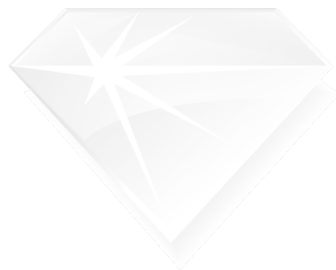


ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม
ของนักศึกษาปริญญาโท

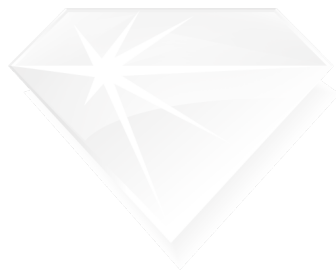
Factors Positively Influencing Condominium's Purchase Satisfaction
of Graduate Students



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม
ของนักศึกษาปริญญาโท

Factors Positively Influencing Condominium's Purchase Satisfaction
of Graduate Students



BANGKOK
UNIVERSITY
เกสรดา เปียนรัมย์
THE CREATIVE UNIVERSITY

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2566

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท

ผู้วิจัย เกสรา เปียนรัมย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.เพ็ญจิรา คั่นธงค์

รองศาสตราจารย์ ดร.สุพินันท์ พรหมสุวรรณ

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

เกสรฯ เปียนรัมย์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2567, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท (75 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท โดยปัจจัยที่ศึกษาได้แก่ ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทน การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโทที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 242 ราย และมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน 2565 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณและสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ซึ่งมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่อาศัยในคอนโดมิเนียมเป็นระยะเวลา 1-5 ปี โดยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยในคอนโดมิเนียม 1 คน ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่มีราคา 1-1.49 ล้านบาท และได้รับข้อมูลจากการติดต่อคอนโดมิเนียมด้วยตัวเอง ผลลัพธ์การวิจัยพบว่า การบริการของเจ้าของหรือตัวแทน การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นและการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คอนโดมิเนียม, อิทธิพลเชิงบวก

Painram, K. Master of Business Administration, January 2024, Graduate School, Bangkok University.

Factors Positively Influencing Condominium's Purchase Satisfaction of Graduate Students (75 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research was to study factors positively influencing condominiums purchase satisfaction of graduate students. The factors were location of condominiums, security environment, perceived supporting services, landlord or agent services, functions and activities of condominiums, consideration of local communities. The sample size was determined using the G-Star Power program and used questionnaire to collect data from 242 samples during June to September 2022 and analyzed with multiple regression analysis and descriptive statistics. The research results were found that most of the respondents were females, 21-39 years old and singles. Most of them had the average monthly incomes between 20,001 to 30,000 baht. They mostly lived in condominiums for 1-5 years with one member. The condominiums priced at 1-1.49 million baht. They mostly received information from contacting the condominium themselves. The research results revealed that landlord and agent services, perceived supporting services, location of condominiums, security environment, consideration of local communities, and functions and activities had positive influence on condominiums purchase satisfaction of graduate students statistically significant at the .01 level.

Keywords: Satisfaction, Condominium, Positive Influence

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโทฉบับนี้ สามารถสำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษา ตลอดจนแนะนำปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในเนื้อหางานวิจัย จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี และยังมีการจัดงานวิจัยตีพิมพ์ในงานประชุมวิชาการระดับชาติได้สำเร็จอีกด้วย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางวิชาการ แบ่งปันประสบการณ์ต่าง ๆ ทั้งให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ เป็นอย่างดี ตลอดการศึกษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้มีพระคุณ และครอบครัว ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่า และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้

หากงานวิจัยเล่มนี้ มีสิ่งผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเล่มนี้จะสามารถสร้างคุณค่า และคุณประโยชน์ไม่มากนักสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือ ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ ประโยชน์ และคุณค่าที่ได้จากการทำวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บุพการี คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ไว้ ณ ที่นี้

เกสร่า เปียนรัมย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย	7
2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้บริการ	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	13
2.5 สมมติฐานของการวิจัย	19
2.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	21
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	21
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	22
3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง	23
3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	31

สารบัญ (ต่อ)

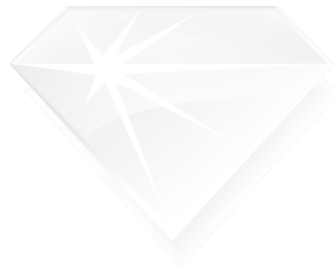
	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการศึกษา	
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อ คอนโดมิเนียม	33
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	36
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น	40
4.6 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	41
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	42
5.2 การอภิปรายผล	43
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	46
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	47
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	54
ภาคผนวก ข จดหมายขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	61
ประวัติผู้เขียน	75

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)	23
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis	24
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ตารางที่ 4.3: การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เพื่อทดสอบทิศทางของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม	34
ตารางที่ 4.4: การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท	36
ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	37
ตารางที่ 4.6: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ	40

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถิติการซื้อขายคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	3
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดของการวิจัย	20
ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	41



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งที่อยู่อาศัยของมนุษย์จะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม สภาพความเป็นอยู่ตลอดทั้งอิทธิพลของความเจริญทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ในปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ประชาชนต้องใช้เวลาในการประกอบอาชีพของตนเองมากขึ้น การก่อสร้างที่อยู่อาศัยด้วยตนเองกระทำไม่ได้ไม่สะดวก ทั้งนี้เนื่องด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ข้อจำกัดในเรื่องความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง จึงได้เกิดธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยขึ้น โดยระยะแรกเป็นเพียงการจัดสรรเฉพาะที่ดิน ต่อมา มีการสร้างบ้านขึ้นบนพื้นที่นั้นเรียกว่าบ้านจัดสรรและต่อมาก็มีการสร้างคอนโดมิเนียม เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าที่อยู่อาศัยในเมือง ซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับปัญหาจราจรในเมืองที่ทำให้การเดินทางเพื่อประกอบภารกิจในแต่ละวันสิ้นเปลืองเวลา และค่าใช้จ่ายมากจึงเป็นแรงผลักดันให้ประชาชนหันมาตระหนักถึงการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีตลอดจนเส้นทางคมนาคมสะดวก (สุภารัตน์ คามบุตร, 2562)

คอนโดมิเนียมถือเป็นโครงการที่คนนิยมซื้อเป็นที่พักอยู่อาศัยกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะคนในเมืองหลวง เนื่องจากมีราคาไม่แพงมากนัก และคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มักจะสร้างขึ้นในที่ชุมชน การเดินทางค่อนข้างสะดวกสบาย มีโครงการของคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นมากมายหลากหลายระดับ บางที่มีราคาแพงกว่าบ้านเดี่ยว (ธงชัย ชูสุน, 2556) อีกทั้งรูปแบบของคอนโดมิเนียมที่มีให้เลือกหลากหลาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมเหมือนบ้านและบางแห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า แต่คอนโดมิเนียมบางโครงการได้เน้นในเรื่องของภูมิทัศน์เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อในทุกกลุ่ม (ณัฐชา ณัฐจุฑา, 2566) นอกจากนี้แล้วพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยและความต้องการของประชาชนนั้นเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากลักษณะเฉพาะของคอนโดมิเนียมที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตแบบใหม่ที่เน้นครอบครัวขนาดเล็ก มีพื้นที่พอเหมาะกับความต้องการ การดูแลไม่ยุ่งยากเหมือนบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านซักรีด ที่จอดรถ เป็นต้น อีกทั้งทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ยังอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวกด้วยระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่ และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมคือ ระดับราคาขายที่ต่ำกว่าที่อยู่อาศัยในแนวราบแต่สามารถมีกรรมสิทธิ์การถือครองได้เหมือนกัน (อังคณา แนวจำปา, รัชนิกา สระน้อย และอมรรัตน์ คล่องโนนสูง, 2566)

ทั้งนี้ความต้องการบ้านใหม่จากโครงการทั้งบ้านจัดสรรหรือคอนโดมิเนียมอยู่ในสัดส่วนที่สูง เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติและนิยมซื้อของใหม่ ๆ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อบ้านใหม่นอกเหนือจากพฤติกรรมความชอบส่วนตัวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ทำให้บ้านใหม่เป็นที่ต้องการในตลาด อาทิเช่น การแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดในตลาดได้ อาทิเช่น การพัฒนารูปแบบของที่อยู่อาศัยให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดใจผู้ซื้อ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบ้านหรืออาคารชุด ที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายตามพฤติกรรม วิถีชีวิต และความชอบ ซึ่งทำให้ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยมีทางเลือกมากขึ้น เช่น โครงการที่เน้นความทันสมัย ความหรูหรา ความเป็นธรรมชาติสไตล์โมเดิร์นรีสอร์ท (ชาญชัย เจียชุม, 2565)

ปัจจุบันมีการแข่งขันของตลาดคอนโดมิเนียมที่สูงมากโดยเฉพาะในเขตเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรที่สูง เช่น กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แม้ว่าคอนโดมิเนียมยังเป็นที่ต้องการของคนเมืองแต่ก็มีบางโครงการที่ไม่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันจากตลาดดังกล่าว และจะเห็นได้ว่าคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้สถานีขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้อยู่อาศัยให้สามารถเดินทางไปต่าง ๆ ได้สะดวกและง่ายดาย โดยราคาของคอนโดมิเนียมมีตั้งแต่ราคาถูกที่สุดจนถึงแพงที่สุดโดยส่วนใหญ่ราคาของคอนโดมิเนียมขึ้นอยู่กับขนาดห้องห้อง และทำเลที่ตั้ง เป็นหลัก (ณัฐชยาภรณ์ เทียมรัตน์, 2564)

จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 ซึ่งทุกองค์กรต้องปฏิบัติตามมาตรการควบคุมและป้องกันโควิดทำให้กำลังซื้อตกต่ำเป็นประวัติการณ์ ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างมากต่อนานาประเทศทั่วโลก ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย ทั้งนี้ภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบ ในภาวะที่กำลังซื้อยังไม่ฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจด้วย นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบให้เกิดการปรับตัวของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันกันด้านราคาเพื่อเร่งระบายขายคอนโดที่สร้างเสร็จพร้อมอยู่โดยลดราคาประมาณร้อยละ 30 อีกทั้งยอดขายคอนโดโครงการใหม่ลดลงถึงร้อยละ 51.5 จากทั้งหมด 56 โครงการ 21,643 ยูนิต (จามจุรี อูโรโรจน์, 2564)

คอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยที่มีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนที่ผู้ซื้อต้องมีการพิจารณาประกอบกันในการตัดสินใจซื้อ โดยจุดแข็งของคอนโดมิเนียม เช่น ส่วนใหญ่จะมีทำเลที่ตั้งติดกับสถานที่สำคัญหรือใกล้กับจุดที่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการอาศัยในเมืองแต่ราคาไม่แพงมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันครบวงจร ไม่จำเป็นต้องดูแลรักษาด้วยตนเองเหมือนบ้านเนื่องจากมีเจ้าหน้าที่หรือนิติบุคคลคอยดูแลรักษา ให้ความสะดวกและความ

ปลอดภัย สามารถลงทุนเพื่อปล่อยให้เช่า หรือซื้อไว้เก็บกำไรได้อีกด้วย ส่วนจุดอ่อนของคอนโดมิเนียม นั้นคือมีพื้นที่จำกัด กำแพงห้องติดกันกับเพื่อนบ้าน กฎระเบียบที่เคร่งครัดของคอนโดมิเนียมอาจไม่ สะดวกในบางกิจกรรมหรือการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน เป็นต้น (รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, 2560) แต่ อย่างไรก็ตามผู้ที่ต้องการพักอาศัยในคอนโดมิเนียมนั้นมักจะพิจารณาความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต ของตนเองในหลาย ๆ ด้านก่อนการตัดสินใจซื้อและคอนโดมิเนียมก็ยังได้รับความนิยมและมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลสถิติในการซื้อ-ขายคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า มีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น โดยในปี 2565 มีการซื้อ-ขายคอนโดมิเนียม จำนวน 53,720 ยูนิต เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2564 จำนวน 20,779 ยูนิต ซึ่งมีอัตราการซื้อขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.32 (ประศาสน์ ตั้งมติธรรม, 2565) และในปี 2566 มีการซื้อขายเพิ่มขึ้นถึง 58,760 ยูนิต (ธนาคารกรุงไทย, 2566) ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: สถิติการซื้อ-ขายคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล



ที่มา: ประศาสน์ ตั้งมติธรรม. (2565). *ภาวะตลาดที่อยู่อาศัย ปี 2566*. สืบค้นจาก

<https://www.thebangkokinsight.com/news/ceo-insight/1015814/>.

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ได้แก่ สภาพแวดล้อมความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัย โดยได้กล่าวถึงสิ่งสำคัญที่ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ควรอยู่ใกล้กับสถานพยาบาล สถาบันของรัฐ สถานที่ตากอากาศ และคมนาคมขนส่ง ซึ่งผลการวิจัยได้เรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ สภาพแวดล้อมความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของ

ประเทศ โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะที่อยู่อาศัย ตามลำดับ อีกทั้งปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของผู้ซื้อที่อยู่อาศัย คือ สภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และทำเลที่ตั้ง ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของชาวต่างชาติในแง่ของความสัมพันธ์เชิงบวก (Eliküçük & Polat, 2021) และได้พบว่า การมีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบความปลอดภัย การการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมและประเภทอื่น ๆ (Bandara, Rathnayake, Mahanama & Wickramaarachchi, 2020) นอกจากนี้แล้วยังได้พบว่าการจัดให้มีพื้นที่ชุมชน (Community Space) ที่มีขนาดเหมาะสมในคอนโดมิเนียม และควรจัดให้มีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกวัยด้วยลักษณะการออกแบบที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้อยู่อาศัยเพื่อเพิ่มปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม (Bao, Han, Wu & Zeng, 2021) ที่ได้พบว่าการคมนาคมที่ดีและความสะดวกสบาย เช่น ขนาดพื้นที่ใช้งานเพียงพอที่มีจอดรถ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และ ระบบความปลอดภัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย อีกทั้งงานวิจัยแล้วลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกของที่อยู่อาศัย ลักษณะสภาพแวดล้อมพื้นที่ใกล้เคียง และบริการของเจ้าของโครงการนั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยคอนโดมิเนียมอีกด้วย (Li, Jin, Jansen, van der Heijden & Boelhouwer, 2021)

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมและนักลงทุนสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการลงทุนให้บรรลุเป้าหมายและสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท เพื่อทำความเข้าใจผู้อาศัยคอนโดมิเนียม และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่

- 1) ทำเลที่ตั้ง (Location)
- 2) ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (Security Environment)
- 3) การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services)
- 4) การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services)
- 5) การใช้งานและกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities)
- 6) การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท และสามารถเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการ คือ ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านการใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม และปัจจัยการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นด้าน อันเป็นพื้นฐานงานวิจัยในอนาคต

ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียมสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงพัฒนาคอนโดมิเนียมให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจธุรกิจคอนโดมิเนียมสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการเลือกลงทุนเพื่อในการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันในการทำตลาดในธุรกิจคอนโดมิเนียมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดี รู้สึกชอบ รู้สึกพอใจ แล้วทำให้เกิดพฤติกรรมทางบวกในการซื้อคอนโดมิเนียม ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการ การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการ และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น

คอนโดมิเนียม หมายถึง ที่อยู่อาศัยรูปแบบหนึ่งที่เจ้าของห้องชุดจะต้องแบ่งปันกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของร่วมกับเจ้าของห้องชุดอื่น ๆ ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ทางเดิน บริเวณห้องโถง บันได ลิฟต์ โรงจอดรถ สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ซึ่งเจ้าของห้องทุกคนจะเป็นเจ้าของร่วมตามกฎหมาย ลักษณะของห้องในอาคารชุดจะเหมือนกับห้องอยู่อาศัย

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หมายถึง พื้นที่ที่มีคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและจังหวัดรอบกรุงเทพมหานคร ได้แก่ นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา และปทุมธานี

ผู้อยู่อาศัย หมายถึง นักศึกษาปริญญาโทที่อาศัยในคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม หมายถึง ลักษณะสถานที่ตั้งของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความปลอดภัย หมายถึง สภาพที่ปราศจากความเสี่ยงของบุคคลทั้งด้านสุขภาพ ชีวิต ทรัพย์สิน และข้อมูลของผู้อาศัยคอนโดมิเนียม

การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก หมายถึง การได้รับความสะดวกของผู้อยู่อาศัยในทุกด้าน เช่น การได้รับข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีห้องรับรองให้ผู้อาศัยพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม หมายถึง การได้รับบริการจากนิติบุคคลของโครงการในด้านการทำสัญญาซื้อขาย การให้บริการซ่อมแซม การตรวจสอบความปลอดภัยและความเรียบร้อยของโครงการคอนโดมิเนียมให้ผู้อยู่อาศัยเมื่อต้องการหรือจำเป็น

การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม หมายถึง สิ่งที่ทำให้การสนับสนุนในการใช้ชีวิตของผู้อยู่อาศัยคอนโดมิเนียม เช่น สถานที่ออกกำลังกายในร่มและกลางแจ้ง สถานที่สำหรับเด็กเล่น และพื้นที่นั่งทำงานที่ร่มรื่นและสะดวกสบาย เป็นต้น

การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น หมายถึง การให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของผู้อยู่อาศัยคอนโดมิเนียม การจัดให้มีพื้นที่เพียงพอในการอยู่อาศัย การจัดพื้นที่ให้มีกิจกรรมส่วนตัวเพียงพอ

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
- 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้บริการ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 สมมติฐานการวิจัย
- 2.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

2.1.1 ความหมายของที่อยู่อาศัย ที่อยู่อาศัย (Dwellings) หมายความว่ารวมถึงที่พักอาศัยทุกชนิด (Shelter) ตัวบ้านและโรงเรือนต่าง ๆ (House) ซึ่งการปลูกบ้านสร้างเรือน (Housing) คือ สิ่งก่อสร้างทุกชนิดที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อพักอาศัย รวมทั้งโรงเรือนอื่นที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ที่อยู่อาศัย (Residences) ยุงข้าว โรงรถ โรงเรียน โบสถ์ ศาลา ร้านค้า โรงเก็บพัสดุ โรงเรือนอื่น ๆ โดย “House” คือ บ้าน หรือโรงเรือนซึ่งมนุษย์ใช้เป็นที่อยู่อาศัยหลักนอน จะเห็นว่า Dwelling มีความหมายกว้างขวางรวมทั้งที่มนุษย์สร้างขึ้นและอาศัยอยู่ตามธรรมชาติ (Housing) เป็นการปลูกสร้างบ้านเรือนและอาคารที่เกี่ยวข้อง (Shelter) เป็นที่พักอาศัยตั้งแต่ง่ายที่สุดจากกระท่อมจนถึงตึกสูง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นวิวัฒนาการในการสร้างที่อยู่อาศัยและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ (ยศพร วรรณะ, 2560) โดยที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อมนุษย์ เพราะนอกจากจะเป็นที่พักอาศัยแล้วยังเปรียบเสมือนแหล่งความรู้ จุดเริ่มต้นของคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งส่วนตนเองและสังคม ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามปริมาณประชากรมนุษย์ ซึ่งในปัจจุบันจำนวนประชากรในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณปีละ ร้อยละหนึ่งของประชากรทั้งหมด ซึ่งการที่ประชากรเพิ่มขึ้นทุกปีนั้นส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นตามไปด้วยแนวโน้มการเติบโตดังกล่าว ทำให้มีนักธุรกิจหลายคนมีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อรองรับความต้องการในที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น และเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคในอนาคต (อังคิภา แนวจำปา และคณะ, 2566) ซึ่งความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์นั้นเหตุผลหลักคือ ต้องการสถานที่พักหลักนอนและดำรงชีวิตประจำวัน จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่ามีปัจจัย

หลายด้านที่ควรคำนึงถึงในการเลือกที่อยู่อาศัยซึ่งประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะที่อยู่อาศัย (Eliküçük & Polat, 2021) โดยทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยนั้นควรเลือกที่อยู่อาศัยใกล้ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และการคมนาคมที่ดี (Bao et al., 2021)

2.1.2 ประเภทของที่อยู่อาศัย ลักษณะของสถานที่ที่ครัวเรือนหนึ่ง ๆ ใช้เป็นที่อยู่อาศัย จำแนกได้ดังนี้ 1) บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านที่ปลูกอยู่หลังเดียว ตัวบ้านไม่ติดกับบ้านหลังอื่น ๆ โดยภายในตัวบ้านจะมีการแบ่งสัดส่วนเป็นห้องต่าง ๆ ได้แก่ ห้องครัว ห้องน้ำ ห้องนั่งเล่น ห้องนอน และโรงจอดรถ เป็นต้น 2) ทาวน์เฮาส์ (รวมบ้านแฝดด้วย) หมายถึง ตึกที่ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป โดยมีผนังบ้านร่วมกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไป อาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ตัวตึกอยู่ลึกเข้ามาจากริมถนนมีบริเวณที่ว่างหน้าบ้านอาจใช้เป็นที่จอดรถหรือทำประโยชน์อย่างอื่น 3) ห้องชุด หมายถึง กลุ่มห้องอันเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน โดยกลุ่มห้องนี้จะต้องมีห้องครัว ห้องน้ำ ตลอดจนทางเข้าออกห้องชุดเป็นของตนเอง เช่น อพาร์ทเมนต์ แฟลต คอนโดมิเนียม แมนชั่น คอนโดเทล ฯลฯ 4) ตึกแถว ห้องแถว เรือนแถว หมายถึง ตึก หรือห้อง หรือเรือนที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป เรียงติดกันเป็นแถว โดยมีผนังบ้านร่วมกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไป อาจจะเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ทั้งนี้รวมถึงเรือนแพแถวสำหรับคนงานกรมชลประทานด้วย 5) ห้องภายในบ้าน หมายถึง ห้องหนึ่งหรือหลายห้องที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนหนึ่ง ๆ ในบ้าน 1 หลัง ซึ่งมีครัวเรือนอาศัยอยู่มากกว่าหนึ่งครัวเรือน โดยมีห้องครัว ห้องน้ำ หรือทางเข้าออกสู่ที่อยู่อาศัยนั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทุกอย่างร่วมกับครัวเรือนอื่นที่อยู่ภายในบ้านนั้น ทั้งนี้รวมถึงห้องที่อยู่ภายในอาคารซึ่งต้องใช้ห้องน้ำ ห้องครัว หรือทางเข้าออกสู่ที่อยู่อาศัยรวมกับห้องอื่นที่อยู่ภายในอาคารเดียวกันด้วย 6) ที่อยู่อาศัยในสำนักงานหรืออาคาร หมายถึง ห้องหนึ่งหรือหลายห้องในส่วนหนึ่งของอาคารหรือสำนักงาน หรือโกดังเก็บของ ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน เช่น ห้องพักอาศัยของยามในสำนักงาน โรงเก็บไม้ที่คนงานใช้เป็นที่อยู่อาศัย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ในขณะที่ กชกร ธรรมกิริติ และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2563) ได้อธิบายถึงประเภทของที่อยู่อาศัยจำแนกได้ดังนี้ 1) บ้านเดี่ยว คือ บ้านที่ไม่มีผนังส่วนใดติดกับบ้านหลังอื่นเลย หรือจะมีพื้นที่ว่างรอบตัวบ้าน โดยปกติมักจะล้อมรั้วรอบบ้าน มักมีพื้นที่มากกว่า 50 ตารางวาขึ้นไป เป็นบ้านที่คนนิยมสูงที่สุด เพราะมีความเป็นส่วนตัวมีพื้นที่ส่วนตัวรอบบ้าน สามารถตกแต่งต่อเติมให้สวยงามได้ตามความต้องการ เช่น ปลูกต้นไม้ ไม้ประดับ ทำเป็นที่จอดรถ สระว่ายน้ำ บ่อปลา ส่วนหย่อม เป็นต้น แต่ก็จะมีราคาสูงที่สุดจากทุกประเภทในทำเลใกล้เคียง หรือโครงการหมู่บ้านเดียวกัน 2) บ้านแฝด คือ บ้านที่มีผนัง (หรือส่วนใดส่วนหนึ่ง) ด้านหนึ่งติดกับบ้านอีกหลัง และจะมีพื้นที่ว่างสำหรับใช้สอยไม่ติดกับใครอยู่อีกด้านหนึ่งหากมีรั้วล้อมไว้ ดูจากภายนอกจะเหมือนมีบ้าน 2

หลังอยู่ในรั้วเดียวกัน (เพราะผนังของบ้านทั้ง 2 หลังนั้นจะติดกัน และอีกฝั่งผนังไม่ติดใคร) บางโครงการสมัยก่อน จะทำบ้านแฝดมีลักษณะคล้ายเป็นบ้านเดี่ยวหลังใหญ่ แล้วแบ่งครึ่ง เป็น บ้านแฝด 2 หลัง แล้วกันรั้วระหว่างกัน แต่ก็มีโครงการใหม่ ๆ ได้ออกแบบให้บ้านแฝดมีลักษณะ ใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยว คือ ผนังด้านที่ติดกับหลังอื่น เชื่อมติดกันเพียงบางส่วนเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่านั้น เช่น ผนังติดกันเฉพาะห้องครัว ผนังติดกันเฉพาะห้องเก็บของ เป็นต้น บ้านแฝด โดยปกติ มักจะมีพื้นที่บ้านโดยประมาณ 35-45 ตารางวา และในปัจจุบัน หลาย ๆ โครงการใหม่ ๆ มักจะสร้างบ้านแฝดให้มีลักษณะเหมือนกับบ้านเดี่ยว คือ จะไม่มีผนังร่วมกับบ้านอีกหลังและจะมีพื้นที่รอบตัวบ้าน เช่นเดียวกับบ้านเดี่ยวทุกอย่างจะแตกต่างกันเพียงแค่ว่าบ้านแฝดจะมีขนาดที่ดินน้อยกว่า 50 ตารางวา (ตามพรบ.จัดสรรฯ บ้านเดี่ยวจะต้องมีที่ดินตั้งแต่ 50 ตร.วา ขึ้นไป) 3) ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม คือ บ้านที่ผนังทั้ง 2 ด้านจะติดกับบ้านหลังอื่น มักจะมีพื้นที่ น้อยกว่า 35 ตารางวา (ยกเว้นบ้านหลังมุมที่จะมี 1 ด้านที่ไม่ติดกับบ้านหลังอื่น ๆ) หากมีรั้ว ส่วนที่เป็นรั้วมักจะเป็นรั้วปิดแค่หน้าบ้านเท่านั้น ทาวน์เฮ้าส์และทาวน์โฮมทั้งสองชื่อนี้โดยความหมายหลัก ๆ คือ ความหมายเดียวกัน เป็นประเภทเดียวกัน แล้วแต่จะเรียกใช้กันตามความถนัดและความคุ้นเคย 4) คอนโดมิเนียม หรือ อาคารชุด มีลักษณะเป็นตึกสูงหลายชั้น แบ่งเป็นหลาย ๆ ห้อง แต่ละห้องจะเรียกติดปากว่า 1 ยูนิต เปรียบเสมือน บ้าน 1 หลัง ซึ่ง 1 ยูนิตนั้น มันจะประกอบด้วย ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ส่วนห้องครัว พื้นที่ซักล้าง และระเบียง บางโครงการอาจทำเป็น 2 ชั้น (ลักษณะภายในคล้ายเป็นบ้าน 2 ชั้น) พื้นที่จะคิดตาม พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร) คอนโดมิเนียม มักจะตั้งอยู่ที่เมืองใหญ่ ใจกลางเมือง ท่าเลียบอู่จอด แหล่งงาน แหล่งรวมความเจริญต่าง ๆ จุดที่มีประชากรหนาแน่น เดินทางสะดวก เช่น ใกล้ห้างสรรพสินค้า ใกล้ BTS MRT เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว ทิพย์พร ดอกบัว (2557) ได้อธิบายว่า ที่อยู่อาศัย โดยทั่วไปแบ่งออกไปเป็น 6 ประเภท ดังนี้ 1) บ้านเดี่ยว (Single Detached House) คือ แบบที่อยู่อาศัยที่มีขนาดที่ดินตามกฎหมายกำหนด ตั้งแต่ 50 ตารางวาขึ้นไป มีความกว้างของหน้าที่ดินติดถนนไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และลึก 20 เมตร มีลักษณะตั้งอยู่เดี่ยว ๆ มีรั้วและเนื้อที่โดยรอบตัวบ้าน ตัวบ้านมีจำนวน 1-3 ชั้น 2) บ้านแฝด (Semi Detached House) คือ บ้าน 2 หลังที่มีฝาด้านหนึ่ง หรือมีคานยื่นมาติดกัน สร้างขึ้นเป็นคู่ บ้านแฝดมีพื้นที่รอบบ้านคล้ายบ้านเดี่ยวแต่น้อยกว่า กฎหมายกำหนดให้บ้านแฝดต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา บ้านแฝดคู่หนึ่งต้องมีความกว้าง ของที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 เมตร โดยแบ่งข้างละ 8 เมตร ตัวบ้านมีจำนวน 1-2 ชั้น 3) อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว (Shop House) คือ อาคารที่ก่อสร้างติดต่อกันเป็นแถวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นคูหา และประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่อาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัยแล้วยังสามารถดัดแปลงให้เป็นสถานที่ทำการค้าหรือธุรกิจได้ด้วย 4) ทาวน์เฮ้าส์ (Town House) ภาษาราชการเรียกว่า "บ้านแถว" โดยทั่วไป ทาวน์เฮ้าส์จะมีความสูง 2 ชั้น สำหรับทาวน์เฮ้าส์ราคาแพง ๆ ในย่านใจกลางเมืองนั้น มีการสร้างสูงถึง 3-4 ชั้นก็มีโดยกฎหมายกำหนดให้

ทาว์นเฮาส์ต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา มีขนาดกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร ลึก 16 เมตร

ก่อสร้างติดต่อกันเป็นแถวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังร่วมแบ่งตัวบ้าน อย่างน้อย 1 ด้าน

5) คอนโดมิเนียม (Condominium) หรือห้องชุด เป็นลักษณะของที่อยู่อาศัยที่นำมาจากสังคม (เมือง) ตะวันตก อาคารชุดหลังหนึ่ง จะแบ่งออกเป็นห้อง ๆ เรียกว่า ห้องชุด ในห้องชุดหนึ่ง ถ้าเป็นแบบราคา ถูกก็จะมีห้องเดียว เป็นห้องอเนกประสงค์ถ้าเป็นห้องชุดราคาแพงจะมีหลายห้อง เช่น ห้องโถง ห้องนอน 2-3 ห้อง ห้องคนใช้ ห้องครัว ในหนึ่งห้องชุด เป็นต้น แพลตหรืออะพาร์ตเมนต์ (Flat or Apartment) คือ ตึกหรืออาคาร ที่มีจำนวนหลายชั้น มีจำนวนหลายห้อง โดยมีวัตถุประสงค์สำหรับ อยู่อาศัยหรือให้เช่า ดังนั้นสรุปได้ว่าที่อยู่อาศัยมีหลายประเภทแตกต่างกันไปตามลักษณะของสิ่งปลูกสร้างและพื้นที่ใช้สอย ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม อาคารพาณิชย์หรือตึกแถว และ คอนโดมิเนียม เป็นต้น จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ส่วนกลางที่เพียงพอต่อการทำกิจกรรม (Li et al., 2021) ต้องการให้เจ้าของโครงการดูแลด้านการกำจัดสัตว์และแมลงรบกวน ต้องการบ้านที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงแดด ส่องสว่างเพียงพอ ต้องการพื้นที่การใช้งาน และกิจกรรมต่าง ๆ ต้องการพื้นที่สีเขียว การออกกำลังกายกลางแจ้ง เนื่องจากที่อยู่อาศัยมีผลต่อสุขภาพจิตที่ดีของผู้อยู่อาศัยด้วย (Akbari et al., 2021) นอกจากนี้แล้วยังพบว่าการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกันสามารถ ควบคุมได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งขนาดของพื้นที่ส่วนกลางอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการออกแบบด้วย พื้นที่ส่วนกลางที่ใหญ่ขึ้นทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกสบายและสบายใจที่จะอยู่และใช้พื้นที่ในขณะที่คนอื่นก็ ใช้ด้วยเช่นกัน อีกทั้งการออกแบบคอนโดมิเนียมให้ผู้อยู่อาศัยสามารถมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมรวมถึง การวางแผนอย่างเหมาะสมสำหรับการจัดหาและออกแบบพื้นที่ชุมชน (Community Space) (Bandara et al., 2020)

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

2.2.1 ความหมายของคอนโดมิเนียม คอนโดมิเนียม แปลว่า “อาคารชุด” คือ อาคารที่แยก กรรมสิทธิ์การถือครองออกเป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล และ กรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินส่วนกลางทรัพย์สินส่วนบุคคล (จามจุรี อุไรโรจน์, 2564) โดยส่วนประกอบของ คอนโดมิเนียมที่สำคัญ คือ มีที่จอดรถ มีระบบความปลอดภัย มีสถานที่ออกกำลังกายในร่มและ กลางแจ้งมีพื้นที่ส่วนกลางให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ (Eliküçük & Polat, 2021) คอนโดมิเนียม คือ อาคาร พักอาศัย ซึ่งมีห้องพัก หลาย ๆ ห้องรวมอยู่ใน อาคารเดียวกัน เท่ากับเป็นการนำที่พักอาศัยหรือบ้าน มาวางซ้อนกันขึ้น ในทางตั้ง ค่าดูแลรักษา-ซ่อมแซมอาคาร บริเวณและอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกันเป็นหน้าที่ ของผู้อยู่อาศัยจะต้องออกค่าใช้จ่ายร่วมกัน (ปรีชญา คงปลอด, 2562) โดยจะมีผู้ดูแลหรือนิติกรของ คอนโดมิเนียมที่ทำหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อยู่อาศัย เช่น การติดต่อประสานงานกับ

เจ้าของโครงการ การทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับเจ้าของโครงการ การดูแลความปลอดภัย ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย และดูแลความเรียบร้อยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของ คอนโดมิเนียม (Li et al., 2021)

2.2.2 ลักษณะของคอนโดมิเนียมที่ดี คอนโดมิเนียมที่ดี ควรมีลักษณะ ดังนี้ 1) ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ซึ่งคอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น ใกล้เส้นทางคมนาคมที่เดินทางสะดวก ตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ เป็นต้น Eliküçük & Polat (2021) 2) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้การดำรงชีวิตประจำวันสะดวกสบาย เช่น ที่จอดรถ สระว่ายน้ำ น้ำ สถานที่ออกกำลังกายในร่มและกลางแจ้ง พื้นที่ใช้สอยเหมาะสม และการจัดพื้นที่ส่วนกลางให้เพียงพอต่อการใช้งานของผู้อยู่อาศัย (Bao et al., 2021) 3) ระบบความปลอดภัย ซึ่งคอนโดมิเนียมควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ โดยอาจต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ในการควบคุม ระบบความปลอดภัยเพื่อปกป้องชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย และสร้างความอุ่นใจและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้อยู่อาศัย (Bandara et al., 2020) เช่น การป้องกันโจรกรรม การป้องกันอัคคีภัย มีระบบสัญญาณเตือนภัยที่สามารถทราบตำแหน่งที่เกิดเหตุได้ทันทีและต่อกับ สถานีดับเพลิง 4) พื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ ซึ่งสุนทรียภาพของการใช้ชีวิตนอกจากความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยแล้ว พื้นที่พักผ่อนก็สำคัญเช่นกัน ยิ่งในปัจจุบันพื้นที่สีเขียวภายในโครงการคอนโดมิเนียมที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเปรียบเสมือนเป็นปอดขนาดใหญ่ของโครงการ ถือว่าเป็นพื้นที่พักผ่อนที่คนอยู่คอนโดใจกลางเมืองต่างต้องการเป็นอย่างมาก ดังนั้นคอนโดมิเนียมจึงควรเป็นโครงการที่ให้พื้นที่สีเขียวภายในมากขึ้น (Li et al., 2021) 5) แสงจากธรรมชาติส่องสว่างเพียงพอ (Akbari et al., 2021) โดยสังเกตได้จากอัตราส่วนระหว่างปริมาณของหน้าต่างหรือช่องแสง กับปริมาณของผนังทึบ ในห้องหนึ่ง ๆ ควรมีหน้าต่างไม่น้อยกว่า 2 ด้าน เพื่อให้ทั้งลมและแสงสว่างผ่านเข้าออกสะดวก การมีผนังทึบ 3 ด้านและมีหน้าต่างเพียงด้านเดียว บางครั้งแสงสว่างอาจพอเพียงแต่ จะมีข้อเสียในเรื่อง ของความอึดอัด ทุก ๆ ห้องควรมีแสงสว่างตามธรรมชาติให้เพียงพอโดยไม่ต้องเปิดไฟฟ้าในเวลา กลางวัน อาคารชุดที่น่าซื้อควรมีวิธีเลือกซื้ออย่างไร (ชาญชัย เจียชุม, 2565)

ดังนั้นสรุปได้ว่า ลักษณะของคอนโดมิเนียมที่ดี คือ ทำเลใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก มีส่วนกลางที่เพียงพอต่อจำนวนห้อง มีพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ มีความเป็นส่วนตัว มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ลักษณะที่มีแสงสว่างธรรมชาติเพียงพอ อุณหภูมิพอเหมาะไม่ร้อน สามารถปกป้องจากแดดและฝนได้ดี

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้บริการ

2.3.1 ความหมายของการรับรู้ การรับรู้ หมายถึง กระบวนการวิธีของบุคคลแต่ละบุคคลในการตีความและประมวลผลต่อตัวกระตุ้นที่เข้ามากระตุ้น แล้วสื่อออกมาให้เป็นความหมายต่าง ๆ กันไป (กิจติ ยงประกิจ, 2559) การรับรู้คือ บุคคลได้รับการตีความ กำหนดความหมายและสนองตอบต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งการรับรู้จะแยกออกได้เป็น 2 สิ่ง ดังนี้คือการรับรู้ซึ่งข้อมูล และการกำหนดความหมาย ข้อมูลให้เป็นสิ่งที่เข้าใจหรือเป็นข้อมูลข้อความถึงเข้าใจ การรับรู้ควรจะต้องมีการรู้ความหมายในข้อมูลหรือข้อความที่ส่งมาให้รู้เรื่องกัน มีความสนใจและความเชี่ยวชาญประสบการณ์ซึ่งจะทำให้ตีความหมายข้อมูลได้อย่างถูกต้อง (ปริญญา ชำนาญวงกิจ, 2559) การรับรู้เกิดขึ้นโดยประสาทสัมผัสเกิดการรับสัมผัสขึ้น และมีการตีความถึงสัมผัสนั้นออกมาเป็นความหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่เรารู้จัก และเข้าใจ ซึ่งแปลความหมายจากสิ่งสัมผัสนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้จากความรู้หรือประสบการณ์ที่เคยมีมา ซึ่งถ้าไม่มีความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ชำนาญที่เคยมีหรือการที่เราสัมผัสสัมผัส หรือเรื่องราวอื่น ๆ ไป ก็จะไม่ก่อให้เกิดการรับรู้ขึ้น ๆ ขึ้น โดยที่การรับรู้จะเกิดได้ขึ้นกับการสัมผัสกับสิ่งเร้าโดยเฉพาะเท่านั้น (ชลชญา ศรีชัยปัญหา, 2560) ดังนั้นสรุปได้ว่าการรับรู้ หมายถึง การตีความการแปลความหมายข้อมูลที่ได้รับจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 และเข้าใจความหมายข้อมูลที่ได้รับนั้น

2.3.2 ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการกับลูกค้าผู้รับบริการว่ามีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความประสงค์ของตัวลูกค้าได้ดีเพียงใด การนำเสนอบริการซึ่งมีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การสนองตอบต่อลูกค้าผู้รับบริการบนพื้นฐานของการคาดการณ์ของลูกค้าผู้รับบริการ (พรหมพัฒน์ จิตศิริวรานนท์, 2564) คุณภาพการให้บริการแบ่งแยกออกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพทางเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวเนื่องกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้มารับบริการได้รับการปฏิบัติกันนั้น ๆ สามารถที่จะประเมินผลลัพธ์ได้จากคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพทางหน้าที่การทำงาน (Functional Quality) สามารถที่จะประเมินผลได้จากวิธีการหรือขั้นตอนในการ (วุทธิชัย ลิ้มอรุณทัย, 2559) คุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ บุคคลผู้ปฏิบัติรับใช้หยาบเย็นและ นำส่งความซาบซึ้งใจของบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการนำเสนอบริการที่ดีให้ลูกค้าผู้รับบริการได้รับความซาบซึ้งพึงใจ (Customer Satisfaction) อันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้าหรือกลับมาใช้บริการกันอย่างสม่ำเสมอ (Customer Retention) ตลอดจนเกิดฐานลูกค้าให้มีความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนยาว และก่อให้เกิดความภักดีกับสินค้า บริการตลอดไป (Customer Loyalty) (วีรวัฒน์ ลลิตชัยวสิน, 2564) เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพบริการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม

ควรมีการให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันมีคุณภาพ ได้แก่ การบริการปฐมพยาบาลเบื้องต้น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกติดต่อสอบถาม ห้องสมุด ห้องพักผ่อนหย่อนใจ ห้องความบันเทิง การให้บริการส่วนบุคคล เช่น โบรชัวร์ของการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลของธนาคาร การให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก่ผู้พิการ เป็นต้น (Bao et al., 2021)

ดังนั้นคุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการส่งสมข้อมูลความคาดหวังที่ตนได้จากการมาใช้บริการ ถ้าอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ ลูกค้าจะเกิดความประทับใจในการให้บริการเพื่อการยอมรับในขอบเขตที่ได้นี้ในลูกค้าแต่ละคนจะมีความต่างกัน โดยที่ความประทับใจจะเป็นผลจากการประเมินในช่วงเวลา ณ เวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งคุณภาพบริการของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมนั้นควรมีคุณภาพบริการด้านการอำนวยความสะดวกครอบคลุมทุกด้าน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งเป็นอาการที่เกิดจากการได้รับรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรง (Kotler & Armstrong อ้างใน ภูมิรินทร์, 2564) ซึ่งในการวิจัยฉบับนี้จะมุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อที่สถานที่อยู่อาศัยนั้นได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัย โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะที่อยู่อาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเนื่องจากผู้อยู่อาศัยต้องการทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกต่อการเดินทางจากบ้านไปทำงานและใกล้สถานที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวัน (Eliküçük & Polat, 2021)

2.4.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พฤติกรรมในการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจนั้น เกิดขึ้นจากความคาดหวังในตอนแรก เช่น คาดหวังต่อที่อยู่อาศัยที่ต้องการได้รับ ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เป็นต้น หากสิ่งที่ได้รับนั้นน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวังอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ หรืออาจได้รับสิ่งอื่นที่ทำให้เกิดความรู้สึกในทางลบ เช่น พื้นที่คับแคบ เพื่อนบ้านเสียงดัง ก็อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความไม่พึงพอใจ (Lai, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ (Maslow, 1997) ที่ได้กล่าวว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ คือ 1) อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย 3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านและคนในสังคม ชุมชน โดยมนุษย์ต้องการที่อยู่อาศัยที่มั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย มีความสะดวกต่อการใช้ชีวิตประจำวันสามารถตอบสนองต่อความต้องการในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้านและบริเวณบ้าน หรือนอกบ้าน อีกทั้งต้องการสภาพแวดล้อมหรือสังคมที่ดี เนื่องจาก

สภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยมีผลต่อสุขภาพจิตของผู้อยู่อาศัย หากผู้อยู่อาศัยอยู่แล้วมีความสบายใจก็จะทำให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีคุณภาพ แต่หากสภาพแวดล้อมไม่ดี เช่น พื้นที่คับแคบ เพื่อนบ้านไม่สุภาพรบกวนการใช้ชีวิตประจำวัน อาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเครียดได้ และเกิดความไม่พึงพอใจต่อที่อยู่อาศัยในที่สุด

ดังนั้นสรุปได้ว่าความพึงพอใจเกิดมาจากแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้มนุษย์ที่รับรู้แรงจูงใจนั้นเกิดความรู้สึกพึงพอใจขึ้นมาจนทำให้เกิดพฤติกรรมต่อแรงจูงใจนั้น หากเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความรู้สึกดี รู้สึกชอบ รู้สึกพอใจ ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมทางบวกต่อแรงจูงใจนั้นมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ดังนี้

จากการศึกษางานวิจัยของ Eliküçük & Polat (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ: กรณีของเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี โดยผลการศึกษาพบว่า "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ ได้แก่ สภาพแวดล้อมความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะที่อยู่อาศัยตามลำดับ และพบว่าปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการซื้อที่อยู่อาศัย คือ สภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัย ปัจจัยทางเศรษฐกิจและทำเลที่ตั้ง ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของชาวต่างชาติในแง่ของความสัมพันธ์เชิงบวก

จากการศึกษางานวิจัยของ Li et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่อยู่อาศัยของผู้เช่าส่วนตัวในเมืองซูเปอร์สตาร์ของจีน: กรณีของเมืองเซินเจิ้น ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัย โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่อยู่อาศัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ลักษณะของที่อยู่อาศัย ลักษณะพื้นที่ใกล้เคียง และการบริการของเจ้าของบ้าน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เช่าต้องการให้เจ้าของบ้านกำจัดศัตรูพืชเป็นประจำ และต้องการพื้นที่ส่วนกลางที่เพียงพอต่อผู้ใช้ อีกทั้งยังต้องการให้เจ้าของบ้านจัดหาอุปกรณ์เครื่องครัวและดูแลรักษาให้ปราศจากอันตราย สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยให้แก่ผู้เช่าที่อยู่อาศัยมากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยของ Akbari et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่องที่อยู่อาศัยและสุขภาพจิตในช่วงการระบาดของ COVID-19 โดยผลการวิจัยพบว่าในแง่ของความต้องการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้อยู่อาศัยในช่วงการระบาดของ COVID-19 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอันดับแรกเมื่อเทียบกับพื้นที่และกิจกรรมต่าง ๆ และสิ่งสำคัญที่สุด คือ คุณภาพอากาศ คุณภาพแสงแดด และคุณภาพการรับชม ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วยังต้องการพื้นที่การใช้งาน และกิจกรรม ห้องครัว และการเพาะปลูก และต้องการการบำรุงรักษาพืช ผลจากการศึกษาค้นคว้าพบว่าความแตกต่างสูงสุดระหว่างความชอบและความพึงพอใจในพื้นที่สีเขียว และการออกกำลังกายกลางแจ้ง แสดงว่าการออกแบบพื้นที่ที่กึ่งเปิด

โล่งเหมือนเฉลียงมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยตามการรับอากาศบริสุทธิ์ การออกกำลังกาย การเพาะปลูก และการดูแลรักษาพืชพรรณ อีกทั้งยังพบว่าที่อยู่อาศัยมีผลต่อสุขภาพจิตที่ดีของผู้อยู่อาศัยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษางานวิจัยของ Bandara et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องการสอบสวนพื้นที่ชุมชนในคอนโดมิเนียมและผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของชาวพาร์ตเมนต์เกี่ยวกับเมืองโคลัมโบ โดยผลการศึกษาพบว่าการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกันสามารถควบคุมได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งขนาดของพื้นที่ส่วนกลางอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการออกแบบด้วยพื้นที่ส่วนกลางที่ใหญ่ขึ้นทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกสบายและสบายใจที่จะอยู่และใช้พื้นที่ในขณะที่คนอื่นใช้มัน ดังนั้นเพื่อส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและลดการแยกชั้นในชั้นบนควรมีการวางแผนอย่างเหมาะสม การออกแบบการกำกับดูแลสำหรับการจัดหาและออกแบบชุมชนช่องว่าง แคมีข้อบังคับสำหรับอาคารเท่านั้น ยังไม่พอโครงสร้างที่อยู่อาศัยแนวตั้งเพื่อความยั่งยืนสู่ภายในที่อยู่อาศัยแนวตั้ง นอกจากนี้แล้วนักการตลาดอสังหาริมทรัพย์ หรือนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อาจใช้สรว่ายน้ำขนาดใหญ่เป็นกลยุทธ์การตลาด หรืออาจใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีเทคโนโลยีสูง มีสถานที่ออกกำลังกายหรือยิม เป็นต้น

Sari & Zuhri (2023) ได้ศึกษาอิทธิพลของสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย (กรณีศึกษาที่ Vasaka the Reiz Condo Apartment) เมืองเมดาน ประเทศ อินโดนีเซีย โดยผลการศึกษาพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลในเชิงบวก ต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยใน Vasaka the Reiz Condo Apartment โดยพบว่าที่อยู่อาศัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป เช่น มีพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ มีระบบความปลอดภัย มีการบริการที่ดีของเจ้าของโครงการ และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต

จากการศึกษางานวิจัยของ คณาธิป เข้มทอง (2562) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ของบริษัทชั้นนำทั้ง 3 บริษัท บนถนน สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค และเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของบริษัท A บริษัท B และบริษัท C โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบและวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.904 เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ กับบริษัท A บริษัท B และบริษัท C ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 450 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์ Multinomial Logistic Regression ผลการศึกษา พบว่า สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่ได้รับ

จากการซื้อคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กับบริษัท A บริษัท B และบริษัท C ออกเป็น 8 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านเงินดาวน์และราคาประเมินที่ดิน และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านเงินดาวน์และราคาประเมินที่ดิน ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ซื้อคอนโดมิเนียมกับบริษัท A บริษัท B และบริษัท C อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากการศึกษางานวิจัยของ นิซาร์ตัน อัครมณี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะชีวิตของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย โดยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย รวบรวมข้อมูลจากผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจำนวน 131 คน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และวิธีการทางสถิติจากการสำรวจลักษณะทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 65.6) และอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 36.6) ส่วนใหญ่อยู่อาศัยจำนวน 2 คน (ร้อยละ 44.3) ระยะเวลาอยู่อาศัย 1-2 ปี (ร้อยละ 43.5) ใช้เวลาในการเดินทางจากคอนโดมิเนียมถึงสถานีรถไฟฟ้าที่ใกล้ที่สุด 5-10 นาที (ร้อยละ 39.7) เป็นเจ้าของและมีกรรมสิทธิ์แบบซื้อขาด (ร้อยละ 61) อยู่คอนโดมิเนียมที่มีความสูงมากกว่า 8 ชั้น (Highrise) (ร้อยละ 71.7) ประเภท 1 ห้องนอน (ร้อยละ 45) ผลการศึกษาพบว่า 1) ความพึงพอใจเรื่องสุขภาวะในคอนโดมิเนียมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก (ร้อยละ 75.6) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.27 คะแนน) และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากในการอยู่อาศัยแบบครอบครัวใหญ่ในห้องใหญ่ ทั้งนี้จากการใช้สถิติพบว่าทุกปัจจัยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเรื่องสุขภาวะในคอนโดมิเนียมไม่แตกต่างกัน 2) องค์ประกอบของลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัยตามทัศนคติของผู้อยู่อาศัยสามารถจำแนกได้ 8 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) คุณภาพอากาศ (2) ความสะดวก (3) สุนทรียภาพ (4) สภาพแวดล้อม (5) การจัดการชุมชน (6) ความปลอดภัย (7) จิตใจ (8) ลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจเรื่องสุขภาวะในคอนโดมิเนียมที่อยู่อาศัยในปัจจุบันในระดับปานกลางถึงมาก โดยผู้อยู่อาศัยอายุน้อยจะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าผู้อยู่อาศัยที่มีอายุมาก คำนึงถึงลักษณะของคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะทั้งในด้านกาย จิตใจ สังคม และปัญญา โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ รวมถึงภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัยต่อไปในอนาคต

จากการศึกษางานวิจัยของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2564) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้า Generation Y โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจเชิงลึกของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มหลักของตลาดคอนโดมิเนียมในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง Generation Y ที่มีการซื้อคอนโดมิเนียมและทำการเช่าอยู่อาศัยมาแล้วเป็นระยะเวลา 6 เดือน-2 ปี โดยมีสมมติฐานว่ากลุ่มที่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และกลุ่มที่บุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการซื้อ มีกระบวนการและปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม Generation Y ทั้ง 2 กลุ่ม มีกระบวนการและปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ใกล้เคียงกัน โดยความต้องการซื้อเกิดจากแรงกระตุ้นภายใน ขั้นตอนการหาข้อมูลและประเมินทางเลือกใช้แหล่งข้อมูลและปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจคล้ายกัน โดยพบพฤติกรรมที่แตกต่าง คือ ในกลุ่มที่บุคคลอื่นมีอิทธิพลในการตัดสินใจ กระบวนการค้นหาข้อมูลจะใช้ระยะเวลาและความละเอียดในการหาข้อมูลที่น้อยกว่า มีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อที่น้อยกว่า รวมไปถึงเกณฑ์ในการพิจารณาจะมีการนำเกณฑ์ในมุมมองของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ เกณฑ์ด้านความปลอดภัยมารวมเป็นเกณฑ์หลักในการพิจารณาด้วยส่วนในขั้นประสบการณ์หลังการเช่าอยู่อาศัยทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษางานวิจัยของ ภูมิริน จงรักษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 โดยที่ผู้เช่าไม่มีความประสงค์ที่ย้ายสถานที่พักอาศัย ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 415 คน มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผลที่ได้รับจากงานวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ในมิติของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และมีมิติการรู้จักและเข้าใจลูกค้า รวมถึงปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านความปลอดภัย สุขภาวะ ต่างก็ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ในการเช่าอยู่ต่อในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เช่นกัน

จากการศึกษางานวิจัยของ ธนัตยัตนย์ ต้นพุ่ม, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และกนกวรรณ มีสุข (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความพึงพอใจของ

ลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 428 ครั้วเรือน ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ด้านบริการสาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ตามลำดับและ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีเหตุผลที่ทำให้เลือกซื้อบ้านจัดสรร ที่ตั้งและลักษณะของโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ ตัวบ้านและการก่อสร้างที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ การส่งเสริมการขายที่คำนึงถึงการเลือกซื้อ และสื่อโฆษณาของโครงการบ้านจัดสรรที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษางานวิจัยของ วศกร สิงห์หล่อ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยที่ใช้บริการหลังการขายของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยมีความแตกต่างกันโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการหลังการขายที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย คอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ผู้พักอาศัยที่เข้ามาใช้บริการ นิติบุคคลของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย รวมขนาดจำนวน 350 คน ผลวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านทักษะพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยมีความ แตกต่างกันโดยเพศ และการศึกษา และ 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความใส่ใจ ด้านทักษะพนักงาน และด้านการตอบสนอง ตามลำดับ

จากการศึกษางานวิจัยของ นิพนธ์ จิรวิทย์วิไล (2557) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาอิทธิพลของ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า คุณสมบัติด้านกายภาพ พฤติกรรมของพนักงาน การรับรู้การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม แกรนด์ ยู (Grand U) ผลการวิจัยพบว่าคุณสมบัติด้านกายภาพ (Physical Quality) ของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ

คอนโดมิเนียม แกรนด์ ยู (Grand U) มากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมของพนักงาน ซึ่งในการวางแผนการตลาดในการขายคอนโดมิเนียม ควรให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้านกายภาพของคอนโดมิเนียม ควรมีการฝึกพนักงานขายให้รับฟัง ช่วยเหลือ เป็นมิตร มีการส่งเสริมการขายที่ดีมีประสิทธิภาพ เพราะจะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

2.5 สมมติฐานการวิจัย

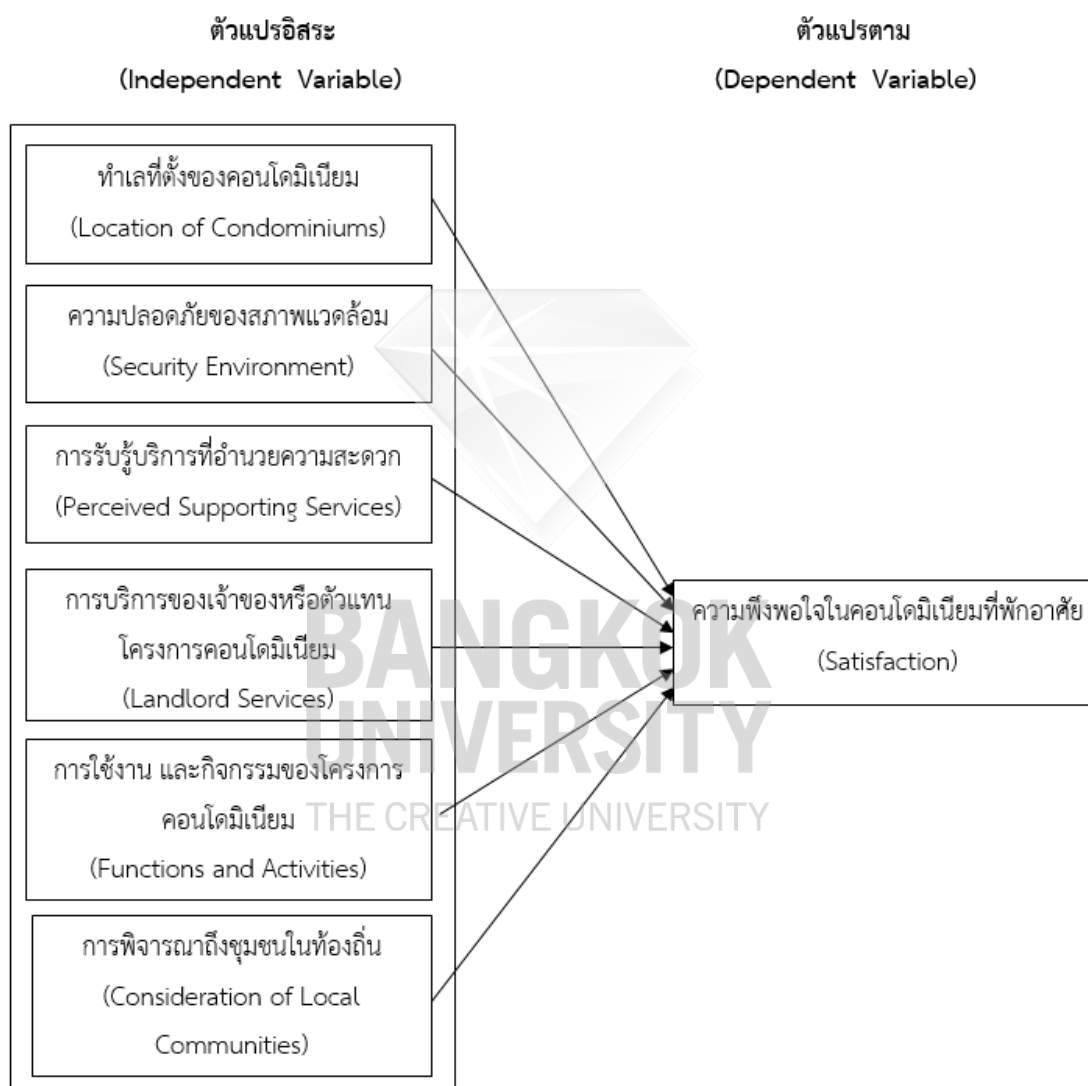
ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท มีดังนี้

- 2.5.1 ทำเลที่ตั้ง
- 2.5.2 ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม
- 2.5.3 การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก
- 2.5.4 การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการ
- 2.5.5 การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการ
- 2.5.6 การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

2.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดของการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย
- 3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง
- 3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การออกแบบงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) ซึ่งเป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทั้ง 2 ประเภท คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีบุคคลอื่นเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือและเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโทที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Google Form โดยกลุ่มผู้เข้าสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถาม ช่วงวันที่ 1-30 กันยายน 2565

ส่วนการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนวณโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็น Pilot Test จำนวน 40 ชุด และใช้โปรแกรม G*Power เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen ที่ผ่านการรับรองและการตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Cohen, 1977; Erdfelder, Faul, & Buchner, 1996 และวนิดา พงษ์ศักดิ์ชาติ, 2563) สำหรับการคำนวณโดยการกำหนดค่าเพาเวอร์ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.99 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.01 จำนวนตัวแปรทำนาย เท่ากับ 6 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.01387899 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R^2 เท่ากับ 0.013689) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 242 คน

3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เครื่องมือสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ที่ผู้วิจัยศึกษารวบรวมและดัดแปลง ปรับปรุงจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Ended Question) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม จำนวน 12 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Ended Question) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย 1) ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม 2) ความปลอดภัย 3) การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก 4) การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม 5) การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม 6) การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น 7) ความพึงพอใจในการพักอาศัยคอนโดมิเนียม จำนวน 15 ข้อ โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ใช้การวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale)

เกณฑ์การให้คะแนนมาตราวัดระดับคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	= 1 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	= 2 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	= 3 คะแนน
เห็นด้วย	= 4 คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	= 5 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับความเห็น (ละเอียด คีลำน้อย, 2560) ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ได้แก่ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจคอนโดมิเนียม 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อคำถามต่าง ๆ และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหา โดยใช้เกณฑ์ คือ ค่า IOC ≥ 0.5 สำหรับข้อคำถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอีกครั้งก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.5-1 ซึ่งยอมรับได้ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้จริง (Soonthorndhai, 2006)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแต่ละตัวแปรในแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแสดงผล ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนข้อคำถาม	Cronbach's Alpha	
	n = 40	n = 242
ตัวแปรอิสระ		
1. ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums: LC)	.867	.992
2. ความปลอดภัย (Security Environment: SE)	.984	.952
3. การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services: PSS)	.925	.808
4. การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services: LS)	.936	.901
5. การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities: FA)	.841	.844

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	Cronbach's Alpha	
	n = 40	n = 242
6. การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities: CL)	.948	.884
ตัวแปรตาม		
ความพึงพอใจ (Satisfaction: SA)	.882	.896

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามต่าง ๆ ว่าองค์ประกอบมีค่ามากที่สุด ให้จัดอยู่ในองค์ประกอบนั้น โดยข้อคำถามแต่ละข้อนั้นควรมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา, 2548) เพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ปัจจัยที่ใช้ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums: LC) ความปลอดภัย (Security Environment: SE) การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services: PSS) การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services: LS) การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities: FA) การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities: CL) ที่จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 242 ราย

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 242

	LC	SE	PSS	LS	FA	CL	SA
LC1	.666						
LC2	.700						
LC3	.607						
LC4	.659						
SE1		.533					
SE2		.540					
SE3		.504					
SE4		.522					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 242

	LC	SE	PSS	LS	FA	CL	SA
PSS1			.570				
PSS2			.507				
PSS3			.592				
PSS4			.545				
PSS5			.598				
LS1				.508			
LS2				.545			
LS3				.593			
LS4				.535			
LS5				.540			
FA1					.813		
FA2					.826		
FA3					.799		
FA4					.719		
CL1						.747	
CL2						.817	
CL3						.732	
CL4						.744	
CL5						.642	
CL6						.595	
SA1							.850
SA2							.796
SA3							.881
SA4							.562

จากตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแต่ละปัจจัย จะพบว่า

ปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums: LC)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ คอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้สถานพยาบาล (LC1) คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่ราชการ (LC2) คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (LC3) และคอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้การคมนาคมที่สะดวก (LC4)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 4 ข้อคำถาม ปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .607 - .700 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ปัจจัยความปลอดภัย (Security Environment)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยความปลอดภัย (Security Environment) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ สภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมควรมีความปลอดภัย(SE1) คอนโดมิเนียมควรมีการทำการประกันภัยอย่างถูกต้อง เช่น ประกันอัคคีภัย (SE2) นิติบุคคลของคอนโดมิเนียมควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย (SE3) และระบบการรักษาความปลอดภัยควรมีความเชื่อถือได้ (SE4)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 4 ข้อคำถาม ปัจจัยความปลอดภัย (Security Environment) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .504 - .540 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ปัจจัยการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 5 ข้อคำถาม ได้แก่ คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันของท่านมีคุณภาพ (PSS1) คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่มีคุณภาพ (PSS2) คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกติดต่อสอบถาม ห้องสมุด ห้องพักผ่อนหย่อนใจ ห้องความบันเทิง (PSS3) คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการส่วนบุคคล เช่น มีโบรชัวร์ของการท่องเที่ยว, มีข้อมูลของธนาคาร (PSS4) และคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก่ผู้พิการ (PSS5)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 5 ข้อคำถาม ปัจจัยการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .592 - .507 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ปัจจัยการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 5 ข้อคำถาม ได้แก่ เจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียมควรลงนามในสัญญาซื้อคอนโดมิเนียมเป็นลายลักษณ์อักษร (LS1) นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรทำการซ่อมแซมตามที่ท่านร้องขอโดยทันที (LS2) นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรรับรองว่าสภาพความเป็นอยู่ที่ปราศจากอันตรายภายในพื้นที่ของคอนโดมิเนียม (LS3) นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรรักษาสภาพแวดล้อมที่ "ปราศจากแมลง" (LS4) และนิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมจะต้องขออนุญาตเจ้าของห้องก่อนเข้าไปในห้องเมื่อมีเหตุจำเป็น (LS5)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 5 ข้อคำถาม ปัจจัยการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .508 - .593 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ปัจจัยการใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยการใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ให้ความสำคัญกับพิตเนสของคอนโดมิเนียม (FA1) ให้ความสำคัญกับพื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้งของคอนโดมิเนียม (FA2) ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทำงาน (FA3) และให้ความสำคัญกับพื้นที่สำหรับเด็กเล่นหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก (FA4)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 4 ข้อคำถาม ปัจจัยการใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .719 - .826 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ปัจจัยการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในปัจจัยการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ คอนโดมิเนียมควรมีแสงธรรมชาติที่เพียงพอในคอนโดมิเนียมพื้นที่ส่วนกลาง (CL1) คอนโดมิเนียมควรมีแสง

ธรรมชาติที่เพียงพอในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ภายในห้อง (CL2) คอนโดมิเนียมควรมีเครือข่ายสัญญาณที่รวดเร็วและเสถียรในคอนโดมิเนียม (CL3) คอนโดมิเนียมควรมีการระบายอากาศที่เพียงพอ (CL4) คอนโดมิเนียมควรมีความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้านในคอนโดมิเนียม (CL5) และ คอนโดมิเนียมควรมีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัว (CL6)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 5 ข้อคำถาม ปัจจัยการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .595 - 817 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในความพึงพอใจ (Satisfaction) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ มีความพึงพอใจกับเพื่อนบ้านในคอนโดมิเนียมที่ท่านอยู่ (SA1) มีความพึงพอใจกับคอนโดมิเนียมที่ท่านอยู่ในปัจจุบัน (SA2) มีความพึงพอใจกับนิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียม (CL3) คอนโดมิเนียมควรมีการระบายอากาศที่เพียงพอ (SA4) และมีความพึงพอใจกับพื้นที่โดยรอบของคอนโดมิเนียม (SA4)

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 4 ข้อคำถาม ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .562 - 881 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้นมีค่ามากกว่า 0.5

3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

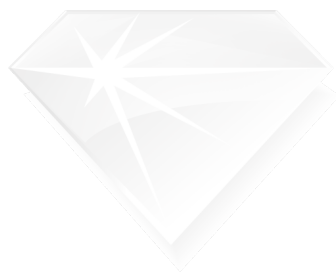
ผู้วิจัยทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์

3.5.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ความปลอดภัย การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น กับความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) กับตัวแปรตาม (Dependent Variables) ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ หรือสัมพันธ์กันอย่างไร ซึ่งอาจเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือทิศทางตรงกันข้ามก็ได้ ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปร และทิศทางของความสัมพันธ์นั้น สามารถทราบได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation) หรือ ค่า R ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ค่าสูงสุดมีค่า

เป็น 1 หมายความว่า ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมากที่สุด และถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็น 0 หมายความว่าตัวแปรนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อาจเป็นได้ทั้งค่าบวก และ ลบ ในกรณีที่ค่าเป็นบวก แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน แต่กรณีที่ค่าเป็นลบ แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม

3.5.3 การทดสอบปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ความปลอดภัย การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter กำหนด นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	102	42.10
หญิง	140	57.90
2. อายุ		
21-30 ปี	137	56.60
31-40 ปี	105	43.40
3. สถานภาพ		
โสด	196	81.00
สมรส	46	19.00
4. รายได้ต่อเดือน		
10,001–20,000 บาท	54	22.30
20,001–30,000 บาท	76	31.40
30,001–40,000 บาท	39	16.10
40,001–50,000 บาท	34	14.10
50,001 บาทขึ้นไป	39	16.10
รวม	242	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 และเป็นเพศชายจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.60 และอายุ 31-40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 มีสถานภาพ

โสด จำนวน 196 คน คิดเป็น ร้อยละ 81.00 และสถานภาพสมรส จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาทจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รองลงมา คือ 10,001–20,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30, 30,001–40,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 และ 40,001–50,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. ระยะเวลาที่อยู่อาศัย		
น้อยกว่า 1 ปี	64	26.40
1–5 ปี	178	73.60
2. จำนวนสมาชิก		
1 คน	137	56.60
2 คน	87	36.00
3 คน	16	6.60
4 คน	2	0.80
3. สถานที่ตั้ง		
ในเขตกรุงเทพมหานคร	169	69.80
ในเขตปริมณฑล	73	30.20
4. ราคาของคอนโดมิเนียม		
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	12	5.00
1 – 1.49 ล้านบาท	89	36.80
1.50 – 2.0 ล้านบาท	80	33.10
2.1 – 2.49 ล้านบาท	34	14.00
2.50 – 3.0 ล้านบาท	14	5.80
3.1 – 3.49 ล้านบาท	9	3.70
3.50 – 4.0 ล้านบาท	4	1.70

(ตารางมีต่อ)

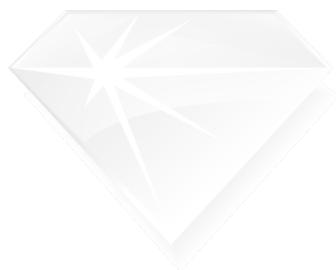
ตารางที่ 4.2 (ต่อ): ข้อมูลเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
5. ช่องทางที่ได้รับข้อมูล		
แบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่าง ๆ	49	20.20
โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์	9	3.70
ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ	15	6.20
ติดต่อด้วยตัวเอง	151	62.40
ญาติหรือเพื่อนแนะนำ	8	3.30
เจ้าของหรือตัวแทนเจ้าของโครงการคอนโดมิเนียม แนะนำ	10	4.10
รวม	242	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยในคอนโดมิเนียมเป็นระยะเวลา 1-5 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 73.60 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยในคอนโดมิเนียม 1 คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมา คือ 2 คน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00, 3 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และ 4 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 รองลงมา คือ ในเขตปริมณฑล จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 30.20 อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่มีราคา 1-1.49 ล้านบาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมา คือ 1.50-2.0 ล้านบาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10, 2.1 - 2.49 ล้านบาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00, 2.50 - 3.0 ล้านบาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80, ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00, 3.1 - 3.49 ล้านบาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 และ 3.50 - 4.0 ล้านบาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ และได้รับข้อมูลจากการติดต่อด้วยตัวเอง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 62.40 รองลงมา คือ แบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่างๆ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20, ใบปลิวโฆษณา/ แผ่นพับ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20, เจ้าของหรือตัวแทนเจ้าของโครงการคอนโดมิเนียมแนะนำ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10, โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70, ต่ำญาติหรือเพื่อนแนะนำ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาด้านตัวแปร

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เพื่อทดสอบทิศทางของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ความปลอดภัย การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาปริญญาโท



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ตารางที่ 4.3: การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เพื่อทดสอบทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม

Variable	Mean	S.D.	Cronbach' Alpha	LC	SE	PSS	LS	FA	CL	SA
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (LC)	4.09	.56	.992	1						
ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (SE)	4.85	.53	.952	.214*	1					
ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (PSS)	4.16	.79	.808	.522**	.297*	1				
ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (LS)	4.19	.82	.901	.520*	.326*	.930*	1			
ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (FA)	4.44	.62	.844	.178*	.419*	.502**	.456*	1		
ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (CL)	4.67	.54	.884	.340*	.697*	.471*	.484*	.458*	1	
ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม (SA)	4.12	.80	.896	.562*	.287*	.913*	.912*	.485*	.487*	1

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.3 ข้างต้น

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (LC) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .562) (Sig. = .000)

ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (SE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .287) (Sig. = .000)

ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (PSS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .913) (Sig. = .000)

ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (LS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .912) (Sig. = .000)

ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (FA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .485) (Sig. = .000)

ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (CL) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Pearson's Correlation เท่ากับ .487) (Sig. = .000)

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.4: การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม

ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก
สะดวก ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน ปัจจัยด้านการใช้งานและ
กิจกรรมของคอนโดมิเนียม และปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นที่มีอิทธิพล
เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	135.389	6	22.565	273.748	.000*
Residual	19.371	235	.082		
Total	154.760	241			

* มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่า ตัวแปรอิสระซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม และปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น อิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท เนื่องจากค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ .000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Dependent Variable: Purchase Satisfaction, $R = 0.935$, $R^2 = 0.875$, Constant(a) = .289						
Independent Variables	β	Std. Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	.289	.211	1.368	.173		
ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม	.099**	.040	3.572	.000	.693	1.442
ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม	.074*	.050	-2.260	.025	.492	2.032
การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก	.406**	.067	6.144	.000	.222	2.177
การบริการของเจ้าของหรือตัวแทน	.446**	.063	6.952	.000	.229	2.727
การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม	.059*	.037	2.051	.041	.641	1.561
การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น	.071*	.052	2.018	.045	.426	2.350

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .000)

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .025)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .000)

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .000)

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .041)

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Sig. = .045)

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Sig = .000) การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Sig = .000) การบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (Sig = .000) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในขณะที่ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (Sig = .025) การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (Sig = 0.041) และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Sig = .045) ไม่สามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 3 ตัวนี้ไม่สามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้น ตัวแปรต้นที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของ หรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (LS) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ .446 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (PSS) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ เท่ากับ .406, ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (LC) ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ เท่ากับ .099, ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (SE) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ เท่ากับ .074, การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (FA) เท่ากับ .059, และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (CL) เท่ากับ .071 ทำให้ตัวแปรทั้ง 6 ตัวนี้ สามารถอธิบาย อิทธิพลเชิงบวกที่มีต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมได้ร้อยละ 93.50 และอีกร้อยละ 6.50 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา ทั้งนี้ มีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.211 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ ดังนี้

$$Y \text{ (ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม)} = .289 + .446 \text{ (การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม)} + .406 \text{ (การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก)} + .099 \text{ (ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม)} + .074 \text{ (ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม)} + .071 \text{ (การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น)} + .059 \text{ (การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม)}$$

จากสมการข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .446 หน่วย หากปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .406 หน่วย หากปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .099 หน่วย หากปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .074 หน่วย หากปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .071 และหากปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท จะเพิ่มขึ้น .059 หน่วย

ดังนั้นจึงได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท นั้นได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น และปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูงเมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions

ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป หรือการที่สภาพของกลุ่มตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดของความสัมพันธ์มีค่าน้อย จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจาก ค่าที่แท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity (Cohen, 1962)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือ ค่า Tolerance หรือ ค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หากเกินกว่านี้ แสดงว่าตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กันเอง (Miles & Shevlin, 2001) สำหรับค่า Tolerance หากค่า Tolerance < 0.2 หรือ Tolerance < 0 แสดงว่าเกิด Multicollinearity (Pedhazur, 1997)

ตารางที่ 4.6: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

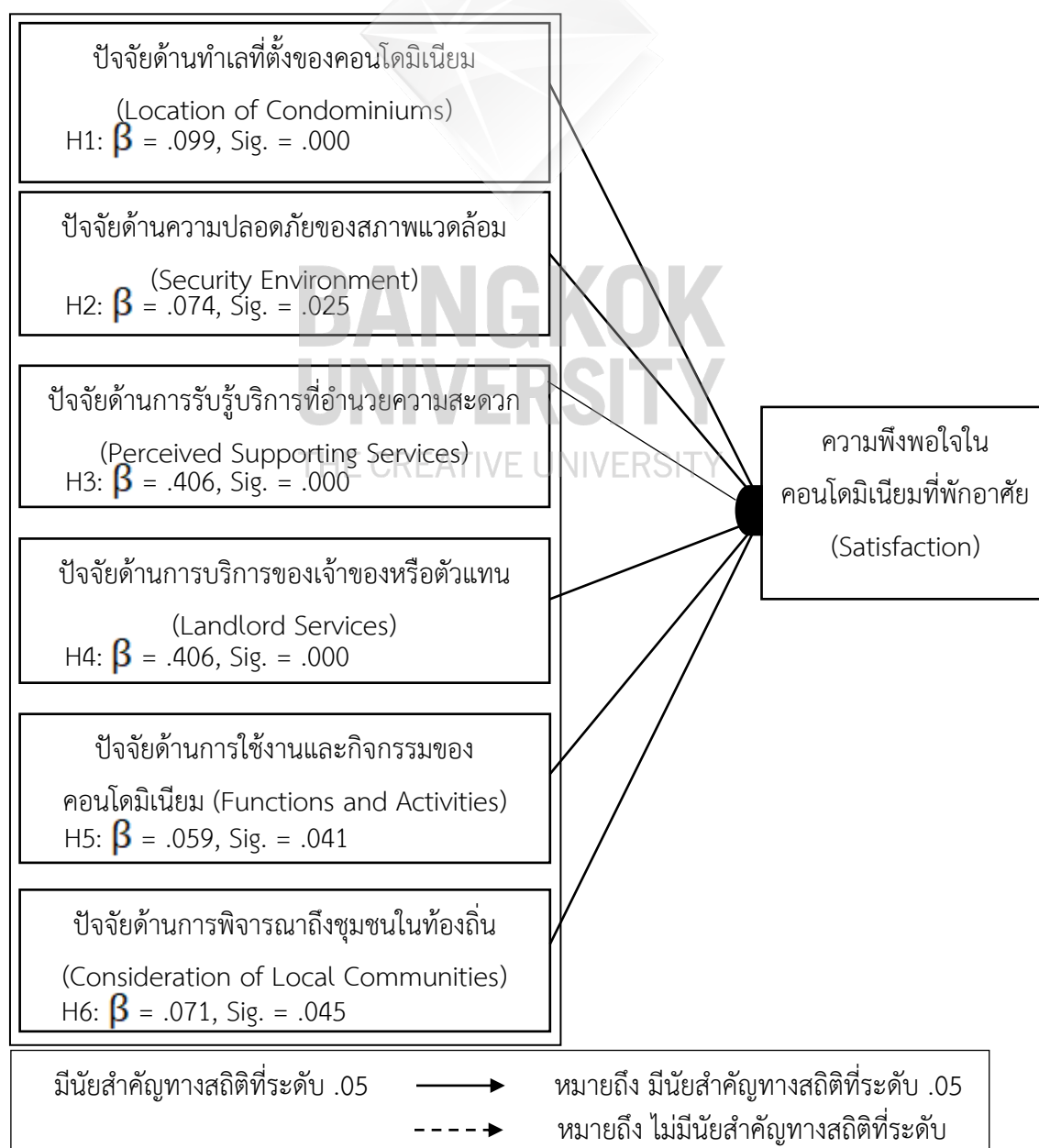
Independent Variables	Tolerance	VIF
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (LC)	.693	1.442
ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (SE)	.492	2.032
ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (PSS)	.222	2.177
ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (LS)	.229	2.727
ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (FA)	.641	1.561
ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (CL)	.426	2.350

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ .222 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .200 หรือ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.727 ซึ่งน้อยกว่า 4.000 หมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั้นเอง

4.6 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม และปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังภาพที่ 4.1 และตารางที่ 4.5

ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งานและกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาโทที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่านั้น จำนวน 242 ราย ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วง 1-30 กันยายน 2565 จากนักศึกษาปริญญาโทที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม

สมมติฐานงานวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งานและกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อาศัยในคอนโดมิเนียมเป็นระยะเวลา 1-5 ปี มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยในคอนโดมิเนียม 1 คน อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่มีราคา 1-1.49 ล้านบาท และได้รับข้อมูลจากการติดต่อโครงการด้วยตัวเอง

ผลการศึกษา และวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐานมีเพียงปัจจัยทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums) ($\beta = .099$) ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services) ($\beta = .406$) ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (Landlord Services) ($\beta = .446$) ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (Security Environment) ($\beta = .074$) ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration

of Local Communities) ($\beta = .071$) และปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม (Functions and Activities) ($\beta = .059$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ได้ร้อยละ 93.50 และอีกร้อยละ 6.50 เกิดจากตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ $\pm .211$ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 4 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (Miles & Shevlin, 2001) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y \text{ (ความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม)} = .289 + .446 \text{ (การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม)} + .406 \text{ (การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก)} + .099 \text{ (ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม)} + .074 \text{ (ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม)} + .071 \text{ (การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น)} + .059 \text{ (การใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม)}$$

5.2 การอภิปรายผล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม การใช้งานและกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม และการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Eliküçük & Polat (2021) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ: กรณีของเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี และได้พบว่าทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อคอนโดมิเนียม ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม โดยจัดทำทำเลที่ตั้งให้อยู่ใกล้การคมนาคมที่สะดวก ใกล้สถานพยาบาล สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และสถานที่ราชการ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการ

วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่คำนึงถึงความปลอดภัยของการอยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sari & Zuhri (2023) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย (กรณีศึกษาที่ Vasaka The Reiz Condo Apartment) เมืองเมดาน ประเทศอินโดนีเซีย และพบว่าความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมมีผลต่อพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมเพื่อความสะดวกสบายและความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยซึ่งเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่ผู้อยู่อาศัยต้องการ โดยควรจัดสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมให้มีความปลอดภัย มีการทำประกันภัยอย่างถูกต้อง เช่น ประกันอัคคีภัย นิติบุคคลของคอนโดมิเนียมควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย และควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยควรมีความเชื่อถือได้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bandara et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องการสอบสวนพื้นที่ชุมชนในคอนโดมิเนียมและผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของชาวอพาร์ทเมนต์เกี่ยวกับเมืองโคลัมโบ โดยผลการศึกษพบว่าการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกันมีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์และการออกแบบด้วยพื้นที่ส่วนกลางที่ใหญ่ขึ้นทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกสบายและสบายใจที่จะอยู่และใช้พื้นที่ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าผู้อยู่อาศัยคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มักจะคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้การดำเนินชีวิตง่ายขึ้นและมีคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมคำนึงถึงการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก โดยควรจัดให้มีบริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่มีคุณภาพ มีการให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันให้มีคุณภาพ มีการให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก้อุบัติการณ์ มีการให้บริการส่วนบุคคล เช่น มีโบรชัวร์ของการท่องเที่ยว มีข้อมูลของธนาคาร และคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกติดต่อสอบถามห้องสมุด ห้องพักผ่อนหย่อนใจ ห้องความบันเทิง

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของ

หรือตัวแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่อยู่อาศัยของผู้เช่าส่วนตัวในเมืองซูเปอร์สตาร์ของจีน: กรณีของเมืองเซินเจิ้น ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า การบริการของเจ้าของโครงการมีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าที่อยู่อาศัย ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ผู้อาศัยส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการบริการหลังการขาย เช่น หากตัวบ้านมีการชำรุดก็ย่อมต้องการให้เจ้าของโครงการให้บริการซ่อมแซมได้โดยทันที และช่วยดูแลเอาใจใส่ผู้อยู่อาศัยให้ครอบคลุมในทุกๆด้าน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน โดยจะต้องมีการลงนามในสัญญาซื้อคอนโดมิเนียมเป็นลายลักษณ์อักษร นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมจะต้องขออนุญาตเจ้าของห้องก่อนเข้าไปในห้องเมื่อมีเหตุจำเป็น นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรทำการซ่อมแซมตามที่ท่านร้องขอโดยทันที นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรรับรองว่าสภาพความเป็นอยู่ที่พักอาศัยปราศจากอันตรายภายในพื้นที่ของคอนโดมิเนียม และนิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรรักษาสภาพแวดล้อมที่ "ปราศจากแมลง"

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่ผู้อาศัยมักจะต้องการพื้นที่ใช้สอยที่ใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า เช่น สถานที่ออกกำลังกาย ฟิตเนส พื้นที่ทำงาน และพื้นที่สำหรับเด็กเล่นหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงการใช้งานและกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม โดยจัดให้มีพื้นที่สำหรับทำงาน ฟิตเนส พื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง และพื้นที่สำหรับเด็กเล่นหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akbari et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่องที่อยู่อาศัยและสุขภาพจิตในช่วงการระบาดของ COVID-19 โดยผลการวิจัยพบว่า การใช้งานและกิจกรรมของที่อยู่อาศัยมีผลต่อความพึงพอใจของผู้อาศัยที่ได้พบว่าปัจจัยด้านการใช้งานและกิจกรรมของคอนโดมิเนียมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับปริญญาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าผู้อยู่อาศัยคำนึงถึงลักษณะของที่อยู่อาศัยที่มีแสง

ธรรมชาติเพียงพอในพื้นที่ส่วนกลาง แสงธรรมชาติเพียงพอในพื้นที่ภายในห้อง มีเครื่องช่วยสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและเสถียร มีการระบายอากาศที่เพียงพอ มีความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้าน และมีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัวของเจ้าของห้องแต่ละห้อง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรคำนึงถึงการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น โดยจัดให้คอนโดมิเนียมมีการระบายอากาศที่เพียงพอ มีเครื่องช่วยสัญญาณที่รวดเร็วและเสถียร มีความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้าน มีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัว มีแสงธรรมชาติที่เพียงพอในพื้นที่ส่วนกลาง และมีแสงธรรมชาติที่เพียงพอในพื้นที่ภายในห้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akbari et al. (2021) ที่ได้พบว่าที่อยู่อาศัยที่ดีควรมีคุณภาพด้านอากาศ และแสงแดดที่เพียงพอ และเนื่องจากผู้อยู่อาศัยมักจะคำนึงถึงแสงสว่างที่เพียงพอ อากาศและลมถ่ายเทได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชารัตน์ อัครมณี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย ที่ได้พบว่าองค์ประกอบของลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัยตามทักษะคิดของผู้อยู่อาศัยด้านคุณภาพอากาศ และสภาวะน่าสบายสามารถส่งเสริมสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดีของผู้อยู่อาศัย

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผนพัฒนาการดำเนินงาน และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งปัจจัยตามลำดับ ดังนี้

5.3.1 ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าของหรือตัวแทน (Landlord and Agent Services) โดยควรให้ความสำคัญกับการบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการ เช่น ควรมีการลงนามในสัญญาซื้อคอนโดมิเนียมเป็นลายลักษณ์อักษร ควรทำการซ่อมแซมตามที่ท่านร้องขอโดยทันที ควรรับรองว่าสภาพความเป็นอยู่ที่ปราศจากอันตรายภายในพื้นที่ของคอนโดมิเนียม ควรรักษาสภาพแวดล้อมที่ "ปราศจากแมลง" และจะต้องขออนุญาตเจ้าของห้องก่อนเข้าไปในห้องเมื่อมีเหตุจำเป็น

5.3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services) โดยควรให้ความสำคัญกับการบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่พักอาศัย เช่น การให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันมีคุณภาพ การให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่มีคุณภาพ การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แผนกประชาสัมพันธ์, แผนกติดต่อสอบถาม, ห้องสมุด, ห้องพักผ่อนหย่อนใจ, ห้องความบันเทิง การให้บริการส่วนบุคคล เช่น มีโบรชัวร์ของการท่องเที่ยว, มีข้อมูลของธนาคาร และการให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก่ผู้พิการ

5.3.3 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums) ควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้การคมนาคมที่สะดวกมากขึ้น เนื่องจากสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้อยู่อาศัย และผู้อาศัยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้การคมนาคมอยู่อาศัยอยู่ในระดับมาก

5.3.4 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม (Security Environment) ควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมมากขึ้น เนื่องจากความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยซึ่งเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่ผู้อาศัยต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมเพื่อความสบายใจ และป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของของผู้อยู่อาศัยด้วยเช่นกันซึ่งจะต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีการทำประกันอัคคีภัยนิติบุคคลของคอนโดมิเนียมควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย

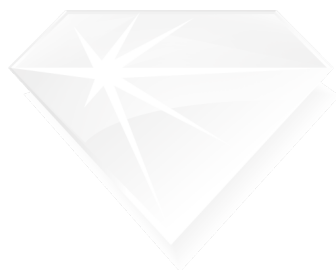
5.3.5 ปัจจัยด้านการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities) ควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น เนื่องจากผู้อยู่อาศัยคำนึงถึงสุขภาวะทางกายและจิตใจ ดังนั้นผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมจึงควรให้ความสำคัญกับการระบายอากาศและแสงธรรมชาติที่เพียงพอเหมาะสม ความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้าน มีเครือข่ายสัญญาณที่รวดเร็วและเสถียร ความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้าน และมีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัว

5.3.6 การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities) ควรให้ความสำคัญกับการใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม เนื่องจากผู้อาศัยมักจะต้องการพื้นที่ใช้สอยที่ใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า ดังนั้นผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีสถานที่ออกกำลังกาย ฟิตเนส พื้นที่ทำงาน และพื้นที่สำหรับเด็กเล่นหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรทำการขยายกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น Line Application, Facebook เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีการโฆษณาขายที่อยู่อาศัยในสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย นอกจากนั้นนักวิจัยควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านลักษณะการใช้ชีวิต (Life Style) หรือพฤติกรรมการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากพฤติกรรมในชีวิตประจำวันอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน

5.4.2 ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ ที่เป็นเมืองใหญ่ เนื่องจากในปัจจุบันมีจำนวนประชากรกระจุกตัวอยู่ตามหัวเมืองใหญ่ ๆ มากขึ้น และเพื่อศึกษาว่าแต่ละพื้นที่นั้นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง และศึกษาพฤติกรรม New Normal หรือวิถีชีวิตใหม่ หลังวิกฤตการณ์ Covid-19 ผ่านพ้นไป หรือศึกษาปัจจัยความภักดีต่อการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้ลุ่มลึกและในระยะยาวมากขึ้น



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กขกร ธรรมกิริติ และไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2563). แนวทางการพัฒนาโครงการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงและแนวราบในพื้นที่รอยต่อเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *สารศาสตร์*, 1, 171-182.
- กิตติ ยงประกิจ. (2559). การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คณาธิป เข้มทอง. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์ของบริษัทชั้นนำทั้ง 3 บริษัท บนถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 13(30), 151-161.
- จามจุรี อุไรโรจน์. (2564). การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิรัชญา จิตรรัตน์. (2562). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาพร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา. (2548). การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชลชญา ศรีชัยปัญหา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์และการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชาญชัย เจียชุม. (2565). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร เลย์ปริทัศน์*, 3(1), 78-86.
- ณัฐยาภรณ์ เทียมรัตน์. (2564). การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณิชารัตน์ อัครมณี. (2562). ทศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัย. *วารสารสารศาสตร์*, 3(2), 339-351.

- ณัฐฤกษ์ฤตา นาควิไลโรจน์ และวราลักษณ์ คงอ้วน. (2564). การสำรวจสิ่งแวดล้อมเมืองตามแนวความคิดเมืองน่าอยู่องค์การอนามัยโลก: กรณีศึกษาโครงการป๊อปปูล่าคอนโดมิเนียมเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี. *สารศาสตร์*, 1(1), 1-13.
- ทิฆัมพร ดอกบัว. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนต์ยดณย์ ต้นพุ่ม, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และกนกวรรณ มีสุข. (2565). ความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ศุภาลย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(2), 181-192.
- ธงชัย ชูสุน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิพนธ์ จิรวิทย์วิไล. (2557). การศึกษาอิทธิพลของความจงรักภักดีต่อตราสินค้า คุณสมบัติด้านกายภาพ พฤติกรรมของพนักงาน การรับรู้การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียม แกรนด์ ยู (Grand U). ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2557* (หน้า 500-507). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บริษัท ดอท พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. (2565). การซื้อขายบ้านออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.dotproperty.co.th/>.
- ประศาสน์ ตั้งมติธรรม. (2565). ภาวะตลาดที่อยู่อาศัย ปี 2566. สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/ceo-insight/1015814/>.
- ปริญญ์ คงปลอด. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการมิทซ์ยูส กรณีศึกษา: กลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 20-32.
- ปริญญ์ ชำนาญวนกิจ. (2559). ความตระหนักรู้ในตราสินค้า ความสอดคล้องกับตนเอง ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสื่อสังคมออนไลน์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมแบรนด์เนมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรหมพัฒน์ จิตศิริวรานนท์. (2564). การรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์. *วารสารบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 14(1), 73-89.

- ภูมิกร จงรักษ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอยู่ตึกในอพาร์ทเมนต์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มองตลาดที่อยู่อาศัยปี 2565-2566. (2565). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9650000091174>.
- ยศพร วรรณชนะ. (2560). การตั้งถิ่นฐานและลักษณะที่อยู่อาศัย. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/wiseyodsaphon/ss-72099735>.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2560). บุพปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอริส เวสต์เกต คอนโดมิเนียม นนทบุรี. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 3(1), 27-36.
- วนิดา พงษ์ศักดิ์ชาติ. (2563). การคำนวณหาขนาดตัวอย่างเพื่องานวิจัย. สืบค้นจาก <http://thaimed.buu.ac.th/public/backend/upload/thaimed.buu.ac.th/documentt/file/document161717461088510200.pdf>.
- วศกร สิงห์ลอ. (2565). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วันฟ้า ศรีพวงเพ็ช. (2563). ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยต่อรูปแบบการบริหารงานนิติบุคคลอาคารชุดโครงการบ้านเอื้ออาทร ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสาระศาสตร์, 3(2), 423-436.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้า Generation Y. วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา, 3(3), 1-26.
- วีรวัฒน์ ลลิตชัยวสิน. (2564). คุณภาพการให้บริการของนิติบุคคล อาคารชุด บริษัท พรีเมี่ยม เนจ เมนท์ จำกัด. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์, 13(3), 182-193.
- วุทธิชัย ลิ้มอรุณทัย. (2559). การพัฒนาตัวแบบการจัดการคุณภาพของระบบบริหารงานสีเขียว ในกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภารัตน์ คามบุตร และชาคริต ศรีทอง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(1), 7-16.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า. กรุงเทพฯ: กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ.

- อังควิภา แนวจำปา, รัชนี งามระน้อย และอมรรัตน์ คลองโนนสูง. (2566). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของคอนโดมิเนียมในมุมมองของผู้บริโภคเจนเอเรชั่น B X Y จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล*, 1(1), 20-38.
- อำนาจ วัจจัน. (2561). การพัฒนาดัชนีวัดความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่พักอาศัยในบ้านจัดสรร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 13*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akbari, P., Yazdanfar, S.-A., Hosseini, S.-B., & Norouzian-Maleki, S. (2021). Housing and mental health during outbreak of COVID-19. *Journal of Building Engineering*, 43, 102919.
- Bandara, W. D., Rathnayake, R., Mahanama, P., & Wickramaarachchi, N. (2020). An investigation on community spaces in condominiums and their impact on social interactions among apartment dwellers concerning the city of Colombo. *Social Sciences & Humanities Open*, 2(1), 100043.
- Bao, H., Han, L., Wu, H., & Zeng, X. (2021). What affects the “house-for-pension” scheme consumption behavior of land-lost farmers in China? *Habitat International*, 116, 102415.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Eliküçük, S., & Polat, Z. A. (2021). Identifying key factors affecting foreigners' choice on real estate acquisition: The case of İzmir City, Turkey. *Land Use Policy*, 107, 105512.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 28(1), 1-11.
- Freud, S., Mitscherlich, A., Richards, A., & Strachey, J. (1989). *Psychologie des Unbewußten*. New York: Fischer.
- Hua, J., Gu, G., Meng, W., & Wu, Z. (2013). Age band 1 of the movement assessment battery for children-second edition: Exploring its usefulness in mainland China. *Research in Developmental Disabilities*, 34(2), 801-808.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Marketing: Podrecznik europejski*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Lai, J. Y. (2023). *A study of residents' satisfaction level regarding facilities in a condominium*. Retrieved from <https://eprints.tarc.edu.my/id/eprint/23783>.
- Li, B., Jin, C., Jansen, S. J. T., van der Heijden, H., & Boelhouwer, P. (2021). Residential satisfaction of private tenants in China's superstar cities: The case of Shenzhen, China. *Cities*, 118, 103355.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Harper & Row.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation*. London: Sage.
- Nuntanach, D. (2564). แนวโน้มอสังหาริมทรัพย์ในปี 2565 ตลาดเริ่มเข้าสู่สภาวะฟื้นตัว. สืบค้นจาก <https://thinkofliving.com/>.
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41, 673-690.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: An Explanation and Prediction*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Sari, N., & Zuhri, Z. (2023). The influence of facilities and service quality on customer satisfaction (case study at Vasaka The Reiz Condo Apartment) Medan. *Jurnal Ekonomi*, 12(1), 577-581.0
- Soonthornchai, P. (2006). *Service marketing* (7th ed.). Bangkok: Se-education.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถามงานวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม
ของนักศึกษาระดับปริญญาโท

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษา ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นางสาวเกสรดา เปียนรัมย์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

1. ท่านเป็นผู้อาศัยในคอนโดมิเนียมในสถานะใด
 - ☐ อยู่อาศัยเอง (กรุณาตอบแบบสอบถามต่อในส่วนถัดไป)
 - ☐ เพื่อลงทุนให้เช่า (ท่านไม่จำเป็นต้องตอบคำถามในส่วนถัดไป)
2. ท่านเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท หรือไม่
 - ☐ เป็นนักศึกษา ระดับปริญญาโท (กรุณาตอบแบบสอบถามต่อในส่วนถัดไป)
 - ☐ ไม่เป็นนักศึกษา ระดับปริญญาโท (ท่านไม่จำเป็นต้องตอบคำถามในส่วนถัดไป)

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2) 21–30 ปี
- ☐ 3) 31–40 ปี ☐ 4) 41–50 ปี
- ☐ 5) 51–60 ปี ☐ 6) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส
- ☐ 3) หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | ☐ 2) 10,001–20,000 บาท |
| ☐ 3) 20,001–30,000 บาท | ☐ 4) 30,001–40,000 บาท |
| ☐ 5) 40,001–50,000 บาท | ☐ 6) 50,001 บาทขึ้นไป |

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ | ☐ 2) พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง |
| ☐ 3) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | ☐ 4) นิสิต/นักศึกษา |
| ☐ 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ท่านอาศัยในคอนโดมิเนียมของท่านเป็นเวลา

- | | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ น้อยกว่า 1 ปี | ☐ 1 – 5 ปี | ☐ 6 – 10 ปี |
| ☐ 11 – 15 ปี | ☐ 16 – 20 ปี | ☐ 20 ปีขึ้นไป |

2. จำนวนสมาชิกที่อาศัยในคอนโดมิเนียมของท่าน (นับรวมตัวท่าน)

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ 1 คน | ☐ 2 คน | ☐ 3 คน |
| ☐ 4 คน | ☐ 5 คน | ☐ มากกว่า 5 คน |

3. คอนโดมิเนียมของท่านตั้งอยู่ในบริเวณใด

- | |
|---|
| ☐ ในเขตกรุงเทพมหานคร |
| ☐ ในเขตปริมณฑล |
| ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

4. คอนโดมิเนียมของท่านมีราคาซื้อ-ขายอยู่ที่ช่วงราคาใด (ในขณะที่ท่านซื้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท | ☐ 1 – 1.49 ล้านบาท |
| ☐ 1.50 – 2.0 ล้านบาท | ☐ 2.1 – 2.49 ล้านบาท |
| ☐ 2.50 – 3.0 ล้านบาท | ☐ 3.1 – 3.49 ล้านบาท |
| ☐ 3.50 – 4.0 ล้านบาท | ☐ 4.1 – 4.49 ล้านบาท |
| ☐ 4.50 – 5.0 ล้านบาท | ☐ 5.1 ล้านบาทขึ้นไป |

5. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมที่ท่านอาศัยอยู่จากแหล่งใดมากที่สุด

- ☐ 1) แบนเนอร์โฆษณาตามเว็บไซต์ต่าง ๆ
- ☐ 2) นิตยสารต่าง ๆ เช่น นิตยสารบ้านและที่ดิน
- ☐ 3) โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์
- ☐ 4) ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ
- ☐ 5) ติดต่อด้วยตัวเอง
- ☐ 6) ญาติหรือเพื่อนแนะนำ
- ☐ 7) เจ้าของหรือตัวแทนเจ้าของโครงการคอนโดมิเนียมแนะนำ
- ☐ 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียม (Location of Condominiums)					
1. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้สถานพยาบาล					
2. ท่านคิดว่ากับคอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่ราชการ					
3. ท่านคิดว่ากับคอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ					
4. ท่านคิดว่ากับคอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้การคมนาคมที่สะดวก					
2. ความปลอดภัย (Security Environment)					
1. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมควรมีความปลอดภัย					

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการทำประกันภัยอย่างถูกต้อง เช่น ประกันอัคคีภัย					
3. ท่านคิดว่านิติบุคคลของคอนโดมิเนียมควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย					
4. ท่านคิดว่าระบบการรักษาความปลอดภัยควรมีความเชื่อถือได้					
3. การรับรู้บริการที่อำนวยความสะดวก (Perceived Supporting Services)					
1. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันของท่านมีคุณภาพ					
2. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่มีคุณภาพ					
3. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แผนกประชาสัมพันธ์, แผนกติดต่อสอบถาม, ห้องสมุด, ห้องพักผ่อนหย่อนใจ, ห้องความบันเทิง					
4. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการส่วนบุคคล เช่น มีโบรชัวร์ของการท่องเที่ยว, มีข้อมูลของธนาคาร					
5. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก่ผู้พิการ					
4. การบริการของเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียม (Landlord Services)					
1. ท่านคิดว่าเจ้าของหรือตัวแทนโครงการคอนโดมิเนียมควรลงนามในสัญญาซื้อคอนโดมิเนียมเป็นลายลักษณ์อักษรกับท่าน					
2. ท่านคิดว่านิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมควรทำการซ่อมแซมตามที่ท่านร้องขอโดยทันที					

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ท่านคิดว่านิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมควรรับรองว่าสภาพความเป็นอยู่ที่ ปราศจากอันตรายภายในพื้นที่ของคอนโดมิเนียม					
4. ท่านคิดว่านิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมควรรักษาสภาพแวดล้อมที่ "ปราศจากแมลง"					
5. ท่านคิดว่านิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมจะต้องขออนุญาตเจ้าของห้อง ก่อนเข้าไปในห้องเมื่อมีเหตุจำเป็น					
5. การใช้งาน และกิจกรรมของโครงการคอนโดมิเนียม (Functions and Activities)					
1. ท่านให้ความสำคัญกับฟิตเนสของ คอนโดมิเนียม					
2. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่ออกกำลังกาย กลางแจ้งของคอนโดมิเนียม					
3. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่ทำงาน					
4. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่สำหรับเด็กเล่น หรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก					
6. การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น (Consideration of Local Communities)					
1. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีแสงธรรมชาติ ที่เพียงพอในคอนโดมิเนียมพื้นที่ส่วนกลาง					
2. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีแสงธรรมชาติ ที่เพียงพอในคอนโดมิเนียมในพื้นที่ภายในห้อง					
3. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีเครือข่าย สัญญาณที่รวดเร็วและเสถียรในคอนโดมิเนียม					
4. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีการระบาย อากาศที่เพียงพอ					

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้านในคอนโดมิเนียม					
6. ท่านคิดว่าคอนโดมิเนียมควรมีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัว					
7. ความพึงพอใจ (Satisfaction)					
1. ท่านมีความพึงพอใจกับเพื่อนบ้านในคอนโดมิเนียมที่ท่านอยู่					
2. ท่านมีความพึงพอใจกับคอนโดมิเนียมที่ท่านอยู่ในปัจจุบัน					
3. ท่านมีความพึงพอใจกับนิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียม					
4. ท่านมีความพึงพอใจกับพื้นที่โดยรอบของคอนโดมิเนียม					

ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

จดหมายขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

30 บ้านใหม่โพธิ์งาม หมู่ 2 ต.ดอน
อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา 30150
โทรศัพท์ 065-1197558
อีเมล kesara.pain@bumail.net

16 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ จุฑาทิพย์ สารภานุจนา

ดิฉัน นางสาวเกสร เปียนรัมย์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับ
ปริญญาโท

เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจคอนโดมิเนียมที่ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็น
ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น
ดิฉันใคร่ขอให้ท่านพิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective
Congruence : IOC) ดังนี้ “+1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้นเป็น
อย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “-1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะ
ถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ... จุฑาทิพย์ สารภานุจนา
(ผู้เชี่ยวชาญ)

ลงชื่อ... เกสร เปียนรัมย์
(นักศึกษา)

(ตำแหน่ง ตัวแทนผู้จำหน่ายคอนโดมิเนียม)

30 บ้านใหม่โพธิ์งาม หมู่ 2 ต.ดอน
อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา 30150
โทรศัพท์ 065-1197558
อีเมล kesara.pain@bumail.net

16 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ รัตนาพร เดชวิรุณ

ดิฉัน นางสาวเกสร ปะยานรัมย์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับ
ปริญญาโท

เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจคอนโดมิเนียมที่ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็น
ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น
ดิฉันใคร่ขอให้ท่านพิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective
Congruence : IOC) ดังนี้ “+1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้นเป็น
อย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “-1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะ
ถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....
(ผู้เชี่ยวชาญ)

ลงชื่อ.....
(นักศึกษา)

(ตำแหน่ง ประธานบริษัทรับเหมาก่อสร้างคอนโดมิเนียม)

30 บ้านใหม่โพธิ์งาม หมู่ 2 ต.ดอน
อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา 30150
โทรศัพท์ 065-1197558
อีเมล kesara.pain@bumail.net

16 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ใครขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ นรเชษฐ์ ชัยพานิช

ดิฉัน นางสาวเกสร่า เปียนรัมย์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการซื้อคอนโดมิเนียมของนักศึกษาระดับ
ปริญญาโท

เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจคอนโดมิเนียมที่ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็น
ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น
ดิฉันใคร่ขอให้ท่านพิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective
Congruence : IOC) ดังนี้ “+1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้นเป็น
อย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “-1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะ
ถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจง่ายโดยผู้ซื้อของธุรกิจนั้น

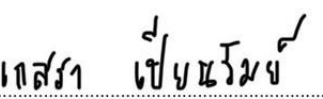
จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์



ลงชื่อ.....

(ผู้เชี่ยวชาญ)

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ..... 

(นักศึกษา)

(ตำแหน่ง ตัวแทนผู้จำหน่ายคอนโดมิเนียม)

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
1. Location of Condominiums (LC)		1. ทำเลที่ตั้งของ คอนโดมิเนียม			
(Eliküçük & Polat, 2021)	Closeness to health institutions	LC1. คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานพยาบาล (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Closeness to public institutions	LC2. คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่ราชการ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Closeness to holiday resorts	LC3. คอนโดมิเนียมควรอยู่ใกล้สถานที่พักผ่อนใจ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	0.67		
	Closeness to the transportation network	LC4. คอนโดมิเนียมควรตั้งอยู่ใกล้การคมนาคมที่สะดวก (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
2. Security Environment (SE)		2. ความปลอดภัยของ สภาพแวดล้อม			
(Eliküçük & Polat, 2021)	Security environment	SE1. สภาพแวดล้อมของ คอมพิวเตอร์ควรมีความ ปลอดภัย (มีการปรับ เนื้อหาให้สอดคล้องกับ เรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Ensuring property right assurance	SE2. คอมพิวเตอร์ควรมี การรับประกันภัยอย่าง ถูกต้อง เช่น ประกัน อัคคีภัย (มีการปรับ เนื้อหาให้สอดคล้องกับ เรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Protection of personal data	SE3. นิติบุคคลของ คอมพิวเตอร์ควรมีการ ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้อยู่อาศัย (มีการปรับ เนื้อหาให้สอดคล้องกับ เรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Reliable security system	SE4. ระบบการรักษา ความปลอดภัยควรมี ความเชื่อถือได้(มีการปรับ เนื้อหาให้สอดคล้องกับ เรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
3. Perceived Supporting Services (PSS)		3. การรับรู้บริการที่ อำนวยความสะดวก			
(Bao, Han, Wu & Zeng, 2021)	Daily life care services and quality	PSS1. คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการที่ทำให้ชีวิตประจำวันของท่านมีคุณภาพ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	0.67		
	Basic medical care services and quality	PSS2. คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่มีคุณภาพ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Mental support services (education, culture, entertainment, reception, etc.)	PSS3. คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แผนกประชาสัมพันธ์, แผนกติดต่อสอบถาม, ห้องสมุด, ห้องพักผ่อนหย่อนใจ, ห้องความบันเทิง(มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
(Bao et al., 2021)	Personalized services (such as financial management, travel, etc.) are very important to me.	PSS4. คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการส่วนบุคคล เช่น มีโบรชัวร์ของการท่องเที่ยว, มีข้อมูลของธนาคาร (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	0.67		
	The special services (such as long-term care services, imparting health knowledge, etc.) and qualities are very important to me.	PSS5. คอนโดมิเนียมควรมีการให้บริการพิเศษ เช่น การบริการแก่ผู้พิการ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	0.67		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
4. Landlord Services (LS)		4. การบริการของเจ้าของ หรือตัวแทนเจ้าของ โครงการคอนโดมิเนียม			
(Li, Jin, Jansen, van der Heijden & Boelhouwer, 2021)	Your landlord signs a written contract with you	LS1. เจ้าของหรือตัวแทน โครงการคอนโดมิเนียมควร เป็นผู้ลงนามในสัญญาซื้อ คอนโดมิเนียมเป็นลายลักษณ์ อักษรกับท่าน (มีการปรับ เนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่ กำลังศึกษา)	0.67		
(Li et al., 2021)	Your landlord makes any requested repairs promptly	LS2. นิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมควรทำการ ซ่อมแซมตามที่ท่านร้องขอ โดยทันที (มีการปรับเนื้อหาให้ สอดคล้องกับเรื่องที่กำลัง ศึกษา)	1.00		
	Your landlord ensures that living conditions are hazard-free	LS3. นิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมควรรับรองว่า สภาพความเป็นอยู่ ปราศจากอันตรายภายใน พื้นที่ของคอนโดมิเนียม (มี การปรับเนื้อหาให้สอดคล้อง กับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Your landlord maintains a “pest-free” environment	LS4. นิติบุคคลของโครงการ คอนโดมิเนียมควรรักษา สภาพแวดล้อมที่ "ปราศจาก แมลง"	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
		(มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)			
	Your landlord gives notice before entering a rental unit	LS5. นิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมจะต้องขออนุญาตเจ้าของห้องก่อนเข้าไปในห้องเมื่อมีเหตุจำเป็น (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
5. Functions and Activities (FA)		5. การใช้งาน และกิจกรรม (ของโครงการคอนโดมิเนียม)			
(Akbari, Yazdanfar, Hosseini & Norouzian-Maleki, 2021)	Exercise (indoor)	FA1. ท่านให้ความสำคัญกับฟิตเนสของคอนโดมิเนียม (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
(Akbari et al., 2021)	Exercise (outdoor)	FA2. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้งของคอนโดมิเนียม (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
(Akbari et al., 2021)	Working/Online class	FA3. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่ทำงาน (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
(Bandara, Rathnayake, Mahanama & Wickramaarachchi, 2020)	Facilities provided for Children	FA4. ท่านให้ความสำคัญกับพื้นที่สำหรับเด็กเล่นหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
6. Consideration of Local Communities (CL)		6. การพิจารณาถึงชุมชนในท้องถิ่น			
(Li et al., 2021)	Sufficient natural daylight	CL1. คอนโดมีเนียมควรมีแสงธรรมชาติเพียงพอในพื้นที่ส่วนกลาง (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
		CL2. คอนโดมีเนียมควรมีแสงธรรมชาติเพียงพอในพื้นที่ภายในห้อง (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Fast and stable network	CL3. คอนโดมีเนียมควรมีเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและเสถียร	1.00		

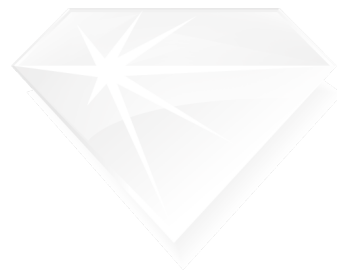
Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
		(มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)			
(Li et al., 2021)	Adequate ventilation	CL4. คอนโดมีเนียมควรมีการระบายอากาศที่เพียงพอ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Adequate privacy from the neighbors	CL5. คอนโดมีเนียมควรมีความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอจากเพื่อนบ้าน (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	Adequate space for personal activity	CL6. คอนโดมีเนียมควรมีพื้นที่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัวของเจ้าของห้องแต่ละห้อง (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
7. Satisfaction (SA)		7. ความพึงพอใจ			
(Li et al., 2021)	How satisfied are you with your neighborhood?	SA1. ท่านมีความพึงพอใจกับเพื่อนบ้านในคอนโดมีเนียมที่ท่านอยู่ (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
(Li et al., 2021)	How satisfied are you with your current dwelling?	SA2. ท่านมีความพึงพอใจกับที่อยู่ปัจจุบันในคอนโดมิเนียมของท่าน (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	How satisfied are you with your landlord service?	SA3. ท่านมีความพึงพอใจกับนิติบุคคลของโครงการคอนโดมิเนียมของท่าน (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		
	How satisfied are you with the four aspect of your neighborhood?	SA4. ท่านมีความพึงพอใจกับพื้นที่โดยรอบของคอนโดมิเนียม (มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังศึกษา)	1.00		

บรรณานุกรมเฉพาะ Form to Expert

- Akbari, P., Yazdanfar, S.-A., Hosseini, S.-B., & Norouzian-Maleki, S. (2021). Housing and mental health during outbreak of COVID-19. *Journal of Building Engineering*, 43, 102919.
- Bandara, W. D., Rathnayake, R., Mahanama, P., & Wickramaarachchi, N. (2020). An investigation on community spaces in condominiums and their impact on social interactions among apartment dwellers concerning the city of Colombo. *Social Sciences & Humanities Open*, 2(1), 100043.
- Bao, H., Han, L., Wu, H., & Zeng, X. (2021). What affects the “house-for-pension” scheme consumption behavior of land-lost farmers in China? *Habitat International*, 116, 102415.

- Eliküçük, S., & Polat, Z. A. (2021). Identifying key factors affecting foreigners' choice on real estate acquisition: The case of İzmir City, Turkey. *Land Use Policy*, 107, 105512.
- Li, B., Jin, C., Jansen, S. J. T., van der Heijden, H., & Boelhouwer, P. (2021). Residential satisfaction of private tenants in China's superstar cities: The case of Shenzhen, China. *Cities*, 118, 103355.



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

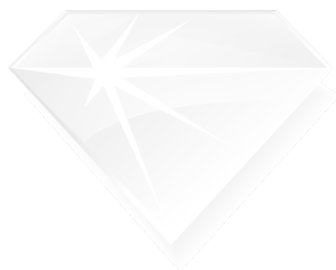
เกสร่า เปียนรัมย์

อีเมล

kesara.pain@bumail.net

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY