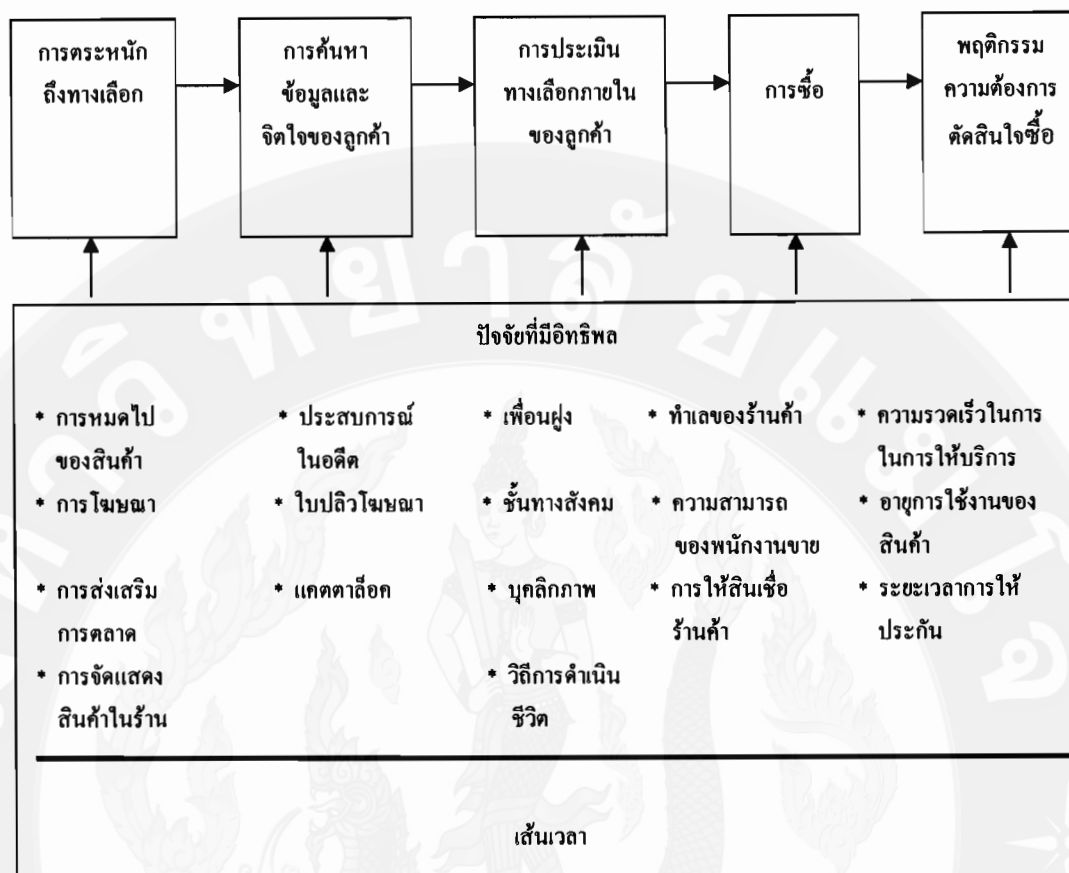
2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัย ด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การเลือกผลิตภัณฑ์
2. การเลือกตราสินค้า
3. การเลือกผู้ขาย
4. การเลือกเวลาในการซื้อ
5. การเลือกปริมาณการซื้อ

จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น เราจะเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งกระตุ้นภายนอก เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดการซื้อขึ้น ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความจำเป็นในการทำการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ



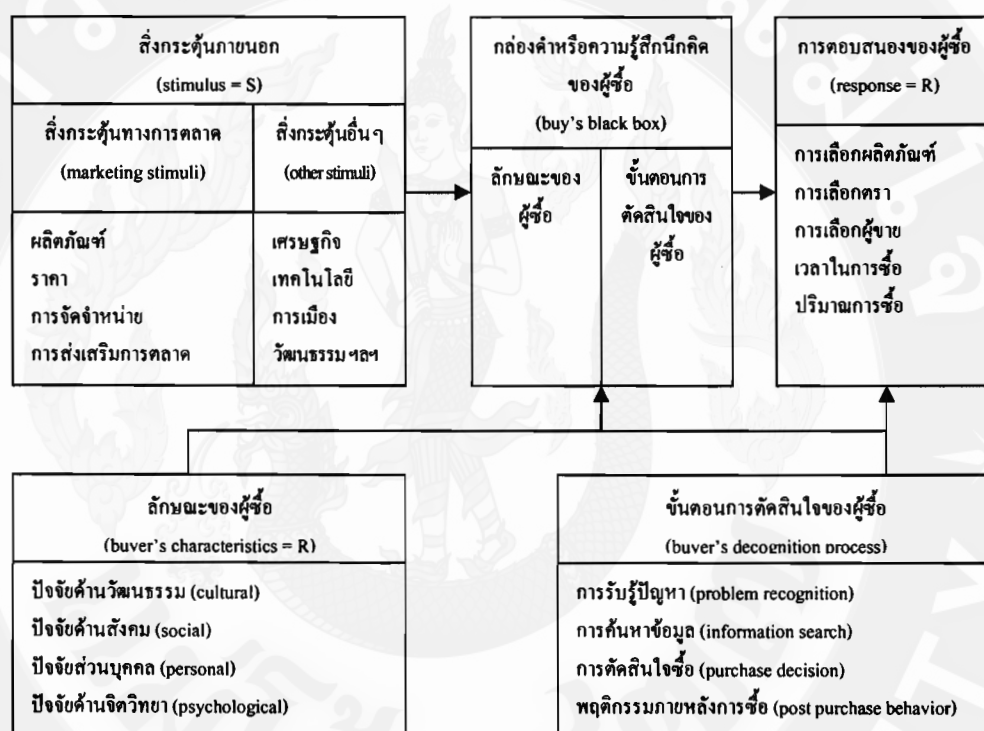
ภาพ 3 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
ที่มา: ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41)

พฤติกรรมของผู้บริโภค (consumer behavior)

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์การทางการตลาดทั้งหลายนั้น ย่อมถือได้ว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์เท่านั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายเฉพาะกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และจะซื้อจากใคร การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจ สารสำคัญส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความเข้าใจ (perceives) ของแต่ละบุคคลที่มีอยู่ และการปฏิบัติหรือการกระทำต่อกันระหว่างตัวเขาเหล่านั้นกับสภาพแวดล้อม รวมตลอดทั้งกับองค์การธุรกิจทั้งหลาย

พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อ สินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นนี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค

ตามทฤษฎีสิ่งเร้า (stimuli) และการตอบสนอง (response) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า S-R theory ทฤษฎีที่วันนี้ได้มาจากผลของการสังเกตและทดลองของนักจิตวิทยาหลายท่าน เช่น Pavlov, John Watson, Clark Hull และ Edward Tolmen เป็นต้น



ภาพ 4 แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (model of consumer behavior)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2539: 110)

สิ่งเร้า (stimuli) ในทางการตลาดนั้น เราแบ่งสิ่งเร้าออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งเร้าทางการตลาดกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. สิ่งเร้าทางการตลาด ได้แก่ สิ่งที่เราเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4Ps อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดนั่นเอง
2. สิ่งแวดล้อมอื่นๆ ทางการตลาด ที่อยู่รอบล้อมรอบผู้บริโภค ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม การเมือง / กฎหมาย และวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

สิ่งเร้าเหล่านี้นับเป็นตัวนำเข้าหรือ input ที่จะเข้าไปยังกล่องดำของผู้บริโภค และส่งผลให้มีการตอบสนองออกมาเป็น output

กล่องดำ (black box) คำนี้เป็นนามธรรม โดยสมมติว่ากล่องดำเป็นที่รวมเอาปัจจัยต่างๆ ที่ว่านี้ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคแต่ละคนเอาไว้ นอกไปจากนี้ในกล่องดำยังมีการตัดสินใจซื้ออยู่อีกด้วย สิ่งเร้าเมื่อมาถึงกล่องดำจะถูกปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวตกแต่งขัดเกลาแปรรูปออกมาเป็นการตอบสนอง ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อทำงาน จนกระทั่งมีการซื้อเกิดขึ้นตามมา ถ้าตอบสนองเป็นไปในทางลบ ผู้บริโภคคงไม่ลงมือซื้อ

การตอบสนอง (response) เป็นผลลัพธ์จากอิทธิพลของปัจจัยและกลไกการทำงานของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่ในกล่องดำของผู้บริโภค ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก จะสังเกตเห็นผู้บริโภคไปเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ เลือกตราผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อเลือกร้านค้าที่จะซื้อ เลือกจังหวะเวลาที่จะซื้อ และเลือกจำนวนที่จะซื้อ เป็นต้น

ปัจจัยในการเลือกซื้อ

ศุภร เสรีรัตน์ (2543: 22-23) ได้กล่าวถึงปัจจัยในการเลือกซื้อ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยในการตลาดไว้ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยออกมาจากความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแบ่งเป็น ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาด ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors)

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ๆ ได้แก่

อายุ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตาม ระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวัยทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด เมื่ออยู่ในวัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง โดยเฉพาะเมื่ออยู่ลับหลังพ่อแม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีรายได้เป็นของตนเอง อำนาจในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด ต่อเมื่อเข้าสู่วัยชรา ความคิดเห็นจากบุคคลอื่นๆ เช่นญาติพี่น้อง บุตรหลาน จะหวนกลับเข้ามาอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

การศึกษา การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์การเรียนรู้ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลตอบสนองแตกต่างกัน การที่ผู้บริโภคสองคนมีระดับการศึกษาต่างกัน แต่อยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน แต่มีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกัน เป็นเพราะการศึกษา

อาชีพ อาชีพของบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์แตกต่างไปจากผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นักธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลา หากขับรถด้วยตนเองอาจเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ทำให้ต้องบริโภคบริการของพนักงานขับรถ เป็นต้น

รายได้ส่วนบุคคล รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคลที่ถูกหักภาษีแล้ว (disposable income) หลังจากถูกหักภาษี ผู้บริโภคจะนำเอารายได้ส่วนหนึ่งไปเก็บออมไว้และอีกส่วนหนึ่งไปซื้อผลิตภัณฑ์อื่น จำเป็นแก่การครองชีพเรียกว่า disposable income และรายได้ส่วนนี้เองที่ผู้บริโภคนำไปซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย

สถานภาพ วิธีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลง เช่น การหย่าร้าง การอยู่เป็นม่าย การแต่งงาน หรือการอยู่เป็นโสด การเปลี่ยนแปลงสถานภาพของบุคคลเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของแต่ละบุคคลด้วย

ปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด เป็นปัจจัยที่เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (response) โดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

ผลิตภัณฑ์/บริการ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (utility) มีมูลค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive differentiation)
2. พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (new and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (product line)

ราคา (price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก product ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

1. การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น
2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. การแข่งขัน
4. ปัจจัยอื่นๆ

การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ระบบในช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2. การกระจายตัวสินค้า (physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานสำคัญต่อไปนี้

- 2.1 การขนส่ง (transportation)
- 2.2 การเก็บรักษาสินค้า (storage) และการคลังสินค้า (warehousing)
- 2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (inventory management)

การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องมือต่อไปนี้

1. การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (creative strategy)

1.2 กลยุทธ์สื่อ (media strategy)

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling strategy)

2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (sales force management)

3. การส่งเสริมการขาย (personal promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (consumer promotion)

3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion)

3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (sales force promotion)

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relations) การเสนอให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

5. การตลาดทางตรง (direct marketing หรือ response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (response) โดยตรงหรือหมายถึงวิธีการ

ต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย

5.1 การขายทางโทรศัพท์

5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545: 23) ได้ให้นิยามของส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้ คำว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย เครื่องมือการตลาด 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดซึ่งหมายถึงโปรแกรมของบริษัท ในการเลือกตลาดเป้าหมายเฉพาะอย่าง และตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคเป้าหมายนั้น โดยใช้ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ นักการตลาดจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเกี่ยวกับ 4P's ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product strategy) ผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอกับตลาดเพื่อความสนใจ ความอยากได้ การใช้ หรือการบริโภค ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น การตัดสินใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์และการบริการจะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอะไรบ้างแล้ว นักการตลาดจึงนำมากำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ทางด้านต่าง ๆ

2. กลยุทธ์ด้านราคา (price strategy) ราคา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปของเงินตรา หรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน และ (หรือ) สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในเรื่องราคา ผลิตภัณฑ์ หรือบริการและปรับปรุงราคาเหล่านี้ลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้ามูลค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้าต้องมากกว่าต้นทุนหรือราคาของตัวสินค้านั้น ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมูลค่ามากเกินกว่าราคาสินค้า

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (place of distribution strategy) การจัดจำหน่าย หมายถึง การเลือกและการใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ประกอบด้วย คนกลาง บริษัทขนส่ง และบริษัทเก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย โดยสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลา สถานที่ ความเป็นเจ้าของ หรืออาจหมายถึงโครงสร้างช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรไปยังตลาด

4. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (promotion strategy) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำลูกค้าเป้าหมาย

ทฤษฎี การตัดสินใจซื้อ

Evan and Berman (1997 อ้างใน ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2545: 23) ได้ให้ความหมายและแนวคิดการตัดสินใจซื้อดังนี้ การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่

1. การตระหนักถึงปัญหา เมื่อเกิดปัญหาผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไขโดยหาข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจจากแหล่งต่างๆ
2. การแสวงหาข้อมูล ปกติผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมากต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาเปรียบเทียบนาน แต่ผลิตภัณฑ์บางอย่างกลับไม่ต้องการข้อมูลหรือระยะเวลาในการตัดสินใจมากนัก
3. การประเมินทางเลือก สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การแสดงรายการคุณสมบัติของสินค้าเป็นการประเมินโดยใช้รายการคุณสมบัติของสินค้าและนำมาเปรียบเทียบนาน แต่ผลิตภัณฑ์บางอย่างกลับไม่ต้องการข้อมูลหรือระยะเวลาในการตัดสินใจมากนัก
4. การตัดสินใจซื้อ โดยที่ในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้
เลือกที่จะซื้อสินค้านั้นหรือไม่ มี 3 ทางเลือก คือ ซื้อสินค้านั้น ซื้อสินค้าอื่นทดแทน หรือไม่ซื้อเลย

1. ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน
2. จะซื้อที่ไหน
3. จะซื้อจำนวนเท่าไร
4. จะซื้ออย่างไร

นักการตลาดจะต้องพยายามที่จะสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการให้เร็วขึ้น ซึ่งสามารถทำได้ด้วยวิธีการ คือ

1. การให้ผลตอบแทนส่วนเพิ่ม
2. การสร้างความแตกต่าง
3. การสร้างความมั่นใจ
4. ทศนคติหลังการซื้อการใช้จะใช้เป็นข้อมูลในการรักษา ปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อสร้างและรักษาระดับของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41) ได้กล่าวถึงประเด็นการวิเคราะห์ลูกค้าว่าเป็นเรื่องยากเนื่องจากกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นสิ่งที่อยู่ในจิตใจของผู้ซื้อยากที่จะสังเกตเห็นจึงได้รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลในแต่ละช่วงของกระบวนการตัดสินใจแบบนี้

1. การตระหนักถึงทางเลือก ประกอบด้วย การหมดไปของสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด และการจัดแสดงสินค้าในร้าน
2. การค้นหาข้อมูลและจิตใจของลูกค้า ประกอบด้วย ประสพการณ์ในอดีตของลูกค้า ไปปลิวโฆษณา และแคตตาล็อกสินค้า
3. การประเมินทางเลือกภายในของลูกค้า ประกอบด้วย เพื่อนฝูง ชนทางสังคม บุคลิกภาพ และวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า
4. การซื้อ ประกอบด้วย ทำเลของร้านค้า ความสามารถของพนักงานขาย และการให้สินเชื่อ
5. พฤติกรรมความต้องการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยความเร็วในการให้บริการ อายุการใช้งานของสินค้า และระยะเวลาการให้ประกัน

Philip Kotler (1994) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนได้แก่

1. การรับรู้ปัญหา (problem recognition) หรือการรับรู้ความต้องการ (need arousal) คือการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนซึ่งเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น

2. การค้นหาข้อมูล (information search) คือ การค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของสินค้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่

2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การแสดงสินค้า

2.2 แหล่งสาธารณะ ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.3 แหล่งประสบการณ์ ได้แก่ การเคยใช้สินค้า

3. การประเมินผลทางเลือก (evaluation of alternative) คือ การที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลมาแล้ว เกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ

การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) คือ การที่ผู้บริโภคประเมินผล กำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป และจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามอาจมีปัจจัยไปขัดขวางความตั้งใจหรือการตัดสินใจซื้อได้

นัศรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545: 23) ได้ให้ความหมายของแนวคิดการตัดสินใจซื้อดังนี้ การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่

1. การตระหนักถึงปัญหา เมื่อเกิดปัญหาผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจจากแหล่งต่างๆ

2. การแสวงหาข้อมูล ปกติผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาเปรียบเทียบนาน แต่ผลิตภัณฑ์บางอย่างกลับไม่ต้องการข้อมูลหรือระยะเวลาในการตัดสินใจนานนัก

3. การประเมินทางเลือก สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การแสดงรายการคุณสมบัติของสินค้า เป็นการประเมินโดยใช้รายการคุณสมบัติของสินค้าและนำมาเปรียบเทียบตามความต้องการความรู้สึก และสถานภาพของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะพิจารณาคุณสมบัติที่เห็นว่าสำคัญที่สุดเป็นลำดับต้นๆ และการให้คะแนนตามคุณสมบัติของสินค้าเป็นการประเมินโดยให้คะแนนคุณสมบัติของสินค้าและยี่ห้อที่ต้องการจะตัดสินใจเลือกซื้อเปรียบเทียบกัน

4. การตัดสินใจซื้อ โดยที่ในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ดังนี้

4.1 เลือกที่จะซื้อสินค้านั้นหรือไม่ มี 3 ทางเลือก คือ ซื้อสินค้านั้น ซื้อสินค้าอื่นทดแทน หรือไม่ซื้อเลย

ถ้าซื้อจะซื้อยี่ห้อไหน

จะซื้อที่ไหน

จะซื้อจำนวนเท่าไร

จะซื้ออย่างไร

นักการตลาดจะต้องพยายามที่จะสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการให้เร็วขึ้น

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 41) ได้กล่าวถึงประเด็นการวิเคราะห์ลูกค้าว่าเป็นเรื่องยากเนื่องจากกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นสิ่งที่อยู่ในจิตใจของผู้ซื้อยากที่จะสังเกตเห็น จึงได้ให้รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลในแต่ละช่วงของกระบวนการตัดสินใจแบบง่าย ดังนี้

1. การตระหนักถึงทางเลือก ประกอบด้วย การหมดไปของสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด และการจัดแสดงสินค้าในร้าน
2. การค้นหาข้อมูลและจิตใจของลูกค้า ประกอบด้วย ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า ไปปลิวโฆษณา และแคตตาล็อกสินค้า
3. การประเมินทางเลือกภายในของลูกค้า ประกอบด้วย เพื่อนฝูง ชนทางสังคม บุคลิกภาพ และวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้า
4. การซื้อ ประกอบด้วย ทำเลของร้านค้า ความสามารถของพนักงานขาย และการให้สินเชื่อ
5. พฤติกรรมความต้องการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการ อายุการใช้งานของสินค้า และระยะเวลาการให้ประกัน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยออกมาจากความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแบ่งเป็น ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors)

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ๆ ได้แก่

เพศ (sex)

การวิจัยของชัยยุทธ สุวรรณมาลย์ (2543: 37) พบว่าข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง พบว่า เพศหญิงมีบทบาทในการเลือกซื้อบ้านมือสองมากกว่าเพศชาย ส่วนศิริพร จันทรแสนตอ (2542: 44) พบว่าเพศชายมีความเชื่อมั่น มีเหตุผลหรือชอบตัดสินใจทำอะไรใหม่ๆ มากกว่าเพศหญิงที่ไม่ชอบความเสี่ยง ความไม่แน่นอน เพศหญิงจะพอใจได้ง่ายกว่าเพศชาย แต่การยอมรับเปลี่ยนแปลงไม่ได้ง่ายไปกว่าเพศชาย

อายุ (age)

การวิจัยของชัยยุทธ สุวรรณมาลย์ (2543: 37) ได้กล่าวว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะขายบ้านมือสองได้คือผู้ที่มียายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง เนื่องจากวัยบอกให้รู้ถึงความแตกต่างกันในระดับความสามารถ ในการทำความเข้าใจในเรื่องหรือสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน อายุนับเป็นองค์ประกอบชนิดหนึ่งที่ทำให้คนเรามีความแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าคนที่มียายุต่างกันจะมีความรอบรู้ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ปัญหา ความจำ นิสัยภาพและบุคลิกภาพทางด้านต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป

อนุวัตร ภูวเศรษฐ (2548: 37) ได้กล่าวว่าประชากรที่อายุน้อยมักมีความโน้มเอียงที่มีหัวก้าวหน้ามากกว่าดังนั้นจึงสนใจเทคนิควิทยาการแผนใหม่ ในขณะที่ประชาชนอายุมากมักจะเป็นหัวโบราณและต่อต้านการยอมรับสิ่งใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตามผลงานบางแห่งก็บอกว่าอายุไม่มีส่วนจำเป็นต่อการยอมรับของประชาชน พบว่าอายุที่ต่างกันในองค์ประกอบของงานซึ่งสอดคล้องกับ นฤภัทร เชนอมรรธัญ (2545: 51) กล่าวว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวัยทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด เมื่ออยู่ในวัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง โดยเฉพาะเมื่ออยู่หลังพ่อแม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีรายได้เป็นของตนเองอำนาจในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด ต่อเมื่อเข้าสู่วัยชรา ความคิดเห็นจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน จะหวนกลับเข้ามาอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีก

การศึกษา (education)

ทัศนีย์ ตั้งอารมณ์สุข (2546: 39) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์การเรียนรู้ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลตอบสนองแตกต่างกัน การที่ผู้บริโภค

สองคนมีระดับการศึกษาต่างกัน แต่ตกอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน แต่มีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกัน เป็นเพราะการศึกษานี้เอง รัชนิกร เศรษฐโช (2526: 144) พบว่าการศึกษาเป็นกรรมวิธีหรือกระบวนการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ชีวิต อันทำให้บุคคลพัฒนาความสามารถทัศนคติ ค่านิยม หรือคุณธรรม และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการกลายเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

อาชีพ (occupation)

จากการรายงานการศึกษาของสมบุรณ์ ศาลาชีวิน (2526: 40) เรื่องการประกอบอาชีพส่วนตัวในสาขาเศรษฐกิจนอกระบบในกรุงเทพ พบว่า ลักษณะและคุณสมบัติผู้ประกอบอาชีพส่วนตัวส่วนใหญ่ ในการประกอบอาชีพส่วนตัว แต่การศึกษานอกระบบอย่างยิ่งการฝึกฝนและการทำงานในกิจการ (on the job training) มีบทบาทอย่างสำคัญในการประกอบอาชีพส่วนตัว ในกิจกรรมประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม การศึกษาอบรมวิชาชีพระบบสั้นจะช่วยส่งเสริมอาชีพส่วนตัวได้มากที่สุดที่มุ่งให้ผู้ประกอบอาชีพส่วนตัวที่สำคัญๆ คือ เหตุผลที่ว่า มีประสบการณ์ในอาชีพนั้นๆ มาก่อน และเห็นช่องทางในการหารายได้ และกำไร

นฤภัทร เชนอมรธัญ (2545: 57) พบว่าเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ทำงานธุรกิจต่าง ๆ นอกเหนือไปจากอาชีพลูกจ้าง พนักงานราชการที่ได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างรายเดือนหรือรายวัน รวมถึงผู้ที่ช่วยครอบครัวประกอบธุรกิจและได้รับค่าตอบแทนจากผลกำไร หรืออาจมีความหมายว่า หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่ประกอบอาชีพหารายได้เองโดยไม่มีนายจ้าง ไม่อยู่ในฐานะลูกจ้าง แต่เป็นนายตนเอง เป็นเจ้าของกิจการและจะต้องปฏิบัติงานเอง อาจมีผู้ปฏิบัติงานด้วยก็ได้ แต่เนื่องจากการทำโครงการครั้งนี้มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ผู้มีอายุระหว่าง 13 - 15 ปี จึงได้กำหนดคำจำกัดความของอาชีพอิสระในความหมายกว้างว่า อาชีพอิสระหมายถึงอาชีพที่ผู้ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการเองทั้งหมดหรือบางส่วนก็ได้ โดยไม่รับค่าจ้างจากผู้อื่นในลักษณะของเงินเดือนหรือค่าแรงประจำ และรับผิดชอบต่อการดำเนินการทั้งในส่วนของการกำไร หรือขาดทุน โดยอาจจะมีผู้ช่วยปฏิบัติงานหรือไม่ก็ได้เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง ผู้ซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัท รองลงมาคือมีส่วนการประกอบอาชีพใกล้เคียงกัน คือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการแสดงว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพทำงานเอกชนเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะขายบ้านมือสองได้

รายได้ (income)

ทัศนีย์ ตั้งอารมณ์สุข (2546: 39) พบว่ารายได้ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวนผู้มีรายได้ในครอบครัวส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ซื้อบ้านมือสอง ในแต่ละครอบครัวจะมีผู้มีรายได้ จำนวน 2 คน มากสุด รองลงมาคือมีรายได้เพียงคนเดียว ซึ่ง

สอดคล้องกับ ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535: 147) สรุปจากงานวิจัยหลายชิ้น พบว่าเงินมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เงินที่มากพอแก่การดำรงชีพตามสภาพ ทำให้บุคคลไม่ต้องดิ้นรนมากนักที่จะทำงานเพิ่มนอกเวลา และยังเกี่ยวกับความสามารถในการหาปัญหาอื่นที่สำคัญในการดำรงชีวิต

สุนิลา ทนุผล (2520: 10) ได้ศึกษาพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวและพัฒนาบุคลิกภาพ หมายความว่า บุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับสูงหรือปานกลางจะมีบุคลิกภาพที่ประสมประสานมากที่สุดและมีปัญหาทางจิตใจหรือการเกิดเจตคติที่ไม่ดีน้อยกว่าบุคคลซึ่งมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ส่วนในสมบุรณ์ ศาลยาชีวิน (2526: 40) ได้ทำการศึกษาทดสอบเจตคติทางการเมืองเกี่ยวกับการใช้อำนาจเผด็จการในการปกครองของคนไทยพบว่าสภาพเศรษฐกิจของประชาชน เงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีเจตคติที่ต่างกัน

สถานภาพ (status)

สถานภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยส่วนรวมคนเราเมื่อแต่งงานมีครอบครัวย่อมมีภาระหน้าที่เพิ่มขึ้นรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ตามที่ ธรรมบุญ ศิริพันธ์ (2530: 11) ได้กล่าวถึงการปรับตัวในชีวิตการสมรสว่าผู้ใหญ่วัยต้นสมรสจะต้องมีการปรับตัวในเรื่องความผูกพันใกล้ชิดทางกาย ความสัมพันธ์ทางเพศ ต่อจากนั้นทางฝ่ายชายฝ่ายหญิงก็จะมียบทบาทใหม่คือบทบาทการเป็นสามีภรรยา นอกจากนั้นสามีหรือภรรยาต้องมีส่วนร่วมกันมียบทบาทเพื่อปฏิบัติการกิจ ทางสังคมที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ส่วนพะยอม อิงคตานุวัฒน์ (2523: 13) ได้กล่าวถึงการปรับตัวของชีวิตสมรสว่าผู้ใหญ่ที่สมรสจะต้องมีการปรับตัวในเรื่องความผูกพันใกล้ชิดทางกายความสัมพันธ์ทางเพศ การกิจทางสังคมที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ต่อจากนั้นทั้งฝ่ายชายและฝ่ายหญิงก็จะมียบทบาทใหม่ คือบทบาทการเป็นสามีภรณยานอกจากนั้นสามีภรรยาต้องร่วมกันมียบทบาทเมื่อต้องไปปฏิบัติการกิจทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้สมรสจะมีความผูกพันต่อส่วนรวมมากกว่าคนโสด ทั้งนี้เนื่องจากคนที่มีครอบครัวจะมีความผูกพันสนิทสนมแนบแน่นกับบุคคลในครอบครัวหลายคน เช่น ภรรยา สามี บุตร เครือญาติแต่ละฝ่าย

ราคา (price)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 41) พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหาจะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่างๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมดและนำไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ดังนั้นราคาจึงเป็นตัวตัดสินใจ เช่นราคาของการเลี้ยงขอบคุณลูกค้าประจำปีของผู้ประกอบการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53) พบว่าสิ่งที่จำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งแสดงมูลค่าในรูปของเงินตรา หรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน โดยจะต้องพิจารณาปฏิริยาของลูกค้าที่มีต่อราคาที่แตกต่างกัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 41) พบว่า เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบไปด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โครงสร้างช่วงทางการจัดจำหน่ายซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

การส่งเสริมการตลาด (promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 41) พบว่าเป็นการสื่อสารเกี่ยวข้องกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารคือ การโฆษณาเป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือความคิดที่ควรจะมีการจ่ายเงิน การขายโดยใช้พนักงานขายเป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย และการจัดให้ข่าว การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข่าวที่เสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องจ่ายเงิน การตลาดทางตรงเป็นการติดต่อสื่อสารกับเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง การจัดจำหน่ายเป็นโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ถูกเปลี่ยนมือ การกระจายตัวสินค้า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53) พบว่าการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ เครื่องมือการส่งเสริมทางการตลาดที่สำคัญได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งโรจน์ โพธิวิจิตร และคณะ (2534) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า แนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น โดยผู้บริโภคต้องการที่อยู่อาศัยมากขึ้น โดยทำเลที่ตั้งห่างจากตัวเมืองไม่เกิน 4 กิโลเมตร โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้ง และราคาตามลำดับในการตัดสินใจเลือกซื้อ และปัญหาที่อยู่ที่แตกต่างกันไป ตามระดับ รายได้ อายุ และสถานภาพของผู้ที่อยู่อาศัย

ขวัญชัย อรรถวิภาณนท์ (2535) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าครัวเรือนของที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรจำนวน 125 คน จากหมู่บ้านจัดสรรจำนวน 33 แห่ง ผลการศึกษาพบว่าในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรนั้นผู้อยู่อาศัยให้ความสำคัญมากกับเรื่องทำเลที่ตั้งต้องอยู่ในบริเวณสะดวก ต่อการเข้าถึง รองลงมาได้แก่ ราคาบ้านและที่ดิน รวมถึงรายได้ของครอบครัว และเมื่อจำแนกระดับ ของผู้อยู่อาศัย โดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ ได้จำแนกระดับของผู้อยู่อาศัยออกเป็น 2 ระดับ คือ ผู้ที่มีระดับรายได้ปานกลาง และผู้ที่มีรายได้สูง สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรนั้น พบว่าผู้อยู่อาศัยที่มีระดับรายได้ปานกลางจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้สูงจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านกายภาพ

ปรีชา เจริญ (2539) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ – ลำพูน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าภาวการณ์ขายเมื่อพิจารณาตามระดับราคาขายที่ดินที่เปิดตัวในช่วง 2535- 2538 ที่ดินทุกที่มีราคาไม่แพงมากจะขายได้ดีกว่า โดยพิจารณาอย่างยิ่งที่ดินระดับต่ำกว่า 900,000 บาท จะขายได้เป็นจำนวนมาก เมื่อแยกตามแนวถนนสายหลัก เปรียบเทียบตามถนนคันคลองชลประทาน และถนนเชียงใหม่ – สารภี ตามลำดับ ปัจจัยที่ผู้ซื้อพิจารณาเป็นอันดับแรกคือ สถานที่ ถนน ไฟฟ้า และประปา เป็นต้น

วรวิทย์ มานะกุล (2540) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกการศึกษาเป็น 3 ขนาดโครงการ คือโครงการขนาดเล็ก (ไม่เกิน 100 หน่วย) โครงการขนาดกลาง (ไม่เกิน 200 หน่วย) และโครงการขนาดใหญ่ (200 หน่วย ขึ้นไป) ที่ตั้งอยู่บริเวณ ถนนสายเชียงใหม่ - หางดง เชียงใหม่ - แม่ใจ และเชียงใหม่ - คอยสะเก็ด - สันกำแพง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจลงทุนในโครงการบ้านจัดสรรว่ายังเป็นที่ต้องการของตลาดในปริมาณที่สูง และมีความเห็นต่อปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ คือ ราคาวัสดุไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อยนัก และปัจจัย

ทางการเงินที่เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ควรมีอัตราค่าและเปลี่ยนแปลง น้อย นอกจากนี้ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและดูแลโครงการภายหลังการขายจะมีผลต่อความสำเร็จของโครงการส่วนปัจจัยที่นำไปสู่ความล้มเหลว คือ ปัจจัยด้านการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรที่เกี่ยวกับสถานะเศรษฐกิจของประเทศที่ตกต่ำและผู้ซื้อไม่มีกำลังซื้อและการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมากเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความล้มเหลว ส่วนปัจจัยที่รองลงไปคือ ปัจจัยด้านการเงินที่เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสินเชื่อ และจำนวนเงินที่ได้รับอนุมัติจากสถาบันการเงินหรือธนาคารต่ำกว่าความต้องการของผู้ประกอบการ

สาริณี เมฆอุไร (2540) ได้ศึกษาถึงความต้องการซื้อบ้านของข้าราชการสมาชิก กบข. โดยศึกษาถึงผลกระทบของมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล ในโครงการ รอส. - กบข. เพื่อที่อยู่อาศัยข้าราชการสมาชิก กบข. รวบรวมข้อมูลจากสมาชิก กบข. ที่มีความสนใจและความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 100 ราย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะที่อาศัยที่ข้าราชการกลุ่มตัวอย่างต้องการซื้อมากที่สุดคือ บ้านชั้นเดียวคิดเป็นร้อยละ 55.36 โดยระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ต้องการซื้อในช่วง 500,001 - 900,000 บาท/หน่วย ปัจจัยที่ข้าราชการกลุ่มตัวอย่างใช้พิจารณาในการซื้อบ้านที่สำคัญที่สุด คือ การใช้วัสดุ และฝีมือในการก่อสร้างของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.6 ส่วนวงเงินกู้ที่ข้าราชการกลุ่มตัวอย่างได้รับจากโครงการ รอส. - กบข. อยู่ในช่วง 500,001 - 1,000,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 34 ความสามารถในการผ่อนชำระหนี้เงินกู้ที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2,001 - 5,000 บาทต่อเดือน และระยะเวลาในการชำระหนี้เงินกู้ที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่ต้องการอยู่ ในช่วง 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 และส่วนใหญ่เห็นว่าโครงการ รอส. - กบข. มีผลต่อความต้องการซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 96

สุทธิชัย ดิยะสุวรรณ (2543) ได้ศึกษาถึงความล้มเหลวของธุรกิจบ้านและที่ดินจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงปี 2540 - 2541 โดยศึกษาโครงการบ้านและที่ดินจัดสรรที่เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2530 ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 25 โครงการ โดยแบ่งโครงการเป็น 3 กลุ่ม ตามขนาดของโครงการเป็นขนาดเล็ก (โครงการที่มีบ้านและที่ดินจัดสรรไม่เกิน 100 หน่วย) ขนาดกลาง (โครงการที่มีบ้านและที่ดินจัดสรรในโครงการตั้งแต่ 100-200 หน่วย) และขนาดใหญ่ (โครงการที่มีบ้านและที่ดินจัดสรรในโครงการมากกว่า 200 หน่วย) ผลการศึกษาพบว่า โครงการที่เปิดดำเนินการอยู่ส่วนมากเป็นที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว ที่ดินที่นำมาจัดสรรเป็นที่ดินที่ซื้อมาทำโครงการโดยตรงและส่วนใหญ่ร้อยละ 68% ยังไม่ได้ขออนุญาตจัดสรรที่ดิน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโครงการขนาดเล็กและขนาดกลาง การเลือกซื้อที่ดินเพื่อทำโครงการพิจารณาจากทำเลที่ดิน เป็นย่านที่อยู่อาศัย การคมนาคมสะดวกเป็นหลัก ปัจจัยรองได้แก่ราคาที่ดิน และปัจจัยที่มีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจพบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเป็นผลกระทบที่สำคัญต่อ

ธุรกิจ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการเงิน สืบเนื่องจากการขาดการสนับสนุนด้านการเงินจากสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์

สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงความต้องการเบื้องต้นของการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2544 และศึกษาถึงสาเหตุของการชะลอการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างภายใน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุสำคัญที่ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรรต้องการซื้อบ้าน อันดับหนึ่งคือ ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรรต้องการซื้อมากที่สุดคือ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น โดยงบประมาณในการซื้อบ้านพร้อมที่ดินมากที่สุดอยู่ในช่วงราคา 1.01 - 1.50 ล้านบาท ขนาดเนื้อที่ดินที่ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรรมีความต้องการมากที่สุดอยู่ในช่วง 51 - 60 ตารางวา ทำเลที่ผู้ที่ต้องการซื้อมากที่สุดคือ ทำเลถนนเชียงใหม่ - แม่โจ้ และสัดส่วนของความต้องการซื้อบ้านสร้างเสร็จเรียบร้อยพร้อมโอนกรรมสิทธิ์หรือบ้านที่สิ่งสร้างตามความต้องการมีความใกล้เคียงกัน ส่วนจำนวนเปอร์เซ็นต์เงินค้ำสำหรับซื้อบ้านพร้อมที่ดินที่ผู้ต้องการซื้อคิดว่าเหมาะสมที่สุด คือ 10 - 15 เปอร์เซ็นต์ และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ส่วนระยะเวลาที่คาดว่าจะตัดสินใจซื้อคือ ภายใน 6 เดือน ในด้านอิทธิพลของอัตราดอกเบี้ยต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน ผู้ที่ต้องการซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการพิจารณา ส่วนด้านปัจจัยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่อยู่ในอัตราต่ำในปัจจุบัน พบว่าส่วนมากไม่อยากฝากเงินกับสถาบันการเงินและคิดว่าจะนำมาซื้อที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่คาดคะเนราคาบ้านจัดสรรในอนาคตว่าราคาขายภายใน 1 - 2 ปี ข้างหน้าจะพอๆ กับปัจจุบัน และปัจจัยสำคัญที่ผู้มีความต้องการซื้อบ้านตัดสินใจซื้อคือราคาของบ้านและที่ดิน และในด้านสาเหตุสำคัญที่สุดของการชะลอการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่มีบ้านจัดสรรที่ตรงตามความต้องการในทำเลที่ต้องการ

รุจิเรข ใจหาญ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ กับธุรกิจด้านหมู่บ้านจัดสรร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จากผลการศึกษาการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ กับธุรกิจด้านหมู่บ้านจัดสรรนั้น ทางด้านผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงภารกิจหลัก ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษารวมถึงในด้านของกิจการหมู่บ้านจัดสรร และความพึงพอใจที่มีต่อสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการงานจดทะเบียนสิทธิ และนิติกรรม ได้กำหนดให้จัดลำดับการให้บริการที่มีความโปร่งใส เป็นธรรมมากขึ้น และมีการรวมงานทะเบียนนิติกรรม กับงานทะเบียนสิทธิ เป็นต้น

ภาคสรุป

กรมบังคับคดีมีที่มาจากหน่วยงานราชการระดับกองในสำนักปลัดกระทรวงยุติธรรม 2 กอง คือ กองบังคับคดีแพ่ง และ กองบังคับคดีล้มละลาย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2517 สมัยรัฐบาล ฯพณฯ ศาสตราจารย์สัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นนายกรัฐมนตรี ท่านกิตติ สีหนนท์ เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมได้เห็นความสำคัญของทั้งสองกองดังกล่าว ประกอบกับงานบังคับคดีแพ่งและงานบังคับคดีล้มละลายเพิ่มขึ้นมาก หน่วยงานที่จัดไว้แต่เดิม ไม่เหมาะสมกับงานที่นับวันแต่จะทวีปริมาณมากขึ้นทุกๆ ปี ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับคดีแพ่ง คดีล้มละลาย งานเกี่ยวกับการวางทรัพย์ได้ขยายอำนาจหน้าที่ทั่วราชอาณาจักร รวมทั้งงานชำระบัญชีห้างหุ้นส่วนบริษัท หรือ นิติบุคคลตามคำสั่งศาล ได้ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถชำนาญงานในหน้าที่ได้เป็นไปอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รัฐบาลจึงได้ออกพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 216 ลงวันที่ 29 กันยายน พ.ศ.2515 (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2517 ให้ยกฐานะกองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย รวมจัดตั้งขึ้นเป็นกรมบังคับคดีอยู่ในสังกัดกระทรวงยุติธรรม แล้วได้ตราพระราชบัญญัติโอนกิจการบริหารงานบางส่วนของสำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม พ.ศ.2517 โดยให้โอนบรรดาอำนาจหน้าที่ในส่วนเกี่ยวกับกองบังคับคดีแพ่งและกองบังคับคดีล้มละลาย รวมทั้งให้โอนบรรดากิจการ ทรัพย์สิน หนี้

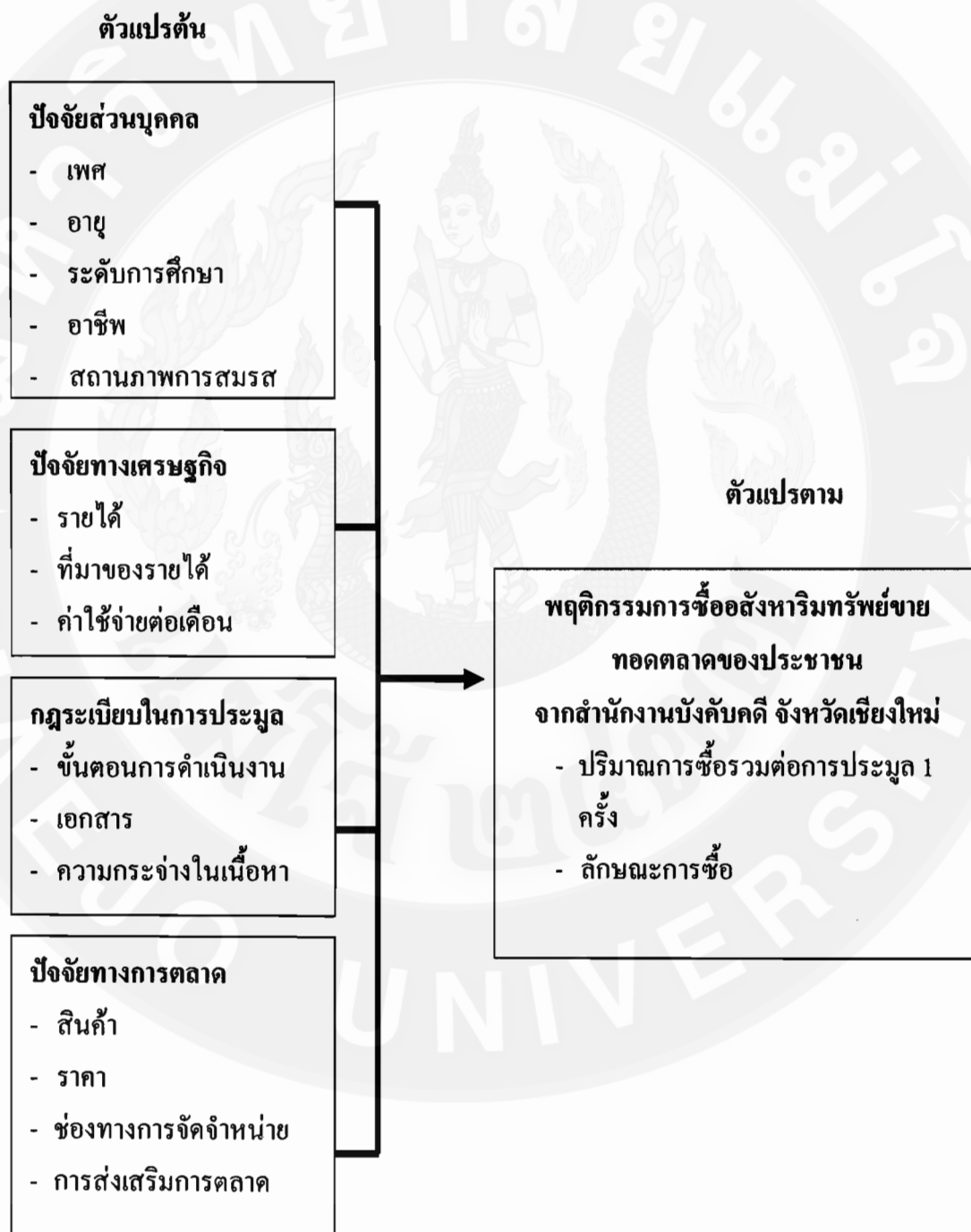
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายสังหาริมทรัพย์ ขาดทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวและยังสามารถใช้เป็นข้อมูลการตัดสินใจในการนำไปวางแผนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขาดทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานกรมบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ มีตัวแปรอิสระซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งหมด 4 ด้านได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ภาระเบียดเบียนในการประมุล ซึ่งประกอบไปด้วย ขั้นตอนการดำเนินงาน เอกสาร ความกระฉับ

ในเนื้อหา และปัจจัยทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในภาพประกอบ 5

ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้ คาดว่าจะมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานกรมบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่



ภาพ 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปังจ๊ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีสมมติฐานในการวิจัยคือ ปังจ๊ายส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส ปังจ๊ายทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กฎระเบียบในการประมูล ซึ่งประกอบไปด้วย ขั้นตอนการดำเนินงาน เอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา และปังจ๊ายทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาด รวมทั้งพฤติกรรมการซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ในการดำเนินการเก็บข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประมาณวันละ 40 คน โดยมีผู้ที่ตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประมาณวันละ 10 คน (สำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่, 2551) เนื่องจากการเปิดประมูลอสังหาริมทรัพย์ของสำนักงานบังคับคดี จะมีทุกวันพุธ และวันพฤหัสบดี ดังนั้น จะทำการเก็บข้อมูล 8 สัปดาห์ แล้วเลือกทำการสุ่มตัวอย่างเพียง 4 สัปดาห์ โดยจะเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่ซื้ออสังหาริมทรัพย์เท่านั้น ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จึงสามารถประมาณการได้ 80 คน ดังรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ
ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

วันที่มีการ ประมูล	จำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์				จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด
	สัปดาห์ 1*	สัปดาห์ 2*	สัปดาห์ 3*	สัปดาห์ 4*	
วันพุธ	10	10	10	10	40
วันพฤหัสบดี	10	10	10	10	40
รวม	20	20	20	20	80

หมายเหตุ * หมายถึง สัปดาห์ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 8 สัปดาห์

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลของประชาชนในเขตอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปังจัยส่วนบุคคล และปังจัยทางเศรษฐกิจ ของผู้เข้าร่วมประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปังจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์จากแนวทางในการตรวจเอกสาร เพื่อจะรวบรวมข้อมูลต่างๆ ตามวัตถุประสงค์จากนั้นได้นำเสนอ ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วยคณะกรรมการที่ปรึกษาในการวิจัยเพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความเหมาะสมของข้อความ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับผู้เข้าร่วมประมุขการซื้อฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์ของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ราย เพื่อทดสอบความเข้าใจในเนื้อหาและเพิ่มเติมหรือแก้ไขแบบสอบถามและนำผลการทดสอบการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของ Cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 125) ซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

s_i^2 = คะแนนความแปรปรวนของรายการแต่ละข้อ

s_x^2 = คะแนนความแปรปรวนของทั้งฉบับ

โดยผู้วิจัยจะต้องมีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปเป็นเครื่องมือในการวัด หากมีค่า α ต่ำกว่า 0.70 จะต้องนำไปแก้ไขปรับปรุงใหม่แล้วนำมาทดสอบใหม่อีกครั้ง สำหรับการวิจัยครั้งนี้พบว่าค่า α มีค่าเท่ากับ 0.913 ถือว่ามีความเชื่อมั่นจึงสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและนำไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง และทำการรวบรวมแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยการค้นคว้าจากวารสาร บทความ รายงาน เว็บไซต์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ แปลความหมาย สรุป และรายงานผลการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาถอดรหัส จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ มีการวิเคราะห์โดยใช้สถิติตามแนวทางดังนี้

1. ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาใช้อภิปรายในการจัดลำดับชั้น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภาวะเครียดในการประมูลและปัจจัยทางการตลาด ของประชาชนผู้ซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ค่ามัชฌิมเลขคณิต (arithmetic mean) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ค่าพิสัย (range) เพื่อวัดค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และวัดการกระจายของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภาวะเครียดในการประมูลและปัจจัยทางการตลาด ของผู้ให้ข้อมูล

3. ค่าคะแนนเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก (weighted mean score: WMS) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และนำคะแนนแต่ละด้านมาคิดคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยใช้ระบบการให้คะแนน (scoring system) โดยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลระดับการตัดสินใจ 5 คำตอบคือ “มากที่สุด” 5 คะแนน “มาก” 4 คะแนน “ปานกลาง” 3 คะแนน “น้อย” 2 คะแนน และ “น้อยที่สุด” 1 คะแนน เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมิน ค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับพฤติกรรมซื้อขายสังหาริมทรัพย์เพื่อการแปลความโดยมีวิธีการแสดงวิธีคิดแบ่งช่วงระดับการพฤติกรรมซื้อขายสังหาริมทรัพย์ดังต่อไปนี้

วิธีการแบ่งระดับการพฤติกรรมซื้อขายสังหาริมทรัพย์ออกเป็นกลุ่ม หากจากผลต่างของข้อมูลที่มีค่าต่ำสุดและสูงสุด ซึ่งเรียกว่า พิสัย (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2552: online)

$$\text{พิสัย} = 5 - 1 = 4$$

กำหนดจำนวนชั้นของการแจกแจงซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ในที่นี้กำหนดระดับ
พฤติกรรม การซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง
จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นจำนวน 3 ระดับ แล้วหาขนาดความกว้างของอันตรภาคชั้น จากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad \text{ขนาดของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4}{3} \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

นำค่าขนาดของอันตรภาคชั้นที่ได้มาแบ่งช่วงระดับพฤติกรรม การซื้อสังหาริมทรัพย์ได้
ดังต่อไปนี้

ช่วงคะแนน	ระดับพฤติกรรม การซื้อสังหาริมทรัพย์
3.68 - 5.00	มาก
2.34 - 3.67	ปานกลาง
1.00 - 2.33	น้อย

4. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสังหาริมทรัพย์ของประชาชน
จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติ Chi-square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

บทที่ 4

ผลการวิจัย และวิจารณ์

จากการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชาชนซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 80 ชุด แบบสอบถามจะแยกเป็น 5 ส่วน ผลการวิจัยสามารถนำเสนอเป็นส่วน ๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ของผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ของผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อขายฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ ที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 56 ราย หรือร้อยละ 70.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 24 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 30.00 เนื่องจากว่า เพศชายเป็นหัวหน้าครอบครัวมีรายได้สูง และมีสิทธิในการตัดสินใจและการเลือกซื้อ จึงทำให้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จึงเป็นเป็นเพศชาย (ตาราง 2)

อายุ

พบว่าผู้ให้ข้อมูล มีอายุเฉลี่ย 38.55 ปี และมีอายุมากที่สุด 59 ปี และน้อยที่สุด 26 ปี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 36 ราย ร้อยละ 45.00 เนื่องจากว่าบุคคลกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีงานทำและมีรายได้ประจำ รองลงมา มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 22 ราย ร้อยละ 27.50 มีอายุต่ำกว่ามีอายุระหว่าง 30 ปี จำนวน 16 ราย ร้อยละ 20.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อย มีอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 6 ราย ร้อยละ 7.50 (ตาราง 2)

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 40 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ การเรียนรู้พอที่จะสามารถเข้าใจถึงหลักการในการประมวลและเข้าใจถึงลักษณะรูปแบบในการประมวลสู่ราคาได้ ระดับอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีการศึกษาเท่ากันคือ มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 4 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตาราง 2)

อาชีพ

พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนมากประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.50 เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอาชีพที่สามารถทำธุรกิจส่วนตัว และมีกำลังทรัพย์และมีเวลาที่สามารถเข้ามาทำการประมวลส่งหาริมทรัพย์ได้ รองลงมาเป็นข้าราชการ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 16 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.00 รับจ้างทั่วไป

จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 4 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตาราง 2)

สถานภาพการสมรส

พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 42 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 52.50 เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความพร้อมในด้านการงานและสามารถเป็นผู้นำของครอบครัวได้ และมีฐานะที่มั่นคง รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 สถานภาพหม้าย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตาราง 2)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

รายได้หลัก

รายได้หลักต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายได้หลักต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.50 สืบเนื่องมาจากรายได้หลักของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นรายได้ต่อเดือนซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เสริมแล้ว ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้เสริมมากกว่ารายได้หลัก รองลงมา มีรายได้เท่ากันคือ ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท และ 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 45,000-60,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50 (ตาราง 2)

รายได้เสริม

รายได้เสริมต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายได้เสริมต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.68 เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจ ดังนั้นจึงมีรายได้มาจากหลายด้าน เช่น การให้เช่าหอพัก การประมูลอสังหาริมทรัพย์เพื่อนำมาขาย เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้ต่อเดือนเท่ากันคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท 15,001- 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 (ตาราง 2)

ที่มาของรายได้อาชีพหลัก

ที่มาของรายได้รายได้อาชีพหลัก ของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีที่มาของรายได้อาชีพหลัก คือ ทำงานเอกชน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.00 เนื่องจากการทำงานเอกชนมีรายได้ประจำที่ได้เงินเดือนที่สูง รองลงมาเป็นข้าราชการ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.50 ค้าขาย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 ซื้อง่ายที่ดิน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50 จากค่าเช่าหอพัก จำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 5.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้จากอาชีพหลักคือ จากอาชีพทนายความ ขายรถมือสอง และรับเหมาก่อสร้างเท่ากัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตาราง 2)

ที่มาของรายได้อาชีพเสริม

ที่มาของรายได้อาชีพเสริม ของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีที่มาของรายได้อาชีพเสริม คือ ค้าขาย 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 เนื่องจากว่าอาชีพค้าขายสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การซื้อง่ายอสังหาริมทรัพย์ การซื้อง่ายรถยนต์ และการค้าขายทั่วไป ซึ่งทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากอาชีพหลัก รองลงมามีที่มาของรายได้อาชีพเสริมเท่ากันคือ เป็นทนายความ ซื้อง่ายที่ดิน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนค่าเช่าหอพักและขายรถมือสอง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีรายได้เสริมจากอาชีพรับเหมาก่อสร้าง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตาราง 2)

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย มีค่าครองชีพที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น รองลงมา มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 รายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนระหว่าง 30,001- 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตาราง 2)

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้หลัก รายได้เสริม ที่มาของรายได้อาชีพหลัก ที่มาของรายได้อาชีพเสริม และค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ		จำนวน (n = 80)	ร้อยละ
ปัจจัยส่วนบุคคล			
เพศ			
ชาย		56	70.00
หญิง		24	30.00
อายุ			
ต่ำกว่า 30 ปี		16	20.00
30 – 40 ปี		36	45.00
41 – 50 ปี		22	27.50
50 ปีขึ้นไป		6	7.50
$\bar{x} = 38.55$ คน SD = 8.568		Min = 26 คน	Max = 59 คน
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาตอนต้น		4	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.		4	5.00
อนุปริญญา / ปวส.		8	10.00
ปริญญาตรี		40	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี		24	30.00
อาชีพ			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว		30	37.50
ข้าราชการ		24	30.00
พนักงานบริษัทเอกชน		16	20.00
รับจ้างทั่วไป		6	7.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		4	5.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ	จำนวน (n = 80)	ร้อยละ
สถานภาพการสมรส		
สมรส	42	52.50
โสด	28	35.00
หย่าร้าง	8	10.00
หม้าย	2	2.50
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
รายได้หลัก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	15.00
15,001 – 30,000 บาท	30	37.50
30,001 – 45,000 บาท	16	20.00
45,001- 60,000 บาท	6	7.50
60,000 บาทขึ้นไป	16	20.00
$\bar{x} = 39,565$ บาท $SD = 28,723.347$	Min = 7,800 บาท	Max = 100,000 บาท
รายได้เสริม (n = 30)		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	13.33
5,001 – 10,000 บาท	4	13.33
10,001 – 15,000 บาท	4	13.33
15,001- 20,000 บาท	4	13.33
20,000 บาทขึ้นไป	14	46.68
$\bar{x} = 52,800$ บาท $SD = 73,083.042$	Min = 3,000 บาท	Max = 300,000 บาท

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ	จำนวน (n = 80)	ร้อยละ
ที่มาของรายได้อาชีพหลัก		
เอกชน	36	45.00
ข้าราชการ	18	22.50
ค้าขาย	10	12.50
ซื้อขายที่ดิน	6	7.50
ค่าเช่าหอพัก	4	5.00
ทนายความ	2	2.50
ขายรถมือสอง	2	2.50
รับเหมาก่อสร้าง	2	2.50
ที่มาของรายได้อาชีพเสริม (n = 30)		
ค้าขาย	8	26.67
ทนายความ	6	20.00
ซื้อขายที่ดิน	6	20.00
ค่าเช่าหอพัก	4	13.33
ขายรถมือสอง	4	13.33
รับเหมาก่อสร้าง	2	6.67
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14	17.50
10,001 – 20,000 บาท	32	40.00
20,001 – 30,000 บาท	16	20.00
30,001- 40,000 บาท	4	5.00
40,001- 50,000 บาท	10	12.50
50,000 บาทขึ้นไป	4	5.00
$\bar{x}$ = 24,100 บาท SD = 15,452.336	Min = 4,000 บาท	Max = 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 กฎระเบียบในการประมวลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงกฎระเบียบในการประมวลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน ด้านเอกสารและ ด้านความกระจ่างในเนื้อหา ซึ่งมีการจำแนกระดับกฎระเบียบในการประมวลการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และนำคะแนนแต่ละด้านมาคิดคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยใช้ระบบการให้คะแนน (scoring system) โดยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลระดับการตัดสินใจ 5 คำตอบคือ “มากที่สุด” 5 คะแนน “มาก” 4 คะแนน “ปานกลาง” 3 คะแนน “น้อย” 2 คะแนน และ “น้อยที่สุด” 1 คะแนน เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมิน ค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของกฎระเบียบในการประมวลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่กำหนดเพื่อการแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญของกฎระเบียบในการประมวลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์
3.68 - 5.00	มาก
2.34 - 3.67	ปานกลาง
1.00 - 2.33	น้อย

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของกฎระเบียบในการประมวลการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

จากการศึกษาพบว่าในด้านขั้นตอนการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 ซึ่งให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง สำนักงานบังคับคดีให้อิสระในการชำระเงิน เช่น ชำระเป็นเงินสด เช็ค เงินเชื่อจากธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เพราะว่าเมื่อผู้ซื้อประมวลอสังหาริมทรัพย์ได้แล้ว ก็ไม่ต้องกังวล ว่าจะต้องชำระเงินในรูปแบบไหนทำให้สามารถทำการประมวลได้เต็มที่ และการขยายเวลาการชำระเงิน ในกรณีที่ไม่สามารถชำระเงินได้ภายใน 15 วัน มีตามความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนในเรื่องก่อนการประมวลผู้ประมวลต้องวางเงิน 50,000 บาท เพื่อเข้าร่วมการประมูลซึ่งเป็นวงเงินที่เหมาะสม ไม่มาก

จนเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 วิธีการประมูลซื้อทรัพย์สิน กรณีประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์มีความเที่ยงตรงตามที่สำนักงานบังคับคดีได้ประกาศไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ระยะเวลาในการชำระเงินหลังประมูลทรัพย์สินได้แล้วคือ 15 วัน มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และเมื่อผู้ประมูลได้ทำการวางเงินแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือการรับป้ายประมูลซึ่งไม่มีความยุ่งยากมากจนเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางตามลำดับ (ตาราง 3)

ตาราง 3 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านขั้นตอนการดำเนินงาน

กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน			
1. สำนักงานบังคับคดีให้อิสระในการชำระเงิน เช่น ชำระเป็นเงินสด เช็ค เงินเชื่อจากธนาคาร	3.98	0.886	มาก
2. การขยายเวลาการชำระเงิน ในกรณีที่ไม่สามารถชำระเงินได้ภายใน 15 วัน มีตามความเหมาะสม	3.68	0.965	มาก
3. ก่อนการประมูลผู้ประมูลต้องวางเงิน 50,000 บาท เพื่อเข้าร่วมการประมูลซึ่งเป็นวงเงินที่เหมาะสม ไม่มากจนเกินไป	3.65	0.887	ปานกลาง
4. วิธีการประมูลซื้อทรัพย์สิน กรณีประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์มีความเที่ยงตรงตามที่สำนักงานบังคับคดีได้ประกาศไว้	3.52	1.169	ปานกลาง
5. ระยะเวลาในการชำระเงินหลังประมูลทรัพย์สินได้แล้วคือ 15 วัน มีความเหมาะสม	3.50	1.191	ปานกลาง
6. เมื่อผู้ประมูลได้ทำการวางเงินแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือการรับป้ายประมูลซึ่งไม่มีความยุ่งยากมากจนเกินไป	3.35	1.181	ปานกลาง
รวม	3.61	1.047	ปานกลาง

ด้านเอกสาร

จากการศึกษาพบว่าในด้านเอกสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 เนื่องจากโดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่องกรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท และหลักฐานตามที่กำหนดซึ่งมีความเหมาะสมและไม่ยุ่งยากมากนัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เพราะว่า จะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการที่จะให้ญาติพี่น้องหรือผู้อื่นเข้าประมูลทรัพย์สินแทนได้เมื่อผู้ประมูลไม่ว่างที่จะมาทำให้ผู้ที่ต้องการประมูลได้ประมูลทรัพย์สินตามที่ต้องการ โดยไม่ต้องเดินทางมาเอง ส่วนด้านผู้เข้าร่วมทำการประมูลผู้ราคาต้องกรอกรายละเอียดของผู้ประมูลในบัตรลงทะเบียน โดยมีรายละเอียดกระชับและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และให้ความสำคัญกับสำนักงานบังคับคดี มีบริการส่งเอกสารและข้อมูลสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลเป็นรายเดือนสำหรับผู้สนใจเป็นสมาชิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และในส่วนเอกสารที่จะต้องเตรียมในการประมูลทั้งกรณีบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีความเหมาะสมและไม่มากจนเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเจ้าหน้าที่บังคับคดีให้คำแนะนำในการเตรียมเอกสารเพื่อการประมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางตามลำดับ (ตาราง 4)

ตาราง 4 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านเอกสาร

กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ด้านเอกสาร			
1. กรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท และหลักฐานตามที่กำหนดซึ่งมีความเหมาะสมและไม่ยุ่งยากมากนัก	3.92	0.911	มาก
2. ผู้เข้าร่วมทำการประมูลผู้ราคาต้องกรอกรายละเอียดของผู้ประมูลในบัตรลงทะเบียน โดยมีรายละเอียดกระชับและเข้าใจง่าย	3.75	1.000	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อ การตัดสินใจ
3. สำนักงานบังคับคดีมีบริการส่งเอกสารและ ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลเป็น รายเดือนสำหรับผู้สนใจเป็นสมาชิก	3.70	0.960	มาก
4. เอกสารที่จะต้องเตรียมในการประมูลทั้งกรณี ที่บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีความ เหมาะสมและไม่มากจนเกินไป	3.60	0.773	ปานกลาง
5. เจ้าหน้าที่บังคับคดีให้คำแนะนำในการเตรียม เอกสารเพื่อการประมูล	3.48	0.981	ปานกลาง
รวม	3.69	0.925	มาก

ด้านความกระฉ่งของเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่าในด้านความกระฉ่งของเนื้อหา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่องเมื่อประมูล ทรัพย์ได้แล้วกรมบังคับคดีได้ระบุถึงระยะเวลาการชำระเงินและการขอขยายระยะเวลา วางเงินอย่าง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เพราะวาระยะเวลาในการชำระเงินนั้นมีผลต่อการซื้อทรัพย์หากเกิน เวลาที่สำนักงานบังคับคดีกำหนดก็จะต้องถูกยึดทรัพย์ทันที ส่วนในเรื่อง มีการฉายวิดีโอทัศน์และแสดง ขั้นตอนการประมูลอย่างละเอียดเพื่อความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รายละเอียดในการประมูล มีไม่มากเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเจ้าหน้าที่บังคับคดีชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนต่างๆใน การประมูลอย่างละเอียด ก่อนเริ่มการประมูลทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ และให้ ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในการประมูลอ่านเข้าใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ตาราง 5)

ตาราง 5 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านความกระจ่างในเนื้อหา

กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ด้านความกระจ่างของเนื้อหา			
1. เมื่อประมูลทรัพย์สินได้แล้วกรมบังคับคดีได้ระบุถึงระยะเวลาการชำระเงินและการขอขยายระยะเวลาวางเงินอย่างชัดเจน	3.85	0.995	มาก
2. มีการฉายวิดีโอทัศน์และแสดงขั้นตอนการประมูลอย่างละเอียดเพื่อความเข้าใจ	3.75	0.974	มาก
3. รายละเอียดในการประมูลมีไม่มากเกินไป	3.70	1.011	มาก
4. เจ้าหน้าที่บังคับคดีชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนต่างๆในการประมูลอย่างละเอียด ก่อนเริ่มการประมูลทุกครั้ง	3.68	0.883	มาก
5. รายละเอียดในการประมูลอ่านเข้าใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.62	0.973	ปานกลาง
รวม	3.72	0.967	มาก

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีการจำแนกระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อฮาร์ดแวร์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และนำเสนอแต่ละด้านมาคิดคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยใช้ระบบการให้คะแนน (scoring system) โดยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลระบุ

ระดับการตัดสินใจ 5 คำตอบคือ “มากที่สุด” 5 คะแนน “มาก” 4 คะแนน “ปานกลาง” 3 คะแนน “น้อย” 2 คะแนน และ “น้อยที่สุด” 1 คะแนน เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมิน ค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ที่กำหนดเพื่อการแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์
3.68 - 5.00	มาก
2.34 - 3.67	ปานกลาง
1.00 - 2.33	น้อย

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลอยู่ในความสนใจของผู้เข้าร่วมประมูลเป็นส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เพราะว่าการที่ผู้ประมูลจะเข้ามาทำการประมูลทุกครั้งผู้ประมูลจะต้องเลือกดูอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องการมาก่อนที่จะทำการเข้าสู่วราคา ส่วนในเรื่องอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คอนโดมิเนียม เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลาย พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ (ตาราง 6)

ตาราง 6 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ
ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับปัจจัยทาง การตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลอยู่ในความสนใจของ ผู้เข้าร่วมประมูลเป็นส่วนใหญ่	4.22	0.598	มาก
2. อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลาย รูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คอนโดมิเนียม เป็นต้น	4.02	0.886	มาก
3. อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลาย พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่	3.98	0.826	มาก
รวม	4.07	0.770	มาก

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าในด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง สามารถวางมัดจำแล้วขยายเวลาชำระเงินได้ และราคาเริ่มต้นในการประมูลมีความเหมาะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.85 เพราะว่า ในการประมูลทุกครั้งหากมีผู้ประมูลได้อสังหาริมทรัพย์จะต้องทำการวางมัดจำแล้วค่อยจ่ายส่วนที่เหลือในภายหลัง จึงทำให้มีผลต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ แล้วส่วนในเรื่องอสังหาริมทรัพย์มีให้เลือกหลายระดับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ส่วนเรื่อง อสังหาริมทรัพย์มีราคาถูกกว่าการซื้อขายทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ตาราง 7)

ตาราง 7 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ
ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านราคา

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับปัจจัยทาง การตลาด
ด้านราคา			
1. สามารถวางมัดจำแล้วขายเวลาการชำระเงินได้	3.85	0.915	มาก
2. ราคาเริ่มต้นในการประมูลมีความเหมาะสม	3.85	0.943	มาก
3. อสังหาริมทรัพย์มีให้เลือกหลายระดับราคา	3.82	0.925	มาก
4. อสังหาริมทรัพย์มีราคาถูกกว่าการซื้อขายทั่วไป	3.52	0.842	ปานกลาง
รวม	3.76	0.906	มาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมาก ในเรื่องสามารถเลือกชมอสังหาริมทรัพย์ได้หลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต เอกสารจากกรมบังคับคดี กรมบังคับคดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.70 เนื่องจาก ก่อนการประมูลผู้ประมูลทุกคนจะต้องทำการเตรียมตัวก่อนการเข้าประมูล โดยการไปเลือกชมอสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่ตามที่ต่างๆ ตามที่ตนต้องการ ส่วนในด้านการมีช่องทางในการประมูลอสังหาริมทรัพย์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่หลายช่องทาง เช่น ประมูลทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 มีสถานที่ประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 การประมูลอสังหาริมทรัพย์มีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และสถานที่ทำการประมูลมีทำเลที่ตั้งที่หาง่ายและสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประมูลได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางตามลำดับ (ตาราง 8)

ตาราง 8 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของ
ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับปัจจัยทาง	
อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก	ค่าเฉลี่ย	มาตรฐาน	
สำนักงานบังคับคดี		การตลาด	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สามารถเลือกชมอสังหาริมทรัพย์ได้หลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต เอกสารจากกรมบังคับคดี กรมบังคับคดี	3.70	1.107	มาก
2. มีช่องทางในการประมวลอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่หลายช่องทาง เช่น ประมวลทางอินเทอร์เน็ต	3.45	1.252	ปานกลาง
3. มีสถานที่ประมวลอสังหาริมทรัพย์ที่ สะดวกสบาย	3.42	1.053	ปานกลาง
4. การประมวลอสังหาริมทรัพย์มีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก	3.38	1.023	ปานกลาง
5. สถานที่ทำการประมวลมีทำเลที่ตั้งที่หาง่ายและสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประมวลได้	3.32	0.938	ปานกลาง
รวม	3.45	1.075	ปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.16 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง อสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมวล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เพราะว่า ในการที่ผู้ประมวลส่วนใหญ่สนใจนั้นจะสนใจในส่วนของเรื่องอสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมวลซื้อทำให้ผู้ประมวลลดต้นทุนในการประมวลลง ส่วนในเรื่อง มีการโฆษณาการประมวลอสังหาริมทรัพย์ทาง นิตยสาร/สิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.28 มีการบริการหลังการประมูลในกรณีที่ลูกค้าประมูลได้แล้วอย่างรวดเร็วทันใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีการโฆษณาทางวิทยุก่อนการประมูลอสังหาริมทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 มีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการเริ่มประมูลอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และมีป้ายโฆษณาที่แสดงรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่จะประมูลอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ตามลำดับ (ตาราง 9)

ตาราง 9 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับปัจจัยทางการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. อสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมูล	3.32	1.178	ปานกลาง
2. มีการโฆษณาการประมูลอสังหาริมทรัพย์ทางนิตยสาร/สิ่งพิมพ์	3.28	1.211	ปานกลาง
3. มีการบริการหลังการประมูลในกรณีที่ลูกค้าประมูลได้แล้วอย่างรวดเร็วทันใจ	3.12	1.011	ปานกลาง
4. มีการโฆษณาทางวิทยุก่อนการประมูลอสังหาริมทรัพย์	3.10	1.051	ปานกลาง
5. มีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการเริ่มประมูลอย่างชัดเจน	3.08	0.965	ปานกลาง
6. มีป้ายโฆษณาที่แสดงรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่จะประมูลอย่างชัดเจน	3.05	0.980	ปานกลาง
รวม	3.16	1.066	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง และลักษณะการซื้อ และนำคะแนนแต่ละด้านมาคิดคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยใช้ระบบการให้คะแนน (scoring system) โดยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลระดับการตัดสินใจ 5 คำตอบคือ “มากที่สุด” 5 คะแนน “มาก” 4 คะแนน “ปานกลาง” 3 คะแนน “น้อย” 2 คะแนน และ “น้อยที่สุด” 1 คะแนน เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่กำหนดเพื่อแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนน	พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์
3.68 - 5.00	มาก
2.34 - 3.67	ปานกลาง
1.00 - 2.33	น้อย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง

จากการศึกษาพบว่าในด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.18 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง การประมูลอสังหาริมทรัพย์แต่ละครั้งขึ้นอยู่กับความรู้ราคาของผู้ร่วมประมูลรายอื่นๆด้วย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.32 เนื่องจาก ในการประมูลทรัพย์สินนั้นถ้ามีผู้ประมูลรายอื่นรู้ราคาในการประมูลมากก็จะทำให้ทรัพย์สินที่กำลังประมูลอยู่มีราคาสูงขึ้น ส่วนในเรื่อง ถ้ามีอสังหาริมทรัพย์แปลงที่น่าสนใจหลายแปลงผู้ประมูลจะประมูลมากกว่า 1 แปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ผู้ประมูลจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ได้มากกว่า 1 แปลงเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ผู้ประมูลประมูลเพียงแค่ 1 แปลงเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ส่วนใหญ่ผู้ประมูลไม่สามารถประมูลรู้ราคาผู้ร่วมประมูลคนอื่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และมีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการเริ่มประมูลอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ตามลำดับ (ตาราง 10)

ตาราง 10 พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน
บังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง

พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาด ของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับพฤติกรรม การซื้อ อสังหาริมทรัพย์
ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง			
1. การประมูลอสังหาริมทรัพย์แต่ละครั้งขึ้นอยู่กับ กับการสุราของผู้ร่วมประมูลรายอื่นๆด้วย	3.32	1.178	ปานกลาง
2. ถ้ามีอสังหาริมทรัพย์แปลงที่น่าสนใจหลาย แปลงท่านจะประมูลมากกว่า 1 แปลง	3.28	1.211	ปานกลาง
3. ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ได้มากกว่า 1 แปลงเสมอ	3.12	1.011	ปานกลาง
4. ท่านประมูลเพียงแค่ 1 แปลงเท่านั้น	3.10	1.051	ปานกลาง
5. ส่วนใหญ่ท่านไม่สามารถประมูลสุราผู้ร่วม ประมูลคนอื่นได้	3.08	0.965	ปานกลาง
รวม	3.18	1.083	ปานกลาง

ลักษณะการซื้อ

จากการศึกษาพบว่าในด้านลักษณะการซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง การประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่มีที่ดินแต่สามารถให้เช่าได้ เช่น คอนโดมิเนียม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เนื่องจากว่า อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่มีที่ดินแต่สามารถให้เช่าได้นั้นเมื่อทำการประมูลไปแล้วสามารถทำเงินให้กับผู้ที่ประมูลได้เลย ส่วนในเรื่อง ผู้ประมูลประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไปเป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ผู้ประมูลสนใจที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพราะว่าสามารถนำไปทำกำไรได้ในอนาคต และผู้ประมูลจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถทำธุรกิจต่อยอดได้ทันที เช่น อพาร์ทเมนต์ หอพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.25 และผู้ประมูลมักจะประมูลได้ที่ดินเปล่ามากกว่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ตามลำดับ (ตาราง 11)

ตาราง 11 พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน บังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านลักษณะการซื้อ

พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาด ของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับพฤติกรรม การซื้อ อสังหาริมทรัพย์
ลักษณะการซื้อ			
1. ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่มีที่ดินแต่ สามารถให้เช่าได้ เช่น คอนโดมิเนียม	3.32	1.065	ปานกลาง
2. ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไป เป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจได้	3.28	0.946	ปานกลาง
3. ท่านสนใจที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพราะว่า สามารถนำไปทำอะไรได้ในอนาคต	3.25	1.097	ปานกลาง
4. ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถทำ ธุรกิจต่อยอดได้ทันที เช่น อพาร์ทเมนต์ หอพัก	3.25	1.000	ปานกลาง
5. ท่านมักจะประมูลได้ที่ดินเปล่ามากกว่าที่ดิน พร้อมสิ่งปลูกสร้าง	2.85	1.045	ปานกลาง
รวม	3.19	1.031	ปานกลาง

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี พบว่า

ปัญหาด้านกฎระเบียบในการประมูล

ด้านการดำเนินงาน

มีพนักงานที่ให้บริการในเรื่องการดำเนินงานไม่เพียงพอ ทำให้ขั้นตอนในการดำเนินงานเกิดความล่าช้า เช่น การบริการด้านการวางเงินค้ำประกันเพื่อเข้าประมูลมีความล่าช้าทำให้มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ยุ่งยาก

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน

ควรมีพนักงานให้เพียงพอกับงานเพื่อที่ขั้นตอนการดำเนินงานจะได้ไม่ล่าช้าและยุ่งยาก

ด้านเอกสารประกอบการประมูล

การจัดส่งเอกสารในการประมูลในแต่ละครั้งมีความล่าช้า ทำให้ผู้ที่ทำการประมูลไม่มีเวลาในการศึกษาข้อมูลได้เพียงพอ จึงทำให้ไม่สามารถตัดสินใจในการประมูลราคาในการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีได้

ข้อเสนอแนะในด้านเอกสารประกอบการประมูล

ควรจัดส่งเอกสารก่อนการประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี ล่วงหน้าประมาณ 2 สัปดาห์ เพื่อให้ผู้สนใจจะได้มีเวลาในการตัดสินใจในการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี

ด้านความกระจ่างในเนื้อหาของกฎระเบียบการประมูล

รายละเอียดในเนื้อหาของกฎระเบียบในการประมูล มีการใช้ภาษาที่เข้าใจยากทำให้ผู้เข้าร่วมประมูลบางคนไม่เข้าใจในสิ่งที่กรมบังคับคดีต้องการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะในด้านความกระจ่างในเนื้อหาของกฎระเบียบการประมูล

ควรปรับในเนื้อหาของกฎระเบียบในการประมูลให้ ให้เป็นภาษาที่เข้าใจได้ง่ายและเข้าใจโดยทั่วกัน

ปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาด

ด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล

อสังหาริมทรัพย์ที่ดินพร้อมสิ่งก่อสร้าง หรือคอนโดมิเนียมบางแห่ง ผู้ประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลไม่สามารถเข้าไปดูก่อนได้เนื่องจากสภาพ สิ่งก่อสร้าง หรือคอนโดมิเนียม มีสภาพที่เสื่อมโทรมมาก

ข้อเสนอแนะในด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล

ควรให้ผู้เข้าร่วมประมูลอสังหาริมทรัพย์มีโอกาสได้เห็นสภาพสิ่งก่อสร้าง หรือคอนโดมิเนียม ก่อนที่จะตัดสินใจประมูลอสังหาริมทรัพย์นั้น

ด้านราคาในการประมูล

ราคาในการประมูลส่วนมากราคา จะขึ้นหรือลงนั้น อยู่ที่จำนวนผู้ที่เข้าร่วมการประมูลในแต่ละครั้ง

ข้อเสนอแนะในด้านราคาการประมูล

ถ้ามีการประมูลที่ฮั้วกันก่อนที่จะมีการประมูล จะทำให้ได้ราคาในการประมูลแต่ละครั้งค่อนข้างต่ำ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ในการประมูลไม่กว้างขวาง ทำให้ผู้เข้าร่วมในการประมูลในแต่ละครั้ง อาจจะมีจำนวนมาก และสถานที่ไม่เพียงพอกับจำนวนของผู้เข้าร่วมในการประมูล

ข้อเสนอแนะในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ควรมีการเตรียมสถานที่ในการประมูลในแต่ละครั้งให้เพียงพอกับจำนวนผู้ที่เข้าร่วมในการประมูล เพื่อที่ผู้ที่เข้ารับการประมูลจะได้ไม่อึดอัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณาทางสื่อมีจำนวนไม่มาก และไม่ต่อเนื่องทำให้ผู้ที่สนใจในการประมูล บางรายไม่ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดในการประมูลในแต่ละครั้ง

ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาด

ควรมีการโฆษณาทางสื่อทุกด้าน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้ทราบรายละเอียดในการประมูลในแต่ละครั้งได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ

ก่อนทำการประมูลเจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการอธิบายรายละเอียดในแต่ละครั้งมากเกินไป เพราะวก่อนที่จะมีการประมูลในแต่ละครั้งได้มีการแนะนำทางวิทัศน์แล้ว จึงทำให้ผู้ประมูลเกิดความเบื่อหน่าย

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูลและปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณการซื้อขายต่อการประมูล 1 ครั้ง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ด้านรายได้ที่มาจากรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กฎระเบียบในการประมูล ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน และปัจจัยทางการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณการซื้อขายต่อการประมูล 1 ครั้ง เนื่องจาก ในการประมูลอสังหาริมทรัพย์แต่ละครั้งบุคคลในแต่ละช่วงอายุจะประมูลอสังหาริมทรัพย์มากน้อยไม่เท่ากัน ในส่วนของอาชีพ รายได้ ที่มาจากรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน คือการที่เรามีอาชีพ รายได้ และที่มาจากรายได้ และค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ชัดเจนและมั่นคงย่อมบ่งบอกถึงศักยภาพในการที่เราจะทำการประมูลอสังหาริมทรัพย์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทางด้านขั้นตอนการดำเนินงานทำให้เห็นถึงว่ามีการดำเนินงานที่เร็วในการประมูลทำให้ผู้ประมูลสามารถซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้มาก ทางด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลมีราคาที่ถูกและมีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมูล ดังนั้นจึงทำให้ปัจจัยต่างๆที่กล่าวมานี้มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณการซื้อขายต่อการประมูล 1 ครั้ง แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส กฎระเบียบในการประมูลในด้านเอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา และปัจจัยทางการตลาดด้านสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณการซื้อขายต่อการประมูล 1 ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง โดยใช้ค่าไคร้สแควร์ ($n = 80$)

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาด	ด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง		
	χ^2	df	Sig.
ปัจจัยส่วนบุคคล			
เพศ	4.193	2	0.123
อายุ	18.527*	6	0.005
ระดับการศึกษา	7.544	8	0.479
อาชีพ	23.523*	8	0.003
สถานภาพ	9.160	6	0.165
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
รายได้	21.890*	8	0.005
ที่มาของรายได้	61.558*	16	0.000
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	59.879*	10	0.002
กฎระเบียบในการประมูล			
ขั้นตอนการดำเนินงาน	13.587*	4	0.009
เอกสาร	6.632	4	0.157
ความกระฉับในเนื้อหา	1.635	4	0.803
ปัจจัยทางการตลาด			
สินค้า	4.253	4	0.373
ราคา	12.343*	4	0.015
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.923	4	0.295
การส่งเสริมการตลาด	13.928*	4	0.008

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบ ในการประมูลและปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะการซื้อ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ปัจจัยทางเศรษฐกิจด้าน รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กฎระเบียบในการประมูลด้านเอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา และปัจจัยทางการตลาดด้านสินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้าน ลักษณะการซื้อ เนื่องจาก เพศและอายุ มีผลต่อการเลือกรูปแบบในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ เช่น เพศชายอายุประมาณ 25-35 ชอบซื้อคอนโด เพราะมีความสะดวกสบาย เพศหญิงอายุประมาณ 30 ขึ้นไปซื้อบ้านพร้อมที่ดินเพราะว่ามีความมั่นคงและได้รับการยกย่องสรรเสริญ เป็นต้น รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน คือการที่เรามีอาชีพ รายได้ และที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่ายต่อ เดือนที่ชัดเจนและมั่นคงย่อมบ่งบอกถึงศักยภาพในว่าเราสามารถซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้หลากหลาย รูปแบบ โดยไม่ต้องห่วงว่าอสังหาริมทรัพย์ที่จะประมูลมีราคาเท่าไร ส่วนด้านเอกสาร ความ กระฉับในเนื้อหา ทำให้เรารู้ว่ามีอสังหาริมทรัพย์ใดบ้างก่อนที่จะเปิดประมูลและทำให้เข้าใจถึง หลักการประมูลในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในแต่ละลักษณะ เช่น ถ้าจะประมูลที่ดินเปล่าต้องวางเงิน ก่อนการประมูลเท่าไรถึงจะเข้าสู้ราคาได้ ทางด้านสินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีผลใน การเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ในลักษณะรูปแบบที่แตกต่างกันไป เช่น ผู้ประมูลเลือกซื้อ อสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไปเป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจซึ่งมีราคาที่ถูกและมีส่วนลดที่เหมาะสม ในแต่ละช่วงการประมูล ดังนั้นจึงทำให้ปัจจัยต่างๆที่กล่าวมานี้ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการ ซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้าน ลักษณะการซื้อ แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส กฎระเบียบ ในการประมูล ขั้นตอนการดำเนินงาน และปัจจัยทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน บังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะการซื้อ โดยใช้ค่าไคร้สแควร์ ($n = 80$)

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยทางการตลาด	ลักษณะการซื้อ		
	χ^2	df	Sig.
ปัจจัยส่วนบุคคล			
เพศ	7.929*	2	0.019
อายุ	17.874*	6	0.007
ระดับการศึกษา	13.630	8	0.092
อาชีพ	10.209	8	0.251
สถานภาพ	10.820	6	0.094
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
รายได้	15.585*	8	0.049
ที่มาของรายได้	41.164*	16	0.001
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	65.825*	8	0.000
กฎระเบียบในการประมูล			
ขั้นตอนการดำเนินงาน	2.740	4	0.602
เอกสาร	10.850*	4	0.028
ความกระจ่างในเนื้อหา	18.290*	4	0.001
ปัจจัยทางการตลาด			
สินค้า	29.058*	4	0.000
ราคา	15.294*	4	0.004
ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.598	4	0.627
การส่งเสริมการตลาด	14.886*	4	0.005

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอตามวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูลและปัจจัยทางการตลาด ของประชาชนผู้ซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการเก็บข้อมูลจากประชาชนซึ่งเป็นลูกค้า หรือผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อสังฆาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 80 ชุด แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และได้ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีอายุอยู่ระหว่าง 30-40 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 38.55 ปี และมีอายุมากที่สุด 59 ปี และน้อยที่สุด 26 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพส่วนตัว มีรายได้หลักต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท และมีรายได้เสริมต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ที่มาของรายได้อาชีพหลักคือ ทำงานเอกชน และมีที่มาของรายได้อาชีพเสริม คือ ค้าขาย มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง สำนักงานบังคับคดีให้อิสระในการชำระเงิน เช่น ชำระเป็นเงินสด เช็ค เงินเชื่อจากธนาคาร และการขยายเวลาการชำระเงิน ในกรณีที่ไม่สามารถชำระเงินได้ภายใน 15 วัน มีตามความเหมาะสม ส่วนในเรื่องก่อนการประมูลผู้ประมูลต้องวางเงิน 50,000 บาท เพื่อเข้าร่วมการประมูลซึ่งเป็นวงเงินที่เหมาะสม ไม่มากจนเกินไป วิธีการประมูลซื้อทรัพย์สินกรณีประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์มีความเที่ยงตรงตามที่สำนักงานบังคับคดีได้ประกาศไว้ ระยะเวลาในการชำระเงินหลังประมูลทรัพย์สินได้แล้วคือ 15 วัน มีความเหมาะสม และเมื่อผู้ประมูลได้ทำการวางเงินแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือการรับป้ายประมูลซึ่งไม่มีความยุ่งยากมากจนเกินไป ให้ความสำคัญในปานกลางตามลำดับ

ด้านเอกสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยในระดับมากในเรื่องกรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท และหลักฐานตามที่กำหนดซึ่งมีความเหมาะสมและไม่ยุ่งยากมากนัก ด้านผู้เข้าร่วมทำการประมูลผู้ราคาต้องกรอรายละเอียดของผู้ประมูลในบัตรลงทะเบียน โดยมีรายละเอียดกระชับและเข้าใจง่าย สำนักงานบังคับคดีมีบริการส่งเอกสารและข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลเป็นรายเดือนสำหรับผู้สนใจเป็นสมาชิก และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ เอกสารที่จะต้องเตรียมในการประมูลทั้งกรณีที่ถูกκληรรรมาและนิติบุคคลมีความเหมาะสมและไม่มากจนเกินไป และเจ้าหน้าที่บังคับคดีให้คำแนะนำในการเตรียมเอกสารเพื่อการประมูลตามลำดับ

ด้านความกระชับของเนื้อหา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่องเมื่อประมูลทรัพย์สินได้แล้วกรมบังคับคดีได้ระบุถึงระยะเวลาการชำระเงินและการขยายระยะเวลา วางเงินอย่างชัดเจน มีการฉายวีดิทัศน์และแสดงขั้นตอนการประมูลอย่างละเอียดเพื่อความเข้าใจ รายละเอียดในการประมูลมีไม่มากเกินไป เจ้าหน้าที่บังคับคดีชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนต่างๆในการประมูลอย่างละเอียด ก่อนเริ่มการประมูลทุกครั้ง ในส่วนรายละเอียดในการประมูลอ่านเข้าใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ให้ความสำคัญในระดับปานกลางตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขยายตลาดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลอยู่ในความสนใจของผู้เข้าร่วมประมูลเป็นส่วนใหญ่ อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คอนโดมิเนียม เป็นต้น และอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลาย พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ตามลำดับ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมากในเรื่อง สามารถวางมัดจำแล้วขยายเวลาการชำระเงินได้ และราคาเริ่มต้นในการประมูลมีความเหมาะสม อสังหาริมทรัพย์มีให้เลือกหลายระดับราคา ส่วนเรื่องอสังหาริมทรัพย์มีราคาถูกกว่าการซื้อขายทั่วไป ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับมาก ในเรื่องสามารถเลือกชมอสังหาริมทรัพย์ได้หลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต เอกสารจากกรมบังคับคดี กรมบังคับคดี ในด้านการมีช่องทางในการประมูลอสังหาริมทรัพย์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่หลายช่องทาง เช่น ประมูลทางอินเทอร์เน็ต มีสถานที่ประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สะดวกสบาย การประมูลอสังหาริมทรัพย์มีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก และสถานที่ทำการประมูลมีทำเลที่ตั้งที่หาง่าย และสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประมูลได้ ให้ความสำคัญในระดับปานกลางตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง อสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมูล มีการโฆษณาการประมูลอสังหาริมทรัพย์ทาง นิตยสาร/สิ่งพิมพ์ มีการบริการหลังการประมูลในกรณีที่ลูกค้าประมูลได้แล้วอย่างรวดเร็วทันใจ มีการโฆษณาทางวิทยุก่อนการประมูล อสังหาริมทรัพย์ มีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการเริ่มประมูลอย่างชัดเจน และมีป้ายโฆษณาที่แสดงรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ที่จะประมูลอย่างชัดเจนตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง การประมูลสังหาริมทรัพย์แต่ละครั้งขึ้นอยู่กับการสู้ราคาของผู้ร่วมประมูลรายอื่นๆด้วย ด้านถ้ามีอสังหาริมทรัพย์แปลงที่น่าสนใจ หลายแปลง ผู้ประมูลจะประมูลมากกว่า 1 แปลง ผู้ประมูลจะประมูลสังหาริมทรัพย์ได้มากกว่า 1 แปลงเสมอ ผู้ประมูลประมูลเพียงแค่ 1 แปลงเท่านั้น ส่วนใหญ่ผู้ประมูลไม่สามารถประมูลสู้ราคาผู้ร่วมประมูลคนอื่นได้ และมีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการเริ่มประมูลอย่างชัดเจน ตามลำดับ

ด้านลักษณะการซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อย ในระดับปานกลาง ในเรื่อง การประมูลสังหาริมทรัพย์ที่ไม่มีที่ดินแต่สามารถให้เช่าได้ เช่น คอนโดมิเนียม ผู้ประมูลจะประมูลสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไปเป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจได้ ผู้ประมูลสนใจที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพราะว่าสามารถนำไปทำกำไรได้ในอนาคต และผู้ประมูลจะประมูลสังหาริมทรัพย์ที่สามารถทำธุรกิจต่อยอดได้ทันที เช่น อพาร์ทเมนต์ หอพัก และผู้ประมูลมักจะประมูลได้ที่ดินเปล่ามากกว่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจาก สำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการผลศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี พบว่า

ปัญหาด้านกฎระเบียบในการประมูล	
1. ขั้นตอนในการดำเนินงาน	1. ข้อเสนอแนะในขั้นตอนการดำเนินงาน
- มีพนักงานที่ให้บริการในเรื่องการดำเนินงานไม่เพียงพอ ทำให้ขั้นตอนในการดำเนินงานเกิดความล่าช้า เช่น การบริการด้านการวางเงินค้ำประกันเพื่อเข้าประมูลมีความล่าช้าทำให้มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ยุ่งยาก	- ควรมีพนักงานให้เพียงพอกับงานเพื่อให้ขั้นตอนการดำเนินงานจะได้ไม่ล่าช้าและยุ่งยาก
2. เอกสารประกอบการประมูล	2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเอกสารประกอบการประมูล
- การจัดส่งเอกสารในการประมูลในแต่ละครั้งมีความล่าช้า ทำให้ผู้ที่ทำการประมูลไม่มีเวลาในการศึกษาข้อมูลได้เพียงพอ จึงทำให้ไม่สามารถตัดสินใจในการประมูลราคาในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีได้	- ควรจัดส่งเอกสารก่อนการประมูลการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีล่วงหน้าประมาณ 2 สัปดาห์ เพื่อให้ผู้สนใจจะได้มีเวลาในการตัดสินใจในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี
3. ความกระจ่างในเนื้อหาของกฎระเบียบการประมูล	3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความกระจ่างในเนื้อหาของกฎระเบียบการประมูล
- รายละเอียดในเนื้อหาของกฎระเบียบในการประมูล มีการใช้ภาษาที่เข้าใจยากทำให้ผู้เข้าร่วมประมูลบางคนไม่เข้าใจในสิ่งที่กรมบังคับคดีต้องการสื่อสาร	- ควรปรับในเนื้อหาของกฎระเบียบในการประมูลให้ให้เป็นภาษาที่เข้าใจได้ง่ายและเข้าใจโดยทั่วกัน

ปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาด	
1. อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล	1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล
- อสังหาริมทรัพย์ที่ดินพร้อมสิ่งก่อสร้าง หรือคอนโดมิเนียมบางแห่ง ผู้ประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลไม่สามารถเข้าไปดูก่อนได้เนื่องจากสภาพ สิ่งก่อสร้าง หรือ คอนโดมิเนียม มีสภาพที่เสื่อมโทรมมาก	- ควรให้ผู้เข้าร่วมประมูลอสังหาริมทรัพย์มีโอกาสได้เห็นสภาพสิ่งก่อสร้าง หรือ คอนโดมิเนียม ก่อนที่จะตัดสินใจประมูลอสังหาริมทรัพย์นั้น
2. ราคาในการประมูล	2. ข้อเสนอแนะในด้านราคาการประมูล
- ราคาในการประมูลส่วนมากราคา จะขึ้นหรือลงนั้น อยู่ที่จำนวนผู้เข้าร่วมการประมูลในแต่ละครั้ง	- ถ้ามีการประมูลที่ฮั้วกันก่อนที่จะมีการประมูล จะทำให้ได้ราคาในการประมูลแต่ละครั้งค่อนข้างต่ำ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3. ข้อเสนอแนะในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- สถานที่ในการประมูลไม่กว้างขวาง ทำให้ผู้เข้าร่วมในการประมูลในแต่ละครั้ง อาจจะมีจำนวนมาก และสถานที่ไม่เพียงพอกับจำนวนของผู้เข้าร่วมในการประมูล	- ควรมีการเตรียมสถานที่ในการประมูลในแต่ละครั้งให้เพียงพอกับจำนวนผู้ที่จะเข้าร่วมในการประมูล เพื่อที่ผู้ที่เข้ารับการประมูลจะได้ไม่อึดอัด
3. การส่งเสริมการตลาด	3. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาด
- การโฆษณาทางสื่อต่างมีจำนวนไม่มาก และไม่ต่อเนื่องทำให้ผู้ที่สนใจในการประมูลบางรายไม่ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดในการประมูลในแต่ละครั้ง	- ควรมีการโฆษณาทางสื่อทุกด้าน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้ทราบรายละเอียดในการประมูลในแต่ละครั้งได้อย่างทั่วถึง
ข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ	
- ก่อนทำการประมูลเจ้าหน้าที่ใช้เวลาในการอธิบายรายละเอียดในแต่ละครั้งมากเกินไป เพราะว่าก่อนที่จะมีการประมูลในแต่ละครั้งได้มีการแนะนำทางวิทัศน์แล้ว จึงทำให้ผู้ประมูลเกิดความเบื่อหน่าย	

ส่วนที่ 6 สมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ และปัจจัยทางเศรษฐกิจด้าน รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กฎระเบียบในการประมูล ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน และปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณ การซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการ สมรส กฎระเบียบในการประมูลในด้านเอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา และปัจจัยทางการตลาด ด้านสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปริมาณ การซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ปัจจัยทางเศรษฐกิจด้าน รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน กฎระเบียบในการประมูลด้าน เอกสาร ความกระฉับในเนื้อหา และปัจจัยทางการตลาดด้าน สินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้าน ลักษณะการซื้อ แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส กฎระเบียบ ในการประมูล ขั้นตอนการดำเนินงาน และปัจจัยทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงาน บังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำ ผลการวิจัยมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และปัจจัยทาง

เศรษฐกิจได้แก่ รายได้หลัก รายได้เสริม ที่มาของรายได้หลัก ที่มาของรายได้เสริม และค่าใช้จ่ายต่อเดือน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านเพศ พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพศชาย เนื่องมาจากการประมุขอสังหาริมทรัพย์นั้นมีการสุ่มราคาและต้องตัดสินใจเด็ดขาดในการสุ่มราคาในขณะนั้นเพื่อให้ได้ทรัพย์ที่ผู้สุ่มราคาต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพร จันทรแสนตอ (2542: 44) พบว่าเพศชายมีความเชื่อมั่น มีเหตุผลหรือชอบตัดสินใจทำอะไรใหม่ๆ มากกว่าเพศหญิงที่ไม่ชอบความเสี่ยง ความไม่แน่นอน เพศหญิงจะสนใจได้ง่ายกว่าเพศชาย แต่การยอมรับเปลี่ยนแปลงไม่ได้ง่ายไปกว่าเพศชาย

ด้านอายุ พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีกำลังการซื้ออสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากมีอาชีพ มีรายได้ มีความต้องการที่จะลงทุนในสิ่งที่คุ้มค่าสำหรับตัวเองซึ่งสอดคล้องกับ การวิจัยของชัยยุทธ สุวรรณมาลัย (2543: 37) ได้กล่าวว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะขายบ้านมือสองได้คือผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง เนื่องจากวัยบอกให้รู้ถึงความแตกต่างกันในระดับความสามารถในการทำความเข้าใจในเรื่องหรือสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน ซึ่งนฤภัทร เดชอมรรธัญ (2545: 51) กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวัยทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด เมื่ออยู่ในวัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง โดยเฉพาะเมื่ออยู่กลับหลังพ่อแม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีรายได้เป็นของตนเอง อำนาจในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด ต่อเมื่อเข้าสู่วัยชรา ความคิดเห็นจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน จะหวนกลับเข้ามาอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีก

ด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับการศึกษาเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปริญญาตรี เนื่องจาก เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การเรียนรู้พอที่จะสามารถเข้าใจถึงหลักการในการประมุขและเข้าใจถึงลักษณะรูปแบบในการประมุขสุ่มราคา ซึ่งสอดคล้องกับ การวิจัยของทัศนีย์ ตั้งอารมณ์สุข (2546: 39) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์การเรียนรู้ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลตอบสนองแตกต่างกัน การที่ผู้บริโภครองสองคนมีระดับการศึกษาต่างกัน แต่ตกอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกันแต่มีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกันเป็นเพราะการศึกษานี้เอง รัชนิกร เศรษฐโช (2526: 144) พบว่าการศึกษาเป็นกรรมวิธี หรือกระบวนการต่างๆ ที่ก่อให้เกิด

ประสบการณ์การเรียนรู้ชีวิต อันทำให้บุคคลพัฒนาความสามารถทัศนคติ ค่านิยม หรือคุณธรรม และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการกลายเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

ด้านอาชีพ พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาทรัพย์สินขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว เนื่องจากเป็นผู้ที่มีอำนาจทางการเงินในการซื้อสั่งหาทรัพย์สิน และยังมีเวลาว่างพอที่จะเข้ามาทำการประมุขซื้อทรัพย์สิน ซึ่งสอดคล้องกับ นฤภัทร เชนอมธัญ (2545: 57) พบว่าเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ทำงานธุรกิจต่าง ๆ นอกเหนือไปจากอาชีพลูกจ้าง พนักงานราชการที่ได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างรายเดือนหรือรายวัน รวมถึงผู้ที่ช่วยครอบครัวประกอบธุรกิจและได้รับค่าตอบแทนจากผลกำไร หรืออาจมีความหมายว่า หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่ประกอบอาชีพหารายได้เอง โดยไม่มีนายจ้าง ไม่อยู่ในฐานะลูกจ้าง แต่เป็นนายตนเอง เป็นเจ้าของกิจการและจะต้องปฏิบัติงานเอง อาจมีผู้ปฏิบัติงานด้วยก็ได้

ด้านสถานภาพการสมรส พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาทรัพย์สินขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากสมรสแล้ว เพราะว่าเมื่อสมรสแล้วก็ต้องหาที่อยู่อาศัยที่ดีที่สุดและตรงตามความต้องการให้กับครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับสถานภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยส่วนรวมคนเราเมื่อแต่งงานมีครอบครัวย่อมมีภาระหน้าที่เพิ่มขึ้นรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ตามที่ ธรรมบุญ ศิริพันธ์ (2530: 11) ได้กล่าวถึงการปรับตัวในวิถีการสมรสว่าผู้ใหญ่วัยต้นสมรสจะต้องมีการปรับตัวในเรื่องความผูกพันใกล้ชิดทางกาย ความสัมพันธ์ทางเพศ ต่อจากนั้นทางฝ่ายชายฝ่ายหญิงจะมีบทบาทใหม่คือบทบาทการเป็นสามีภรรยา นอกจากนั้นสามีหรือภรรยาต้องมีส่วนร่วมกันมีบทบาทเพื่อปฏิบัติภารกิจ ทางสังคมที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

ด้านรายได้หลัก พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาทรัพย์สินขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ทศนีย์ ตั้งอารมณีสุข (2546: 39) พบว่ารายได้ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับใช้พิจารณาการเลือกซื้อบ้านมือสอง จำนวนผู้มีรายได้ในครอบครัวส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ซื้อบ้านมือสอง ในแต่ละครอบครัวจะมีผู้มีรายได้ จำนวน 2 คน มากสุด รองลงมาคือมีรายได้เพียงคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535: 47) สรุปจากงานวิจัยหลายชิ้น พบว่าเงินมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เงินที่มากพอแก่การดำรงชีพตามสภาพ ทำให้บุคคลไม่ต้องดิ้นรนมากนักที่จะทำงานเพิ่มนอกเวลา และยังเกี่ยวกับความสามารถในการหาปัญหาอื่นที่สำคัญในการ

ดำรงชีวิต ธีรรัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2551: online) พบว่าส่วนรายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุกด้าน คือ ด้านการผลิตและการตลาดแตกต่างกัน

ด้านรายได้เสริม พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาวิธีขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรายได้เสริม 20,000 บาทขึ้นไปซึ่งสอดคล้องกับ สุนิตา ทนุผล (2520: 10) ได้ศึกษาพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวและพัฒนาบุคลิกภาพ หมายความว่า บุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับสูงหรือปานกลางจะมีบุคลิกภาพที่ประสมประสานมากที่สุดและมีปัญหาทางจิตใจหรือการเกิดเจตคติที่ไม่ดีน้อยกว่าบุคคลซึ่งมีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ส่วนในสมบุรณ์ ศาลาชีวิต(2526: 40) ได้ทำการศึกษาทดสอบเจตคติทางการเมืองเกี่ยวกับการใช้อำนาจเผด็จการในการปกครองของคนไทยพบว่าสภาพเศรษฐกิจของประชาชน เงินเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีเจตคติที่ต่างกัน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2551: online) พบว่า รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคลที่ถูกหักภาษีแล้ว (disposable income) หลังจากถูกหักภาษี ผู้บริโภคจะนำเอารายได้ส่วนหนึ่งไปเก็บออมไว้และอีกส่วนหนึ่งไปซื้อผลิตภัณฑ์อันจำเป็นแก่การครองชีพเรียกว่า disposable income และรายได้ส่วนนี้เองที่ผู้บริโภคจะนำไปซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย

ด้านที่มาของรายได้หลัก พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาวิธีขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน ซึ่งการทำงานในรูปแบบเอกชนนั้นทำให้ผู้ที่ทำงานนั้นมีรายได้ที่ค่อนข้างสูงและสามารถเก็บเงินมากซึ่งจะสามารถนำไปทำธุรกิจต่อยอดและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้

ด้านที่มาของรายได้เสริม พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาวิธีขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ค้าขาย ซึ่งส่วนมากได้มาจากการทำธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เช่น การค้าขาย ค่าเช่า เป็นต้น

ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือน พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสั่งหาวิธีขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ดังนั้นค่าใช้จ่ายต่อเดือนจึงมาจากรายได้ประจำและรายได้เสริม

กฎระเบียบในการประมุข ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายสั่งหาวิธีขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน เอกสาร และความกระจ่ายในเนื้อหา มีรายละเอียดดังนี้

ด้านการดำเนินงาน พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลต้องการขั้นตอนการดำเนินงานที่มีความเหมาะสมไม่ยุ่งยากมากเกินไป และมีความเที่ยงตรงตามที่สำนักงานบังคับคดีได้ประกาศไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ รุจิเรข ใจหาญ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ กับธุรกิจด้านหมู่บ้านจัดสรร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จากผลการศึกษาการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ กับธุรกิจด้านหมู่บ้านจัดสรร นั้น ทางด้านผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงภารกิจหลัก ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษารวมถึงในด้านของกิจการหมู่บ้านจัดสรร และความพึงพอใจที่มีต่อสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจดทะเบียนสิทธิ และนิติกรรม ได้กำหนดให้จัดลำดับการให้บริการที่มีความโปร่งใส เป็นธรรมมากขึ้น และมีการรวมงานทะเบียนนิติกรรม กับงานทะเบียนสิทธิ เป็นต้น

ด้านเอกสาร พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลต้องการให้เจ้าหน้าที่บังคับคดีให้คำแนะนำในการเตรียมเอกสารเพื่อการประมวล และเอกสารที่จะต้องเตรียมในการประมวลมีความเหมาะสมและไม่มากเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับ กรมบังคับคดี (2551: online) ได้อธิบายถึง หลักฐานที่จะต้องนำมาในการประมวลสังหาริมทรัพย์ (ที่ดิน/ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง หอสมุด ฯลฯ) 1. บัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรประจำตัวข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือบัตรพนักงานรัฐวิสาหกิจ พร้อมสำเนารับรองถูกต้อง 1 ฉบับ 2. กรณีนิติบุคคลเป็นผู้ซื้อต้องส่งหนังสือรับรองนิติบุคคลที่นายทะเบียนรับรองไม่เกิน 1 เดือน 3. กรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมวลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท และมีหลักฐานตามข้อ (1) 4. เงินสดหรือเช็คหรือเช็คสั่งจ่ายกองคลัง กรมบังคับคดี เป็นผู้รับเงินเพื่อใช้เป็นหลักประกันการเข้าสู่วราคาราเป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท (บางคดีหากมีพฤติการณ์ ปรากฏว่าเป็นการประวิงคดีเจ้าพนักงานบังคับคดีจะกำหนดเงื่อนไขในการวางประกันเป็นจำนวนเงินร้อยละ 5 ของราคาที่เคยมีผู้เสนอราคาสูงสุด) เว้นแต่ผู้เข้าสู่วราคารานั้นเป็นผู้มีสิทธิขอหักส่วนได้ใช้แทนหรือเจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษาหรือคู่สมรสที่ศาลมีคำสั่งอนุญาตให้กันส่วนแล้ว และผู้ขอเฉลี่ยทรัพย์ซึ่งศาลมีคำสั่งอนุญาตให้เข้าเฉลี่ยทรัพย์แล้วไม่วางเงินหลักประกัน

ด้านความกระจ่างในเนื้อหา พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมวลต้องการรายละเอียดในการประมวลอ่านเข้าใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีรายละเอียดในการประมวลมีไม่มากเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับ กรมบังคับคดี (2551: online) ได้อธิบายถึงหลักในการขายทอดตลาด

ของอสังหาริมทรัพย์มีรายละเอียดและกฎเกณฑ์ตามข้อทางกฎหมาย 1. ให้เจ้าพนักงานแจ้งราคาประเมินขณะยึดหรือราคาประเมินของฝ่ายประเมินราคาสำนักงานวางทรัพย์กลาง (ถ้ามี) แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่ากัน ลงในประกาศขายทอดตลาดเพื่อให้คู่ความ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนผู้สนใจได้ทราบ ทั้งนี้ไม่กระทบถึงประกาศขายทอดตลาดที่ได้ประกาศไปแล้วก่อนที่อธิบดีจะให้ความเห็นชอบ 2. ในการขายทอดตลาด ให้เจ้าพนักงานกำหนดราคาเริ่มต้นเป็นจำนวนร้อยละแปดสิบของ ราคา ตามข้อ 1. โดยให้ปัดตัวเลขที่เป็นเศษขึ้นเป็นเรือนหมื่น เช่น ราคาประเมินสูงสุด ตามข้อ 1. เท่ากับ 1,340,000 บาท ราคาเริ่มต้นที่ 1,080,000 บาท เป็นต้น 3. ให้เจ้าพนักงานถือเอาราคาเริ่มต้นตามข้อ 2. เป็นราคาที่สมควรขาย 4. หากมีราคาที่คณะกรรมการกำหนดราคาทรัพย์ได้กำหนดไว้ ให้ถือเอาราคาของคณะกรรมการฯ เป็นราคาเริ่มต้นและเป็นราคาที่สมควรขาย

ปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้เข้าร่วมประมูลอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมูลต้องการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีหลายรูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คอนโดมิเนียม และมีให้เลือกหลาย พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ อนุชา กุลวิสุทธิ (2549: 191-192) ได้อธิบายถึงการเลือกทำเล และการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ดิน ไว้ดังนี้ ดำเนินวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ส่วนใหญ่ระบุเหมือนกันโดยไม่ได้นัดหมายว่า ปัจจัยสำคัญที่สุด 3 สิ่งแรกที่มีผลต่อความสำเร็จในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็คือ ทำเล ทำเล และทำเล ในทางปฏิบัติแล้ว การวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ตั้งที่ดินที่เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์นั้น จะมีขั้นตอนการวิเคราะห์หลักๆ อยู่ 2 ขั้นตอนด้วยกัน โดยขั้นตอนแรกเป็นการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลในภาพกว้างก่อนว่าทำเลควรอยู่ในโซนไหน พื้นที่ใด เมื่อเลือกโซนที่ตั้งได้แล้วจึงค่อยทำการวิเคราะห์ทำเลในขั้นตอนที่สองซึ่งเป็นการวิเคราะห์เลือกทำเลในลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป

ด้านราคา พบว่าผู้เข้าร่วมประมูลอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมูลต้องการอสังหาริมทรัพย์ที่มีให้เลือกหลายระดับราคาและมีราคาถูกกว่าการซื้อขายทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542: 41) พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้

กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหาจะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่างๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมดและนำไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ดังนั้นราคาจึงเป็นตัวตัดสินใจ เช่นราคาของการเลี้ยงขอมลูกค้าประจำปีของผู้ประกอบการ ชงชัย สันติวงษ์ (2539: 23-27) ที่กล่าวไว้ว่า ด้านราคา ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องราคานี้ จะเป็นแกนกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นได้การกำหนดราคาต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันตลาดเป้าหมายและปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาสินค้าที่แตกต่างกันวิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม ส่วนลดและเงื่อนไขการขาย จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคา และถ้าปัญหาเกิดขึ้นในแผนงานใดแผนงานหนึ่ง งานที่กำหนดไว้ก็จะเสียหายหมด Kotler (1997: 92) ที่กล่าวไว้ว่า ราคา ประกอบด้วย ใบบราคา ส่วนลด ส่วนขอมลดให้ ระยะเวลาในการชำระและการให้สินเชื่อ การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดราคา หรือองค์ประกอบสนับสนุนอื่นๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์และเลือกซื้อได้หลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต เอกสารจากกรมบังคับคดี กรมบังคับคดี ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (1997: 92) กล่าวว่า สถานที่ ประกอบด้วย ช่องทาง ความครอบคลุม การจัดเก็บ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสินค้าคงคลังและด้านการขนส่ง การจัดการและการเชื่อมโยงระบบการจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายให้สอดคล้องกัน และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543: 35) ได้กล่าวว่า สถานที่ ประกอบด้วย ช่องทาง ความครอบคลุม การจัดเก็บ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสินค้าคงคลังและด้านการขนส่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าร่วมประมุขอสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงการประมุขอสังหาริมทรัพย์และการโฆษณาการประมุขอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542: 41) พบว่าเป็นการสื่อสารเกี่ยวข้องกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารคือ การโฆษณาเป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงิน การขายโดยใช้พนักงานขายเป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยใช้บุคคล การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายและการจัดให้ข่าว การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข่าวที่เสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า

หรือบริการที่ไม่ต้องจ่ายเงิน การตลาดทางตรงเป็นการติดต่อสื่อสารกับเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง การจัดจำหน่ายเป็นโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ถูกเปลี่ยนมือ การกระจายตัวสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546: 53) พบว่าการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อเครื่องมือการส่งเสริมทางการตลาดที่สำคัญได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรที่จะเพิ่มช่องทางในการชำระเงินให้มากขึ้น เช่น การชำระเงินผ่านช่องทางระบบออนไลน์ บัตรเครดิต และขยายระยะเวลาการชำระเงิน ในกรณีที่ชำระเงินล่าช้าและไม่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด
2. การส่งเอกสารและข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ก่อนที่จะทำการประมูลในทุกๆ เดือนนั้นควรส่งให้ผู้มาประมูลทุกคนโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพื่อให้ผู้ประมูลได้รับข้อมูลข่าวสาร
3. ความกระชับในเนื้อหาควรมีความกระชับและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจนในเนื้อหา มีรายละเอียดที่ตรงกับความเป็นจริงและควรมีการนำเอาวิทัศน์และแสดงขั้นตอนการประมูลมา อธิบายลงในเว็บไซต์ของสำนักงานบังคับคดี ด้วยเพื่อให้บุคคลผู้สนใจเข้าไปศึกษาหาข้อมูลก่อนที่จะเข้าร่วมการประมูล
4. อสังหาริมทรัพย์ควรที่จะต้องมีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คอนโดมิเนียม เป็นต้น โดยแบ่งเขตของอสังหาริมทรัพย์ให้แน่นอนเพื่อความสะดวกในการดูทรัพย์สินและง่ายต่อการตัดสินใจ
5. ควรมีการชำระเงินค้ำมัดจำผ่านบัตรเครดิตหรือระบบออนไลน์ ในกรณีที่นำเงินสดมาทำการวางมัดจำไม่พอ
6. สามารถวางมัดจำเพื่อขยายเวลาการชำระเงิน และราคามีความเหมาะสมกับอสังหาริมทรัพย์ที่จะขายไม่มากนักเกินไป

7. ควรเพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าหัตถ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

8. ควรมีการจัดสถานที่ในการประมูลแต่ละครั้งให้สามารถรองรับผู้เข้าร่วมการประมูลได้ ในกรณีที่มือสังหาริมทรัพย์ในการประมูลมาก เช่น จัดสถานที่ทำการประมูลที่โรงแรม หรือหอประชุม เป็นต้น

9. ควรมีการโฆษณาการประมูลสังหาริมทรัพย์ทาง ป้ายโฆษณา/ วิทยุ/ นิตยสาร/ สิ่งพิมพ์ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ไม่ขาดช่วง

10. ควรมีการทำจัดสื่อใหม่ๆเพิ่มเติม เช่น การทำวีซีดี หรือ วีดีโอ ที่เกี่ยวกับทรัพย์ที่จะทำการประมูล เพื่อที่จะทำให้ผู้ประมูลทรัพย์ได้เห็นภาพในจุดต่างๆของทรัพย์ที่จะทำการประมูลได้

11. ควรมีการออกกฎระเบียบในการประมูลให้ชัดเจนในส่วนในเรื่องการที่ผู้ประมูลเข้าไปประมูลแล้วทั้งเงินประมูลซึ่งจะทำให้ทรัพย์ที่ถูกทั้งเงินประมูลมีราคาสูงในการประมูลครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ สำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา การวางแผนด้านการตลาด พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรจะศึกษาให้ครอบคลุมถึงผู้ที่ต้องการจะประมูลในกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เช่น ผู้ที่สนใจเข้าร่วมการประมูลในจังหวัดที่ใกล้เคียง

2. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเข้าร่วมประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์การขายทอดตลาดของในแต่ละเขตที่แตกต่างกัน

3. การนำกลยุทธ์การตลาดในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดของผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มาปรับใช้ในการทำวิจัยในเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

4. สามารถนำงานวิจัยมาเป็นแนวทางศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการประมูลการซื้อสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

และนำมาปรับใช้ในการทำวิจัยในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบทำให้เกิดการฉ้อประมูลในการซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชน

5. สามารถนำงานวิจัยไปปรับปรุงเพื่อศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆหรือจังหวัดที่มี
ขนาดใหญ่ในแต่ละภาค มีประชากรจำนวนมาก และจำนวนลูกค้าผู้เข้าร่วมการประมูลการซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ที่มากพอแก่การศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย

6. ผู้สนใจศึกษาต่อควรศึกษาในเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากการประมูลการซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
เช่น ปัญหาในด้านการขอเพิ่มระยะเวลาในการชำระเงิน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย. 2544. แผนบริหารงานที่ดินแม่บท. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์
การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมบังคับคดี. 2551. ระเบียบกรมบังคับคดีว่าด้วยข้อปฏิบัติของคณะกรรมการกำหนดราคาทรัพย์สิน
พ.ศ. 2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http:// www.led.go.th/news/allnews.asp](http://www.led.go.th/news/allnews.asp)
- การฝึกอบรม กรมที่ดิน. 2543. คู่มือการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมที่ดิน. กรุงเทพฯ:
กรมพัฒนาที่ดิน.
- ขวัญชัย อรรถวิภาณนท. 2535. ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรใน อำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรัส ภักดีธนากุล. 2542. ซื้อที่ดินต้องระวัง. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชัยยุทธ สุวรรณมาลย์. 2543. พฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านมือสองในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทัศนีย์ ตั้งอารมณ์สุข. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธงชัย สันติวงษ์. 2527. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. 2539. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธรรมบุญ สิริพันธ์. 2530. ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์ต่อการแสดงบทบาทในการสื่อสาร
ของเกษตรกรตำบลในจังหวัดพัทลุง. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบัน
เทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- ธิดารัตน์ สิริศักดิ์พาณิชย์. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภค ตามโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี. พระนครศรีอยุธยา: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นฤภัทร เดชอมรธัญ. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิติกร กองนิติการ. 2541. กฎหมายที่ดิน. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2535. การบริหารงานวิชาการ. กรุงเทพฯ: สหมิตรออฟเซต.
- พลัส พร็อพเพอร์ตี้. 2551. ซื่อ ขาข เซอสงหกรมทรพย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.technologymedia.co.th/news/newsview.asp?id=1821> (24 มกราคม 2551).
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พะยอม อิงคตานวัฒน์. 2523. จิตวิทยาพัฒนาการวัยผู้ใหญ่. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2551. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค. [online]. แหล่งที่มา <http://elearning.bu.ac.th> (27 พฤษภาคม 2551).
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2552. สถิติธุรกิจ. สาขาวิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.science.cmru.ac.th/statistics/index.html> (21 กันยายน 2552).
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2528. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชนิกร เศรษฐโช. 2526. สังคมวิทยาชนบทและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- รุ่งโรจน์ โพธิ์จิตร. 2534. แนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่: รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รุจเรช ใจหาญ. 2547. การดำเนินงานของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รววิทย์ มานะกุล. 2540. ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิเชียร รัตนะพีระพงศ์. 2541. บ้านที่ชาวดิน. กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพฯ: มพันธ์พานิชย์.
- ศิริพร จันทรแสนตอ. 2542. พฤติกรรมทางเลือกซื้ออาหารของครูสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักงานทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ฤกษ์ตานนท์ และสุกร เสรีรัตน์. 2539. รายงานการวิจัยความต้องการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาและการฝึกอบรมเพิ่มเติมของอาจารย์เกษตร ในหน่วยงานหรือสถานศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริณู ลักขิตานนท์ และสุกร เสรีรัตน์. 2544. การวิจัยธุรกิจ: ฉบับปรับปรุงใหม่
= **Businessresearch**. กรุงเทพฯ: ไคมอน อิน บิสสิเนส เวิร์ล.

_____. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ไคมอน อินบิสสิเนส เวิร์ล.

สุกร เสรีรัตน์. 2543. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส.

_____. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส.

ศูนย์ส่งเสริมประสิทธิภาพกรมที่ดิน. 2544. คู่มือการปฏิบัติงานโครงการส่งเสริมประสิทธิภาพ
กรมที่ดิน. กรุงเทพฯ: สัมพันธ์พาณิชย์.

สถาพร ศรีประสิทธิ์. 2544. ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงความต้องการเบื้องต้นของการซื้อที่อยู่อาศัย
ประเภทบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2544. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน. 2526. สารานุกรมการบริหารसारมวลชน. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สาริณี เมฆอุไร. 2540. ความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการสมาชิก กบข. แบบฝึกหัดการ
วิจัยวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุทธิชัย ดิยะสุวรรณ. 2543. ความล้มเหลวของธุรกิจบ้านและที่ดินจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่
ในช่วง ปี 2540 - 2541 . เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุนิลา ทนุผล. 2520. แนวความคิดช่วยเหลือตนเองของผู้ंनाท้องถิ่นหลังการดำเนินงานโครงการผู้นำ
ท้องถิ่น. เชียงใหม่: ฝ่ายฝึกอบรมสำนักวิจัยและส่งเสริมการเกษตร สถาบัน
เทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

สุวิชา คามพวรรณ. 2546. บรรยายสรุปผลการดำเนินงานสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขา
สันทราย. เชียงใหม่: สำนักงานที่ดินสันทรายเชียงใหม่.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.

อนุชา กุลวิสุทธิ. 2549. ที่ดิน เล่น ลงทุน ทำเงิน และหากำไร อย่างชาญฉลาด. กรุงเทพฯ: อักษร
สัมพันธ์.

อนุวัตร ภูวนศรฐ. 2548. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านเคือบสั้ม
ของผู้ประกอบการโรงเคือบสั้ม ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระ
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Herbert Askin; Raymond R. Colton. 1963. Research Method for Statisticians Newyork: Barnes
&Noble, Inc.

Kotler. 1994. **Statigic Management Journal**. University of Washington, Bothell, Washington, U.S.A. John Wiley & Sons, Ltd.

_____. 1997. **Marketing management : analysis, planning, implementation, and control**. Edition 9th ed. Publisher Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall

_____. 2000. **Marketing insights from A to Z**. Publisher Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons.

MoneyChannel. 2551. สรุปภาวะเศรษฐกิจ/เดือน. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.moneychannel.co.th/MoneyChannel//search?hl=th&q=moneychannel+2551&meta=&aq=f&oq=> (2 ธันวาคม 2551).

Richdadthai. 2551. ธุรกิจการขาย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.tumtoon.com/link/web_hosting/ttl.html (7 มีนาคม 2551).



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

“ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขาดตลาดของประชาชน
จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”

คำชี้แจง

เลขที่แบบสอบถาม No () () ()

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขาดตลาดของประชาชน จากสำนักงานบังคับคดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าว เพื่อไปจัดทำรายงานวิจัยสำหรับการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูล ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีคุณค่าต่อการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขาดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ขาดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขาดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 4. ปวส./ อนุปริญญา
 () 5. ปริญญาตรี () 6. ปริญญาโท
 () 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- () 1. ประกอบธุรกิจส่วนตัว () 2. รับจ้างทั่วไป
 () 3. เกษตรกร () 4. พนักงานบริษัท
 () 5. ข้าราชการ () 6. รัฐวิสาหกิจ
 () 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส
 () 3. หย่าร้าง () 4. หม้าย
 () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้หลัก.....บาท/เดือน

รายได้เสริม.....บาท/เดือน

7. ที่มาของรายได้

- () 1. อาชีพหลัก.....
 () 2. อาชีพเสริม
 (1).....
 (2).....
 (3).....
 (4).....

8. ค่าใช้จ่าย.....บาท/เดือน

**ตอนที่ 2 กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ
ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่**

กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านเห็นว่ากฎระเบียบในการประมูลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

* หมายเหตุ การวัดระดับความคิดเห็นจะแบ่งเป็น

1 = น้อยที่สุด

2 = น้อย

3 = ปานกลาง

4 = มาก

5 = มากที่สุด

รายการ	ระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
1. ขั้นตอนการดำเนินงาน					
1.1 ก่อนการประมูลผู้ประมูลต้องวางเงิน 50,000 บาท เพื่อเข้าร่วมการประมูลซึ่งเป็นวงเงินที่เหมาะสม ไม่มากจนเกินไป					
1.2 เมื่อผู้ประมูลได้ทำการวางเงินแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือการรับป้ายประมูลซึ่งไม่มีความยุ่งยากมาก จนเกินไป					
1.3 วิธีการประมูลซื้อทรัพย์ กรณีประมูลซื้อ อสังหาริมทรัพย์มีความเที่ยงตรงตามที่สำนักงาน บังคับคดีได้ประกาศไว้					
1.4 ระยะเวลาในการชำระเงินหลังประมูลทรัพย์ได้ แล้วคือ 15 วัน มีความเหมาะสม					
1.5 การขยายเวลาการชำระเงิน ในกรณีที่ไม่สามารถ ชำระเงินได้ภายใน 15 วัน มีตามความเหมาะสม					
1.6 สำนักงานบังคับคดีให้อิสระในการชำระเงิน เช่น ชำระเป็นเงินสด, เช็ค, เงินเชื่อจากธนาคาร					

รายการ	ระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
2. เอกสาร					
2.1 เจ้าหน้าที่บังคับคดีให้คำแนะนำในการเตรียมเอกสารเพื่อการประมูล					
2.2 เอกสารที่จะต้องเตรียมในการประมูลทั้งกรณีที่บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีความเหมาะสมและไม่มากจนเกินไป					
2.3 กรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทน ต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท และหลักฐานตามที่กำหนดซึ่งมีความเหมาะสมและไม่ยุ่งยากมากนัก					
2.4 ผู้เข้าร่วมทำการประมูลผู้ราคาต้องกรอกรายละเอียดของผู้ประมูลในบัตรลงทะเบียน โดยมีรายละเอียดกระชับและเข้าใจง่าย					
2.5 สำนักงานบังคับคดีมีบริการส่งเอกสารและข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่จะทำการประมูลเป็นรายเดือนสำหรับผู้สนใจเป็นสมาชิก					
3. ความกระชับในเนื้อหา					
3.1 เจ้าหน้าที่บังคับคดีชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนต่างๆในการประมูลอย่างละเอียด ก่อนเริ่มการประมูลทุกครั้ง					
3.2 มีการฉายวีดิทัศน์และแสดงขั้นตอนการประมูลอย่างละเอียดเพื่อความเข้าใจ					
3.3 เมื่อประมูลทรัพย์สินได้แล้วกรมบังคับคดีได้ระบุถึงระยะเวลาการชำระเงินและการขอขยายระยะเวลาวางเงินอย่างชัดเจน					
3.4 รายละเอียดในการประมูลอ่านเข้าใจและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
3.5 รายละเอียดในการประมูลมีไม่มากจนเกินไป					

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของ

ประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี จังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ระดับการตัดสินใจ				
	1	2	3	4	5
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูลอยู่ในความสนใจของผู้เข้าร่วมประมูลเป็นส่วนใหญ่					
1.2 อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น ที่ดินเปล่า, ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง, คอนโดเนียม เป็นต้น					
1.3 อสังหาริมทรัพย์ที่เปิดประมูลมีให้เลือกหลายพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่					
2. ปัจจัยทางด้านราคา					
2.1 อสังหาริมทรัพย์มีให้เลือกหลายระดับราคา					
2.2 สามารถวางมัดจำแล้วขายเวลาการชำระเงินได้					
2.3 ราคาเริ่มต้นในการประมูลมีความเหมาะสม					
2.4 อสังหาริมทรัพย์มีราคาถูกกว่าการซื้อขายทั่วไป					
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 สามารถเลือกชมอสังหาริมทรัพย์ได้หลายช่องทางสำหรับบุคคลทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ต, เอกสารจากกรมบังคับคดี, กรมบังคับคดี					
3.2 มีช่องทางในการประมูลอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่หลายช่องทาง เช่น ประมูลทางอินเทอร์เน็ต					
3.3 การประมูลอสังหาริมทรัพย์มีกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก					
3.4 สถานที่ทำการประมูลมีทำเลที่ตั้งที่หาง่ายและสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประมูลได้					
3.5 มีสถานที่ประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สะดวกสบาย					

รายการ	ระดับการตัดสินใจข้อ				
	1	2	3	4	5
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีป้ายโฆษณาที่แสดงรายละเอียดของ อสังหาริมทรัพย์ที่จะประมูลอย่างชัดเจน					
4.2 มีการโฆษณาทางวิทยุก่อนการประมูล อสังหาริมทรัพย์					
4.3 มีการโฆษณาการประมูลอสังหาริมทรัพย์ทาง นิตยสาร/สิ่งพิมพ์					
4.4 อสังหาริมทรัพย์มีส่วนลดที่เหมาะสมในแต่ละช่วง การประมูล					
4.5 มีการบริการหลังการประมูลในกรณีที่ลูกค้า ประมูลได้แล้วอย่างรวดเร็วทันใจ					
4.6 มีการอธิบายรายละเอียดของอสังหาริมทรัพย์ก่อน การเริ่มประมูลอย่างชัดเจน					

**ตอนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี
จังหวัดเชียงใหม่**

กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสังหาริมทรัพย์ขาย
ทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
1. ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง					
1.1 ท่านประมูลเพียงแค่ 1 แปลงเท่านั้น					
1.2 ถ้ามีอสังหาริมทรัพย์แปลงที่น่าสนใจหลายแปลง ท่านจะประมูลมากกว่า 1 แปลง					
1.3 การประมูลอสังหาริมทรัพย์แต่ละครั้งขึ้นอยู่กับ การสุ่มราคาของผู้ร่วมประมูลรายอื่นๆด้วย					
1.4 ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ได้มากกว่า 1 แปลงเสมอ					
1.5 ส่วนใหญ่ท่านไม่สามารถประมูลสุ่มราคาผู้ร่วม ประมูลคนอื่นได้					
2. ลักษณะการซื้อ					
2.1 ท่านมักจะประมูลได้ที่ดินเปล่ามากกว่าที่ดินพร้อม สิ่งปลูกสร้าง					
2.2 ท่านสนใจที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพราะว่า สามารถนำไปทำกำไรได้ในอนาคต					
2.3 ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไป เป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจได้					
2.4 ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่มีที่ดินแต่ สามารถให้เช่าได้ เช่น คอนโดมิเนียม					
2.5 ท่านจะประมูลอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถทำธุรกิจ ต่อยอดได้ทันที เช่น อพาร์ทเมนต์, หอพัก					

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาด้านกฎระเบียบในการประมูล

1. ขั้นตอนในการดำเนินงาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. เอกสารประกอบการประมูล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ความกระฉับในเนื้อหาของ กฎระเบียบการประมูล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1. ข้อเสนอแนะในขั้นตอนการดำเนินงาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเอกสารประกอบการ ประมูล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความกระฉับใน เนื้อหาของกฎระเบียบการประมูล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาด้านปัจจัยทางการตลาด

1. อสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ที่ประมูล

.....

.....

.....

.....

2. ราคาในการประมูล

2. ข้อเสนอแนะในด้านราคาในการประมูล

.....

.....

.....

.....

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ข้อเสนอแนะในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

.....

.....

.....

4. การส่งเสริมการตลาด

4. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายภานุพล มารักษ์
วันเดือนปีเกิด	3 ธันวาคม 2526
ภูมิลำเนา	จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2539 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพดินทร์วิทยา พ.ศ. 2542 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนร้องกวางอนุสรณ์ พ.ศ. 2545 คบ. (ครุศาสตรบัณฑิต) สาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พ.ศ. 2551 บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว