

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร เพื่อจัดทำต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการขายทรัพย์สินรอการขาย โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขายจากธนาคาร 7 แห่ง และบริษัทบริหารสินทรัพย์ 2 แห่ง และจากผู้บริหารกลยุทธ์ของสถาบันการเงิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเอฟ และการเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีการของเซฟเฟ และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคาร มีอายุอยู่ในช่วง 30 - 40 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท ต้องการซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของธนาคารแบบบ้านเดี่ยว ที่เคยมีคนอยู่อาศัย แต่ปัจจุบันไม่มีคนอยู่อาศัย มีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก มีราคาขาย 1,000,001 - 1,500,000 บาท เนื้อที่ 20 - 59 ตารางวา อายุการปลูกสร้าง 2 - 3 ปี โดยขอสินเชื่อกับทางธนาคาร ในลักษณะขอเป็นผู้กู้เดี่ยว ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยผ่านการรับรู้ข่าวสารจากเว็บไซต์ของสถาบันการเงินมากที่สุด ส่วนในมุมมองของผู้บริหารกลยุทธ์ของธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริหารกลยุทธ์ธนาคารเห็นด้วยกับการปรับปรุงซ่อมแซมทรัพย์สินรอการขาย การจัดกลุ่มทรัพย์สินรอการขายตามโซนทำเลที่ตั้ง การลดราคาขาย การลดอัตราดอกเบี้ยช่วงอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ว่าสามารถเป็นปัจจัยกระตุ้นความรู้สึกของบริโภคในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ส่วนการจัดโปรโมชั่นของแถม ลดอัตราดอกเบี้ยช่วงสั้น ๆ เป็นเพียงการสร้างสีสันในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเท่านั้น