

ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขต  
กรุงเทพมหานคร

Customer Satisfaction after Buying  
Condominium in Bangkok

จิราพร กำจัดทุกข์\*

ปรีชา วิจิตรธรรมรส\*\*

Jiraporn Kamjadtuk

Preecha Visitthammaros

\* นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยเพื่อการบริหารและการจัดการ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยตัวอย่างเป็นผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสร้างแล้วเสร็จในช่วงปี 2549-2551 และมีระดับราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 236 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างสามชั้นแบบแบ่งชั้น เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ที่อยู่อาศัยเดิม ที่ทำงานปัจจุบัน พฤติกรรมในการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อใน 4 ด้าน คือ ผลลัพธ์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมรอบโครงการ

ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจใน 3 ด้าน คือ ผลลัพธ์ ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความพึงพอใจใน 1 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมรอบโครงการ โดยไม่มีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกในเรื่องต่างๆ ของแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลลัพธ์ ได้แก่ พร้อมเข้าอยู่ได้ทันที ความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด และคุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด ด้านราคา ได้แก่ การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด และการจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ อินเทอร์เน็ตไร้สาย ร้านอาหาร และร้านคอฟฟี่ช็อป สำหรับความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยรอบโครงการ การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว และปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี

## Abstract

This survey research was conducted to measure the satisfaction of people who bought condominium in Bangkok during 2006-2008. The scope of the study included only condominiums that were priced not over 5 million baht. Using the stratified three-stage random sampling, 236 persons were selected and collected data about personal data, former residence, current workplace, data collection behavior before buying condominium, and satisfaction after buying. The study proposed to measure satisfaction in 4 dimensions, i.e. product, price, facilities, and environment. If all dimensions were evaluated together, it was found that customers did not satisfy with their condominiums. However, when analyze each dimensions the study found that only environment dimension satisfied the customers. Concerning about the product dimension, three most dissatisfied things to customers were ready to move-in, beautiful furniture, and the quality of furniture. For the price dimension the most dissatisfied things were central-sharing expenses, value for money of provided furniture, and utility expenses. And the most dissatisfied things about facilities in condominium were wireless internet, restaurants, and coffee shops. On the other hand, three most satisfied things for the condominium residents were security of condominium and surroundings, convenience transportation, and pollution free.

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของลูกค้า, คอนโดมิเนียม

**Keywords** : Customer satisfaction, Condominium

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญทางเศรษฐกิจที่กระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองหรือเมืองหลวงเป็นเหตุจูงใจให้ประชากรย้ายถิ่นฐานจากเขตชนบทเข้ามาอยู่ในเขตเมืองโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครที่ต้องรองรับการย้ายถิ่นฐานของประชากรต่างพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นทุกปี จนทำให้กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งที่พักอาศัยของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมากกว่า 13 ล้านคน จึงก่อให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่เนื่องจากที่อยู่อาศัยในแนวราบในตัวเมืองมีน้อยและราคาสูงมากทำให้ประชาชนส่วนใหญ่หันไปเลือกที่อยู่อาศัยในแนวสูง ซึ่งการเลือกที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่นับวันจะยิ่งเพิ่มสูงขึ้น จากผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ณ สิ้นปี 2550 อาคารชุดใจกลางเมือง (ท่าเล็ขดาภิเศก-ลาดพร้าว พหลโยธินช่วงต้น ปทุมวัน-พญาไท สุขุมวิท-พระราม 4 และสีลม-ยานนาวา) ทั้งโครงการใหม่และเก่ามีหน่วยขายรวมกันทั้งสิ้น 53,951 หน่วย โดยสามารถขายได้ 45,305 หน่วย หรือร้อยละ 84 (8) และในปี 2551 พบว่า ประชาชนที่เข้ามาขงงานนทกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 18 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2551 มีผู้ต้องการซื้อคอนโดมิเนียมเป็นบ้านหลังแรก ร้อยละ 46 ซึ่งมากกว่าบ้านเดี่ยวที่มีเพียงร้อยละ 17 โดยร้อยละ 85 ต้องการซื้อบ้านหลังแรกที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามเขตแรกที่สนใจคือ ลาดพร้าว สุขุมวิท และพระราม 2 (3)

เมื่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมของประชาชนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงเร่งตอบสนองด้วยการสร้างคอนโดมิเนียมออกมา

หลากหลายโครงการ และเมื่อประชาชนได้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมใดๆ ไปแล้วย่อมถือว่าโครงการนั้นตอบสนองความต้องการได้ แต่ในความเป็นจริงยังมีสิ่งที่ตามมานั้นคือความรู้สึกหลังการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นได้ทั้งความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ และความรู้สึกนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของประชาชนต่อไป ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบคอนโดมิเนียม ทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดต่อไป

## 2. ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสร้างแล้วเสร็จในช่วงปี 2549-2551 ที่มีระดับราคาขายไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 36,001 คน เป็นประชากรของการศึกษา สุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มสามขั้นแบบแบ่งชั้น (Stratified three-stage random sampling) และขนาดตัวอย่างเป็นไปตามสูตรของ W.G. Cochran (9) ซึ่งคำนวณได้เท่ากับ 236 หน่วยตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้เท่ากับ 0.847 ข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows ใช้สถิติ

พรรณนาในการอธิบายข้อมูลเบื้องต้น และใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับก่อนการซื้อ กับสิ่งที่ได้รับจริงหลังการซื้อ เพื่อสรุปความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อถาม ดังตารางที่ 1 และคะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อถาม

สิ่งที่ได้รับ	ความคาดหวัง	
	คาดหวัง (1)	ไม่คาดหวัง (0)
ได้รับ (1)	0	+1
ไม่ได้รับ (0)	-1	0

ตารางที่ 2 คะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้าน

ด้าน	จำนวนข้อ คำถาม	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	คะแนนความ พึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	12	-12	+12	± 1
ราคา	5	-5	+5	± 1
สิ่งอำนวยความสะดวก	18	-18	+18	± 1
สภาพแวดล้อมรอบโครงการ	11	-11	+11	± 1
<b>รวม</b>	<b>46</b>	<b>-46</b>	<b>+46</b>	<b>± 1</b>

ในการคำนวณคะแนนความพึงพอใจในแต่ละข้อ ในแต่ละด้าน และความพึงพอใจรวม คำนวณตามสูตร ดังนี้

$$= \frac{\text{ความพึงพอใจในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนคน}} \times \text{ผลรวมคะแนนความพึงพอใจในแต่ละคน}$$

$$= \frac{\text{ความพึงพอใจในแต่ละด้าน}}{\text{จำนวนข้อ}} \times \text{ผลรวมคะแนนความพึงพอใจในแต่ละข้อ}$$

$$= \frac{\text{คะแนนความพึงพอใจรวม}}{\text{จำนวนด้าน}} \times \text{ผลรวมคะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้าน}$$

ดังนั้น คะแนนความพึงพอใจไม่ว่าวัดในระดับใดจึงมีค่าอยู่ระหว่าง =1 จากนั้นทำการแบ่งคะแนนความพึงพอใจออกเป็น 2 ระดับดังนี้

**ระดับที่ 1** คะแนนน้อยกว่า 0.00  
หมายถึง ไม่พึงพอใจ

**ระดับที่ 2** คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.00 หมายถึง พึงพอใจ

### 3. ผลการศึกษา

#### ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวอย่าง

ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58) มีอายุอยู่ระหว่าง 25—35 ปี (ร้อยละ 56) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว/งานอิสระ (ร้อยละ 70) สถานภาพสมรสโสดและสมรส/หม้าย/หย่าร้าง อย่างละเท่าๆ กัน ผู้ตัดสินใจซื้อร้อยละ 56 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีถึงร้อยละ 80 ที่มีรายได้ส่วนตัวไม่เกิน 40,000 บาท/เดือน เมื่อพิจารณาถึงรายได้และค่าใช้จ่ายของครอบครัว พบว่า ร้อยละ 50 มีรายได้ของครอบครัวไม่เกิน 40,000 บาท/เดือน ขณะที่ค่าใช้จ่ายของครอบครัวไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน มีประมาณร้อยละ 81 ในด้านการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม พบว่า ร้อยละ 72 เป็นครัวเรือนที่มีสมาชิกพักอาศัยไม่เกิน 2 คน

#### ที่อยู่อาศัยเดิมและที่ทำงานปัจจุบันของตัวอย่าง

ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยเดิมเป็นห้องเช่า/บ้านเช่าและอพาร์ทเมนต์ (ร้อยละ 44) โดยมีสถานภาพการถือครองเป็นการเช่า (ร้อยละ 40) มีอายุงานในที่ทำงานปัจจุบันไม่เกิน 5 ปี (ร้อยละ 49) โดยร้อยละ 43 ใช้

เวลาเดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิมไปสถานที่ทำงานปัจจุบันประมาณ 0.5-1 ชั่วโมง และเมื่อย้ายเข้ามาพักอาศัยในคอนโดมิเนียมที่ซื้อในปัจจุบัน พบว่า ร้อยละ 47 ใช้เวลาเดินทางไปสถานที่ทำงานปัจจุบันไม่เกินครึ่งชั่วโมง และร้อยละ 46.2 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 0.5-1 ชั่วโมง

#### พฤติกรรมในการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อของตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่ผู้ตัดสินใจซื้อใช้ค้นหาข้อมูลคอนโดมิเนียม 3 อันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณาโครงการ และโบรชัวร์โครงการ/แผ่นพับ (ร้อยละ 23, 21 และ 13 ตามลำดับ) และจำนวนคอนโดมิเนียมที่ค้นหาข้อมูล คือ 2 โครงการ 3-4 โครงการ และมากกว่า 4 โครงการ (ร้อยละ 25, 39 และ 22 ตามลำดับ) โดยร้อยละ 59 ไปเยี่ยมชมคอนโดมิเนียมที่ค้นหาข้อมูล 1-4 ครั้ง ขณะที่ไปเยี่ยมชมคอนโดมิเนียมที่ซื้อ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 67) สำหรับระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจซื้อหลังการเยี่ยมชมคอนโดมิเนียมครั้งสุดท้าย ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อทันที (ร้อยละ 63) และเว้นระยะการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 37) ทั้งนี้ผู้ตัดสินใจซื้อที่เว้นระยะการตัดสินใจซื้อจะใช้ระยะเวลาตัดสินใจไม่เกิน 2 เดือน (ร้อยละ 73) โดยร้อยละ 41 ของผู้ตัดสินใจซื้อจะเป็นผู้ริเริ่มความคิดในการซื้อและร้อยละ 31 ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง สำหรับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของคอนโดมิเนียม นั้น ร้อยละ 77 เป็นผู้ที่มีความรู้และมีความรู้บ้างเล็กน้อย

### ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

โดยภาพรวมทุกด้านผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (คะแนน = -0.07) อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจใน 3 ด้าน คือ ผลิตรถยนต์ ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก (คะแนน = -0.11, -0.02 และ -0.11) และมีความพึงพอใจใน 1 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมรอบโครงการ (คะแนน = 0.00) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3

#### 4. อภิปรายผล

### ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความพร้อมในการเข้าอยู่ได้ทันที และถ้าเป็นคอนโดมิเนียมที่พร้อมเข้าอยู่ ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจในด้านความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ คุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ และคุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่โครงการคอนโดมิเนียมใช้ตกแต่งห้องชุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (6) สำหรับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตัดสินใจซื้อที่มีความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นไปตามที่ต้องการ สาเหตุเพราะผู้ตัดสินใจซื้อเป็นผู้เลือกเอง และยังมีมีความพึงพอใจในด้านระบบรักษาความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกอาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (10) นอกจากนี้ ผู้ตัดสินใจซื้อยังไม่มีความพึงพอใจในด้านการเข้าอยู่อาศัยก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเรื่องนี้เป็นข้อตกลงกันระหว่าง

ผู้ซื้อกับผู้ประกอบการ ผู้ตัดสินใจซื้อต้องเป็นผู้พิจารณาเอง

### ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อด้านราคา

สำหรับด้านราคาสินค้าที่ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจ คือ ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับเฟอร์นิเจอร์ การจัดเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางและการจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค ซึ่งผู้ตัดสินใจซื้อเห็นว่าไม่เหมาะสม สำหรับความพึงพอใจด้านราคา ผู้ตัดสินใจซื้อมีความพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างราคาขายกับขนาดของห้องชุด และระหว่างราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด แต่ความพึงพอใจดังกล่าวยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก สาเหตุเพราะคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้ต้นทุนด้านราคาที่ดินสูง จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนห้องชุดเข้าไปและลดขนาดของห้องชุดลงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรที่คุ้มค่ากับการลงทุน

### ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจถึง 13 ด้าน จากทั้งหมด 18 ด้าน โดยสิ่งอำนวยความสะดวกแบ่งเป็น 3 ประเภท (1) ได้แก่ พักผ่อนหย่อนใจ (สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น) สาธารณูปการ (ร้านค้าย่อย ห้องประชุม) และบริการ (บริการซักรีด ร้านเสริมสวย) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการมากที่สุด โดยเฉพาะบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย สาเหตุเพราะผู้บริโภครุ่นนี้เป็นคนรุ่นใหม่ที่อยู่เนื้องาน คู่แข่งกับการใช้

เทคโนโลยีเพื่อหาข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิง ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท สาธารณูปการที่ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจ คือ มินิมาร์ท/ร้านค้า ร้านเสริมสวย ร้านซักรีด และพื้นที่จอดรถยนต์ และในด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อนหย่อนใจที่ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจ คือ ห้องเซาว์น่า สวนหย่อม/สวนส่วนกลาง สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ ลีอบบี้ และห้องออกกำลังกาย/ห้องฟิตเนส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (5) สำหรับความพึงพอใจด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ตัดสินใจซื้อมีความพึงพอใจในเรื่องของตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ที่ห้องขยะส่วนกลาง ห้องน้ำส่วนกลาง ขนาดและลิฟต์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้ง 5 อันดับเป็นสิ่งประกอบพื้นฐานที่มีอยู่แล้วในทุก รูปแบบที่พักอาศัยแม้ไม่ใช่คอนโดมิเนียมก็ตาม จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ตัดสินใจซื้อเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งเหล่านี้ขาดหายไปหรือให้บริการไม่ครบถ้วนก็จะส่งผลทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจได้เช่นกัน

#### ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ

ผู้ตัดสินใจซื้อที่มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความปลอดภัยรอบโครงการและการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว เนื่องจาก คอนโดมิเนียมส่วนใหญ่จะสร้างให้อยู่ใกล้ๆ กับเส้นทางคมนาคม เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน นอกจากนี้ คอนโดมิเนียมยังพยายามสร้างให้ใกล้กับศูนย์การค้าอีกด้วย ซึ่งถือเป็นจุดขายของคอนโดมิเนียม ดังนั้น เมื่อผู้ตัดสินใจซื้อเข้าไปอยู่อาศัยแล้วจึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในสิ่งเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ที่ผ่านมา (4) ผู้ตัดสินใจไม่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบโครงการ ได้แก่ ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรอบ ใกล้ที่ทำงาน โรงพยาบาลหรือสถานศึกษาของบุตรหลาน ความเป็นส่วนตัวเงียบสงบ และการห่างไกลจากชุมชนแออัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (2)

#### 5. ข้อเสนอแนะ

1. จากงานวิจัยของสิริมา แสงอาวุธ (7) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อที่อยู่อาศัยจะได้รับข้อมูลจากเพื่อนและญาติพี่น้อง รองลงมาทราบจากหนังสือพิมพ์ และใบปลิว/แผ่นพับโฆษณาโครงการ แต่จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลเป็นอันดับ 1 ป้ายโฆษณาโครงการเป็นอันดับ 2 ส่วนโบรชัวร์/แผ่นพับโครงการและญาติพี่น้อง ตกไปอยู่อันดับที่ 3 และ 4 เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบการควรจัดทำเว็บไซต์ที่มีภาพประกอบสวยงาม มีข้อมูลของโครงการที่ละเอียด ครบถ้วน ชัดเจน ทั้งทางด้านการก่อสร้าง เงื่อนไขการซื้อขาย โปรโมชั่นการซื้อขาย ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรายละเอียดมากพอตามความต้องการจนสามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที

2. สำหรับรูปแบบคอนโดมิเนียม จากการวิจัย พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ สิ่ง que ผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการมากที่สุด คือ คอนโดมิเนียมที่สามารถเข้าอยู่อาศัยได้ทันที โดยเฟอร์นิเจอร์ที่ใช่ตกแต่งห้องชุดต้องมีความสวยงาม มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เหมาะสมกับราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่าย รวมไปถึงวัสดุที่ใช่ก่อสร้างต้องมีความเหมาะสมด้วย และควร

พิจารณาเรื่องการเข้าอยู่อาศัยก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ เพราะเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ผู้ตัดสินใจซื้อต้องการที่จะได้รับ สำหรับทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งโดยพิจารณาเลือกในส่วนนอกเขตต่อเมืองหรือเขตชานเมือง เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมีความพึงพอใจแล้ว ราคาของที่ดินยังมีราคาต่ำกว่าเขตเมืองชั้นในซึ่งทำให้ผู้ประกอบการลดต้นทุนและลดข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ได้ ในส่วนของราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดระดับราคาที่เหมาะสมกับขนาดของห้องชุด เพอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่ง ห้องชุด และวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด สำหรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยที่พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกลำดับต้นๆ ที่ผู้ตัดสินใจซื้อไม่มีความพึงพอใจ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ร้านอาหารมินิมาร์ท พื้นที่จอดรถ ร้านเสริมสวย ฯลฯ ขณะที่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตัดสินใจซื้อมีความพึงพอใจก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

ทั้งสิ้น ได้แก่ ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ที่ตั้งขยะส่วนกลาง ฯลฯ เพราะฉะนั้น ในการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบริการและประเภทสาธารณูปการให้มีบริการอยู่อย่างครบถ้วนก่อนแล้วจึงเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทพักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนหย่อม สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ ฯลฯ เข้าไป และในด้านสภาพแวดล้อมรอบโครงการ ภูมิทัศน์ภายในโครงการควรมีความร่มรื่นเพื่อเป็นที่พักผ่อนของผู้พักอาศัย โดยอาจจะกันพื้นที่ภายในโครงการสวนหนึ่งสร้างให้เป็นพื้นที่สีเขียว สำหรับภูมิทัศน์ภายนอกเนื่องจากเกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้งจึงเป็นการยากที่จะจัดการให้เรียบร้อยอย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรเลือกสร้างคอนโดมิเนียมที่ห่างไกลจากชุมชนแออัด แต่ต้องอยู่ไม่ห่างจากศูนย์การค้า โรงพยาบาล และเส้นทางคมนาคมโดยเฉพาะรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรควบคุมเสียงรบกวนเพื่อให้ผู้พักอาศัยรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว

### เอกสารอ้างอิง

- (1) นรินทร์ สกกุลกลานวัฒน์ และคณะ. 2526. คอนโดมีเนียม: กฎหมาย สถานการณ์ ปัจจุบัน มาตรฐานการลงทุน การตลาดและการบริหารงาน. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการที่อยู่อาศัยและการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ การเคหะแห่งชาติ.
- (2) ประทีป จารุวิริยะรุ่ง. 2538. ความต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยในทศวรรษหน้าของคนรุ่นใหม่ในกลุ่มบัณฑิตมหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นมหาวิทยาลัยเปิด. วิทยานิพนธ์เคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (3) ฝ่ายวิจัยตลาดอสังหาริมทรัพย์ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. 2551. ผลสำรวจ ความต้องการที่อยู่อาศัย นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยหลังแรก. ค้นวันที่ 13 ธันวาคม 2551 จาก <http://www.reic.or.th>
- (4) พิชัย สันติวงศ์. 2541. ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลางในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ: กรณีศึกษาผู้กู้สินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์เคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (5) สายหยุด เกิดสวัสดิ์. 2546. ความต้องการอาคารชุดพักอาศัยในเขตดินแดงและห้วยขวาง. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- (6) สาวิตร โกมาสถิตย์. 2549. การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- (7) สิริมา แสงอาวุธ. 2545. การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในพ.ศ. 2540-2545 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- (8) โสภณ พรโชคชัย. 2551. อาคารชุดพักอาศัยใจกลางเมืองตามแนวรถไฟฟ้า. วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์. 14 (เมษายน — มิถุนายน): 25-31.
- (9) Cochran William, G. 1977. **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ตามรายด้าน

พึงพอใจ	ผลิตภัณฑ์		ราคา		สิ่งอำนวยความสะดวก		สภาพแวดล้อมรอบโครงการ	
	ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ	
1. ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นไปตามที่ต้องการ (0.06)	1. พร้อมเข้าอยู่ได้ทันที (-0.32)	1 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับขนาดของห้องชุด (0.03)	1. การจัดเก็บค่าใช้จ่าย ส่วนกลาง (-0.06)	1. ตู้ไม้เต็มห้องชุด (0.12)	1. อินเทอร์เน็ตไร้สาย (-0.33)	1. ความปลอดภัยรอบโครงการ (0.12)	1. ภูมิทัศน์และทัศนียภาพโดยรวม (-0.12)	
2. ระบบรักษาความปลอดภัย	2. ความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด (-0.25)	2. ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาขายกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด (0.03)	2. ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อมาตกแต่งห้องชุด (-0.06)	2. เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ (0.09)	2. จำนวนอาคาร (-0.28)	2. การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว (0.11)	2. ใกล้ที่ทำงาน (-0.08)	
3. ระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร (0.06)	3. คุณภาพและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่งห้องชุด (-0.18)	3. ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด (0.03)	3. การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค (-0.05)	3. ที่นั่งขยะ ส่วนกลาง (0.06)	3. จำนวนรถ/ชุดแปลน (-0.22)	3. ปราศจากมลภาวะที่ไม่ดี (0.05)	3. ใกล้โรงพยาบาล (-0.07)	
4. ระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร (0.00)	4. คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด (-0.17)	4. คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้ก่อสร้างห้องชุด (0.03)	4. การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค (-0.05)	4. ห้องนั่ง ส่วนกลาง (0.03)	4. พื้นที่จอดรถยนต์ (-0.19)	4. ใกล้ที่จอดรถของญาติหรือเพื่อนสนิท (0.03)	4. ใกล้สถานศึกษาของบุตรหลาน (-0.06)	
	5. ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ (-0.17)	5. ขนาดพื้นที่ส่วนกลางภายในอาคารมีความเพียงพอ (-0.16)	5. การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภค (-0.05)	5. ขนาดและจำนวนลิฟต์มีเพียงพอ (0.00)	5. จำนวนรถ/ชุดแปลน (-0.14)	5. ใกล้ศูนย์การค้า (0.03)	5. ความเป็นส่วนตัวเงียบสงบ (-0.06)	
	6. การเข้าอยู่อาศัยก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ (-0.11)	6. การเข้าอยู่อาศัยก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ (-0.11)	6. การโอนกรรมสิทธิ์ (-0.11)	6. จำนวนลิฟต์มีเพียงพอ (0.00)	6. จำนวนรถ/ชุดแปลน (-0.12)	6. ใกล้ศูนย์การค้า (0.03)	6. การทำงโกลจากชุมชนแออัด (-0.02)	
	7. มีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้อย่างลงตัว (-0.03)	7. มีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยได้อย่างลงตัว (-0.03)	7. การจัดการสร้างเสร็จก่อนขายรวมทั้งและสถานที่จริงได้ (-0.01)		7. จำนวนรถ/ชุดแปลน (-0.11)			
					8. ลิบบบี้ (-0.09)			
					9. ห้องออกกำลังกาย/ห้องฟิตเนส (-0.06)			

